

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка
Кафедра туризму і готельно-ресторанного сервісу

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

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ

**Матеріали
V Всеукраїнської науково-практичної
інтернет-конференції**

5 – 6 грудня 2019 рік

Суми 2019

УДК 379.85
С 76

*Рекомендовано до друку вченою радою Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
(протокол № 5 від 23 грудня 2019 року)*

Редакційна колегія:

Лянной Ю. О. – доктор педагогічних наук, професор;
Лянной М. О. – кандидат педагогічних наук, професор;
Кудріна Ю. О. – доктор економічних наук, професор;
Семеніхіна О. М. – доктор педагогічних наук, професор;
Зігунов В. М. – кандидат педагогічних наук, доцент;
Зігунова І. С. – кандидат педагогічних наук, доцент;
Ксенофонтова М. М. – кандидат економічних наук, доцент;
Максименко Л. М. – кандидат наук з фізичного виховання і спорту;
Мозгова Д. Р. – кандидат економічних наук;
Гордієнко В. В. – кандидат економічних наук;
Нога А. С. – технічний редактор.

С76 Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції *Стан та перспективи сучасного туризму*. Зб. наук. праць. – Суми: ФОП Цьома С. П., 2019. – 182 с.

У матеріалах конференції розглядаються питання щодо організації туристської діяльності; проблем індустрії гостинності, менеджменту та маркетингу в туризмі; географії туризму та країнознавства; підготовки фахівців для сфери туризму; сучасних тенденцій розвитку спортивного туризму та рекреації.

УДК 379.85

© Колектив авторів, 2019
© ФОП Цьома С.П., 2019
© СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2019

ЗМІСТ

РОЗДІЛ I ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Я. В. Васеленко, В. В. Гордієнко СТАН ТА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ	7
В. О. Глянько СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО- ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	12
Т. С. Дмитренко, І. С. Зігунова СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ	15
А. В. Кононова СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КУРОРТНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	21
К. І. Нікончук, В. М. Зігунов РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ	24
А. С. Нога, В. М. Зігунов РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ	30
С. В. Носач, Я. В. Євтушенко СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВТОБУСНИХ ЕКСКУРСІЙ НА ЛЬВІВЩИНІ.....	36
О. О. Самодахова, В. С. Павленко РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ СИТУАЦІЮ СЕЛА	40
А. М. Цимбалюк СВІТОВИЙ ДОСВІД В ОРГАНІЗАЦІЇ САДИБ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ	43

РОЗДІЛ II ПРОБЛЕМИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ

Л. А. Бездідько, В. М. Зігунов СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ГОТЕЛЬНУ ІНДУСТРІЮ.....	49
--	----

А. С. Гиренко, В. В. Гордієнко ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЄГИПТУ	55
Н. О. Комлик, В. М. Зігунов КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ	61
А. В. Муравська, І. С. Зігунова СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ СТВОРЕННЯ БІЗНЕС ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ХОСТЕЛУ У МІСТІ СУМИ.....	68
В. С. Павленко РОЛЬ ІНТЕРНЕТ - РЕКЛАМИ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	72
Я. С. Самілик, Д. Р. Мозгова ОСОБЛИВОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГРУЗИНСЬКОЇ КУХНІ.....	76
А. Р. Федорківська, Д. Р. Мозгова ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ ТА PR В РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	82

РОЗДІЛ III

ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ ТА КРАЇНОЗНАВСТВО

К. І. Бельмас, Л. М. Максименко РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ У ЧОРНОГОРІЇ.....	87
Т. В. Ведмідь, Л. М. Максименко ЩОДО НАЦІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ В РЕКРЕАЦІЙНОМУ ТУРИЗМІ ІСПАНІЇ.....	91
А. Ю. Гусак, В. С. Павленко СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ЗАКАРПАТТІ	97
А. О. Ковган, Л. М. Максименко РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ ІНДІЇ	101
Я. С. Кондрух, І. С. Зігунова РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИЗМУ ІТАЛІЇ.....	105
І. Ю. Кульченко СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	110
Д. Ю. Лазня ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ОБ'ЄДНАНИХ АРАБСЬКИХ ЕМІРАТІВ	114

Я. М. Нусейр, Л. М. Максименко РОЗВИТОК РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В ПОРТУГАЛІЇ	119
---	-----

РОЗДІЛ ІV
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ

А. О. Глобенко, В. М. Зігунов ЩОДО АСПЕКТІВ БЕЗПЕКИ У ТУРИЗМІ	126
Я. В. Євтушенко ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТРЕКІНГОВИХ ПАЛОК В ПШОХІДНИХ КАТЕГОРІЙНИХ ПОХОДАХ	131
О. В. Колотуха, О. Л. Миргородська НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ	135
О. С. Кулинич, В. М. Зігунов АЛЬПІНІСТСЬКА ПІДГОТОВКА У ВІЙСЬКОВИХ ПІДРОЗДІЛАХ СПЕЦІАЛЬНИХ ПРИЗНАЧЕНЬ	141
Л. М. Максименко ЩОДО ФЕНОМЕНУ РЕКРЕАЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ЗДОРОВ'Я ДІТЕЙ 5-6 РОКІВ	145
О. В. Овчар, Я. М. Копитіна, О. М. Перепеченко ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПШИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОХОДІВ ДЛЯ НЕЗРЯЧИХ ВЕТЕРАНІВ АНТИТЕРОРИСТИЧНОЇ ОПЕРАЦІЇ ТА ОПЕРАЦІЇ ОБ'ЄДНАНИХ СИЛ	150
Н. В. Попик, Я. В. Євтушенко СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЗВИТОК ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ЯПОНІЇ ТА СВІТІ.....	155

РОЗДІЛ V
ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ ДЛЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ

А. В. Адаменко, І. С. Зігунова СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ ЕКСКУРСОВОДІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	158
Я. С. Коробейникова ОПИТУВАННЯ СТУДЕНТІВ ЯК СКЛАДОВА ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ОСВІТНІХ ПРОГРАМ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ТУРИЗМ»	162

А. М. Крицька, В. С. Павленко СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	167
В. О. Шульга, В. С. Павленко СУЧАСНИЙ СТАН СИСТЕМИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ.....	170

РОЗДІЛ І ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Я. В. Василенко, В. В. Гордієнко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СТАН ТА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Розглянуто проблеми розвитку сільського зеленого туризму в Україні, як нового поняття, вплив структурних змін, які відбуваються в українській економіці на сільське господарство і село та створення нових можливостей для розвитку підприємницької діяльності.

Постановка проблеми. Історико-культурна спадщина належить до найцінніших надбань людства. Вона зосереджує в собі кращі здобутки, є золотим скарбом народу. Багатовікова історія Сумщини відбилася в численних пам'ятках матеріальної та духовної культури. Наш край має великий потенціал для розвитку різних видів туризму, а ЗМІ, у свою чергу, поширюють інформацію про особливості та переваги туризму в Сумській області.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню даної проблеми присвячено значну кількість робіт вчених України, таких як Гетьман В. І., Гловацька В. В., Забуранна Л. К., Горішевський П. В. та ін.

Формулювання цілей статті. Розглянути проблеми розвитку сільського зеленого туризму на Сумській області, як нового поняття, вплив структурних змін, які відбуваються в економіці країни. Потрібно проаналізувати необхідність та пріоритетність розвитку сільського туризму у Сумській області.

Виклад основного матеріалу дослідження. За даними Всесвітньої організації туризму ООН (ЮНВТО), туризм став головним джерелом наповнення бюджету у понад 40 країнах та у 70 однією з трьох основних статей.

Розвиток туризму стає одним із основних напрямків розвитку економіки в Україні, Кабінет Міністрів України затвердив Стратегію розвитку сільського туризму та курортів на період до 2026 р.

Сумська область, що має значний туристичний потенціал, досить мало представлена туристичними продуктами на туристичному ринку. Для успішного розвитку туризму Всесвітня організація туризму виділяє три основні маркетингові функції в туризмі: встановлення контактів зі

споживачами, розвиток та контроль.

Сільський зелений туризм Сумщини, з одного боку, дозволяє жителям українських міст та іноземним туристам витратити порівняно за не великі кошти відпочити в екологічно-чистій зоні, з іншого боку – підвищує рівень життя селян, які надають послуги туристам, виготовляють сувеніри та інше.

Важливу роль у формуванні та розвитку сільського зеленого туризму на Сумщині відіграє поєднання компонентів природних та соціально-економічних умов та культурних цінностей для задоволення туристичних потреб людини. Ці ресурси можна розділити на такі групи:

- 1) природні: клімат, водні ресурси, рельєф, флора і фауна, національні парки, мальовничі ландшафти;
- 2) соціально-економічні умови та ресурси: економіко-географічне положення території, її транспортна доступність, рівень економічного розвитку, наявні трудові ресурси тощо;
- 3) культурно-історичні: культурні, історичні, археологічні, етнографічні пам'ятки (рис 1).

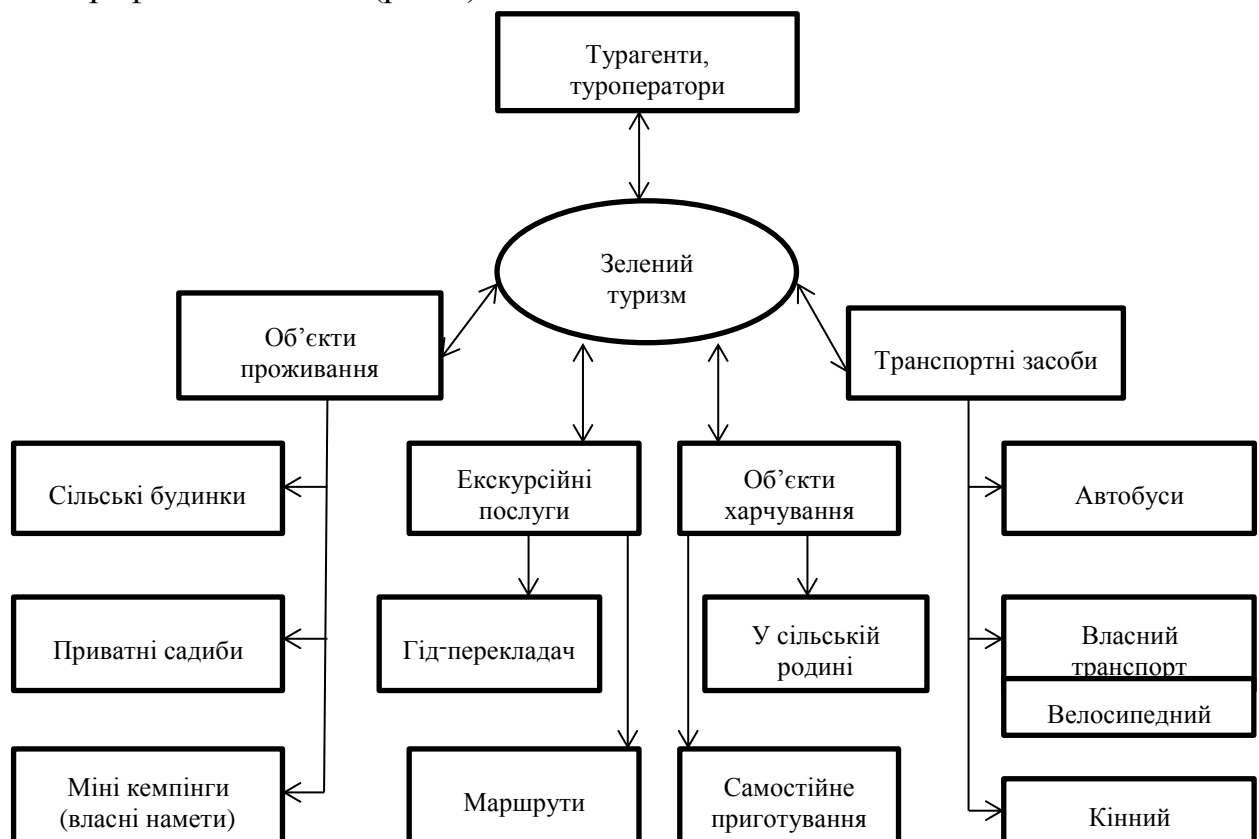


Рис. 1. Складові ринку сільського зеленого туризму

Необхідною умовою сільського зеленого туризму, на відміну від багатьох інших видів туризму, є екологічне благополуччя природного середовища.

Нами були дослідженні та визначені найбільш пріоритетні туристичні локації, на яких, в першу чергу, буде зосереджена основна увага:

Путивльщина, Глухівщина, м. Тростянець, с. Пустовійтівка, с. Могриця.

Ми вивчимо перспективи Сумщини у галузі сільського зеленого туризму. Згідно статистичними даними [4] «найбільший розвиток туристичної галузі функції зафіксовано на територіях Київської, Львівської, Одеської, Закарпатської та Івано-Франківської областей. Найменше насичення туристичної функції спостерігається в Сумській області» (табл. 1).

Таблиця 1

Показники рівня розвитку туризму в регіонах України

Регіон, адміністративна одиниця	Тур-фірми (юридичні та фізичні особи)	Кількість помешкань (од.)	Показник наявних нічліжних місць на кв. км площі	Частка лісів на площі, (%)	Частка вод на площі, (%)	Рівень безробіття щодо працездатного населення, (%)
Західна Україна (Львівська область)	417	32041	1,47	32,82	1,96	285
Центральна Україна (Дніпровська область)	275	25937	0,81	11,54	4,87	6,8
Південна Україна (Одеська область)	577	62493	1,88	6,71	6,33	5,7
Східна Україна (Харківська область)	267	17971	0,57	13,29	1,93	6,8
Північна Україна (Київська область)	142	16572	0,59	23,07	6,23	6,4
м. Київ	198	24950	31,19	42,72	7,89	5,7
Сумська область	72	3501	0,15	19,31	1,3	8,5

Чому так, адже на Сумщині наприклад є всі передумови для розвитку відпочинку в селі, які можна розглядати як специфічну форму господарської діяльності в сільському середовищі з використанням природного та культурного потенціалу регіону чи як форма малого бізнесу, яка дозволяє певною мірою вирішити проблему зайнятості сільського населення, поліпшити його добробут, в повному обсязі використовувати природний та історико-культурний потенціал сільської місцевості.

Отже, розвиток сільського відпочинку має реальну державну перспективу та сприяє покращенню соціально-економічного становища сільських територій північно-східного регіону України. Сільський зелений туризм не завдає шкоди навколишньому середовищу та культурному

середовищу на відміну від масового туризму, і в той же час вносить значний внесок у регіональний розвиток. Це дозволяє використовувати існуючий житловий фонд і не потребує значних інвестиційних витрат.

Частка Сумщини в інтегральному показнику природних та рекреаційних ресурсів України становить від 5 до 10 відсотків. Приблизно однаковий показник мають Запорізька, Полтавська, Житомирська, Чернігівська та Тернопільська області.

У північно-східному регіоні є багато цікавих історичних та визначних пам'яток. Насамперед, це древні літописні міста Глухова, Путивля, Ромни та Новгород-Сіверського з добре розвинутою туристичною інфраструктурою поблизу. Інші райони регіону, що належать до територій слаборозвинутого туризму [3], мають зручне транспортне та географічне положення.

У регіоні є залізничні та автомобільні дороги, що з'єднують Суми з країнами ближнього та далекого зарубіжжя. Основу ландшафтно-рекреаційних ресурсів складають ліси, луки та водні акваторії. Високі лісові та мальовничі ландшафти Сумського Полісся, наявність унікальних майданчиків недоторканої природи сприяли створенню тут заповідників: Деснянсько-Старогуцький національний природний парк (Середино-Будський район), заказник загальнодержавного значення Великий бір (Шостинський район) Прудисанський регіональний ландшафтний парк (Ямпільський район), багато інших природоохоронних об'єктів. Сприятливі кліматичні умови, мальовничі ландшафти, прозора вода річок та озер Полісся, багаті рослинні та рибні ресурси є важливими природними передумовами подальшого розвитку рекреаційного господарства північних районів Сумської області. Але, незважаючи на це, на сьогодні у Сумській області зареєстровано та працює лише 14 садиб, які надають послуги у сфері сільського зеленого туризму.

Таким чином, розвиток сільського туризму ґрунтується на основі специфічної української національної специфіки, на свідомому рівні відтворення національного середовища, місцевого колориту, природних та рекреаційних ресурсів, якими багата Сумщина, і це її унікальна пропозиція.

Це забезпечить обізнаність про туристичну пропозицію та брендинг напрямку «Сумщина туристична». Впізнаваний візуальний образ туристичного регіону Сум надасть туристам розуміння якості та очікуваного рівня гостинності та комфорту, забезпечить ідентифікацію та чітке впізнавання серед інших пропозицій та забезпечить чільне місце в мережі національних туристичних брендів України та за кордоном.

Висновки. Тож можна зробити висновок, що сьогодні на Сумщині є багато прекрасних місць, цікаві традиції та ідейні натхнення, які можуть розвивати туризм у сільській місцевості в майбутньому.

Сьогодні такий вид діяльності, як сільський туризм, широко підтримується на державному рівні. Зокрема, у 2018 році Міністерство аграрної політики розпочало роботу над створенням шести агрорекреаційних кластерів у кількох областях. Їх функціонування дасть можливість розвивати зелений туризм в Україні, стане новим поштовхом для розвитку малого та середнього бізнесу в сільській місцевості. Такі кластери вже існують на територіях Полтавської та Чернігівської областей. Сумська область має хороші перспективи розвитку зеленого туризму в регіоні.

Зокрема, в регіоні створено туристичний кластер «Посулля», який наразі включає 8 учасників. Мета цього кластеру - сприяти культурному відродженню та духовному збагаченню українців, всебічному розвитку традицій та звичаїв тощо шляхом координації спільних дій та спільного збуту туристичної інфраструктури регіону з метою покращення екологічного стану, покращення населення, аматорсько-спортивної та просвітницької діяльності.

На сьогодні в області працює 18 садиб, які надають послуги в галузі сільського туризму.

Вони розташовані в Конотопському, Середньо-Будському, Краснопільському, Білопільському, Недригайлівському, Лебединському, Сумському, Путивльському та Роменському районах.

В області є ще багато таких садиб, але лише деякі з них заявляють про свою діяльність у сільських радах. Насправді Закони про туризм та особисте (фермерське) селянське господарство, які регулюють послуги зеленого туризму, не зобов'язують їх цього робити.

«Якщо на заході України сільський туризм вже користується великим попитом у іноземців, то тут ми зосереджені переважно на міських жителях, які зможуть на вихідні, свята насолоджуватися екологічно чистим повітрям та їжею за відносно невеликі кошти, дізнатись більше про національні традиції, корисно і весело відпочивати».

Послуги сільського туризму на Сумщині надаються майже в кожному районі. Десь вам запропонують просту ванну чи сауну за містом, десь ви зможете взяти напрокат цілу садибу, де відвідувачам, крім проживання та їжі, пропонують дозвілля та навіть розважальні послуги, такі як сон на вуликах, катання на конях та багато іншого. Крім того, туристи мають змогу власноруч готувати українську їжу в справжній печі, подоїти корову,

зробити бринзу чи погодувати страусів.

Є багато мальовничих куточків, цікавих традицій та ідеологічних натхнень, які можна розвинути в сільському туризмі. Департамент культури та туризму намагається допомогти тим, хто вирішить працювати в цій галузі. Цього року проводяться виставки, семінари, лекції та круглі столи на цю тему. В області видано інформаційні буклети. Деякі зелені садиби мають власні сайти та сторінки в соціальних мережах, а початківці можуть скористатися цим досвідом. Суми мають хороші перспективи в цьому напрямку та ініціативних, активних людей, які можуть їх реалізувати.

Список використаних джерел

1. Зінько Ю. В. Сільський туризм в Європі і Америці. *Туризм сільський 77 зелений*. 2009. №2. С.3-40.
2. Guibilato G. *Economie touristique*. Dences: Delta a.Spes, 2013. 186 p.

В. О. Глянько

Науковий керівник – Ксенофонтowa М. М.

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

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. Сумська область, маючи значний туристичний потенціал, ще мало представлена туристичними продуктами на туристичному ринку. Відділом туризму Сумської обласної державної адміністрації обрано маркетингово-орієнтований підхід до реалізації Програми сталого розвитку туризму в Сумській області на 2018 – 2022 роки [6].

Постановка проблеми. Лікувально-оздоровчий туризм є одним з найбільш стійких видових туристичних ринків України. Потенційні запаси лікувальних ресурсів, враховуючи їх якісні і кількісні характеристики, на разі повинні стати спільною працею над відновленням здоров'я людини, сприяння фізичного стану, а також духовної рівноваги та упровадження здорового способу життя. Зважаючи з одного боку на наявність в Україні рекреаційного потенціалу, а з другого враховуючи занедбаний стан санаторно-курортної галузі в Україні, а також наявні тенденції збільшення показників захворюваності населення України достатньо актуальними

постають питання запровадження ефективної системи стратегічного управління розвитку лікувально-оздоровчого туризму.

Мета статті: полягає в узагальненні теоретичних засад та стратегічні цілі розвитку лікувально-оздоровчого туризму на регіональному рівні.

Виклад основної частини. Узагальнюючи дослідження авторів щодо визначення поняття лікувально-оздоровчий туризму, останній слід розглядати як подорож на визначений термін з метою отримання широкого комплексу послуг, які поєднують відпочинок, оздоровлення, лікування та рекреацію. На жаль, потужна санаторно-курортна база, яка існувала в Україні з радянських часів і була добре сформована та сприяла оздоровленню всіх категорій громадян завдяки наданню соціально орієнтованих та доступних для населення послуг (переважно за рахунок фондів соціального страхування), нині зменшилась удвічі [1].

Так, якщо в 1990 р. працювало 3 782 санаторно-курортні та оздоровчі заклади, то в 2005 р. їх було вже 3 152 од., у 2010 р. – 3 011 од. [6], а в 2015 р. – тільки 1 847 од. З урахуванням зазначених вище проблем організація ефективної рекреації, оздоровлення та відпочинку, профілактики, запобігання і зниження захворюваності та рівня інвалідності, зміцнення здоров'я населення всіх вікових груп наразі набуває особливого значення на тлі напруженої соціально-економічної та екологічної ситуації. Санаторно-курортна інфраструктура Сумської області включає 19 закладів, у т.ч. 4 – санаторії (3 з них дитячі), 3 – санаторії-профілакторії, 12 баз відпочинку. Найбільшими санаторно-курортними закладами області, є санаторії «Токарі», «Буймерівка сосновий & SPA-курорт 1936», санаторій-профілакторій «Олдиш». В області наявні джерела мінеральних вод. Тому достатньо актуальними постають питання розробки ефективного механізму стратегічного управління санаторно-курортною галуззю та актуалізації розвитку саме лікувально-оздоровчого туризму в Сумській області [5].

На прикладі регіональної структури санаторно-курортного господарства України можна простежити, що зменшення кількості цих закладів відбувається не тільки через нестачу даних із тимчасово окупованих територій. Так, навіть у популярних з організації лікувально-оздоровчого туризму областях виведено з експлуатації або повністю припинено діяльність низки санаторіїв, зокрема: на Львівщині та Одещині – по чотири заклади, на Київщині та Тернопільщині – по два заклади тощо [1].

З урахуванням зазначених вище проблем організація ефективної рекреації, оздоровлення та відпочинку, профілактики, запобігання і

зниження захворюваності та рівня інвалідності, зміцнення здоров'я населення всіх вікових груп наразі набуває особливого значення на тлі напруженої соціально-економічної та екологічної ситуації. Тому достатньо актуальними постають питання розробки ефективного механізму стратегічного управління санаторно-курортною галуззю та актуалізації розвитку саме лікувально-оздоровчого туризму.

Дослідники наголошують, що стратегії розвитку курортів державного та місцевого значення мають врахувати запровадження ефективної системи фінансування санаторно-курортної галузі і створення системи заохочення інвестицій у модернізацію та будівництво закладів санаторно-курортної галузі, створення доступного за ціною оздоровчого продукту, дотримання державних стандартних методик у галузі лікування та медичної реабілітації на курортах, координацію діяльності санаторно-курортних та оздоровчих закладів незалежно від форми власності та підпорядкування [4].

Висновки. За результатами дослідження сучасного стану санаторно-курортної бази України виявлено основні проблеми, які гальмують розвиток даної галузі. Для вдосконалення діяльності закладів санаторно-курортного та оздоровчого профілю запропоновано вжити низку заходів:

- створити дієві умови для залучення інвестицій у розвиток санаторно-курортної діяльності з метою модернізації матеріально-технічної бази наявних комплексів, закупівлі сучасного медичного обладнання, підвищення комфортабельності перебування відпочиваючих та якості їх обслуговування;

- встановити систему податкових пільг для санаторно-курортних та оздоровчих закладів, а також для підприємств, які купуватимуть путівки для своїх співробітників, з метою підвищення підприємницької активності у цій сфері;

- створити дієвий механізм соціального захисту населення для гарантування державою оплати конкретних санаторно-курортних путівок конкретним споживачам;

- забезпечити конструктивну взаємодію органів державної влади України та її суб'єктів для комплексного раціонального використання природно-рекреаційних ресурсів та їх збереження;

- розробити та впровадити державну і регіональні програми розвитку санаторно-курортної галузі для координації зусиль усіх сторін, зацікавлених в її успішному функціонуванні;

- забезпечити впровадження європейських стандартів у діяльність українських санаторно-курортних та оздоровчих установ для підвищення

якості обслуговування клієнтів;

– розробити систему матеріального стимулювання трудової діяльності, а також забезпечити підвищення кваліфікації персоналу санаторно-курортних та оздоровчих закладів для організації високоякісного обслуговування споживачів.

Розглянутий підхід визначення пріоритетних цілей та завдань в сфері санаторно-курортної та туристичної діяльності, а також зацікавлення у розвитку лікувально-оздоровчого туризму в регіоні спільними зусиллями розробити механізм реалізації поставлених цілей [2].

Список використаних джерел

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. 395 с
2. Бобирасва О. В. Рекреація в системі розширеного суспільного відтворення. К.: Обрій, 2002. 261 с.
3. Кифяк В. Ф. Організація рекреаційної діяльності в Україні. Чернівці, 2003. 300 с
4. Ковач М. Й. Інноваційний розвиток санаторно-курортного господарства регіону: проблеми і ризику. *Економіка та держава*. 2013. № 6. С. 43–45
5. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України. Монографія. Львів, 1997. 259 с.
6. URL:http://sm.gov.ua/images/docs/kolegia/28.12.2017/pit_4.docx

Т. С. Дмитренко, І. С. Зігунова

Сумський державний педагогічний університет імені

А. С. Макаренка

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

У статті розкривається основна суть поняття подієвого туризму за різними авторами, подається основна класифікація івент-туризму за тематичними видами. А також досліджується нинішній стан подієвого туризму та перспективи для подальшого розвитку в Сумській області.

Постановка проблеми. Подієвий туризм – відносно новий та цікавий напрям. Унікальні тури, що поєднують в собі традиційний відпочинок з участю у різноманітних заходах нашої планети, поступово завойовує все більшу популярність. Особливістю даного виду туризму є те, що кожного року він поповнюється новими подієвими турами, котрі з випадкових часто переходять до розряду регулярних. Бабкін А. В.

зазначає, що подієвий туризм є унікальним видом туризму, тому що він є невичерпним за змістом. На думку ряду експертів, у недалекому майбутньому кількість учасників подієвих турів перевищить кількість учасників екскурсійних турів [2]. Як окремий вид туризму, подієвий заслуговує на особливу увагу, оскільки розвивається досить швидкими темпами і тому розгляд розвитку даного виду туризму є актуальною темою дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості подієвого туризму розглядаються у працях А. В. Бабкіна, М. Біржакова, Ю. Блохіна, М. Кабушкіна, І. Давиденка, подієвий туризм і подієві ресурси досліджуються також у роботах І. Смаля. Але все ж питання розвитку подієвого туризму як в Україні так і в Сумській області потребують подальшого аналізу та дослідження.

Мета: дослідити стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Сумській області, вивчивши та обґрунтувавши основні поняття та види подієвого туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останніми роками ефект глобалізації міжнародного туризму призвів до постійного росту конкуренції між популярними напрямками, а також пошуку оптимальних позицій на туристичному ринку. В такій ситуації подієвий туризм виступив як істотний елемент в розвитку туристичних дестинацій, залученні споживачів, пошуку інвестицій та покращенні локального і регіонального рівня економіки.

Подієвий туризм – це порівняно молодий напрям туризму як в Україні, так і у світі, в якому головною мотивацією споживачів виступає інтерес до відвідування певної події (спортивної, розважальної, музичної тощо) або прийняття у ній участі. Унікальні подієві тури поєднують у собі рекреацію, відпочинок та розваги одночасно. За оцінкою Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) подієвий туризм на даний час є одним з найперспективніших видів туризму у світі. Серед інших видів туризму саме подієвий вражає своєю насиченістю програми, видовищністю, яскравістю та атмосферою. Ще однією особливістю подієвого туризму є невичерпність його ресурсів. Згідно з останніми дослідженнями до 2020-го року кількість учасників подієвих турів може перевищити число учасників екскурсійних турів та скласти більше 35% від загального попиту на різномірні тури [4, с.231].

Теорія розвитку та популярності подієвого туризму базується на трьох взаємопов'язаних аспектах:

- 1) поведінка людей, їх вольовий вибір;

2) емоції, настрої та установки;

3) пізнання, усвідомлення та розуміння події [12, с. 422].

На сьогодні існує не дуже багато визначень поняття «подієвий туризм», а також класифікаційних підходів до його систематизації [8]. Так, за Д. Гетцом подієвий туризм – це термін, який використовується в туристській літературі для опису розвитку дестинації і маркетингової стратегії для реалізації всіх потенційних економічних переваг від події [12, 13]. За Бабкіним А. В. подієвий туризм – це неминуща атмосфера свята, індивідуальні умови відпочинку і незабутні враження. Головна особливість подієвого туризму – безліч яскравих неповторних моментів [2]. З іншого боку, подієвий туризм – складова культурного туризму, пов'язана з певною подією в суспільному житті; подорож, пов'язана з цікавою для туриста подією [3, 5]; вид туристської діяльності, що приваблює туристів різноформатними громадськими заходами культурного або спортивного життя, які сприяють розвитку інфраструктури туризму, інтеграції різних верств населення в суспільство і формуванню позитивного іміджу дестинації [1].

На думку Смаля І.В., окремі види подієвих ресурсів найбільш доцільно класифікувати за тематикою заходу: національні й релігійні свята, гастрономічні, музичні, театральні фестивалі, спортивні змагання, покази мод, карнавали, технічні салони і виставки, економічні форуми тощо.

Також схожу класифікацію у своїй праці «Спеціальні види туризму» запропонував Бабкін О. В., виокремивши у подієвому туризмі певні тематичні види (рис. 1) [2].

В Україні івент-індустрія бере початок з 90-х років ХХ ст. Історично склалося так, що в самостійну сферу «подієвий туризм» виділився лише за останні двадцять років. Цей підйом зумовлений відповідністю потребам людей, які у всі часи хотіли отримати нові враження, стати частиною подій, впливати на їх хід і отримати радісне відчуття причетності до чогось більшого. Нажаль, в Україні подієвий туризм розвивався досить повільно. Тільки з 2002 року туристичні фірми почали пропонувати послуги з організації подієвих туристичних поїздок. Збільшення в'їзного туризму в Україні у зв'язку з подіями не є систематичним і пов'язано з такими масштабними подіями як, наприклад, Євробачення у 2005 та 2017 роках, проведення в Україні Чемпіонату Європи з футболу у 2012 році. Більшість подій в Україні – місцевого й регіонального масштабу [6].

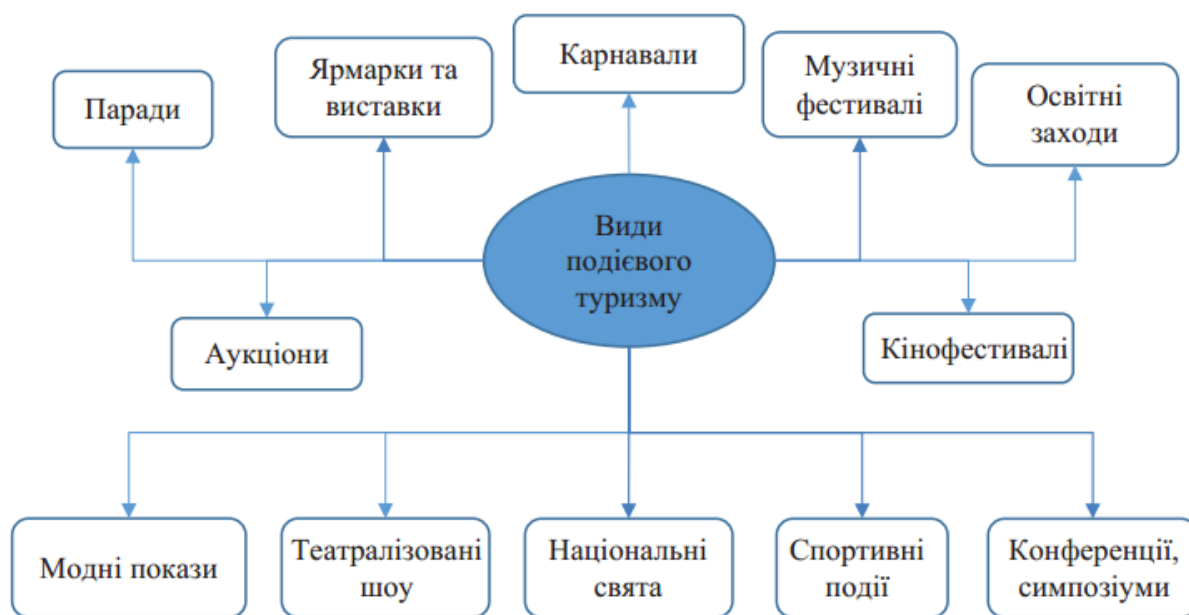


Рис. 1. Тематичні види подієвого туризму (за О. В. Бабкіним)

Але з кожним роком ситуація змінюється в кращу сторону і з'являються все нові та цікаві фестивалі, свята, наукові та бізнес форуми, конференції, спортивні події, які заохочують все більше туристів подорожувати саме з метою відвідати певну подію. Це і різноманітні фестивалі (Сорочинський ярмарок, Етнографічний фестиваль гончарства, історичний фестиваль «Середньовічний Хотин», етнографічний фестиваль «Берегфест», гастрономічні фестивалі «Закарпатське Божоле», «Гуцульська бринза», «Сонячний напій» та ін.), події в сфері театру, кіно та літератури (Одеський міжнародний кінофестиваль, Чехов фест, форум видавців у Львові тощо), музичні події (Євробачення Atlas Weekend, міжнародний джазовий фестиваль ART JAZZ, Схід-Рок та ін.), різні наукові та бізнес семінари, форуми та тренінги від видатних спікерів та коучів, а також спортивні події як регіонального так і міжнародного рівня [9].

Сумська область також має значний ресурсний потенціал для розвитку фестивального руху. Фестивальний туризм в останні десятиліття стає все популярнішим. На території області відбуваються фестивалі міжнародного, національного, обласного рівнів. У Сумській області також активно проводяться різноманітні заходи щодо питань розвитку подієвого туризму в області. Зокрема, 20 червня цього року відбувся форум «Роль малого та середнього бізнесу у розвитку фестивального туризму на Сумщині». До участі був запрошений малий та середній бізнес, який організовує фестивалі та обслуговує їх відвідувачів: фестивальні агенції, туроператори, турагенти, готельно-ресторанний бізнес, майстри народних ремесел, виробники сувенірів, власники зелених садиб; також форум

зібрав голів громад, представників туристичного бізнесу, громадських активістів отримати знання від спеціалістів Всеукраїнського рівня та підвищити свою професійну компетентність. Зокрема, керівник команди «Сумифест» Андрій Любченко повідомив, що фестивальною діяльністю разом зі своєю командою займається досить активно і уже невдовзі дивуватиме сумчан новими заходами – фестивалем італійської булочки та «Октоберфестом», який буде розпочато в Сумах одночасно із візитівкою Німеччини – фестивалем у Мюнхені [7].

В нашій області в багатьох навіть невеликих містечках проходять різні цікаві та перспективні заходи. Наприклад, м. Тростянець – туристична мекка Слобожанщини та фестивальна столиця Сумщини, адже на території міста щорічно відбувається чотири великих фестивалі. Близько 20 тисяч туристів щорічно приїжджають в місто взяти в них участь. Мова йде про фестиваль «Стара Фортеця» – фестиваль лицарських боїв, «Чайковський FEST», фестиваль класичної музики просто неба, «Схід-Рок» – рок-фестиваль, завдяки якому Тростянець називають рок-столицею України та «Нескучний велоFest», спортивний захід для різних вікових категорій з різними трасами складності. Також відомий фестиваль «Льон-Фест» – це фестиваль льону і конопель, який відбувається в колишній гетьманській столиці України – місті Глухові. А ще гостей міста чекатиме фестиваль «Вишкіл із бойового гопаку» у Глухові та етно-фестиваль «Сіверське перевесло». В містечку Кролевець відбувається міжнародний літературно-мистецький фестиваль «Кролевецькі рушники». А також вже традиційно кожного року в селі Малий Самбір Конотопського району на початку червня проводиться фестиваль суниці «Віншуємо суницю — першу ягоду-царицю» [10].

Але не лише область, а й саме місто Суми відоме своїми івент-заходами. З кожним роком в місті проводиться все більше цікавих фестивалів. Найвідомішими з них є «Слобожанські смаки», який проводиться на різдвяні свята. «Чехов фест» – всеукраїнський театральний фестиваль, який щорічно проходить в Сумах. У селі Могриця Сумського району щорічно проводиться фестиваль «Могриця – МІЖНАРОДНИЙ ЛЕНД-АРТ СИМПОЗИУМ», який збирає як митців так і просто аматорів мистецтва. Взимку на театральній площі проводиться «Фестиваль крижаних скульптур». Також такі фестивалі як «Ніч міста», фестиваль для малечі «Місто професій», Урбан-арт фестиваль, фестиваль писанок, гастрономічний фестиваль «Фестиваль вуличної їжі», винний фестиваль «Sumy Wine Fest», Таємний ринок та багато інших [11].

Також звернемо увагу на рейтинг «10 фестивалів Сумщини які обов'язково потрібно відвідати», який зробив веб-сайт Конотоп.City – це 10 найколеритніших та найгучніших фестивалів в Сумській області. До рейтингу увійшли такі фестивалі як «Чехов фест» (Суми), фестиваль «Органум» (Суми), «Стара фортеця» (Тростянець), «Віншуємо суницю – першу ягоду-царицю» (Конотопський район, село Малий Самбір), «Козацький родослав» (Конотопський район, село Шаповалівка), «Схід-рок» (Тростянець), «Боромля» (Тростянецький район, село Боромля), «Кролевецькі рушники» (Кролевець), «Козацькому роду нема переводу» (Конотоп), та «Vach-fest» (Суми) [14].

Висновки. Отже, можемо зробити висновок, що подієвий туризм на даному етапі розвитку сучасного суспільства є важливим та необхідним явищем, яке реалізує майже всі основні функції туризму: економічну, пізнавальну, рекреаційну, виховну та розважальну. Це унікальні тури, що поєднують в собі традиційний відпочинок та участь у найбільш видовищних заходах планети, поступово завойовують все більшу популярність, адже туристи отримують не тільки незабутні враження, а й здійснюють свої мрії, розширюють світогляд. Основна мета поїздки такого виду туризму приурочена до певної події, а головна особливість подієвого туризму – орієнтація на широке коло споживачів. Тож як ми бачимо Сумщина має достатню кількість ресурсів та гарні перспективи для подальшого розвитку подієвого туризму в області.

Список використаних джерел

1. Алексеева О. В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона : автореф. дисс. на соиск. уч. степени канд. экон. Наук. М., 2012. 28 с.
2. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. 252 с.
3. Биржаков М. Б. Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме . *Туристские фирмы*. 2000. № 23. С. 94-111.
4. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: учебник. 4-е изд., стереотип. – Мн.: Новое знание, 2004. 409 с.
5. Никитина С. С. Событие как основа для проектирования туристического продукта. *Актуальные проблемы гуманитарных наук : Мат. Международной научно-практ. конф. (Томск, 5-6 апр. 2012 г.)*. Томск, 2012. С. 81- 84
6. Паньків Н. Є. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі розробленого івент-туру «Відкрий для себе Покуття». *Науковий вісник НЛТУ України*. 2018. Т. 28. № 5.
7. Підприємців Сумщини, що працюють в туристичній сфері, навчають усім тонкощам організації фестивалів URL: <https://05453.com.ua/pidpryyemtsiv-sumshhyny-shho-pratsyuyut-v-turystychnij-sferi-navchayut-usim-tonkoshham-organizatsiyi-festyvaliv/>.

8. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу : навчальний посібник. Ніжинський держ. ун-т ім. М. Гоголя. Ніжин : [б. и.], 2010. 336 с.
9. Українські фестивалі. URL: http://proukraine.net.ua/?page_id=586.
10. Фестивалі і бренди міст як інструмент розвитку Сумської області URL: <https://decentralization.gov.ua/news/9354>.
11. Фестиваль URL: <http://sumy.today/festyval>.
12. Donald Getz Event Tourism – Definition, Evolution and Research – Calgary : Elsevier, 2008. – P. 403–428
13. Getz D. Event management and event tourism [Text] / Donald Getz. – NY: Cognizant, 2005.
14. Яскравих фестивалів Сумщини, які не можна пропустити. URL: <https://konotop.city/read/plany/25505/10-yaskravih-festivaliv-sumschini-yaki-ne-mozhna-propustiti>

А. В. Кононова

Науковий керівник – Ксенофонтова М. М.

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КУРОРТНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

У статті описані особливості курортно-рекреаційного господарства. Розглядається розвиток курортної справи. Проаналізовано стан проблеми розвитку курортної галузі в Україні.

Постановка проблеми. Серед важливих соціальних проблем розвитку економіки на сучасному етапі - це підвищення рівня життєзабезпечення та задоволення постійно зростаючих лікувальних, культурних, розважальних і інших потреб населення. Цю функцію здатні виконувати рекреаційно-оздоровчі комплекси. Тому актуальним є визначення структури всього природно-ресурсного потенціалу регіонів України

Особливо актуальним у сучасних умовах є алгоритм розробки, обґрунтування та прийняття управлінських рішень, удосконалення методів організаційного та фінансово-ресурсного забезпечення розвитку рекреаційно-курортної галузі.

Аналіз актуальних досліджень. Стан розвитку курортів був висвітлений в роботах Е. Федосова, Н. Фоменка, О. Веремеєнка. Роботу з методики визначення компонентної структури природно-ресурсного потенціалу території України виконав В. Руденко. К. Бабов, В. Кулик та Ю. Лянной займались питанням організації санаторно-курортного

лікування та оздоровлення в Україні.

Мета статті: висвітлити особливості розвитку та проаналізувати стан проблеми курортної галузі в Україні.

Виклад основного матеріалу. Територіальна структура рекреаційного комплексу України складається з багатьох ланок. Первинною ланкою цього комплексу є санаторії, пансіонати, будинки і бази відпочинку, туристичні бази. Окремо розміщені санаторії, пансіонати, бази створюють рекреаційні пункти. Населений пункт з кількома рекреаційними пунктами називається курортом [6].

Курорт – місцевість, насичена природними лікувальними чинниками (мінеральні води, грязі, клімат та інше) і необхідними умовами для їх застосування [5].

Основою успішного функціонування курорту є курортний режим, який включає систему правил і заходів, що забезпечують створення на курорті сприятливих умов для лікування, реабілітації, відпочинку, санітарну охорону курорту та його благоустрій. Протягом усього терміну перебування хворого на курорті, фахівці, які проводять лікувально-реабілітаційний процес у повному обсязі використовують усі сприятливі зовнішні умови середовища в доцільному поєднанні з різними лікувально-профілактичними чинниками.

Курортне лікування сприяє поліпшенню кровообігу, диханню. Крім того, санаторно-курортне лікування, основною якого є тісне спілкування з природою, заповнює відчутний для більшості міських жителів дефіцит природного середовища [6].

У зв'язку з погіршенням екологічних умов проживання, частими стресовими ситуаціями та старінням організму все більше людей потребує лікування в санаторно-курортних закладах [3].

Санаторій – це медичний заклад, у якому з лікувально-профілактичною та реабілітаційною метою використовують природні чинники у поєднанні з лікувальною фізкультурою, дієтотерапією, фізіотерапією, водолікуванням та іншими методами лікування і фізичної реабілітації з обов'язковим дотриманням хворим санаторного режиму [4].

Забудова курортів та санаторіїв здійснюється відповідно до затверджених у встановленому законодавством порядку генеральних планів курортів, іншої містобудівної документації [1].

Інтенсивне курортне будівництво дозволило створити систему спеціалізованих санаторіїв. У загальному вигляді їх структура виглядає наступним чином: санаторії для лікування хворих (рис. 1):

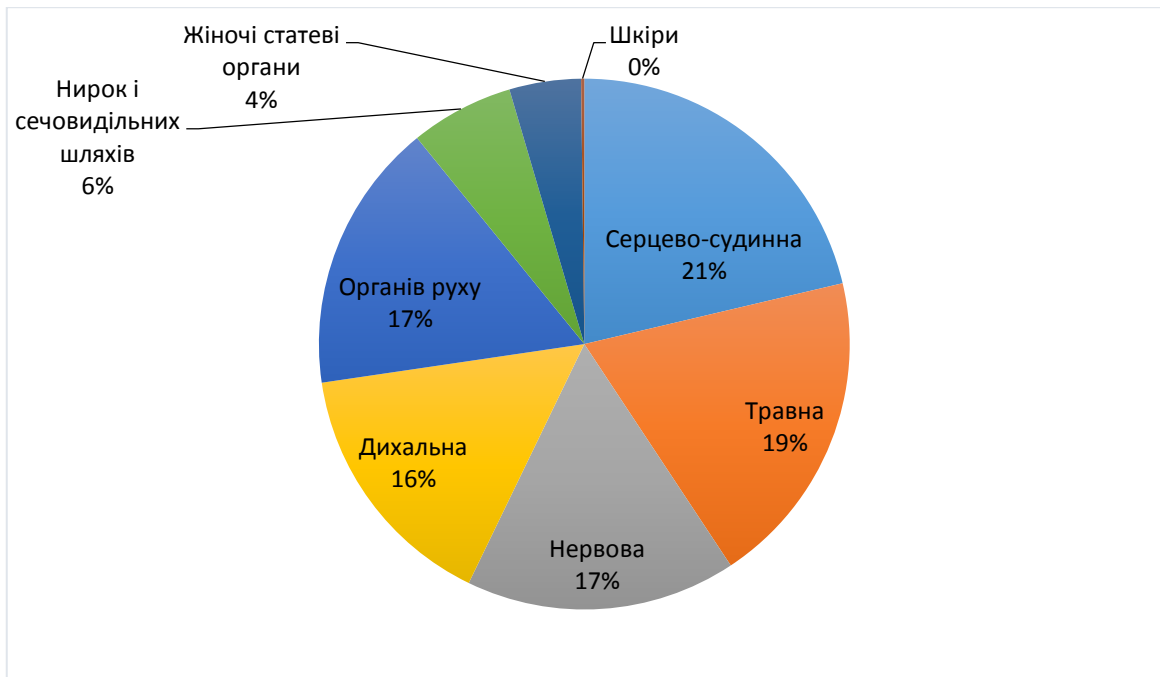


Рис.1. Спеціалізація санаторіїв відповідно до захворювань систем організму

Через важке економічне становище, що склалося в Україні, зросла захворюваність на туберкульоз; поширилась бронхо-легенева і серцево-судинна патологія. У такій ситуації санаторно-курортне лікування необхідно не тільки зберігати, а й розвивати [6].

Розвиток курортів здійснюється згідно з довгостроковими комплексними і цільовими державними та місцевими програмами.

Програми розвитку курортів розробляються на основі даних кадастрів природних лікувальних ресурсів, об'єктивних показників ефективності лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань, результатів спеціальних наукових досліджень і проектних робіт, фінансово-економічних показників діяльності курортів. При цьому визначаються параметри та режим використання природних лікувальних ресурсів з урахуванням екологічних та санітарно-гігієнічних обмежень тощо [2].

Розвиток санаторно-курортної системи України неможливий через недосконалість податкового законодавства і прорахунки у фінансовій політиці державою. Такі умови не тільки приводять до неправомірного подорожчання санаторно-курортних послуг, але і знижують можливості їхнього повного завантаження, а значить, збільшується збитки галузі [6].

Висновок. Отже, Україна має знаний рекреаційний комплекс, але його розвиток затримується проблемами такими як сезонність, тобто нерівномірність використання рекреаційних ресурсів, територіальне розміщення рекреаційного господарства.

Проаналізувавши розвиток курортів можна визначити, що стан проблеми курортного комплексу України вимагає довгострокового регулювання на загальнодержавному рівні.

Тому на сьогодні існує об'єктивна необхідність створити Державний Комітет по керуванню курортами України. Це дозволить створити організаційні умови для розподілу і контролю за використанням матеріально-фінансових ресурсів, пов'язаних із реалізацією заходів щодо підвищення ефективності роботи курортного комплексу України.

Список використаних джерел

1. Закон України про курорти. Стаття 12. Забудова курортів URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/2026-14>
2. Закон України про курорти. Стаття 14. Розвиток курортів URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/2026-14>
3. Розвиток курортів в Україні.
URL:https://pidruchniki.com/2015060965390/turizm/rozvitok_kurortiv_ukrayini
4. Лянной Ю. О. Основи фізичної реабілітації : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2008. 368 с.
5. Сучасна українська енциклопедія. Т. 7 Харків: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2005. 416 с.
6. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та культурологія. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 312 с.

К. І. Нікончук, В. М. Зігунов

Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка

РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ

Станом на сьогодні в області лише формується розуміння сільського туризму як специфічної форми відпочинку з можливістю використовувати природний, матеріальний та культурний потенціал регіону. В більшості країн такий вид туризму розглядається як невід'ємна частина соціально-економічного розвитку села.

Постановка проблеми. Зелений туризм стає модним явищем у світі. В Україні активно розвивається сільський або аграрний туризм – відпочинок на фермі або в колоритному селі з традиціями та історією.

За останні десятиліття кількість туристів у світі неухильно зростала і досягла третини населення земної кулі. За прогнозами фахівців, XXI століття буде століттям туризму, і до цього потрібно відповідно готуватися. Сьогодні найбільш динамічно зростаючим сектором світового туристичного господарства є сфера сільського зеленого туризму [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Цій галузі знань присвячено значну кількість робіт вчених України, таких як Гетьман В. І., Гловацька В. В. Забуранна Л. К. Горішевський П. В. та ін.

Мета роботи – розглянути сучасний стан та перспективи розвитку зеленого туризму на Сумщині.

Виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день в Сумській області існує 18 садиб, які надають послуги у сфері сільського туризму. Садиби знаходяться у Конотопському, Середино-Будському, Краснопільському, Білопільському, Недригайлівському, Лебединському, Сумському, Путивльському та Роменському районах. Таких садиб в області значно більше, але не всі декларують свою діяльність у сільських радах. Для тих, хто закоханий у свою справу створюють виставки, семінари, лекції та круглі столи для підвищення кваліфікації та розвитку зеленого туризму у нашій місцевості. Мета семінарів – заохотити та навчити сільських голів реалізовувати проекти із зеленого туризму у сільській місцевості. Чимало із учасників таких семінарів нині й самі є успішними організаторами зеленого туризму у селах та селищах області. Подібне навчання проводитимуть й для голів об'єднаних громад Сумщини. Як ми бачимо, держава робить все, щоб розвивався зелений туризм у нашій місцевості.

Якщо в західній Україні зелений туризм уже широко користується попитом іноземців, то у нас він орієнтований в основному на міського жителя, який би на свята, вікенди або й у відпустку зміг за порівняно не великі кошти насолодитися екологічно чистим повітрям та продуктами харчування, пізнати глибше національні традиції, корисно та цікаво відпочити. Якщо на західній Україні існує все для того, щоб приймати іноземних туристів у своїй садибах, то у нас є безліч проблем, які потрібно негайно вирішувати задля того, щоб зелений туризм був на високому рівні розвитку. Сумська область має всі природно-екологічні, кліматичні та інші умови для розвитку "зеленого" туризму, але нерозвинута інфраструктура, складна фінансово-економічна ситуація в країні, потужна конкуренція, яку становлять інші, більш відомі та "розкручені" місця в Україні, а також традиційні туристичні регіони (Туреччина, Єгипет, Західна Європа тощо) заважають зеленому туризму на Сумщині бути на високому рівні.

Як повідомила заступник начальника управління культури і туризму облдержадміністрації Антоніна Ігнатченко, з кожним роком в області кількість таких садиб збільшується.

Крім того, на Сумщині є чимало мальовничих куточків, цікаві традиції та ідейні натхненники, які можуть у перспективі розвивати в

сільській місцевості зелений туризм, додала вона.

Сьогодні такий вид діяльності як зелений туризм широко підтримується на державному рівні. Зокрема, У 2016 році Мінагрополітики у кількох областях розпочало роботу зі створення шести агро-рекреаційних кластерів. Їх функціонування дасть можливість розвивати в Україні зелений туризм, стане новим поштовхом для розвитку малого та середнього бізнесу у сільській місцевості. Такі вже кластери є на територіях сусідніх із Сумщиною областей – Полтавської та Чернігівської. Непогані перспективи щодо розвитку зеленого туризму в області має і Сумщина. Зокрема, в області створено туристичний кластер «Посулля», куди входять наразі 8 учасників. Метою цього кластеру є сприяння культурному відродженню та духовному збагаченню українців, всебічному розвитку традицій та звичаїв тощо шляхом координації спільних дій та спільного маркетингу туристичної інфраструктури регіону задля поліпшення екологічного стану, оздоровлення населення, аматорсько-спортивної і просвітницької діяльності.

Послуги у сфері зеленого туризму на Сумщині надаються чи не в кожному районі. Десь вам запропонують просто приїхати в баню чи сауну за межами міста, десь ви зможете винайняти цілу сільську садибу, де відвідувачам, крім житла та харчування, пропонується змістовне дозвілля, а десь навіть надаються такі цікаві послуги як сон на вуликах, катання в кареті тощо. Крім того, туристів, за їх бажанням, господарі сільських садиб можуть заохочувати до екзотичних для міських жителів занять, наприклад, бажуючі мають можливість приготувати українські страви у справжній печі, самотужки подоїти корову, зробити бринзу чи погодувати страусів тощо.

«У нас є чимало мальовничих куточків, цікаві традиції та ідейні натхненники, які можуть розвивати в сільській місцевості зелений туризм, – говорить Антоніна Ігнатченко. – Управління культури і туризму намагається допомагати тим, хто вирішив працювати у цій сфері. Для цього щороку проводяться виставки, семінари, лекції та круглі столи з цієї тематики. В області видані інформаційні буклети. Окремі зелені садиби мають свої сайти та сторінки в соцмережах й початківці можуть скористатися таким досвідом. Сумщина має непогані перспективи у цьому напрямку й ініціативних активних людей, які можуть їх реалізувати», - зазначила Антоніна Ігнатченко [2].

Проблематику формування та розвитку ринку туристичних послуг відображено в багатьох працях зарубіжних і вітчизняних науковців. У них, зокрема, досліджувалися:

- питання узагальнення зарубіжного досвіду державного стимулювання розвитку туризму;
- проблеми становлення і розвитку туризму в Україні;
- сучасний стан українського туристичного ринку;
- інструменти і методи маркетингу туризму, у тому числі в розрізі окремих територій;
- просування на ринок і формування ринку інноваційних туристичних продуктів;
- економічні аспекти розвитку туризму в окремих країнах і регіонах;
- управління розвитком туризму на різних рівнях узагальнення;
- проблеми розвитку "зеленого" туризму;
- методологічні основи використання потенціалу (у тому числі туристичного) сталого розвитку країн і регіонів та ін.

Проте практика свідчить, що в Україні формування ринку туристичних послуг відбувається безсистемно, в основному лише в Криму, Карпатах, Приазов'ї, окремих районах Полісся, а на більшій частині території туристичним послугам, особливо екологічно зорієнтованим, приділяється дуже мало уваги. Наявні наукові напрацювання розглядають здебільшого маркетинг окремих видів туризму та не дозволяють системно оцінити і визначити шляхи реалізації потенціалу українського ринку "зеленого" туризму, який є досить значним.

Мета запропонованого дослідження - зробити аналіз перспектив формування цього екологічно орієнтованого ринку як напряму сталого розвитку однієї з областей України (Сумської), для якої такий вид туризму не є традиційним.

Було проведено фахівцями маркетинговий аналіз готовності цільової аудиторії до споживання різних туристичних послуг. Об'єктом дослідження були переважно міські жителі Сумської, Белгородської, Брянської, Курської, Полтавської, Харківської та Чернігівської областей України і Росії, генеральна сукупність їх потенціальних споживачів становила 5,5 млн. осіб.

З метою визначення смаків фактичних і потенціальних споживачів було проведено їх репрезентативне анкетування (за статтю, віком, місцем проживання, схильністю до активного відпочинку), результати якого наведено в таблиці 1. Усього було опитано 1840 осіб, у тому числі 845 чоловіків (46%) і 995 жінок (54%). До вибірки потрапили громадяни з різних соціальних груп: робітники, службовці, студенти, підприємці, пенсіонери, безробітні (табл. 1).

Таблиця 1

Види «зеленого» туризму, обрані споживачами (%)

Споживачі	Етнографічний	Спортивний	Екологічний	Санаторно-оздоровчий	Маршрутно-пізнавальний
Чоловіки	2,70	21,62	18,92	13,51	43,24
Жінки	8,33	4,17	12,50	37,50	41,67
Усього	4,84	14,52	16,13	22,58	41,94

Було встановлено, що споживацькі нахили чоловіків і жінок суттєво відрізняються (за винятком маршрутно-пізнавального туризму), що слід ураховувати у процесі розвитку різних видів "зеленого" туризму та під час формування відповідної інфраструктури.

Спортивний і санаторно-оздоровчий види туризму віднесено нами до «зелених» на підставі того, що розглядалися такі їх різновиди, які передбачають перебування у природних екологічно чистих зонах чи регіонах, а також відвідування місць, які становлять культурний і пізнавальний інтерес.

У ході подальших опитувань близько 90% респондентів відповіли, що вони виїждять у туристичні поїздки з родиною чи в компанії друзів. Це дозволяє уточнити кількісний склад потенціальних споживачів та обсяги затребуваних туристичних послуг.

Далі ми визначили рівень обізнаності жителів сусідніх місцевостей про Сумську область, її найцікавіші місця та привабливість для туристів. За результатами опитування, лише 10% респондентів ніколи не відвідували Сумщину; 90% - приїзять на відпочинок до родичів, друзів, знайомих, а також до санаторіїв, баз відпочинку, господарств того населення, яке займається сільським туризмом, тощо.

Побажання респондентів стосовно відвідування під час туристичного відпочинку певних тематичних заходів, історичних місць (рис. 1) [3].

Як видно з рисунка 1, більшість опитаних (31,33%) зацікавлені у відвідуванні природних заповідників з метою зближення з природою та душевного відпочинку, 27,71% - бажають побачити архітектурно-історичні пам'ятки, щоб розширити свої знання і підвищити культурний рівень, 19,28% - прагнуть відвідати культурно-мистецькі заходи, 19,27% - обрали сільський туризм і спортивні заходи як доповнення до інших видів

"зеленого" туризму, 2,41% - не виявили бажання брати участь у перелічених заходах.

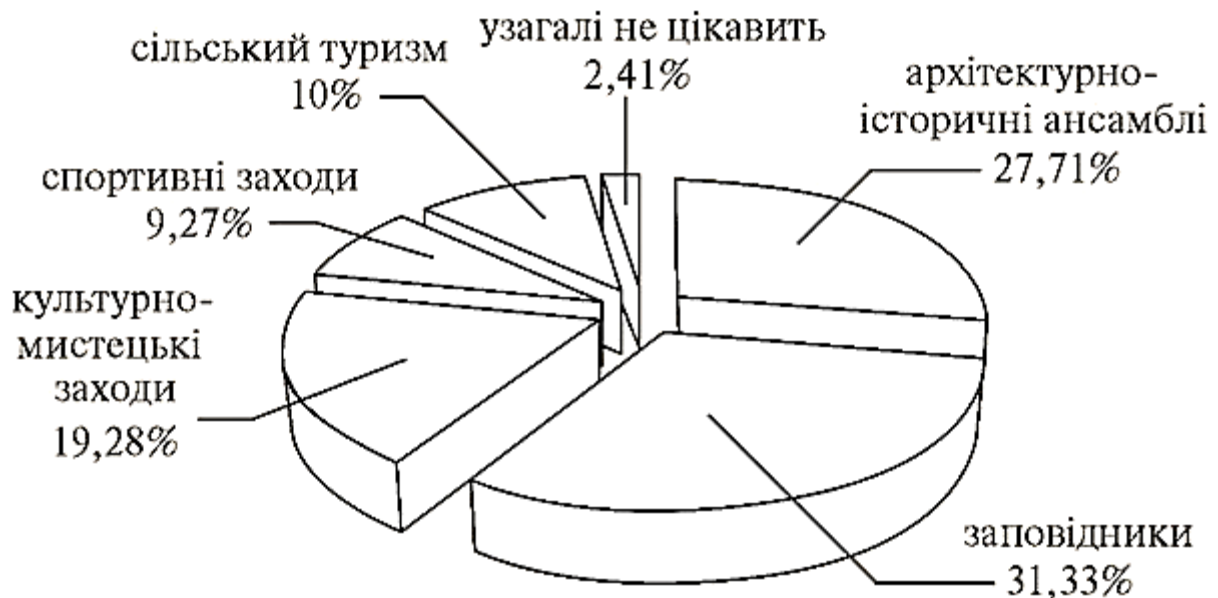


Рис. 1. Інтерес споживача під час туристичного відпочинку певних тематичних заходів

Висновки. Як показують дослідження, потенціальні споживачі, переважно з мешканців Сумської та сусідніх областей, виявляють зацікавленість у різних видах зеленого туризму на території Сумщини. Це свідчить про перспективність розвитку даного напрямку. Для цього потрібно щоб регіон та держава надавали свою підтримку.

Розвиток зеленого туризму в Сумській області дозволить краще реалізувати її ресурсний потенціал, забезпечить роботою місцеве населення, збільшиться надходження до бюджету, будуть накопичені фінансові ресурси, які допоможуть в захисті навколишнього середовища.

Отже, розвиток зеленого туризму допоможе Сумській області розквітнути й показати свій природний потенціал.

Список використаних джерел

1. Тематичний довідник. URL: www.euracademy.org
2. URL: <http://sumy.today/na-sumshchyni-lyshe-18-sadyb-zaymayutsya-zelenym-turyzmom>
3. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/illyashenko.htm
4. Ілляшенко С.М, Щербаченко В.О. Аналіз потенціалу ринку туристичних послуг Сумської області: *Вестник національного технічного університету «ХПИ»*. 2012. №14.
5. Сумщина туристична. URL: <http://tour.sumy.ua/>.

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ

Стаття присвячена проблемі розвитку туризму у Сумському регіоні. Зроблено аналіз туристської галузі в області, розглянуто перспективні туристські маршрути, які можуть бути задіяні у позиціюванні туристської дестинації Слобожанщини.

Постановка проблеми. Згідно із Стратегією розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [5] та Програмою сталого розвитку туризму в Сумській області на 2018 – 2022 р. [6] забезпечення сталого розвитку туристичної галузі, залучення малого та середнього бізнесу до туристичної сфери, створення конкурентоспроможних туристичних продуктів, ефективне і комплексне використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу є одним із пріоритетних завдань Сумщини.

Аналіз останніх досліджень. Теоретичні та методичні основи дослідження рідного краю, висвітлювались у роботах А. Дістервега, Я. Коменського, К. Ушинського, В. Сухомлинського, а також Х. Алчевської, В. Гаршина, Б. Грінченка, В. Даля, С. Локтюшева, С. Рижкова, М. Чернявського.

Проблемами розвитку екскурсійної справи займалися такі науковці: М. Анциферов, М. Гейнике, В. Герд, І. Гревс, Р. Дьякова, Б. Ємельянов, Л. Курило, Ф. Курлат та інші.

Метою роботи є аналіз розвитку регіонального туризму в Україні та на Сумщині.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні у туристській галузі України задіяно 10% населення. Туристичний ринок суттєво поліпшує економічні і соціальні показники країни. Забезпечити збереження робочих місць при впровадженні нових технологій [8].

Вітчизняна туристична індустрія входить у перелік п'яти галузей, що приносять найвищі прибутки, випереджаючи вугільну та автомобільну промисловість. Всесвітня Туристична Організація (ЮНВТО) опублікувала відомості, згідно з якими в найближчі десять років туризм посяде лідируючі позиції в області світового експорту.

Україна, маючи значний природний та культурний потенціал, має можливість приєднатися до найбільш відвідуваних країн, про що свідчать дані Державної статистики України (рис. 1) [2], (рис. 2) [1].

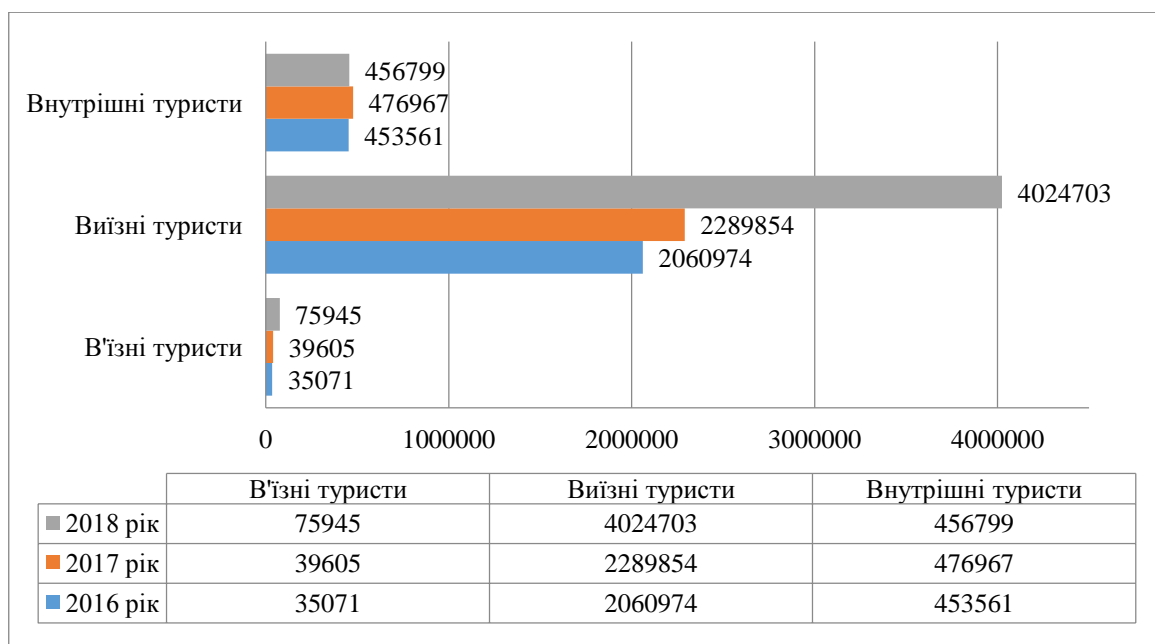


Рис. 1. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму в Україні (тис. чол.)

Як бачимо із рис. 1 кількість візних туристів у період з 2016 по 2018 р. подвоїлася, що є свідченням про факт зацікавленості іноземних туристів природою та історико-культурною спадщиною нашої держави.

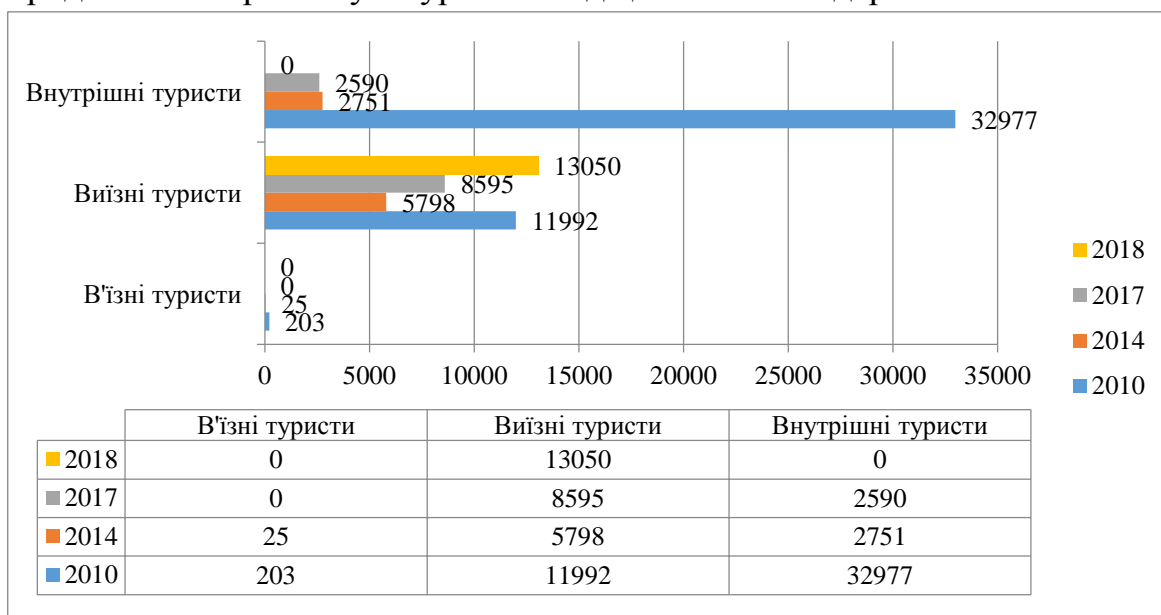


Рис. 2. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму у Сумській області (тис. чол.)

Головне управління статистики в Сумській області опублікувало дані по кількості туристів [1]. За даними, що приведені на рис. 2 можна зробити висновок, що з 2010 р. по 2018 р. кількість внутрішніх туристів різко скоротилася. Дані за 2018 р. не були опубліковані з посиланням на наступне: «Дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання

вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації».

На сьогодні в Сумській області наявні всі необхідні умови для розвитку туристичної індустрії: природні умови, історико-культурне надбання, природно-заповідний фонд та людські ресурси. Та цей потенціал досі не розкрито у повному обсязі. Значною мірою це відбувається через те, що є невелика кількість фахівців, які могли б зайнятися розробкою регіональних туристських маршрутів.

Саме тому одним з важливих завдань є підготовка висококваліфікованих фахівців у сфері туризму з новим економічним мисленням, із глибокими та різносторонніми професійними навичками та вміннями, здатних до постійного оновлення та поповнення знань, із досконалим володінням інформацією щодо регіональних аспектів туризму.

Сучасні економічні умови, що склалися не лише в Україні, але і в усьому світі свідчать про зменшення частки виїзного туризму. На нашу думку, такий факт дозволяє зробити припущення щодо необхідності розробки регіональних туристичних маршрутів, що сприятимуть розвитку регіонального туризму в Сумській області та Україні.

Програмою сталого розвитку туризму в Сумській області на 2018 – 2022 рр. визначено стратегічно правильні завдання щодо забезпечення розвитку регіонального туризму в Україні і Сумській області. Зокрема,

- 1) забезпечення сталого розвитку туристичної галузі в Сумській області;
- 2) популяризація туристичних маршрутів;
- 3) сприяння системі якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу;
- 4) створення конкурентоспроможних туристичних продуктів;
- 5) ефективне і комплексне (економічне, соціальне, екологічне та інноваційне) використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу, розвиток та брендінг туристичної Сумщини;
- 6) удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації та туристичних кластерів [6].

На сьогодні функціонують розроблені раніше маршрути:

1. «Золоте намисто Сумщини», маршрут був розроблений у 2008 р. та включив себе наступні об'єкти: м. Глухів – с. Соснівка – м. Путивль – с. Нова Слобода – м. Суми – с. Низи – м. Недригайлів – с. Пустовійтівка – с. Засулля – с. Хоружівка – м. Ромни [3];

2. «Сумщина Слобідська» Суми – Лебедин – Тростянець – Охтирка – Буймерівка;
3. «Слобожанські мандрівки»;
4. «Рекреаційна водна подорож на байдарках по р. Псел», розроблена у 2012 р. до якої увійшли 4 маршрути, 3 із яких маршрути «Уїк-енд»:
 - 1.1. маршрути «с. Ольшанка – м. Суми»
 - 1.2. «с. Миропілля – м. Суми»
 - 1.3. «с. Низи –с. Бішкінь»
 - 1.4. багатоденний маршрут «с. Миропілля – с. Бішкінь» [4].

Якщо детальніше розглянути перші три маршрути, то можна зробити висновок, що в області популяризується історико-культурний потенціал. Він налічує 3465 пам'яток історії та культури. На державному обліку перебуває 367 пам'яток архітектури і містобудування, серед яких 5 – національного значення. У списку найважливіших історичних населених місць України 15 поселень: Білопілля, Ворожба, Вороніж, Глухів, Конотоп, Кролевець, Лебедин, Низи, Охтирка, Путивль, Ромни, Середина-Буда, Суми, Терни, Тростянець. У Державному реєстрі нерухомих пам'яток України налічується 200 пам'яток культурної спадщини місцевого значення та 37 пам'яток культурної спадщини національного значення [9].

Четвертий маршрут присвячений активному туризму. На жаль, при дослідженні літературних джерел не вдалося виявити у достатній кількості маршрутів активного туризму, які б могли при наявності потужного природного потенціалу позиціонувати туристську дестинацію Слобожанщини.

Одним із інноваційних маршрутів, який пропонується до використання туристськими підприємствами регіону може стати розроблений авторами комбінований маршрут із застосуванням активних засобів пересування «Сумщина екстремальна».

Маршрут кільцевий: Суми – Могриця – Миропілля – Запсілля – Зелений Гай – Суми. Загальна протяжність маршруту складає 114 км, з яких 44 км – велосипедом, 70 км – на байдарках.

Маршрути, задекларовані Програмою розвитку туризму використовують у своїй діяльності місцеві туристські підприємства, а саме: туроператори «Росинка», «Рожева чайка», туристичні агенції «На Набережній», «Раєва», «Суми - Турист» та інші.

Для залучення туристів на Слобожанщину повинна бути достатня кількість розроблених турів з активного туризму і туристсько-спортивних турів. Тому місцеві туроператори повинні залучати туристські кадри до розробки та реалізації зазначених турпродуктів.

Моніторинг ринку активного туризму на Сумщині свідчить, що даний сегмент залишається не достатньо заповнений. Наприклад, регіональний туроператор «Рожева чайка» є розробником активних турів по області та Україні, а саме байдаркові сплави, гірські сходження на вершини Карпат, кінні одноденні походи. Туроператор «Золота Рив'єра» також є розробником активних турів. Крім цього, організацією байдаркових походів займається «Центр активного дозвілля «Відчайдухи». Але цих туристських підприємств не достатньо для того, щоб задовольнити запити споживачів тур продуктів з активною складовою відпочинку.

Сумщина має значний потенціал для розвитку різних видів туризму. В кожному місті чи селищі в області є певні туристичні ресурси, які можуть стати окрасою як конкретної місцевості, так і всього регіону.

У рамках спільного проекту компанії Google та Сумської обласної державної адміністрації (ОДА) «Цифрове перетворення Сумщини» було розроблено сайт, де можна знайти інформацію про найцікавіші місця області [10].

На сайті «Мандруй Сумщиною» (<https://discover.sm.ua/>) 3D-турами можна здійснити віртуальну прогулянку Палацом Голіцина та садибою «Круглий двір» у м. Тростянець, побачити унікальну яблуню-колонію віком 220 рр. у м. Кролевець, дослідити архітектурний комплекс православного чоловічого Софроніївського монастиря тощо.

У 2018 році в обласному центрі відбулися Міжнародний бізнес-форум та регіональна виставка «Сумщина туристична-2018», покликані сприяти обміну досвідом у сфері розвитку туристичної інфраструктури. Організаторами заходів виступили відділ промоції та туризму Сумської обласної адміністрації, Сумська обласна рада та Сумська торгово-промислова палата.

За задумом організаторів, бізнес-форум та виставка сприятимуть встановленню контактів і партнерських відносин між представниками туристичної індустрії не тільки в межах Сумської області чи України, а й на міжнародному рівні. З цією метою до участі у заходах були запрошені дипломати та представники зарубіжних бізнес-структур, які мають відношення до сфери внутрішнього туризму [10].

Як різновид регіонального туризму на Сумщині виступає фестивальний туризм. Взагалі на території області впродовж декількох останніх років було проведено близько 40 фестивалів. Відбуваються фестивалі міжнародного, національного, обласного рівнів. Найбільш відомі заходи відбуваються в м. Глухові, селі Могриця Сумського району та м. Тростянець (центр об'єднаної Тростянецької громади (ОТГ), що є фестивальною столицею Сумщини.

Виявлення рис фестивального туризму як чинника сталого розвитку територіальних громад і визначення його реального або потенційного впливу на економічний стан – головна ідея та мета стаді-туру, присвяченого тематиці «Вивчення кращих практик брендування та проведення фестивалів в ОТГ Сумської області».

З метою обміну досвідом у напрямку фестивального руху Сумським, Житомирським, Вінницьким та Чернівецьким Центрами розвитку місцевого самоврядування був організований стаді-тур на Сумщину [11].

На основі розвиненого фестивального руху в області досить розвинутий фестивальний туризм. Щорічно в м. Суми проводиться 11 фестивалів в різний період часу, як правило з квітня по грудень, а саме: Фестиваль органної музики «Organum», Міжнародний фестиваль авторської пісні «Булат», Театральний фестиваль «Чехов фест», Фестиваль історичної реконструкції «Стара фортеця», Всеукраїнський фестиваль духової музики «Сурми України», Ленд-арт фестиваль «Простір прикордоння», Стріт-арт фестиваль «Кольорове місто», Фестиваль соціальної реклами «Інший погляд», Фестиваль класичної музики «Bach-fest», Театральний фестиваль «Чехов фест», Джазовий фестиваль Jazz Bez [10].

Висновки. Таким чином, проаналізувавши науково-методичні джерела можна зробити висновок, що на сьогодні в Сумській області наявні всі необхідні умови для розвитку туристичної індустрії: природні ресурси, історико-культурне надбання, природно-заповідний фонд та людські ресурси. На жаль, наявний туристичний потенціал використовується не у повному обсязі. Політична та економічна кризи в Україні, недостатня розвиненість туристської інфраструктури, недостатня кількість фахівців, які могли б зайнятися розробкою регіональних маршрутів, гальмують розвиток регіонального туризму і вітчизняної туристської галузі в цілому.

Список використаних джерел

1. Головне управління статистики в Сумській області URL://sumy.ukrstat.gov.ua/?menu=126&level=3
2. Державна служба статистики URL://www.ukrstat.gov.ua/
3. Золоте намисто Сумщини URL://podorozg.ostriv.in.ua/publication/code-27A6239CB985A/list-191380E1727
4. Організація турів вихідного дня по річці Псел: навч.-метод. настанови / [уклад. : В. М. Зігунов]. Суми : ФОП Цьома С. П., 2018. 24 с.
5. Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів на 2016–2020 р. URL:https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/e1227acdf34bb4a1da39d384139b9d7a.pdf
6. Програма сталого розвитку туризму в Сумській області з 2018-2022 роки URL://sm.gov.ua/images/docs/turizm/17-session-37_7-skl.pdf

7. Сумщина презентувала свій туристичний потенціал на Міжнародному форумі URL://day.kyiv.ua/uk/news/070618-sumshchyna-prezentovala-sviy-turystychnyy-potencial-na-mizhnarodnomu-forumi
8. Туристичний бізнес в Україні – проблеми та перспективи URL:https://eopac.org.ua/turystychnyj-biznes-v-ukrayini-problemy-ta-perspektyvy/
9. ФЕСТИВАЛІ URL://www.sumytourism.com/uk/festivals-ru/
10. Фестивалі і бренди міст як інструмент розвитку Сумської області URL://decentralization.gov.ua/news/9354
11. Google створив сайт з найцікавішими місцями Сумщини URL://topkonotop.com/news/google-stvoriv-sajt-z-najcikavishimi-miscyami-sumshini-6062

С. В. Носач, Я. В. Євтушенко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВТОБУСНИХ ЕКСКУРСІЙ НА ЛЬВІВЩИНІ

У статті розглянуто вимоги до автобусних турів. Наявність автобусних екскурсій у Львівській області. Стан та розвиток автобусних екскурсій у Львівщині та популярність їх серед туристів.

Постановка проблеми. Львівська область - одна з найпопулярніших та туристичних областей в Україні, тому туризм займає чи не 1 місце у економіці міста.

На основі багато показникового аналізу туристичного потенціалу Львівщини визначено субрегіони перспективного туристичного розвитку. Якщо проаналізувати економічні данні з туристських надходжень, то ми можемо побачити, що найбільше надходжень йде з екскурсійної справи, а саме з пішохідних екскурсій та автобусних.

Тому якщо ви маєте велике бажання відвідати Львівську область за короткий час, то вам потрібно звернути увагу на автобусні тури. Автобусні тури досить популярні, але не достатньо розвинуті як по всій Україні так і у Львівській області. Саме тому ми розглянемо стан та перспективи розвитку автобусних екскурсій у даній області.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням стану та розвитку автобусних екскурсій в туризмі присвятили свої дослідження вітчизняні на зарубіжні вчені, такі як: Зінько Ю., Мальська М., Антонюк Н., Величко В.В., Сидоренко І. О. та багато інших.

Метою написання даної статі є розгляд стану та перспектив розвитку автобусних екскурсій на Львівщині.

Виклад основного матеріалу. Екскурсія як тип рекреаційної діяльності інтерпретується як процес наочного пізнання навколишнього світу (особливостей природи, сучасних та історичних подій, елементів побуту).

Екскурсія являє собою цілеспрямований, наочний процес пізнання навколишнього середовища. Цей процес будується з використанням задалегідь відібраних об'єктів, що знаходяться в природних умовах, і проходить під керівництвом кваліфікованого фахівця-екскурсовода згідно задалегідь визначеною тематикою [1, с. 106].

За способом пересування екскурсії бувають [2]:

- пішохідні
- транспортні

Транспортні екскурсії - в основному автобусні, але бувають і тролейбусні, теплохідні, залізничні подібне. Вони мають свої особливості - аналіз екскурсійних об'єктів здійснюється на зупинках з виходом із транспортного засобу, а також під час його руху [4].

Львівська область - це унікальне місце з унікальними пам'ятками, саме тому вона має маркові продукти, які відрізнятимуться інноваційністю і конкурентоспроможністю на державному і закордонному ринку. Міжрегіональною туристичною маркою, спільною для західноукраїнських областей, є транзитні переїзди із заходу на схід, а також через Карпати до Словаччини, Угорщини і Румунії.

Для Львівської області характерні маркові продукти [3]:

- екскурсійна траса «Золота Підкова» - стародавніми замками і оборонними спорудами Львівщини;
- сентиментальні автобусні екскурсії для поляків слідами польської історичної і культурної спадщини;
- лікувальні і відпочинково-оздоровчі перебування у популярних перед карпатських курортах, таких як Трускавець, Моршин і Східниця;
- гірськолижні заняття у Сколівських Бескидах;
- перебування на селі у гостинних господарствах.

Також є багато звичайних автобусних екскурсій, які може замовити кожен турист, серед них: «Золота підкова Львівщини», «Чари австрійського Львова», «Замки Львівщини», «Фортеція Тустань» та багато інших [2]. Ці екскурсії ні чим не гірші ніж пішохідні. На них можна побачити багато пам'яток, якими пишається Львівська область і закохатися у це місто раз і назавжди.

Тож, чому автобусні екскурсії – це гарний варіант подорожі у Львівській області? Так як Львів – це туристичне місто, то влада робить все можливе задля покращення своєї області, сюди можна віднести [5, с. 79]:

- гарні дороги, що дуже важливо при автобусній екскурсії;
- якісних екскурсиводів з якісним наданням послуг;
- інфраструктуру біля пам'яток;
- прийнятний вигляд територій;
- додаткові послуги.

Все це зачаровує туристів та змушує їх приїхати сюди знову. А тепер можемо розглянути перспективи розвитку на даній місцевості. Львівщина – це колоритна область зі своєю історією, традиціями, але вона як і всі області в Україні має як сильні так і слабкі сторони. За допомогою SWOT-аналізу ми виявили сильні і слабкі сторони розвитку автобусних екскурсій, а також охарактеризували сприятливі можливості та загрози. SWOT-аналіз ефективного розвитку автобусних екскурсій на Львівщині (табл. 1).

Таблиця 1

SWOT-аналіз ефективного розвитку автобусних екскурсій на Львівщині

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
<p>1. Наявність природних та рекреаційних ресурсів.</p> <p>2. Визначні історичні пам'ятки (стара історична частина Львова занесена до світової спадщини ЮНЕСКО).</p> <p>3. Широкий спектр допоміжних послуг (закладів харчування, розважальних закладів тощо).</p> <p>4. Наявність суспільних та комерційних організацій, які можуть сприяти розвитку туризму.</p>	<p>1. Низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури.</p> <p>2. Незадовільний стан доріг.</p> <p>3. Відсутність під'їздів до багатьох туристичних об'єктів.</p> <p>4. Недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази в галузі туризму.</p> <p>5. Слабка взаємодія місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування щодо забезпечення розвитку туризму і рекреації в регіоні.</p>
Можливості (O)	Загрози (T)
<p>1. Розвиток різних елементів туристичної та відпочинкової інфраструктури.</p> <p>2. Можливість росту ринку</p>	<p>1. Зростаюча конкуренція серед туристичних регіонів України.</p> <p>2. Занепад архітектурних пам'яток та урбаністичної структури міста.</p>

<p>туристичних послуг, при ефективному використанні наявних туристичних ресурсів та інфраструктури.</p> <p>3. Зростаючий інтерес громадян до історико-культурної спадщини.</p>	<p>3. Незацікавленість туристів</p>
--	-------------------------------------

Проведений SWOT-аналіз дозволив виявити ключові фактори успіху автобусних екскурсій на Львівщині, певні недоліки, які негативно впливають на розвиток туристичної діяльності в регіоні.

Але певні недоліки та загрози повинні бути ліквідовані за допомогою дієвої політики органів місцевого самоуправління у взаємодії із суб'єктами підприємницької діяльності.

Висновки. Львівщина – це чудова область для подорожі, але вона має як позитивні, так і негативні фактори розвитку автобусних екскурсій. Задля покращення екскурсійної справи, а саме автобусних екскурсій, місцева влада повинна слідкувати за ситуацією з дорогами, вкладати в це гроші, зробити доступним відвідуванням пам'яток не тільки у Львові, а на її окраїнах, бо там також є що відвідати.

Список використаних джерел

1. Величко В.В. Організація рекреаційних послуг: навчальний посібник. Харків: Вид-во «ХНУМГ» ім. О. М. Бекетова», 2013. 202 с.
2. Екскурсії у Львові від компанії LK-тур. URL:<http://lk-tour.com/ru/%D1%8D%D0%BA%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81%D0%B8%D0%B8-%D0%B3%D0%B8%D0%B4%D1%8B-%D1%8D%D0%BA%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D1%8B.html>
3. Зінько Ю., Мальська М., Антонюк Н. Розвиток туристичних продуктів і інвестицій на Львівщині. *Соціально-економічне гуртування у контексті модернізації транскордонних регіонів*. 2008. С. 393-404. URL:http://tourlib.net/statti_ukr/zinko2.htm.
4. Методичні рекомендації «Технологія розробки екскурсії». ОКЗ «Харківський організаційно - методичний центр туризму». Харків. 2016. URL:http://www.omctur.kh.ua/sites/default/files/metodicheskie_rekomendacii_tehnologiya_r_azrabotki_ekskursii.pdf.
5. Сидоренко І. О. Напрями щодо удосконалення системи управління якістю діяльності туристичних підприємств (організацій, фірм) в сучасних умовах господарювання. Формування ринкових відносин в Україні: «Збірник наукових праць», 2005. 78-80 с.

О. О. Самодахова, В. С. Павленко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ СИТУАЦІЮ СЕЛА

У цій статті розглянуто розвиток сільського туризму. Ознайомлені основні проблеми сільського населення та вплив сільського туризму на економічну ситуацію села, оскільки він позитивно впливає на відродження, збереження і розвиток місцевих народних звичаїв, промислів, пам'яток історико-культурної спадщини, а також розширює канали реалізації продукції підсобного господарства селянина.

Постановка проблеми. Сільський туризм – це надання (чи отримання) послуг туристичних атракцій, асоційованих з відпочинком, по використанню екосистемного потенціалу агропромислового комплексу та локальної інфраструктури певного регіону сільської місцевості або ж її характерної колоритної особливості (культурної, архітектурної, етнічної, господарської тощо). Розвиток цього виду туризму, сприяє вирішенню проблем села, наприклад, таких як безробіття, цим самим покращує економічну ситуацію села [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти сільського туризму висвітлені у працях відомих учених у галузях права, історії, туризмознавства, соціології, економіки й географії, зокрема: Ю. Алексєєва, В. Євдокименко, А. Корлоль, М. Лендела, В. Мікловди, М. Пітюлича та інших дослідників.

Мета роботи. Охарактеризувати стан розвитку сільського туризму, як напряму підвищення рівня життя і доходів сільського населення.

Виклад основного матеріалу.

Сільський туризм являє собою специфічну форму 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 [2].

Сільський туризм є важливим соціально-економічним явищем сучасності. На його розвиток впливають природно-географічні, історико-політичні, соціально-економічні та демографічні фактори. Розвиток сільського туризму в Україні відбувається спонтанно. Він тісно пов'язаний з розвитком суспільства та підпорядковується його об'єктивним законам.

Фактори розвитку сільського туризму поділяють на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів розвитку туризму відносять географічне положення регіону, політичні відносини між країнами, міжнародний розподіл праці, рівень цін на міжнародному ринку та в різних країнах,

співвідношення валют. Такі демографічні фактори, як зростання населення, його щільність і концентрація у великих містах призводять до збільшення туристичного потенціалу, намагання опинитись у менш людних місцях. Велику роль відіграє близькість до транзитних шляхів і країн, які поставляють туристів та віддаленість від «гарячих» точок планети. На формування світових туристичних потоків впливає співвідношення рівнів соціально-економічного розвитку різних країн.

Внутрішні фактори розвитку сільського туризму є визначальними. Природно-географічні особливості й кліматичні умови країни, наявність та якість природних ресурсів і можливість їх зручного використання; економічна ситуація в країні; внутрішня політика країни, політична стабільність; суспільний лад, рівень розвитку продуктивних сил, структура і рівень добробуту населення є вирішальним серед факторів розвитку сільського туризму [4].

В Україні є багато природних, кліматичних та рекреаційних ресурсів для розвитку сільського туризму, використання яких почали нещодавно. Держава охороняє близько 30 національних і регіональних парків, садиб відомих діячів. Наявні лікувальні ресурси - понад 400 джерел мінеральних вод і більше 100 родовищ цілющих вод, які є унікальними не лише тільки для України, але й для країн Європи. Провівши дослідження виявилось, що кожний регіон України характеризується своїм напрямом розвитку сільського туризму.

На даний момент західний регіон посідає провідне місце в розвитку сільського туризму. Найбільш популярним є район Карпат у чотирьох областях, до яких він входить: Івано-Франківська, Закарпатська, Львівська та Чернівецька.

Через розруху в аграрному секторі сільське господарство стало для сільської молоді неперспективною сферою діяльності. За незначними винятками, в селах немає робочих місць, навіть якщо вони є пропонувані розмір оплати праці неприйнятний для молоді й активної людини. За даними соціологічних досліджень, лише 9% молодих селян організували власне фермерське господарство або збираються це зробити. Не влаштовує молодь і важка малопродуктивна праця в особистих селянських господарствах, де практично неможливо організувати ефективне товарне виробництво. Погіршується якість та рівень освіти сільської молоді, збільшується частка тих, хто має лише базову загальну та початкову освіту, особливо це 15-19 річні селяни. Все це спричинено незадовільними матеріальними умовами життя більшості сільських жителів та критичним станом мережі сільських загальноосвітніх закладів [3].

Сільський туризм впливає на соціально-економічні проблеми села, розширює сферу зайнятості сільського населення, дає селянам додатковий заробіток. Розширює можливості зайнятості сільського господаря не тільки у виробничій сфері, а й у сфері обслуговування. При напливу відпочиваючих з'являється потреба в задоволенні їх різноманітних потреб, а це, в свою чергу, стимулює розвиток сфери послуг.

Важливим результатом розвитку сільського туризму є розширення можливостей реалізації продукції особистого вироблення господарства. Спостерігаючи можна побачити, що сім'ї, які приймають відпочиваючих, вдосконалюють структуру посівів на присадибних ділянках з урахуванням потреб гостей, розширюють асортимент овочевих культур, фруктових дерев, ягідників, розвивають і урізноманітнюють присадибне тваринництво, заводять тепличне господарство.

Суттєву роль відіграє розвиток також у підвищенні культурно-освітнього рівня сільського населення. Готуючись приймати і обслуговувати відпочиваючих, члени селянських родин повинні поповнювати свої знання. Спілкування з гостями розширює їх кругозір, дає змогу отримати нові знайомства, завести друзів в інших населених пунктах [5].

Необхідно активізувати значення місцевої влади у підтримці цілей сільського зеленого туризму. Тому що, кожний місцевий чиновник має зрозуміти, що сільський туризм – це додаткові гроші, поліпшення інфраструктури району та створення робочих місць. Саме місцева влада можуть клопотати про забезпечення податкових пільг при одержанні державних дотацій (з місцевих бюджетів) особам, які беруть участь у наданні агротуристичних послуг.

Висновки і перспективи подальших наукових досліджень. Сільський туризм – це можливість покращення сільської економіки. Це перевірена на практиці багатьох європейських країн діяльність, яка ініціюється самим населенням – з одного боку, туристами, з іншого - тими, хто їх приймає. Сьогодні вже виникає необхідність підготовки тренерів, викладачів та менеджерів, стажування в європейських країнах як державних службовців, так і громадських організацій з метою вивчення їх досвіду. А згодом і введення системи якості послуг (акредитації садиб).

З кожним новим роком карта України порожніє. Села, що залишилися без жителів, спочатку перетворюються на примари, а потім і зовсім стираються з лиця землі та державних реєстрів. З моменту незалежності в Україні офіційно припинили своє існування 641 населений пункт – 601 село і 40 великих селищ.

Але ці цифри не до кінця об'єктивні, кажуть експерти: у країні повно сіл, які існують тільки на папері, хоча там давним-давно ніхто не живе. І коли

у влади нарешті дійдуть руки почистити реєстри, цифра зниклих сіл стане набагато більшою. Сільський туризм допоможе знизити ці жахливі числа.

Список використаних джерел

1. Гордецкая Н. Сельский туризм, проблемы и пути их решения: мат. Семинара. Симферополь: Сонат, 2014. 127 с.
2. Васильев В. Сільський зелений туризм або відпочинок у селі. Туризм сільський зелений: науково-популярний журнал. 2006. 63 с.
3. Павлов О. Парадигма сільського розвитку. *Економіка України*. 2006. № 7. С. 41-48
4. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: Підр. К.: Грамота, 2006. 264 с.
5. Обґрунтування розвитку сільського туризму в Україні. URL: <https://vuzlit.ru/>

А. М. Цимбалюк

Науковий керівник – Ксенофонтова М. М.

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СВІТОВИЙ ДОСВІД В ОРГАНІЗАЦІЇ САДИБ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Розглянуто особливості становлення сільського зеленого туризму та його роль у розвитку туристичної галузі у світі. Вивчено особливостей виникнення зеленого туризму в країнах Східної Європи; наявність ресурсів для розвитку зеленого туризму; джерела фінансування сільського туризму.

Аналіз наукових досліджень та публікацій. Питаннями зеленого туризму займалися такі відомі учені як: Ю. Алексєєва, В. Євдокименко, А. Корлоль, М. Лендела, В. Мікловди, М. Пітюлича та інші [1, 3, 6].

Вивчення даного виду туризму займалися І. Кнауд, Г. Данн, В. Опермман, Д. Барман. Велику роль у розвитку та визначенні сільського туризму зіграли звіти Європейської Комісії з регіонального і сільського розвитку [2, 4].

Виклад основного матеріалу дослідження. Зелений туризм - відносно молода сфера туристичного відпочинку, проте вона вже відвойовує собі почесне місце серед всіх можливих рекреацій сучасної людини.

Світовий досвід показує, що розвиток сільського туризму розглядається як діяльність, альтернативна сільському господарству. Сільське господарство не може сьогодні запропонувати шляхи істотного поліпшення ситуації на селі, і тому саме сільський туризм, враховуючи перспективи його розвитку, може забезпечити певну економічну стабільність. Саме сільський туризм пропонує сучасному туристичному ринку новий вид діяльності - економічної за формою, рекреаційної, екологічної по сутності, соціальної за напрямком.

Взагалі поняття «зеленого туризму» в двох словах - це відпочинок в приватних господарствах у сільській місцевості, цікавої туристичними об'єктами.

Основне, що приваблює у СЗТ - це комплекс чинників, що сприятливо впливають на людину: оздоровчий, естетичний, пізнавальний.

Відпочинок в сільській місцевості - це не курорт, де безліч туристів. Тут - стан релаксації, яка особливо необхідна для жителів міст! Багато туристів із задоволенням зустрічають на селі Новорічні і Різдвяні свята або просто відпочивають у колі друзів чи таких умовах. Це дуже зручно для сімей і невеликих груп.

Крім того, вдале ведення і поступовий розвиток сільського туризму обумовлюють вкладення коштів в розвиток сільської інфраструктури, транспорту, зв'язку, торгівлі, комунального господарства.

Починаючи з 70-х рр. в європейських країнах спостерігається суттєва активізація розвитку сільського туризму. Серед основних причин, що зумовили цей процес, виділяють наступні:

1) складна економічна ситуація в аграрній сфері більшості країн Європи зумовила пошук нових, «поза аграрних» сфер зайнятості сільських жителів;

2) саме в цей період на тлі своєрідного туристичного буму і суттєвої комерціалізації масового, туризму зросла популярність альтернативного туризму, пропагує активний відпочинок в чистому природному середовищі і в оточенні місцевого населення.

Багато європейських країн, а саме: Польща, Італія, Іспанія, Литва, Латвія, Словенія, Чехія, Чорногорія, Угорщина широко розвивають сферу сільського туризму, однак, підходи до розвитку даного виду туризму і його перспектив в цих країнах дещо відрізняються [1, 6].

Розглянемо особливості зеленого туризму в різних країнах :

Великобританія – доступні ціни, спеціальні знижки для дітей, друкуються рекламно-інформаційні каталоги СЗТ

Угорщина – податкові пільги, міжнародна спеціалізація кінний туризм

Польща – відсутність тісного зв'язку з традиціями країни - тільки ночівля та харчування

Італія – агротуристичний бізнес тісно пов'язаний з курортним, міжнародна спеціалізація астрономічний і дегустаційний туризм

Австрія – зайнятість гостей у збірці трав, приготуванні молокопродуктів, вигоні худоби, активний гірський та екологічний туризм

Румунія – діє Національна асоціація сільського і культурного туризму, спеціалізація етнографічний та гастрономічний туризм

Фінляндія – будиночки без господарів, розміщені на берегах заповідних озер та річок

Франція – приморські агросадиби, кінні ферми, винні агросадиби, гірськолижні шале, агрокоттеджі, замки, рибальські будинки

Іспанія – сільські готелі відкрито на Канарських і Балеарських островах, а також у переобладнаних монастирях та історичних замках

Данія – діє Національна асоціація агротуризму, спеціалізація велосипедний туризм

Ісландія – категоризація номерів на три категорії, категоризація гостьових будинків (A,B,C,D,T,F,G)

Німеччина – більшість туристів приїздить для участі у міжнародних ярмарках та торгових шоу.

Варто відзначити вагому державну підтримку програм залучення сільських громад до зеленого й агротуризму у європейських країнах. Європейський Союз вбачає в сільському туризмі основний важіль економічного підйому своїх сільських територій. За підрахунками експертів Європейського банку реконструкції та розвитку, облаштування в місті вихідця з сільської місцевості в 20 разів дорожче, ніж створення умов для його життя і роботи в селі.

У Польщі сільський туризм традиційно поєднується з поняттям «господарська гостинність». Держава підтримує бажаючих розпочати діяльність в сфері сільського туризму і тих, хто вже надає такі послуги відпочиваючим на базі своїх господарств. Вони мають право вести повноцінну господарства, але при цьому не бути обтяженими зобов'язаннями, які покладаються законодавством на інші підприємців.

Як зазначає Є. Грущинська, на сьогодні в Польщі накопичено чималий досвід по категоризації (стандартизації) середовищ існування сільських туристів. Перш за все це стосується нічліжної бази, яка повинна відповідати санітарним нормам і гарантіям безпечного відпочинку. Слід зауважити, що в Польщі категоризація сільської нічліжної бази не є обов'язковим. Це добровільні дії, виконуються з ініціативи постачальника агротуристичних послуг. Власники агросадіб самі зацікавлені в проведенні категоризації нічліжної бази з метою кращого просування своїх послуг на туристичному ринку (оскільки система стандартизації широко використовується організаціями, які займаються рекламою сільського туризму як в самій Польщі, так і за кордоном) і наближення рівня послуг в міжнародних стандартів [4, 6].

Згідно з діючими в Польщі правовими нормами, сільський туризм - це вид діяльності, яка полягає в наданні готельних послуг або пропозиції гостям більше 5 кімнат (з харчуванням або без), в будинках, розташованих в сільській місцевості, а також у наданні туристичного обладнання, організації наметових містечок і кемпінгів і т.д. господарствами, від власної сільськогосподарської діяльності отримують менше 50% своїх доходів.

Сільський туризм охоплює також автомобільні, велосипедні, водні або кінні подорожі з перебуванням в малих сільських готелях, пансіонатах, кемпінгах, лісових господарствах або в приватних садибах.

В Італії розвиток агротуризму стало можливим на основі добре розвиненої туристичної інфраструктури тих чи інших регіонів і загальновідомих територій, наприклад, Тоскани. До цього додаються: краса пейзажів, значна кількість історичних і природних пам'яток, хороші вина і якісна місцева кухня, яка займає значне місце в «формулою успіху». В Італії виділяють три напрямки агротуризму: «природа і здоров'я», «традиційна гастрономія» і «спорт».

В Угорщині традиційно вживаються фрази: «сільська хутірська гостинність», «сільський туризм», «сільський аграрний туризм» та інші. Причина в тому, що ця діяльність вважається різновидом робіт і послуг, які традиційно виконуються сільськими господарями в процесі господарювання на базі садиб.

Французька модель включає різноманітні форми класичного сільського туризму, що змінюються в залежності від близькості до моря. Також модель передбачає більший ухил в бік гастрономічного і винного туризму. Форми розміщення туристів в меншій мірі припускають проживання з фермером; туристи розміщуються в котеджах.

Для німецької моделі, в порівнянні з французької, дуже характерно проживання та харчування в будинку фермера. Також сільський туризм тяжіє до фермерського, до безпосередньої роботи в полях або в городі. Подієвий туризм теж необхідно віднести, в рамках даної моделі, до сільського, виду частих поїздок жителів в сільську місцевість в період проведення фестивалів.

Італійська модель ділиться на три основних напрямки за специфікою надання послуг. Це поєднання типового відпочинку в сільській місцевості з відновленням здоров'я (екотуризм), вивченням гастрономії та продуктів місцевого виробництва, які відрізняються з огляду на їх територіальної прихильності, а також заняття спортом. Розміщення туристів відбувається в апартаментах і кімнатах. Іноді зустрічаються наметові містечка.

Чеська сільська місцевість приваблює відпочинком в відомих виноробних регіонах і регіонах, що межують із заповідними територіями. Для Чехії це порівняно недавній вид відпочинку в селі, тому підприємці схильні розглядати його як можливість диверсифікувати свій агробізнес. Найпоширеніший вид туризму поєднує відвідування кінних ферм і занурення в автентичний сільський спосіб життя.

Іспанська модель - одна з найбільш найбільш розвинених. Поширений відпочинок в селі, відпочинок на фермі, знайомство з побутом, гастрономією,

догляд за тваринами.

У Латвії сільський туризм - це такий вид відпочинку, який передбачає знаходження туриста в сільській місцевості з чисельністю місцевих жителів до 5000 або в поселенні, і надання йому персоналізованих послуг, пов'язаних із зануренням в побут, спосіб життя і традиції фермера. Особливість розуміння сільського туризму в Латвії - він повинен працевлаштовувати і приносити дохід тим людям, які проживають безпосередньо в тій місцевості, куди приїхали туристи. Це дозволяє розглядати латвійську модель сільського туризму як інструмент розвитку території, а не тільки як вид туризму. Розміщення - до 20 ліжко-місць, при цьому кількість місць для туристів - до 50% від місць постійного проживання. Проведення виїзних заходів і прийом масового туриста, згідно з критеріями латвійської моделі, не можна вважати сільським туризмом.

У Румунії інтереси власників агроосель представляє Національна асоціація сільського, екологічного і культурного туризму. Сільський туризм у цій країні розвивається насамперед у Південних Карпатах і орієнтується на такі ж переваги, що й Україна, тобто на збереження природного середовища й етнокультурних традицій.

Розвиток сільського зеленого туризму Австрії нині нараховує 15000 зареєстрованих агротуристичних господарств сумарною місткістю 170000 ліжко-місць. Вартим є вивчення досвіду і європейських сусідів України: Угорщини, Румунії, Польщі. Законодавством Угорщини сільський зелений туризм віднесено до сфери ведення особистого селянського господарства, тут формуються відповідні пільгові податкові інструменти. До числа найпопулярніших місцевостей відносять південно-західну область Ваш, східну область Сольнок (район р. Тис) і славнозвісний Хортобадський степ. «Родзинкою» сільського туризму в цій країні є його поєднання з національними традиціями конярства [6].

Виходячи з характеристик світових моделей сільського туризму, можна зробити висновок, що розвиток туризму в сільських регіонах - це інструмент перерасподільної моделі для скорочення розриву між найбільш відсталими сільськими районами та іншими галузями економіки. Ця модель передбачає наступні положення:

- сільські райони розглядаються переважно як райони слаборозвинені, структурно відстаючі від розвитку міських районів в силу несприятливих природних і соціально-економічних чинників;
- потреба розвитку, застосовувана в цій моделі, вимагає диверсифікації доходів сільськогосподарських підприємств,

оскільки сільське господарство є основною галуззю виробництва в цих районах. У той же час модель визнає, що сільське господарство не може бути єдиним важелем, за допомогою якого можна подолати розрив між цими районами і решті економікою.

Беручи до уваги той факт, що на 56% жителів Європейського Союзу проживають в сільській місцевості, що складає 91% території (рис. 1), необхідно звернути увагу на збалансування рівня розвитку урбаністичних і сільських територій. Під сільською місцевістю тут прийнято розуміти територію з населенням не більше 5000 і з щільністю не більше 300 чоловік на 1 км .

Висновок. Зелений туризм – корисний як для відпочиваючих, так і для господарів – селян, сільських громад, регіонів і держави в цілому, сприяє розвитку багатьох пов'язаних з ним галузей економіки. Розвиток сільського зеленого туризму спонукає до покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, в цілому сіл, а також стимулює розвиток соціальної інфраструктури.

Під зеленим туризмом часто також розуміється відпочинок саме у селах, у «зеленій місцевості». Туризм займає особливе місце в економіці країн і саме розвиток зеленого туризму дасть можливість зменшити рівень безробіття на ринку праці , скоротити міграції робочої сили з села до міста, розвивати соціальну інфраструктуру села, покращувати благоустрій осель, вулиць та сіл [1, 5].

Програма розвитку зеленого туризму є одним з важливих заходів, пов'язаних з розвитком соціальної сфери села, особливо в період міжсезоння. Саме тому розвиток зеленого туризму може стати для селянського господарства додатковим джерелом фінансових надходжень.

Список використаних джерел

1. Биркович В.І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України. *Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник.* 2008. №1 (6). С.138-143.
2. Європейський банк реконструкції та розвитку. URL:<http://www.ebrd.com/>.
3. Лужанская Т. Ю., Махлинец С. С., Тебляшкина Л. И. Сельский туризм: история, настоящее и перспективы: Учебное пособие. / Под редакцией д. г. н., Профессора Волошина И. М. К.: Кондор, 2008. 385 с.
4. Матеріали семінару Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО) «Сільський туризм: рекомендації щодо розвитку». *Туризм сільський зелений.* 2003. №4.
5. Сельский туризм - это общественная дипломатия. Тарас Астахов. Материалы научной конференции «Сельский туризм как современный фактор реализации общественной дипломатии». URL:http://www.ratanews.ru/news/news_21052009_5.stm
6. Baltic Country Holidays. Professional information
URL: http://www.celotajs.lv/cont/prof/assoc/definition_en.litml

РОЗДІЛ II

ПРОБЛЕМИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ

Л. А. Бездідько, В. М. Зігунов

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ГОТЕЛЬНУ ІНДУСТРІЮ

У даній роботі розглядаються деякі найсучасніші технології, які зараз використовуються в готельній індустрії, і як вони покращують досвід відвідувачів та змінюють платформу послуг гостинності. У статті проаналізовані деякі майбутні інновації у готельній сфері, які ми можемо очікувати, оскільки інтернет технології (IoT) постійно вдосконалюються. Саме тому в даній роботі висвітлені деякі основні проблеми, які необхідно подолати, щоб створити успішну роботу готельної індустрії на майбутнє.

Постановка проблеми. Індустрія гостинності – одна з рушійні сили глобальної економіки. Широке впровадження нових технологій у цій галузі протягом останніх років повністю змінило спосіб надання та отримання готельних послуг. Ведення готельного бізнесу – це один із найприбутковіших напрямків інвестування власного капіталу. Держави з розвиненою стійкою економікою потребують розширеного готельного сегменту в структурі економіки. У цьому випадку індустрія гостинності є необхідною складовою зовнішньої політики держави, а організація розміщення та дозвілля – незамінний атрибут масштабного бізнесу в різних аспектах. Великі готельні мережі та окремі готелі – це місце проведення різних симпозіумів, конференцій, презентацій та інших публічних заходів для великого бізнесу. Тим паче різні заходи, що проводяться на рівні великих підприємств, часто зосереджуються в рамках одного або декількох близько розташованих готелів.

В умовах активного розвитку економіки, держава безперечно, потребує розвитку готельного бізнесу. Саме в такому разі інновації, а саме їх фінансування, впровадження та використанням у готельно-ресторанних підприємствах потребують безперервного покращення. В цих умовах проблема інновацій виникає, коли країна і, зокрема її економіка, перебувають у кризовому стані. В такий період, велике значення надається актуальності нововведень в готельному бізнесі. В умовах погіршення економічних обставин в Україні, тема оновлення готельного господарства є запорукою стабільності ринкової економіки. Оскільки заклади гостинності за своєю суттю потребують фундаментального оновлення та технологічного

переоснащення, вони є потенційно важливими об'єктами інвестування. У сучасних умовах переважна більшість підприємств готельного бізнесу не може дозволити собі впровадження нововведень через високий ризик не перетнути межу беззбитковості протягом періоду, зазначеного у бізнес-плані. Це означає вимушену відмову від нововведень, які не підтверджуються емпіричним методом. У той же час, інновації, які вимагають незначного рівня інвестицій, активно просуваються в готельному бізнесі.

Ці нововведення не потребують оплати за використання ліцензій, одноразових платежів, власних нововведень, пов'язаних з організаційною структурою, особистими якостями об'єднань працівників, сформованих на рівні підприємства готельного бізнесу за допомогою експерименту чи адаптації до конкретних умов. Ключові особливості таких нововведень відображаються у стихійності їх впровадження, небажанні керівників далі обробляти результати інновацій, тобто свідомому обмеженні зростання соціальної ефективності, викликаній інноваціями.

В даній роботі були використані наступні загальнонаукові методи, що стали методологічною основою цього дослідження: метод аналізу та синтезу – при проведенні аналізу існуючих теоретико-методологічних підходів та положень, наукових розробок з проблемами покращення якості готельних послуг на інноваційній основі, а структурно-логічний метод – при систематизації факторів, що впливають на впровадження інновацій в готельний бізнес, метод факторного аналізу – при визначенні впливу факторів на рівень задоволеності клієнтів, що скористались інноваційними готельними послугами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження підвищення якості готельних послуг на інноваційній основі знайшли відображення у роботах Алимбекової (2016), Берліна та Шишкіна (2013), Кусіної (2014), Куценко (2015) та Сужаєва (2014). Тим не менш, проблемні питання, що стосуються комплексного аналізу розповсюдження інновацій в готельному бізнесі, залишаються недостатньо розкритими.

Формулювання цілей статті. В ході дослідження планується розробити підходи до підвищення якості готельних послуг на інноваційній основі, роздивитись стратегії інноваційного розвитку підприємств готельного бізнесу. Крім того, поставлено завдання обґрунтувати підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу, визначити та сформулювати основні напрями інноваційного розвитку компаній індустрії гостинності на регіональному рівні.

Виклад основного матеріалу. Високо конкурентне середовище індустрії гостинності спонукає до пошуку нових шляхів та елементів

ефективної діяльності. Однією з основних тенденцій у цій сфері є розробка та застосування різноманітних інновацій та нових елементів, які можуть послужити потужним поштовхом для розвитку індустрії гостинності. Інновації всіх видів є важливими як для життєздатності, так і для конкурентоспроможності готельних підприємств. Систематичне та повсемісне використання інновацій для забезпечення зростання продуктивності підприємства зараз визнано широким колом дослідників та практикуючих менеджерів [7].

Існує широкий спектр факторів, що впливають на застосування та розвиток інновацій, тобто послідовні галузеві проблеми, специфічний менталітет споживачів, культурні та національні відмінності клієнтів, які користуються готельними послугами. Інноваційна тенденція в індустрії гостинності проявляється завдяки здатності генерувати різноманітні інновації, які забезпечать успішний розвиток готелю. Широке застосування нових знань, а також їх комбінацій породжує нові послуги, продукти та технології [3].

Якщо готель не залучений до жодного інноваційного процесу, його ефективність рано чи пізно зменшиться, а конкурентоспроможність буде повністю втрачена. Усі види, типи інновацій та рівні їх прояву, створюють інноваційний простір. У реальному житті очевидні прогалини між основними етапами інновацій та їх застосуванням у готельному господарстві. Ці прогалини можуть бути достатньо і практично пояснені обмеженим фінансуванням або високими інвестиційними ризиками [3].

Внутрішній та міжнародний туризм вже кілька років стабільно зростає. Дохід від проживання, харчування, напоїв та інших послуг, що надаються цьому великому потоку мандрівників, змусив індустрію дозвілля та гостинності стати ключовим рушієм світової економіки. Для стійкого зростання цієї галузі фахівці прагнуть значно поліпшити види та якості послуг гостинності, щоб пристосуватись до зміни споживання та поведінки подорожей, що змінюється на базі клієнтів. Зокрема, ці вдосконалення спрямовані на залучення нового покоління людей технофілів, які подорожують за жорстким бюджетом [1]. Впровадження цих удосконалень поєднує повне перетворення пакетів послуг та базових технологічних рамок, якими зараз користуються постачальники послуг гостинності (HSP). Метою цих удосконалень має бути: персоналізація досвіду та вдосконалення надаваних послуг [1].

Інноваційна діяльність в готельному секторі спрямована на створення та впровадження інновацій. У цьому випадку нововведення можуть включати: використання передових інформаційних та телекомунікаційних

технологій; вдосконалення технології надання готельних послуг; створення нових видів готельних послуг; моделі готельного бізнесу; формування стратегічних альянсів; впровадження сучасних форм діючих готельних комплексів.

За цих умов готельний бізнес останнім часом сильно змінився внаслідок впровадження інновацій. Центральними тенденціями його розвитку є: формування готельних мереж; поглиблення спеціалізації готелів; розвиток мережі малих підприємств готельного бізнесу; впровадження передових телекомунікаційних технологій; орієнтація на екологічну сумісність; збільшення простору деяких нових готелів [5].

Все це забезпечується тим, що готельні підприємства формуються в результаті взаємодії організаційних та соціально-економічних відносин. Для підвищення конкурентоспроможності на ринку вони об'єднуються у мережі, які намагаються розширити свій вплив у світі за рахунок збільшення кількості готелів та сприяння високим стандартам обслуговування.

У готельному бізнесі глобалізаційні процеси найкраще простежуються на прикладі сектору закладів розміщення туристів, в якому транснаціональні корпорації складаються у формі міжнародних готельних компаній, міжнародних готельних мереж та міжнародних готельних консорціумів. За останні роки в Україні все більшої популярності набула концепція створення готельних мереж, кількість яких значно збільшується. Такі готелі пропонують туристам послуги найвищого рівня, надають інформаційну базу даних, отримують скорочення загальних витрат, мають досвід роботи як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках [2].

Тим часом Україна робить перші кроки до глобалізації готельного бізнесу. Відомі світові мережі готелів почали активно розвивати український ринок готелів. На сьогоднішній день на українському ринку існує більшість великих міжнародних готельних операторів, які надають послуги як прямого контролю над готелями, так і франчайзингу.

Однак абсолютна кількість діючих засобів, що знаходяться під брендом міжнародних операторів, все ще дуже мала: станом на сьогодні в Україні до міжнародної мережі включено лише 5% готелів із 1398. Враховуючи прогнозні розрахунки, до 2025 року на ринку запрацює 157 об'єктів. Поява всесвітньо відомих готельних брендів на території України дає такі переваги: підвищення загального рівня надання готельних послуг; поліпшення іміджу країни; стимул для підвищення рівня обслуговування національних готельних галузей; та позитивно впливає на обсяг туристичних потоків [6].

Загалом, незначна частина запасів готельних номерів в Україні знаходиться під міжнародною адміністрацією, що свідчить про надзвичайно

низький ступінь проникнення міжнародних операторів на український готельний ринок. Показники бізнесу провідних готелів залежать від політичних та економічних обставин, що існують на сьогодні в Україні та впливають на плани розвитку міжнародних операторів. Тому через обмежені фінансові ресурси та негативну динаміку операційних результатів впровадження нових готелів відкладається до поліпшення соціально-економічної ситуації країни. Більшість учасників ринку комерційної нерухомості ставляться до можливостей інвестування в розвиток нових об'єктів обережно. Практика показала, що з економічної точки зору будівництво нових проєктів комерційної нерухомості є не вигідним, за винятком введення об'єктів в експлуатацію на завершальній стадії реалізації завдяки значному обсягу вже вкладених коштів. Крім того, не слід забувати про тенденції відтоку іноземного капіталу з українського ринку, що, в першу чергу, пов'язане з макроекономічною нестабільністю та прагненням реінвестувати капітал на менш ризиковані ринки [7].

Іноземні інвестори відзначають цілу низку проблем, з якими вони стикаються в Україні. Результати цього дослідження серед сторін ринку нерухомості дозволили виявити основні фактори, що впливають на інноваційну привабливість готельного бізнесу: непередбачуваність політичної ситуації в довгостроковій перспективі; тісні зв'язки між бізнесом та політикою; необґрунтовані перевірки; відсутність механізмів протидії контролюючим органам; корупція; валютні ризики [3].

Надійність представлених підходів до підвищення якості готельних послуг на інноваційній основі підтверджується тим, що готелі зацікавлені у впровадженні інновацій, оскільки це дозволяє їм отримати перевагу в конкурентній боротьбі. Це, в першу чергу, міжнародні мережі готелів, які мають можливість вкласти значні кошти в розвиток.

В готельних комплексах широко впроваджуються нові технології, що сприяють спрощенню бронювання, посиленню контролю над доходами, витратами та зайнятістю. Інформатизація готелів здійснюється за двома основними напрямками: 1) підключення їх до світових транснаціональних мереж для оперативного бронювання з будь-якої точки світу; 2) автоматизація робочого процесу. У цих умовах відвідувачі веб-сайтів готелів можуть ознайомитись із інтер'єрами номерів, пропонованими послугами [4].

Нова тенденція розвитку сектору розміщення – це побудова самих незвичайних та екстравагантних готелів, щоб викликати цікавість та прагнення пізнати незвичні почуття власним досвідом. Такі готелі розташовані в неймовірних місцях та умовах: у бочках, підземних сховищах, колишніх тюрмах, фортецях, поїздах тощо. В Україні також з'явилися

незвичайні або нестандартні готелі, зупинитись в яких уже пригода. Кожен мандрівник, відчуваючи потребу в тихому та домашньому готелі, може знайти такий вид тимчасового будинку в різних містах України. Практика показала, що готельне господарство в усьому світі та в Україні розвивається з урахуванням екологізації, використання сучасного обладнання, сучасних технологій та безвідходних технологій. При цьому архітектурні та планувальні роботи будинку повинні бути доступними та забезпечувати економію в його експлуатації [8].

Якість готельного продукту пов'язана, з одного боку, з необхідністю охорони природного середовища, з іншого – із зростанням попиту туристів на екологічно чисті послуги та товари. Під час будівництва готелів необхідно враховувати особливості навколишнього ландшафту та необхідність його охорони, природні та кліматичні фактори. Екологічно чисті матеріали, безвідходні технології повинні використовуватися в інтер'єрі та обладнанні, а в ресторанах – екологічно чисті продукти та напої [8].

Дослідження показали, що впровадження інновацій та висока якість обслуговування в готелях підвищують їх конкурентоспроможність та рейтинг на ринку готельних послуг. Заохочення найкращих готелів з бонусами та публікація їх рейтингів на національному, європейському чи світовому рівнях можна розглядати як своєрідне нововведення, яке пропонує певний стимул для підвищення якості готельних послуг [5].

Висновки. Підсумовуючи, можна відзначити, що на ринку готельних послуг інновації успішно впроваджуються з метою залучення якомога більшої кількості клієнтів; викликати інтерес до власного готелю, торгової марки; залучення відвідувача та отримання постійного клієнта, і тим самим максимізувати прибуток готелю. У цих умовах поліпшення якості готельних послуг забезпечується диверсифікацією готельної діяльності та творчим підходом.

Все це сприяє розвитку нових технологій будівництва готелів, появі нових сегментів ринку, що задовольняють різноманітний попит відвідувачів. Важливим нововведенням розвитку готельного бізнесу стала поява готельних операторів. Серед готелів незвичайність та унікальність готельних організацій набуває все більшого значення.

Для вирішення проблем подальшого шляху розвитку готельного бізнесу необхідно розробити стратегію та тактику його розвитку, де були б визначені найважливіші завдання сектора, механізм та набір інструментів, необхідні для цього. Інноваційна стратегія підвищення якості готельних послуг повинна бути спрямована на реалізацію інновацій з урахуванням внутрішніх та зовнішніх факторів та наявних ресурсів. Інноваційна політика

в готельному бізнесі повинна включати пакет заходів щодо створення сприятливих умов для розвитку галузі та всебічного задоволення потреб і послуг, впровадження сучасних технологій управління в секторі розміщення.

Впровадження інновацій має здійснюватися як на рівні держави, так і на рівні окремих готелів. Подальше інноваційне зростання дозволить покращити якість готельних послуг на світовому ринку готельної нерухомості. Однак це можливо лише в разі нормалізації економічної та політичної ситуації в країні та створення умов для інвестиційної привабливості готельного сегменту.

Список використаної літератури

1. Агамірова Е. В., Лебедева О. Є., Лебедев К. А., Ількевич С. В. Методика оцінки якості туристичного продукту. Якість – шлях до успіху. Москва, 2017. 82-84 с.
2. Алієв І. М., Сігов В. І. Створення організації навчання як підвищення пристосованості людського капіталу компанії до нестабільності зовнішнього середовища. *Журнал європейських досліджень*. 2017. Вип. 20. Ч. 4. С. 57-69.
3. Алимбекова Б. Т. Управління якістю послуг готельного бізнесу. Економіка. Курськ. 2016. 115-119 с.
4. Берлін С. І., Шишкіна Н. А. Сучасна концепція управління якістю готельних послуг малих засобів розміщення. Економіка. *RightPrinting, Вісник KSEI*. 2013. №4. С. 214-225.
5. Бондаренко Т. Г., Ісаєва Е. А., Орехов С. А., Солтаханов А. У. Оптимізація системи стратегічного управління Компанією в умовах економічної нестабільності. *Журнал європейських досліджень*. 2017. Вип. 20 Ч. 2В. С. 3-24.
6. Державна служба статистики України. Київ, 2019. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.11.2019)
7. Джанджугазова Є. А., Кошелева А. І., Бондаренко А. П., Нікольська Е. Ю., Гарєєв Р. Р. Управління бізнесом у готельному господарстві: проблеми та рішення. *Міжнародний журнал прикладних бізнес-економічних досліджень*. 2016. Вип. 14 Ч. 15, С. 10949-10958.
8. Чіа-Юнг С. , Пей-Чун С. Переваги та готовність платити за атрибути зеленого готелю в поведінці вибору туристів: Справа Тайваню. *Журнал маркетингу подорожей та туризму*. 2014. Вип. 31 Ч. 8. С. 937-957.

А. С. Гиренко, В. В. Гордієнко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЄГИПТУ

У статті висвітлено питання, пов'язане з розвитком економіки готельно-ресторанного господарства Єгипту. Розглянуто рейтинг готелів та ресторанів, які обирають туристи із України. Досліджено статистичні дані щодо краєвих готелів та ресторанів Єгипту.

У наш час туризм є дуже популярним майже у кожній країні світу. Тому основною тенденцією економічного ринку є розширення сфери послуг. Внаслідок чого з'являються нові сегменти та сектора ринку, види послуг та технології. Серед усього цього особливе місце займає готельно-ресторанне господарство. Такий вид діяльності є особливо актуальним для підприємств туристичної сфери.

Фахівці переконані (Мальська М. П., Пандяк І. Г., 2009; Руденко С. І., 2008; Кравець М. О., 2011) у тому, що у процесі обслуговування туристів готельно-ресторанний бізнес відіграє особливо важливу роль, здобуваючи ряд специфічних рис. Це дозволяє вважати такий бізнес складовою індустрією туризму [4 с. 112; 5 с. 29]. Ресторани – одне з небагатьох місць на Землі, де працюють всі наші органи чуття, викликаючи загальне відчуття задоволення. Успішність діяльності ресторану залежить від багатьох факторів, починаючи від формулювання загальної філософії ведення бізнесу і закінчуючи контролем за тим, як ця філософія реально втілюється в життя. Готельне господарство – частина соціальної інфраструктури регіону, яка створює сприятливі умови для руху, облаштування населення. Ця сфера розвивається швидкими темпами і є найбільш важливим сектором туристичної діяльності. Без розвинутого готельного господарства неможливий розвиток туризму, ділових стосунків, вдосконалення виробничих відносин. Стан готельної сфери впливає на розвиток індустрії туризму загалом, створення туристичних послуг та інші ключові сегменти економіки – транспорт, будівництво, зв'язок, торгівлю. У цій галузі задіяна значна кількість населення, існує прагнення до покращення роботи в умовах постійно існуючої ринкової конкуренції, яка забезпечує їх рентабельність. Уряди багатьох сучасних країн економіки розглядають туризм як чи не єдину можливість свого успішного економічного розвитку. Ставлення до туризму як до інструмента розвитку суспільства й економіки базується на його ефективності. Він виступає як ресурс зайнятості населення, збільшення доходів і відновлення втрачених з різних причин природних і культурних ресурсів. Відомо, що різні країни і регіони різняться рівнем економічного розвитку. Одні з них процвітають, у той час як інші намагаються стримати процес суспільного й економічного падіння. Внаслідок цього усі країни дійшли розуміння того, що планування туризму становить основу його цивілізованого розвитку. За допомогою туризму постійно відбувається перекачування капіталу з економічно розвинених країн у країни що розвиваються. При цьому багато країн світу будують свою економічну політику на розвиток туризму. Для цього потрібно знизити податки, створити вільні економічні зони, спростити візові формальності, реалізувати великі національні і інтернаціональні проекти.

Використовують в основному методи економічного стимулювання розвитку туризму в розрахунку на майбутні надходження [1; 3; 4; 5;].

Мета – охарактеризувати особливості економіки готельно-ресторанного господарства Єгипту як основного аспекту розвитку туристської індустрії в країні.

Єгипет займає унікальне географічне положення, володіє унікальною спадщиною культури. Тут є пам'ятники часів фараонів, римського, коптського і ісламського періодів. Єгипет є одним з найбажаніших для відвідування місць. З точки зору мікроекономіки туризм створює мільйони робочих місць для єгиптян. Вакансії в сфері туризму в Єгипті дуже вигідні в порівнянні з іншими областями. З точки зору макроекономіки туризм має великий вплив на національну економіку країни. Туризм в Єгипті є одним з основних джерел твердої валюти, а також ефективним чинником економічного і соціального розвитку. Країна має достатній потенціал, щоб заробити великі гроші від туризму. Єгипетський уряд працює над багатьма туристичними проектами. Світовий банк та інші іноземні інвестори направляють сюди свої кошти для втілення цих проектів у життя. Туризм в Єгипті в 1988 році наздогнав нафту як основне джерело іноземної валюти країни і до цього дня залишається одним з головних прибутків [3 с. 89-112].

Роль туризму в економіці Єгипту відтворюється ступенем вкладу готелів і ресторанів в сектор послуг. За даними Міністерства економіки та міжнародної торгівлі, доходи від туризму становлять 11,3% ВВП і близько 12% від загального числа зайнятих в економіці. Цей висновок говорить не лише про доходи від туризму, які включають послуги готелів і ресторанів. До нього відносять витрати туристів на широкий спектр інших товарів і послуг. Дослідження оцінки внеску туристських витрат в обсяг податкових надходжень аналізує: податок з продажів складає від 0 до 25% загального обсягу виробництва, а прибутковий податок із заробітної плати і прибутку коливається від 10 до 20%. Дані індекси, податкові надходження безпосередньо пов'язані з цією діяльністю і складають 5% від загального числа прямих і непрямих податкових надходжень за рік. Результати роботи Єгипетського центру економічних досліджень очевидні. Це дослідження має підвищувати здатність підприємств як всередині, так і за межами індустрії туризму. За допомогою вдосконаленої оцінки зв'язків іноземного туризму з іншими секторами компанії можуть краще прогнозувати їхні потреби, використовувати свої можливості. Основними факторами, що сприяють розвитку туризму в Єгипті, є наявність великого природно-рекреаційного потенціалу та значні обсяги капіталовкладень у розвиток туристичної інфраструктури. Згідно з цим в Єгипті переважають чотиризіркові готелі.

Головною причиною такого явища є орієнтування на туристів із достатніми доходами. Проте із пониженням рангу готелю зменшується і кількість готелів [2].

Інфраструктура готелів у Єгипті відповідає найвищим вимогам готельного будівництва. Тут передбачені всі умови не тільки для відпочинку, а й для проведення корпоративних заходів, конференцій, семінарів та інших бізнес-зустрічей. Інфраструктура готелів у Табі відповідає найвищим вимогам готельного будівництва. Певною популярністю користуються й індивідуальні засоби розміщення туристів. Це знімні квартири, яхти і бунгало, де туристи можуть жити незалежно від політики туроператорів, використовувати наданий час на дійсно цікавий їм відпочинок. Ще одним популярним видом розміщення туристів в Єгипті є кемпінги. Офіційно кемпінги дозволені лише в деяких місцях Єгипту: у Харані, Луксорі, Асуані, оазисі Фарафра і національному парку Рас-Мухаммед. Інфраструктура в кемпінгах вкрай незадовільна. Не менш важливим також є санаторії та пансіонати. Єгипет володіє чималими природними ресурсами, які сприяють оздоровленню та розміщенню таких закладів. Найбільше пансіонати та санаторії в Єгипті розміщуються в таких курортно-оздоровчих закладах, як Хелуан, Хургада, оазис Фаюм, Асуан, Сінай, Сафага та Оун Мусса. Не варто забувати про окремі літні будинки, котеджі, вілли та бази відпочинку, які є досить поширеними в Єгипті [2; 3].

Готельний сервіс містить цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму. Вони створюються на принципах сучасної гостинності, що підвищує їхню роль у розвитку вітчизняного туризму. Для успішного вирішення комплексу завдань з обслуговування гостей, управління закладами із збереженням міцних конкурентних позицій необхідно оволодіти професійними знаннями і постійно їх вдосконалювати. В умовах конкурентного ринку послуг гостинності підприємства готельного бізнесу при обслуговуванні туристів та інших категорій громадян повинні забезпечити не лише високий рівень комфорту проживання, але й постійно підвищувати рівень сервісного обслуговування клієнтів, пропонувати широкий вибір додаткових та супутніх послуг. Актуальна проблема впровадження сучасних ефективних моделей управління, обумовлена необхідністю надання високоякісних послуг, зниженні витрат, координації персоналом, проведення маркетингових досліджень ринку готельних послуг. Таким чином, створення високоефективного готельного господарства відіграє важливе значення як одного з пріоритетних напрямів структурної перебудови економіки Єгипту. На підставі цього, Л. Г. Агафоновою та О. Є. Агафоновою розроблено

рейтинг готелів Єгипту, що обирають українці (табл. 1) [3].

Таблиця 1

Рейтинг готелів Єгипту, що обирають українці

Назва готелю	Середня вартість	Характеристика готелю
1. Reef Oasis Blue Bay Resort	755\$	Найпопулярніший готель серед українців. Розташований на курорті Шарм-ель-Шейх в районі El Basha Bay безпосередньо на березі Червоного моря.
2. Royal Grand Sharm	1055\$	Готель на 1 лінії з чудовим рифом. Знаходиться в 10 хвилинах ходьби від району Іль Меркато і парку атракціонів Phantasia Land.
3. Hilton Sharks Bay	640\$	Готель належить до знаменитої готельної мережі HILTON і є одним з найпопулярніших на узбережжі Червоного моря. Мальовничий кораловий риф (найкращий в регіоні) робить його ідеальним місцем для любителів снорклінгу.
4. Albatros Aqua Blu Resort Sharm El Sheikh	825\$	Готель з найкращою дитячою концепцією. Один з найпопулярніших готелів курорту. Готель буде хорошим вибором для якісного сімейного, а також активного молодіжного відпочинку.
5. Sultan Gardens	870\$	Один з кращих готелів курорту для сімейного відпочинку. Чудовий кораловий риф, неперевершений вигляд на острів Тиран. Готель відзначений безліччю нагород і буде ідеальним місцем для відпочинку.

Розвиткові туризму в Єгипті сприяло наперед усього його географічне положення і стрімкі історичний розвиток подій. Історичні періоди і цивілізації перемінювали один іншу залишаючи за собою, властиві тільки їм культурні прошарки, архітектуру, традиції. Уряд країни вклав багато зусиль і коштів у розвиток туристичної галузі. Особливо в розвиток дорожньої і транспортної інфраструктури, будівництво та реставрацію культурних та історичних закладів і пам'яток, у медичну галузь, безпеку перебування туристів у країні. Державне планування туризму здійснюється з урахуванням пропозицій приватного сектора: визначаються потреби туристичної галузі, промисловий розвиток, наявність стандартів обслуговування, рівень розвитку людських ресурсів, співвідношення та можливості внутрішнього та міжнародного туристичного ринків, природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал, розвиток туристичної інфраструктури. В Єгипті

існують готелі категорій 1-5 зірок. Класифікація та сертифікація готелів проводиться згідно з міжнародною системою зірок, але враховує запити клієнтів з арабських країн Категорійний сертифікат видається Міністерством туризму Єгипту, що також призначає генерального директора та керівництво готелю [2; 4].

Значна увага приділяється маркетингу як важливій складовій розвитку туристичної галузі. Для забезпечення ефективності просування єгипетського туристичного продукту на світовому туристичному ринку відкрито 15 закордонних туристичних представництв, що є державними структурами. Щорічно Єгипет бере участь у 115 туристичних виставках та ярмарках. Цікавий досвід Єгипту в проведенні маркетингових досліджень туристичних ринків світу й організації у них рекламно-маркетингової діяльності. Вони спрямовані на формування привабливого іміджу країни на світовому туристичному ринку, залучення більшого числа туристів, зростання валютних надходжень до державного бюджету. Заслужують на увагу форми проведення рекламно-інформаційної діяльності, що останнім часом набувають все більшої популярності та результативності. Стабільному розвитку туризму в Єгипті значною мірою сприяє активне міжнародне співробітництво на державному та недержавному рівнях, участь у багатьох міжнародних туристичних організаціях і асоціаціях. Статистика міжнародного туризму проводиться згідно з рекомендаціями ВТО Міністерством туризму, МВД та Статистичним центром при Кабінеті Міністрів Єгипту. Планування та декларування туристичних показників здійснює Міністерство туризму. Чисельність туристів, які прибули до Єгипту підраховує Департамент статистики Міністерства туризму на основі спеціальних анкет, що заповнюються туристами в аеропорту та здаються при проходженні паспортного контролю. В анкеті зазначаються основні дані про особу, в т. ч. вказується мета подорожі, дані одразу ж вносяться у комп'ютер прикордонником, передаються до Департаменту статистики Міністерства туризму, щомісячно складається звіт щодо туристичних прибутків [1].

Таким чином, готельний комплекс є надзвичайно важливим елементом соціальної сфери, що грає велику роль у підвищенні ефективності суспільного виробництва і відповідно зростання життєвого рівня населення. Велику роль у розвитку туристичної галузі відіграють історико-культурна спадщина і вміле використання інвестицій для розвитку рекреаційних ресурсів країни. Ця країна приваблива для вибагливих туристів. Законодавча база туризму спрямована на взаємодію та співпрацю всіх ланок галузі за принципом: приватна власність під контролем держави, раціональне обмеження туристичної діяльності з метою отримання прибутку при

ефективній експлуатації та збереженні природно-рекреаційних та історико-культурних ресурсів, народних традицій. Основними факторами, що сприяють розвитку туризму в Єгипті, є наявність великого історико-культурного та природно-рекреаційного потенціалу та значні обсяги капіталовкладень у розвиток туристичної інфраструктури. Чітка визначеність туристичного законодавства, а також підтримка туризму з боку держави та суспільства в цілому, забезпечують його стабільний і результативний розвиток. Загалом, туризм дає 5% національного доходу країни, а частка Єгипту в світовому доході туризму становить 0,5% [1; 3; 4].

Список використаних джерел

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Навч. посібник. К.: Знання України, 2002. 358 с.
2. Економічний вплив туризму в Єгипті. Політика. Точка зору єгипетського Центру економічних досліджень. *Working Paper*. June 2001. № 5. 4 р.
3. Любщева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: Альтерпрес, 2003. 436 с.
4. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Навч. посібн. К.: Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
5. Мунін Г. Б., Карягін Ю. О., Роглев Х. Й., Руденко С. І. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу. Навч. посібн. К.: Кондор, 2008. 460 с.

Н. О. Комлик, В. М. Зігунов

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка
**КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО
ТУРИЗМУ**

У статті розглянуто підходи до формування кластерів задля розвитку підприємництва у сфері сільського зеленого туризму. Розглянуто і конкретизовано низку практичних аспектів функціонування та теоретичних положень і шляхів розвитку сільського туризму та розкрито особливості функціонування підприємництва у цій сфері.

Постановка проблеми. Розвиток сфери туристичних послуг на селі в Україні набув системного характеру з кінця ХХ століття. Сільський зелений туризм в нашій країні перебуває на стадії становлення. Відпочинок на селі позитивно впливає на економіку та екологію регіонів України за рахунок використання наявного приватного житлового фонду, розширення сфери зайнятості сільського населення та можливості реалізації на місці продукції особистого селянського господарства. Як вид підприємницької діяльності, сільський туризм перебуває на стадії становлення, що закономірно породжує

проблеми у сфері його інституціоналізації та державного регулювання. Вирішення проблем вимагає адекватних заходів, що сприятимуть інтенсифікації процесу його становлення та розширення масштабів локалізації. Досягти цього можна на основі застосування кластерного підходу, що, в свою чергу, потребує дослідження певних методологічних та теоретичних проблем на шляху його практичного використання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання функціонування та розвитку сільського туризму є широко досліджуваним як зарубіжними, так і вітчизняними науковцями.

Базою для дослідження та вирішення означених проблем є праці науковців в цій сфері, зокрема, Т. Ткаченко, В. Благодатного, Л. Забуранної, А. Кулік, Т. Пінчук, М. Рутинського, Л. Тебляшкіної, Л. Шульгіної та інших.

У розробку методичних положень та практику запровадження кластерного підходу в сферу сільського туризму зробили В. Гловацька, М. Костриця, Х. Рихлицька, Л. Шульгіна та інші дослідники. Ними розвинуто і конкретизовано низку практичних аспектів функціонування та теоретичних положень і шляхів розвитку сільського туризму та розкрито особливості функціонування підприємництва у цій сфері. Аналіз розвитку цього явища і вивчення господарської практики вказують на потребу використання сучасних підходів у розвитку сільського туризму, які показали у інших країнах велику ефективність. Актуальними є проблеми формування кластерів як інноваційних інструментів розвитку економіки туризму.

Постановка завдання. Завдання полягає у висвітленні практичних та теоретико-методичних підходів до формування кластерів у сфері сільського туризму задля розвитку підприємництва. У розвинених країнах світу розвиток туризму на основі створення кластерних формувань показало ефективність цього напрямку економічної організації. Дослідження перспектив розвитку підприємництва у сфері сільського туризму в нашій державі вимагає враховувати наявний досвід. Тому обґрунтування основних положень, на основі яких можна забезпечити напрям розвитку підприємництва в сфері сільського туризму в контексті кластерного підходу з урахуванням особливостей економічної діяльності для умов перехідної економіки є важливим науковим та практичним завданням.

Виклад основного матеріалу. Без розвитку села, був би не можливий розвиток аграрного сектору економіки. Сільськогосподарське виробництво і сільські території є елементами, що утворюють єдиний економічний простір, в межах якого функціонує аграрна сфера. Сучасні інновації та технології виробництва в його організації змінюють структуру ресурсного потенціалу і співвідношення між чинниками виробництва, наслідком чого є істотне

зменшення потреби виробництва у людських ресурсах і вивільнення робочої сили. Це є передумовою організаційної перебудови всієї економічної діяльності та диверсифікації виробництва. Вивільнений людський капітал перетворюється у ресурс для самозайнятості та формує потенціал для розгортання підприємницької діяльності на селі, який часто реалізується у формі сільського туризму. У багатьох розвинених країнах світу заняття сільським туризмом є невід'ємною складовою програм комплексного соціально-економічного розвитку села [10, с.81].

Тому забезпечення сприятливих умов для організації туристичної діяльності у всіх її проявах, зокрема в сфері сільського туризму є важливим з позицій сільського розвитку як суспільно-економічного процесу (рис. 1).

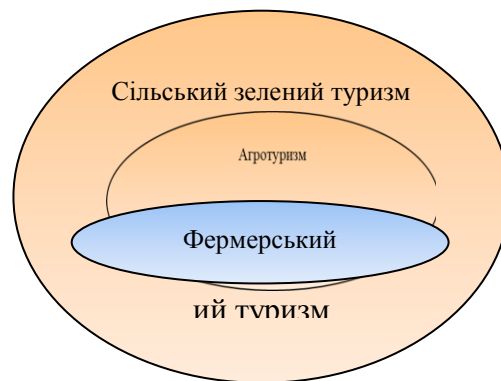


Рис. 1. Зв'язок між поняттями «сільський туризм», «агротуризм» і «фермерський туризм»

Інституційне середовище функціонування сільського туризму в Україні знаходиться на стадії формування, тому потребує аналізу та конкретизації пропозицій задля запровадження ефективних важелів впливу на ефективність всього процесу.

Вирішення стратегічних завдань у сфері сільського туризму можливе тільки за рахунок об'єднання зусиль усіх учасників цього процесу. Адже туристичний потенціал, який матеріалізований у культурологічних і геоприморних складових, сам по собі не є фактором розвитку території, якщо його ефективно не долучити в систему економічних відносин.

Розвиток туризму в конкретних сільських територіях - це розвиток сільського туризму, в тому числі туристської індустрії, та даної території як складного комплексу міжгалузевих взаємовідносин і локалізованого підприємництва. Щоб бути конкурентоспроможною, туристська індустрія як економічна система не може розвиватись стихійно. Вона потребує кваліфікованого управління і ефективної організації.

Новим вирішенням цієї проблеми є створення туристичних кластерів, які охарактеризовуємо як сконцентровану на певній території групу

взаємопов'язаних підприємств і структур туристської індустрії та інших пов'язаних з нею галузей (зв'язку, транспорту, охорони здоров'я тощо), які взаємодіють один одного при створенні туристичного продукту території загалом та продукту сільського туризму зокрема.

Туристський кластер - це компактна територія зростання туристської індустрії, що характеризується певною туристською спеціалізацією.

При цьому особливо важливою є приваблива складова майбутнього кластеру, що відображена у менталітеті жителів цього регіону та культурній самобутності. Важливим елементом потенціалу туристичного кластера є транспортні комунікації в місці його локалізації, а також зовнішні комунікації, які забезпечують транспортну доступність по відношенню до головних цільових ринків. Центри гірськолижного спорту (гори Тисовець, Трастян) мають добрі автомобільні та залізничні транспортні комунікації (смт. Славське) та повітряне сполучення через аеропорт у м. Львові. Усе це в сукупності дає можливість розвивати туристичні кластери.

2-3 роки потрібно на формування туристичного кластера. В сучасних умовах формування таких кластерів виправдано та доцільно. Вперше відбулось формування в Україні кластерів туризму на Поділлі, в Прикарпатті, Севастополі, воно свідчить про перспективність такого розвитку [6].

Інноваційність розвитку сільського туризму на основі кластерного підходу полягають у тому, що він надає високої значущості мікроекономічній складовій, а також територіальному і соціальному аспектам економічного розвитку. Сьогодні кластеризація є тією формою внутрішньої інтеграції та кооперування, що здатна забезпечити як стійкість, так і синергетичний ефект протидії тиску глобальної конкуренції з боку монопольних корпорацій (табл. 1).

Таблиця 1

Компоненти сільського зеленого туризму

Сільський туристичний простір			
Сільська місцевість	Сільська спадщина	Сільська діяльність	Сільський побут
Ріки, озера, ліси, гори, пейзажі	Церкви, замки, традиції, обряди, архітектура	Риболовля, полювання, збір грибів, верхова їзда, прогулянки	Їжа, музика, сільське господарство, свята, події, ремесла

Великою перевагою в діяльності туристичних кластерів є створення найкращих умов для забезпечення високої конкурентоспроможності їх продукції на ринку, тому кластерний розвиток туристичних дестинацій як

окремих регіонів країни є однією з характерних ознак сучасної інноваційної економіки. Тому кластери представляють собою таку комбінацію конкуренції та кооперації, коли об'єднання в одних сферах допомагає успішно вести конкурентну боротьбу в інших [4, с.341].

Зацікавленість більшості країн у створенні кластерів зумовлена передусім двома причинами: по-перше, кластери дають змогу підвищити інтенсивність появи нових підприємств в їх межах., а по-друге, вони сприяють прискоренню розвитку бізнесу. Як свідчить світовий досвід, у тих країнах, де в процесі реалізації кластерної моделі були профінансовані та створені державні програми, економіка набула набагато більшого розвитку, ніж там, де кластери формувалися лише за рахунок власного потенціалу його учасників. Наприклад, у Фінляндії держава відіграла вирішальну роль, забезпечивши їм значні конкурентні переваги на зовнішніх ринках [3, с.218].

Вперше кластеризація в туристичній галузі відбулась в 2001 році, коли туристичний кластер "Кам'янець" було засновано. Його метою стало створення конкурентоздатної сфери туристичних послуг, перетворення даної території на сучасний туристичний центр, ініціювання та координація проектів розвитку туризму в регіоні [7].

Перевагами кластерів над іншими формами економічної організації є мінімізація витрат їх учасників на створення товарів чи послуг завдяки використанню ефекту масштабу, доступу середніх та малих приватних фірм до інновацій, використанню фінансових ресурсів великих компаній та наукових розробок, концентрації зусиль на виготовленні одного виду продукту, що дозволяє раціонально використовувати місцеві ресурси, об'єднати зусилля учасників з різних галузей економіки для створення якісного продукту, поєднання вигод кооперації з конкуренцією тощо.

Формування туристично-рекреаційного кластера призводить до просування та створення бренду дестинації як одиниці кластера. Цей підхід описала детально Т.І. Ткаченко: «Практика туризму оперує наборами та комбінаціями туристично-рекреаційних послуг, формуючи комплексний пакет, який зазвичай підкріплений сукупністю видів туристичної (рекреаційної) діяльності, які можна назвати кластерами» [8, с.206].

Нова для України форма організації бізнесу й економічної взаємодії на цільовому ринку вимагає своєї інституціоналізації. Важливість кластерного підходу в організації економіки України було відображено у проекті розпорядження Кабінету Міністрів України "Про схвалення Концепції кластеризації економіки України» (2008 р.), але цей документ так і не отримав офіційного статусу [9].

Важливим кроком на шляху впровадження кластерної моделі розвитку економіки України стало розроблення проектів Концепції створення кластерів в Україні та Концепції Національної стратегії формування та розвитку транскордонних кластерів [5]. У проекті Концепції створення кластерів в Україні визначено чотири види кластерів, зокрема туристичний кластер, а в проекті Концепції Національної стратегії формування та розвитку транскордонних кластерів наголошено на пріоритетності формування транскордонних туристичних кластерів. Ці документи, які започаткували процес формування інституційного середовища для реалізації кластерної моделі розвитку економіки України, не отримали схвалення Верховної Ради України [4, с.342-343].

Загалом, потрібно сказати про те, що кластерний підхід ґрунтується насамперед на спільній технологічній кооперації, що забезпечує скорочення витрат, зокрема, трансакційних, та сприяє залучення клієнтів, адже на ринку конкурують не окремі суб'єкти підприємництва, а їхні об'єднання.

Світова практика переконує, що в функціонуванні та становленні кластерів важливу роль відіграють освітні та наукові установи (найчастіше - навчальні заклади), тому, враховуючи законодавчі обмеження, які існують в Україні для вищих навчальних закладів відносно можливості ведення господарської діяльності, кластери в Україні за участі навчальних закладів можна створювати у вигляді інноваційної структури виду Б.

Г. І. Михайліченко говорить, що результатом співпраці науково-освітніх установ, інституційних структур-органів влади та суб'єктів підприємництва в сфері сільського зеленого туризму може стати підґрунтям для розроблення методики оцінювання інвестиційно-інноваційної привабливості проектів та їх моніторингу для залучення цільових інвестицій в сферу сільського зеленого туризму [4, с.347].

З метою підвищення ефективності використання конкурентоспроможності підприємництва та туристично-рекреаційних ресурсів в сфері сільського туризму Львівської області, зокрема в межах Сколівського району, а також для залучення інвестицій, активізації підприємництва в інших галузях і сферах економіки та для збалансованого розвитку всієї туристично-рекреаційної системи доцільним є формування кластеру сільського туризму Сколівщини – «Бескиди».

Проведений аналіз проблем удосконалення економічної організації підприємницької діяльності у сфері сільського туризму дозволяє стверджувати, що кластерний підхід є інноваційним інструментом формування моделі функціонування сільського туризму, котрий сприяє активізації підприємницької діяльності на сільських територіях та зміцненню

конкурентоспроможності учасників такого об'єднання, які взаємодіють між собою і територією на взаємовигідних умовах.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, впровадження інноваційних способів організації туристичної індустрії та виробничого процесу надання послуг сільського туризму забезпечує використання нематеріальних і матеріальних ресурсів, росту конкурентоспроможності всіх учасників цього процесу та підвищення ефективності діяльності малого підприємництва на цільових ринках. Цей процес удосконалення економічної організації та системи економічних відносин у сфері сільського туризму потребує подальших досліджень і він є недостатньо вивченим.

Список використаних джерел

1. Nordin Sara. Tourism Clustering & Innovation : Paths to Economic Growth&Development. ETOUR Utredningsserien Analys och Statistic U 2003:14
2. Гоблик-Маркович Н.М. Підвищення інвестиційної привабливості регіону на основі формування туристичного кластеру: Н.М. Гоблик-Маркович: *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. Т.4. №5. С.76-79.
3. Економіка туризму: теорія і практика: підручник: М.П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк. К.: Центр учбової літератури, 2014. 544 с.
4. Михайліченко Г.І. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону: Г.І. Михайліченко: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: збірник наукових праць. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. С.341-349.
6. Мігущенко Ю. Обґрунтування доцільності реалізації кластерної моделі і розвитку українсько-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму Ю. Мігущенко.
9. URL:<http://old.niss.gov.ua/Monitor/october09/11.htm>.
6. Прокопа В.І. Матеріали наради-семінару «Аналіз розвитку та рекомендації щодо вирішення проблемних питань сільського зеленого туризму України» :В.І. Прокопа. Яремча, 2007. URL: <http://yaremche.org/tourism/301>.
7. Прочан А.О. Використання кластерних технологій в туризмі : А.О. Прочан. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/prochan2.htm.
8. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія : Т.І. Ткаченко. 2-ге вид., випр. та доповн. К.: КНТЕУ, 2009. - 463 с.
9. Черниш І.В. Впровадження рекреаційного кластеру як ефективної системи управління створенням інвестиційної привабливості : І.В. Черниш. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/chernysh.htm.
10. Ярковий А.О. Шляхи та перспективи розвитку сільського туризму в Україні: А.О. Ярковий, В.Г. Вдович: Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. 2011. Вип.163. Ч.1. С.81-85.

А. В. Муравська, І. С. Зігунова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ХОСТЕЛІВ ЯК ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ

В статті представлені основні тенденції функціонування хостелів на сучасному ринку надання послуг у сфері розміщення туристів. Розглянуті умови для створення бізнесу у сфері надання послуг розміщення економ класу, охарактеризовані міжнародні стандартні вимоги щодо підприємств такого типу.

Актуальність. Індустрія гостинності складає один із вагомих секторів національної економіки у багатьох країнах світу. На сьогодні світова туристична галузь продовжує активно розвиватися, представляючи собою прогресуючий сегмент світової економіки. За даними ЮН ВТО у 2018 році у світі нараховувалось 1,4 млн. туристів [2]. Щорічне зростання подорожуючих потребує забезпечення їх у достатній кількості закладами розміщення. Для громадян України, враховуючи у переважній більшості їх незначні статки, туристичні оператори пропонують прийнятні для даної категорії споживачів туристські продукти, бюджетні варіанти розміщення, харчування, транспортного обслуговування.

Із середини ХХ століття збільшується тенденція випадків малобюджетного туризму – backpacking (від англ. backpack – рюкзак). Цей рух призвів до зростання популярності хостелів – низькобюджетних закладів розміщення туристів [3]. На сьогодні в Україні ця тема надзвичайно актуальна при плануванні бізнесу в готельній сфері, оскільки у багатьох регіонах країни цей сектор недостатньо розвинений. При пошуку гарної інвестиційної ідеї завжди слід звертати увагу на динаміку ринків розвинених країн. Найчастіше, деякі економічні тренди приходять до нашої країни із запізненням на декілька років. Однією з таких ідей є відкриття хостелів – альтернатива доступного житла у сфері надання послуг розміщення для туристів.

Мета роботи – дослідити питання особливостей функціонування хостелів як підприємств готельної сфери.

Виклад основного матеріалу. Хостел – це колективний заклад розміщення, який надає послугу туристам у тимчасовому житлі. Хостел є невеликим бюджетним готелем, у якому для проживання пропонуються звичайні кімнати без особливих зручностей, розраховані на декілька мешканців. Зручності, як правило – загального користування: душ, вбиральня і кухня розташовані на поверсі. Хостели затребувані через низькі ціни на

проживання, тому ними часто користується молодіжна категорія туристів, а також особи, що перебувають у відрядженні, не вибагливі до умов проживання.

Перші хостели були відкриті в Німеччині ще в 1909 році за ініціативою шкільного вчителя Ричарда Ширмана, який проводив багато часу з учнями на піших екскурсіях, а нічний притулок знаходив при монастирях. Але це створювало незручності парафіянам, через що у Ширмана виникла ідея запропонувати власникам деяких замків за невелику плату організувати своєрідний притулок для туристів. Згодом такі місця для ночівлі були відкриті по всій Баварії, а пізніше стали популярними як у Німеччині, так і в інших європейських країнах [3].

В Україні масова поява хостелів співпала з підготовкою до проведення чемпіонату з футболу Євро – 2012 та пісенного конкурсу Євробачення – 2017. Протягом останніх років їх кількість продовжує збільшуватися, особливо у великих містах, які є туристичними дестинаціями, що пов'язано з розвитком внутрішнього туризму, таких як Київ, Харків, Одеса, Львів. У 2013 році в Україні загальна кількість хостелів становила близько 300 одиниць; у 2014 – майже четверта частина з них закрилася, через складну політико-економічну ситуацію в країні й різкої девальвації національної валюти [6]. Згідно даних www.booking.com, тільки у Києві функціонує близько 100 хостелів, у Львові – близько 80. І це без урахування кількості подібних закладів у передмістях, інформація про які, як правило, не з'являється на профільних сайтах.

Тому, слід звернути увагу на цей ринок послуг при реалізації ідеї отримати прибутковий і досить нескладний бізнес. Скромні вимоги щодо оснащення хостелу забезпечують його головні переваги при організації бізнесу – мінімальні витрати на відкриття. Хостел є малим підприємством готельної індустрії, що стає у нагоді для туристів, яких обмежують високі ціни на проживання у готелях. Цільовою аудиторією хостелів є, як правило, молодь – найбільш допитливий контингент туристського ринку, що віддає перевагу активним подорожам, частому відвідуванню закладів розваг та визначних міст у туристських дестинаціях, але має певні фінансові обмеження, тому стежить за своїм бюджетом і витратами. При насиченій, активній програмі перебування туристи не мають бажання користуватися всім спектром послуг готелів й значно переплачувати за ночівлю.

Відмінна репутація хостелу повинна бути забезпечена індивідуальним підходом персоналу до відвідувачів. Персоналу хостелу важливо зрозуміти потреби відвідувачів, склавши «портрет» потенційних гостей, щоб задовольнити їх мінімальні потреби й залишити у них позитивні спогади про перебування у даному закладі розміщення. Позитивні враження дозволять

туристам надати йому перевагу при повторному відвідуванні туристського центру, а також порекомендувати хостел своїм знайомим, що спонукатиме їх до подорожі. Такий підхід до обслуговування зміцнює стратегію хостелу, оскільки повторні заїзди постійних клієнтів є опорою готельного бізнесу.

Для відкриття такого підприємства необхідне приміщення: власне або орендоване. Розміщення хостелу буде доречним у приміщенні (квартирі) з досить великими кімнатами, придатними для розміщення декількох двоярусних ліжок; на одне ліжко повинно приходиться не менше 5 м². За стандартами, повинно бути не менше одного санвузла на 10 осіб. Практика свідчить, що у приміщенні хостелу бажана наявність двох санітарних вузлів з душовою кабіною й водонагрівачем, об'ємом до 100 літрів, на випадок відключення гарячого водопостачання. Оскільки в Україні стандарти ще не прийняті, власники хостелів притримуються міжнародних норм [4; 6].

Однією з важливих умов до приміщення хостелу є те, що він має знаходитися на першому або другому поверсі будівлі, бажано з окремим входом. Квартира має бути багатокімнатною, щоб у декількох кімнатах можна було розмістити гостей, а одну кімнату треба облаштувати як зону відпочинку для проведення дозвілля.

Міжнародна федерація хостелів IYHF (International Youth Hostel Federation;) виділяє 5 основних вимог до їх функціонування, серед яких:

- культура спілкування і прийом;
- чистота і порядок,
- безпека,
- приватність,
- зручність [5].

Міжнародною асоціацією, хостели поділяють на три категорії: стандарт (Standart), покращений (Superior) та люкс (Luxury) Головним параметром для віднесення хостелу до тієї чи іншої категорії за цією класифікацією є місце знаходження засобу розміщення – категорія підвищується за рахунок близькості розташування до центру міста, рекреаційних зон та бізнес-центрів [1]. В Україні створена Всеукраїнська асоціація хостелів, яка перевіряє умови закладів розміщення перед включенням його до організації. Як зазначає віцепрезидент Всеукраїнської асоціації хостелів Олена Іващенко, дана організація включає близько 140 хостелів, які відповідають усім вимогам [6].

Особливого значення набуває сегментація ринку, від якої залежить націленість діяльності підприємства. Готельна сфера дає безліч прикладів сегментації за різними параметрам. Цінова політика хостелів орієнтована на споживачів із низьким та середнім рівнем доходу. Ціни визначаються шляхом калькуляції і повинні відшкодовувати витрати на оренду приміщення, що включає вартість електроенергії, гарячого і холодного водопостачання, опалення, витрати на утримання підприємства в цілому

(зарплата персоналу, податки, амортизаційні та маркетингові затрати тощо).

Вимоги до персоналу хостелу також виважені; він малочисельний, що забезпечує економію витрат на персонал у порівнянні з чисельністю працівників готелів. Підбирається оптимальна кількість штатних працівників, як правило – 2 адміністратора (денний і нічний) та 2 покоївки, які працюють позмінно.

Основні вкладення в організацію бізнесу щодо відкриття хостелу відбуваються на етапі організації підприємства. Необхідно визначитися з приміщенням (оренда чи купівля), реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності, придбання обладнання (меблів, побутової техніки, посуду, постільної білизни, оргтехніки, господарських товарів тощо). Поточні витрати пов'язані з орендною платою, сплатою податків, внесків у пенсійний та фонд соціального страхування, витратами на мобільний та інтернет зв'язок, заробітну плату працівників, рекламу тощо.

Висновки. Хостели мають значні перспективи для функціонування на ринку послуг, оскільки у високий сезон є попит на готельні місця з мінімальним пакетом послуг, що значно здешевлює вартість подорожі. Соціально-економічна ефективність діяльності хостелів дозволяє говорити про те, що даний вид готельного бізнесу перспективний і вимагає більш уважного ставлення з боку держави, збільшуючи частку приватно-державного партнерства, вдосконалюючи нормативно-правову базу ведення бізнесу тощо.

Хостельний рух зростає у тих регіонах, де спостерігається зростання регіонального туризму. Необхідно стимулювати приватних інвесторів і підприємців для вкладення інвестицій у відкриття хостелів для створення конкурентного середовища у даній сфері.

Список використаних джерел

1. Беляева С. С., Заїка О. І. Концептуальні засади діяльності хостелів. Економіка. Управління. Інновації. Випуск № 2 (14), 2015.
2. Ежегодные отчеты ЮН ВТО. URL: <https://tourlib.net/wto.htm>
3. История хостел движения. URL: <https://hihostels.com.ua/uk/what-is-a-hostel/history-hostel-movement>
4. Простобиз. Бизнес старт. Как открыть хостел. URL: https://www.prostobiz.ua/biznes/biznes_start/stati/hostel
5. Стандарты Международной федерации хостелов IYHF. URL: <https://hihostels.com.ua/ru/content/standarty-mezhdunarodnoy-federacii-hostelov-iyhf>
6. Хостел как бизнес-идея URL: <https://hihostels.com.ua/ru/content/hostel-kak-biznes-ideya>

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка
**РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ.
ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

У статті охарактеризовано сучасні види інтернет – реклами яка використовується в туристичному бізнесі. Здійснено порівняльний аналіз основних видів інтернет-реклам, в також проаналізовано вплив реклами в соціальних мережах на туристичну галузь.

Постанова проблеми. Реклама відіграє важливу роль в житті сучасного суспільства. На початок ХХІ століття на провідні позиції рекламного ринку поступово виходить інтернет-реклама. Зважаючи на бурхливий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, у цьому немає нічого дивного. Якщо говорити більш детально, то в другому десятилітті ХХІ століття провідне місце буде посідати інтернет-реклама. В середньому, як показує світовий досвід, саме в глобальній мережі Інтернет, зосереджено майже 42% світової реклами. Також свою увагу потрібно звернути на мобільну рекламу, яка розрахована на користувачів мобільних пристроїв. Так, за даними аналітиків, до 2016 року обсяг світового ринку мобільної реклами складе близько 24,6 млрд доларів – у п'ять разів вище ніж було зафіксовано у 2011 році [6]. Ці цифри говорять про те що туристичним агенціям потрібно постійно слідкувати за змінами на рекламному ринку для того щоб залишатися на перших позиціях в даному виді бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед зарубіжних та вітчизняних науковців, які досліджували розвиток інтернет-реклами в туристичному бізнесі можна виділити: Д. Огілві, Ф.Джефкінса, К. Морзе, Р. Зефа і Б. Аронсона. Л. Хавкіна, Н. Грицюта, Т. Архипова, І. Пенчук та інші. Особливу увагу цьому питанню приділяти такі вчені як О. Зіміна, В. Комаров, Т. Дейнекін.

Виклад основного матеріалу. Опираючись на роботи науковців Р. Зефа і Б. Аронсон які у другому виданні своєї книги «Реклама в Інтернет» наводять два визначення: «Інтернет – реклама – це конвергенція традиційної реклами і маркетингу прямого відгуку»; Інтернет – реклама – це конвергенція брендинга, розповсюдження інформації і продажів – усе в одному місці»[1, с. 78].

На сьогоднішній день виділяють п'ять основних видів інтернет-реклами: контекстна, медійна, тізерна, реклама в соціальних мережах і ретаргентінг. Кожна з них має свої позитивні і негативні сторони. Розглянемо

кожний вид більш детально.

Контекстна реклама – це тип інтернет - реклами, при якому рекламне оголошення показується відповідно до змісту, контекстом інтернет – сторінки. Контекстна реклама діє вибірково і відображається відвідувачам інтернет – сторінки, сфера інтересів яких потенційно збігається з тематикою рекламованого товару або послуги, цільової аудиторії, що підвищує ймовірність їх відгуку на рекламу. Роглянемо на прикладі: коли споживач шукаємо екскурсійний тур до Франції, то йому буде запропоновано даний продукт від різних туроператорів, які пропонують його.

Слід виділити три види контекстної реклами:

- банерна – заснована на візуальнім зображенні. Банер може бути у формі картинки або картинка із попутнім текстом і посилання на сайт.
- текстова – де в якості рекламного оголошення використовують текст який містить інформацію продукт з гіперпосиланням.
- відеореклама – в якості рекламного оголошення використовують заздалегідь підготовлений відеоролик, який має гіперпосилання на сайт рекламодавця.

Перевага даного виду реклами полягає в тому, що можна чітко керувати бюджетом компанії, показуючи оголошення виключно цільовій аудиторії.

Однією із перших видів інтернет-реклами є медійна або банерна реклама. Медійна реклама – це сучасний вид візуальної маркетингової комунікації, сукупність засобів інструментів, технологій, пов'язаний з передачею комерційної інформації в мас – медіа. Даний вид реклами використовують в якості носія для контекстної реклами. Наявність у банера гіперпосилання, можливості анімованого зображення і можливості дзвінка з банера на мобільний телефон (WOW – call) значно розширюють вплив медійної реклами.

До переваг медійної реклами слід віднести:

- позитивний вплив на емоцій та підсвідомі мотиви;
- даний вид реклами дозволяє генерувати попит який залежить від вибору запитів;
- реклама добре запам'ятовується, працює навіть якщо не було переходу на сайт;
- можна охопити велику аудиторію [2].

Наступний тип реклами це тізерна реклама. Це новий вид рекламного повідомлення в інтернеті, маркетинговий прийом, заснований на використанні тізерів. Слово «тізер» походить від англійського «teaser» і

перекладається як щось, що дратує або приваблює [4]. Головним завданням тізерної кампанії є залучення та утримання уваги потенційних споживачів до рекламованого продукту. Зміст даної методики має два етапи (рис.1.).

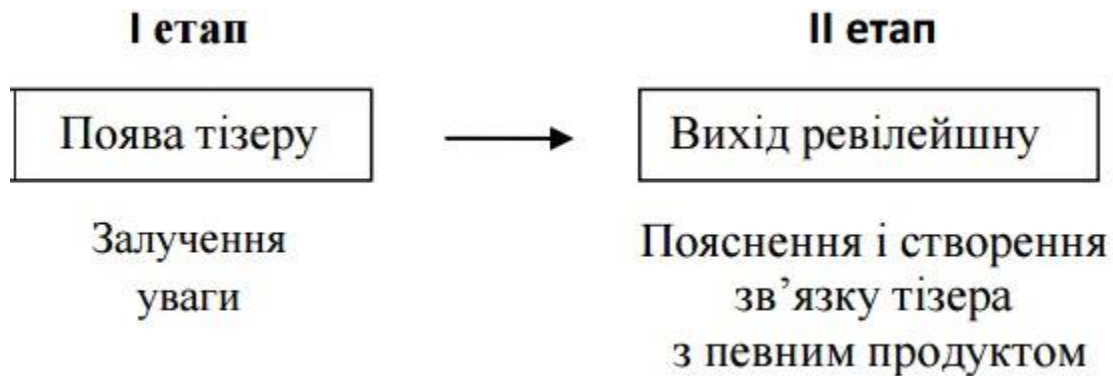


Рис. 1. Етапи тізерної реклами.

Основне завдання даного виду реклами – це звернути увагу клієнта і підштовхнути його до здійснення переходу на сторінку продукту. Перевага даного виду реклами полягає в тому, що вона дешева для замовника. Але використовуючи даний вид реклами можна продати тільки недорогий продукт.

Одна з найбільш ефективніших видів реклами для туристичного бізнесу це реклама в соціальній мережі. Але вона має цілий ряд обставин які потрібно чітко вивчати.

На сьогоднішній день існує близько 100 соціальних мереж. За даними соц. опитувань в інтернеті можна сказати що 78% користувачів соціальних медіа довіряють рекомендаціям, від інших користувачів учасників їхньої мережі. А ось прямій рекламі довіряють всього 14% споживачів. Сьогодні, якщо компанія не в соціальних медіа – вона не в інтернеті! В Україні найпопулярніші це Facebook, Instagram, You Tube, Messenger, Twitter, Pinterest, Telegram, Viber.

Загалом кількість регулярних користувачів Інтернету в Україні становить не менше 63% населення – це майже 20,8 млн. осіб. Компанією Research & Branding Group надана дані, що найпопулярнішою соціальною мережею в Україні залишається Facebook. Ним користуються половина респондентів, які взяли участь в опитуванні. За останній 2018 рік в Україні також збільшився відсоток користувачів YouTube – 30% та Instagram – 27%. Однокласники і Вконтакте втрачають українських користувачів, зараз їх 6% і 10% відповідно. Найбільше українських користувачів цікавить розважальний і пізнавальний зміст. Тільки 36% використовують соцмережі, щоб дізнатися

новини, а 60% користуються ними для спілкування з друзями [5].

Перевага реклами в Facebook і Instagram полягає в тому, що фірма має можливість обрати аудиторію, якій може бути цікава дана пропозиція. Таким чином аудиторію можна фільтрувати по статті, віку, географії, освіті, сімейному стані і так далі. Також в тексті реклами можна вказати номер телефону, електронну пошту, посилання на сайт, а також зміст даної пропозиції.

Якщо брати Сумську область то в нашому регіоні найбільш популярний сайт для реклами туристичного бізнесу інстаграм. Дану соціальну мережу можна зв'язати з Фейсбуком і підключить все більше людей. Соціальна мережа спочатку створена для мобільних платформ. З огляду на тенденцію зростання популярності гаджетів, можна зробити висновок, що тут точно є цільова аудиторія якій буде даний туристичний продукт. І, можливо, її більше, ніж в десктопних версіях соціальних мереж. Статистика показує, що користувачі з мобільних платформ реагують на рекламу набагато райдужні. Це означає, що ціна переходу або самого клієнта для агенції буде нижче. Агент витрачає в 2 рази менше грошей і залучає в 3 рази більше покупців.

За останій рік популярності набуває Телеграм. В даній мережі повідомлення можна розсилати клієнтам напряму, а також створювати чат-боти, де розсилка повідомлень потрапляє до необмеженої кількості споживачів.

Ретаргентінг також відомий як ремаркетинг, він може бути дуже ефективним рекламним інструментом. Але, для того, щоб застосувати його в своїй маркетинговій стратегії, ваш сайт повинен мати певну кількість трафіку, тим не менш, 5 тисяч відвідувачів в місяць і вище. В основі даної технології лежить використання cookies (куки), простого коду на мові Javascript, який непомітний для відвідувачів сайту і не впливає на швидкість його роботи. Цей код «поселяється» в браузері користувача, який одного разу відвідав ваш сайт, і зберігається там, протягом певної кількості часу. Потім, коли користувач відвідує інші сайти в Медійній мережі, йому показуються оголошення що

Потім, коли користувач відвідує інші сайти в медійній мережі, йому показуються оголошення що ведуть на ваш сайт із закликом до дії. Таким чином, ви звертаєтесь до тих людей, які вже відвідували ваш сайт, а значить, з високою часткою ймовірності, будуть зацікавлені в вашу пропозицію.

Висновки. Інтернет – реклама є дуже ефективним інструментом маркетингу, і в умілих руках може перетворитися на справжній конвеєр по залученню клієнтів для туристичного бізнесу. Головне тут – прагнення до

ефективності і починати потрібно з малого, експериментуючи і заміряючи результати.

Платну рекламу в форматі покупки трафіку, все ж, варто розглядати, як короткостроковий спосіб підвищити відвідуваність сайту і продажу, але не треба ставити її в центр маркетингової стратегії. Замість цього, зосередьтеся на методах розвитку бізнесу в інтернеті, які будуть працювати на вас в довгостроковій перспективі.

Наприклад, оптимізація сайту, виправлення помилок і роботи по SEO – просуванню, регулярне наповнення його якісним і унікальним контентом, сприятимуть зростанню безкоштовного органічного трафіку, що набагато вигідніше в довгостроковій перспективі.

Надалі туристичним фірмам потрібно постійно слідкувати за змінами на ринку та новими тенденціями, для того, щоб залишатися на перших позиціях у своєму виді бізнесу. Створювати бізнес сторінки в соціальних мережах для привернення великої кількості аудиторії. Використовувати QR-коди.

Список використаних джерел

1. Курасова М., Секерин В. Организация рекламных компаний в системе Интернет. Маркетинг. 2007. № 4. С. 76
2. Примак Т. Ю., Луценко М. О. Ефективні інструменти інтернет-маркетингу в туристичному менеджменті. *Молодий вчений*. 2017. № 11. С. 758-763.
3. Пономар Н. Ефективність використання інформації всесвітньої мережі Інтернет. Тернопільський національний технічний університет імені І. Пулюя. URL:<http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/>
4. Гараніна І. І., Діброва Т. Г. Особливості використання тізеру в рекламній кампанії. Національний технічний університет України «КПІ».
1. URL:<http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-28.pdf>
5. URL:<http://futurenow.com.ua/21-najpopulyarnishyh-sotsialnyh-merezh-svitu-ta-rejtyng-ukrayiny/>
6. URL <http://mmr.ua/news/id/obem-mirovogo-rynka-mobilnoj-reklamy-vyrastet-do-114-mlrd-v-2013-g-33272/>.

Я. С. Самілик, Д. Р. Мозгова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГРУЗИНСЬКОЇ КУХНІ

У статті акцентовано увагу на особливостях національної грузинської кухні, а саме: на м'ясних стравах, виробах із тіста, сирах, горіхах, прянощах, приправах, соусах та винах. Висвітлено, що національні страви Грузії готують не тільки на території країни, а й далеко за її межами.

У сучасному світі туризм – це багатогранне явище, що є тісно пов'язаним із економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Туристичну галузь закономірно вважають однією з найбільш швидкозростаючих галузей світової економіки XXI ст. Для багатьох країн індустрія туризму є найважливішою статтею доходу і, як наслідок, одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки. Численні туристичні підприємства пропонують клієнтам тури, диференціюючи їх за уподобанням, матеріальними можливостями, порою року, містом відвідування. Створення нового туристичного продукту пов'язується з освоєнням нових сегментів туристичного ринку, нових туристично-рекреаційних територій, залученням до туристичного ринку нових видів ресурсів. Перспективним у цьому плані є розвиток специфічних видів туризму, зокрема, гастрономічного. Адже тенденції сучасного туристичного ринку демонструють зростання інтересу серед споживачів саме до таких видів подорожей [1].

У кожного народу існують свої, які склалися історично, особливості харчування, пов'язані з географічним положенням, кліматом, історією країни, її економікою, релігійними напрямками. В процесі розвитку людського суспільства протягом багатьох століть склалися гастрономічні звички, уподобання і антипатії у різних народів світу. Створювалися національні кухні, які є невід'ємною частиною національної культури. Сьогодні в кожного народу є своя національна кухня, якій характерні свої, відмінні від інших, національні страви. В основі кожної національної кулінарії лежать два найголовніших чинника : набір вихідних продуктів і способи їх обробки. Ці два фактори тісно пов'язані один з одним. Набір вихідних продуктів визначається тим, що дає природа і матеріальне виробництво – землеробство, тваринництво, різноманітні промисли. Це, в свою чергу, означає, що на специфічні особливості національної кухні впливають географічне положення країни, клімат, економічні умови. Так національні кухні країн, що межують з океанами чи морями, значне місце займають страви з риби і морепродуктів. У національних кухнях країн, розташованих в лісових районах переважають страви з продуктів тваринництва і лісових промислів. Народи південних країн більше використовують для приготування національних страв овочі, фрукти, численні спеції і прянощі. Географічне і кліматичне розташування окремих країн зумовило також різне використання і смакових речовин в їжі. Наприклад, народи південно-східної Азії, Африки, Південної Америки та інші, використовують для приготування страв більше спецій, приправ, гострих соусів. Народи Північних країн віддають перевагу менш гострій їжі [1; 4].

Грузини ставляться до їжі із захопленням і трепетом, і так само її готують. Для них приготування страв, навіть найпростіших, як для художника написання художнього полотна. Усі грузинські страви базуються на контрасті смаків: пряного і гострого. У якості продуктів для приготування страв використовуються власноруч вирощені овочі та фрукти, горіхи, трави і чай, а також домашнє м'ясо. В основі більшості страв грузинської кухні – м'ясо, велика кількість свіжих овочів і фруктів, прямих трав, меду, горіхів, різні види сиру. Назви страв настільки ж смачні, як і вони самі: харчо, сациві, лобіо, хачапурі, пахлава, чурчхела. На кожному застіллі в Грузії завжди столи переповнені різноманітною їжею. Грузини дуже люблять різні свята і готуються до них не гірше, ніж до весілля [1; 3; 4].

У дослідженні гастрономічного туризму, у тому числі Грузії, особливий внесок зробили такі закордонні та вітчизняні вчені: Агеєнко О. Г., Антоненко В. Г., Бабкін О. В., Басюк Д. І., Божук Т. І., Вишневська Г. Г., Комарніцький І. О., Кукліна Т. С., Рулова А. М., Саламатіна С. Є, Стельмах О. А., Каурова А. Д., Коваленко К. Ю., Матвєєв В. В., Прокопчук Л. А., Холл К., Мітчелл Р., Вольф Е. та ін. Зокрема, І. М. Ощипок у роботі «Кухні народів світу» (2006) лаконічно викладено загальнонаціональні й регіональні кухні народів країн світу, сировину, способи приготування і особливості споживання страв, а також організацію, форми, системи та методи обслуговування іноземних туристів у готельно-ресторанних комплексах.

Мета роботи – теоретичний аналіз особливостей національної грузинської кухні.

Кухня Грузії формувалась протягом століть і мала вплив багатьох народів, з якими державі так чи інакше доводилось контактувати. Безперечно, на становлення грузинської кухні впливали і природні особливості, і різноманіття релігій, що існують на цій невеликій території.

При всьому цьому грузинська кухня відрізняється дивовижним колоритом, не дивлячись на те, що має багато спільного з іншими кухнями Кавказа.

Так, у Західній Грузії широко розповсюджені хліб та особливі балабушки з кукурудзяного борошна – «мчаді», тоді, як у Східній Грузії віддають перевагу пшеничному хлібові. В деяких частинах Західної Грузії – Мегрелії та Абхазії – замість хліба використовують чумизу (вид проса), з якої варять подібну до каші масу - «гомі». Її вживають замість хліба з супами, м'ясними та овочевими стравами. Стосовно м'яса, то у Східній Грузії нарівні з основним для грузинів м'ясом – яловичиною, їдять також

баранину, вживають доволі багато тваринних жирів. Тоді, як у Західній Грузії набагато менше їдять м'яса, віддаючи перевагу домашній птиці, в основному, курям та індичкам. І нарешті, в Західній Грузії використовують більш гострі страви, дещо інші соуси. Все це, однак, не дозволяє проводити нездоланну межу між західно- та східно-грузинськими кухнями, бо не змінює, не зачіпає основних, характерних особливостей грузинської національної кулінарії [5].

На нашу думку, грузинська кухня завоювала велику популярність не тільки в нашій країні, а й за кордоном. Багато грузинських страв, зокрема, шашлик, суп-харчо та інші стали інтернаціональними.

На початку трапези завжди в якості перших страв подають м'ясні супи, а для любителів вегетаріанської їжі – молочні супи. Грузинські супи майже позбавлені овочевої гущі. Зате їхня консистенція є набагато щільніша за звичайні супи. Дуже часто цього досягають, вводячи до них жовтки або цілі яйця. Аби яйця не згорталися під час нагрівання, застосовуються такий прийом: їх заздалегідь змішують в єдину емульсію з якимось кислим фруктовим соком, кислим молоком чи з оцтом. В ролі кислого середовища найчастіше використовується висушене пюре сливи ткемалі. Кисле середовище застосовується в супах також тоді, коли відсутні яйця, але є досить багато жиру чи м'яса. Це не тільки поліпшує та робить різноманітним смак страв, але й значно підвищує їхню засвоюваність [6].

В грузинській кухні жоден з видів м'яса не має переважного значення. Грузинські м'ясні страви можуть бути зроблені зі свинини (мужужі), з баранини (чанахі), з яловичини (харчо), та домашньої птиці (чахохбілі).

Така терпимість зазвичай не властива іншим народам Сходу. Вона яскраво ілюструється одною старовинною стравою грузинської кухні, що називається «бик на вертелі». Композиція його надзвичайно проста: всередину цілої туші бика поміщають теля, в теля кладуть баранця, в баранця – індичку, в індичку – гуся, в гуся – качку, в качку – курча. В проміжках між цими тваринами і всередину них в усі куточки набивають пряні трави – кіндзу, базилік, естрагон, ріпчасту цибулю, м'яту, здобрені та пересипані червоним перцем, часником, шафраном, корицею та горіхами. Всю цю гігантську печеню смажать на вертепі просто на вулиці чи у дворі дому, над купою вугілля протягом 2-3 годин. Ззовні доволі товстий шар її обуглюється, так що частина м'яса пропадає. Зате всередині так багато соку і такий неповторний аромат, що за соковитістю та тонкістю смаку м'яса з нею не може зрівнятися жодна інша стравка на світі. Однак терпимість до всіх видів м'яса не заважає грузинам все ж більше за все любити яловичину та домашню птицю – індичку та курку [1; 6].

Широке використання і до наших днів відкритого вогню та вертеля для приготування не лише м'ясних, але і овочевих, рибних і сирних страв, а також застосування глиняної глечикоподібної печі для випічки борошняних виробів в цілому є типовим, звичайно, не лише для грузинської, але і для інших закавказьких кухонь. Більш специфічними є застосовувані грузинами для смаження та запікання «кеці» – невеликі глиняні та великі кам'яні сковорідки, а також широкі металеві сковороди «тапа» для смаження домашньої птиці під пресом. Всі ці технологічні методи слугують, однак, лише одним з елементів створення національного кулінарного колориту грузинської кухні. Порівняно з м'ясом рибні страви займають в Грузії скромне місце, та й то лише в районах поблизу річок. Пісний стіл в грузинській кухні, на відміну, наприклад, від російської, сформувався на основі не рибних і грибних, а в основному овочевих і фруктових страв. Грузинську кухню не можливо уявити без виробів з тіста, таких, як хінкалі і хачапурі. Хачапурі – гордість Грузії. Їх існує десятки видів: імеретинські, мінгрельські, аджарські хачапурі, листові хачапурі, хачапурі з квасолею, осетинські, хевсурські (всередину окрім сиру також кладуть траву). При цьому аджарські хачапурі не схожі на імеретинські. За формою вони нагадують човники, а всередину – яйце [2; 3; 6].

Сири в Грузії є невід'ємною частиною національної кухні. Вони готуються у глеках та бурдюках і використовуються і як закуска, і як інгредієнт для страв і пирогів. Кожна область може похизуватися своїм смачним сиром. Як, наприклад, мінгрельський сулугуні і м'який імеретинський, які широко використовуються в кулінарії. У західній Грузії виробляють негострі, пріснуваті сири з кисломолочним смаком. У високогірних північних районах Східної Грузії роблять гострі і солоні сири: кобійський, тушинський, грузинський, гуда, чанах, осетинський. До складу багатьох страв Грузії входять квасоля, баклажани, качанна і цвітна капуста, буряк, помідори. Це так звані основні овочі. Найчастіше квасоля і баклажани застосовуються з різноманітними приправами. У результаті отримують десятки видів лобіо. Нарівні з городніми овочами у великому вжитку також дикі трави – кропива, чина, мальва, джонджолі, а також молоде бадилля городніх культур – буряка, цвітної капусти [1; 6].

Велике місце в грузинській кухні займають горіхи: ліщина, фундук, букові горішки, мигдаль, але частіше грецькі горіхи. Ця специфічна сировина – незамінний компонент різноманітних приправ і соусів. Грузинська кухня відрізняється великою кількістю всіляких прянощів, приправ, соусів. Подібно до французької кухні грузинська не уявляється без соусів. Але грузинські соуси відрізняються від європейських і складом, і технологією. Для

грузинських соусів використовується виключно рослинна сировина. Частіше всього це кислі, ягідні і фруктові соки або пюре із ткемалі, терну, граната, барбарису, іноді із помідорів. Велике розповсюдження отримали також горіхові соуси, де основою служать товчені горіхи, розведені бульйоном, простою водою або винним оцтом. Грузинська кухня виробила багато рецептів різних соусів, асортимент яких дуже різноманітний. Соуси містять різні смакові, ароматичні і інші речовини, що передають їм певний смак, запах, а іноді і колір. Соуси сприяють збільшенню поживності страв, роблять їжу соковитою і підвищують калорійність страв [3; 4]. Щоправда, між різними районами Грузії існують деякі відмінності в застосуванні прянощів: в Західній Грузії, особливо в Абхазії, що майже два з половиною століття перебувала під пануванням Туреччини, вживання червоного перцю розповсюджено значно ширше, ніж у Східній Грузії. Так, в Абхазії вживають пряну суміш аджику, в якій червоний перець складає четверту частину, в решті районів Грузії доля червоного перцю в загальному складі пряних сумішей поступово спадає (з заходу на схід), доходячи до 5 %, тобто однієї двадцятої частини, але зазвичай не перевищує десятої частини [6].

Важливе місце в Грузинській кухні займають напої – зокрема вина Грузії. Величезний асортимент відомих натуральних вин, які принесли країні світову славу. Прекрасне грузинське вино – традиційно є невід’ємним елементом грузинської кухні. Грузинські вина славилися відмінною якістю ще за часів Радянського Союзу. А після його розпаду Грузія першою з союзних республік настільки посилила регламент виробництва грузинських вин, що сьогодні строгістю винного законодавства цілком може змагатися з Бордо. «Алазанська долина» – червоне напівсолодке вино, випускається з 1977 року, виробляється з винограду «сапераві», «апександрєулі», «оджапеші» та інших сортів червоного винограду Східної та Західної Грузії. Це грузинське вино володіє освіжаючим ніжним букетом, гармонійним приємним смаком. Подавати краще охолодженим до десертів і сирів. «Ахашені» – це напівсолодке грузинське червоне вино, відоме з 1958 року. Виробляється воно з вирощеного в Кахетії винограду сорту «сапераві». Відрізняється темно-гранатовим кольором, помірною терпкістю в смаку. Його гармонійний з бархатистими шоколадними тонами букет краще всього підходить до десертів, сирів, фруктів. «Напарєулі» – сухе червоне грузинське вино, виробляється з винограду сорту «сапераві». Йому притаманні темно-гранатовий колір, вишуканий гармонійний смак, багатий складний букет з яскраво вираженими тонами сливи. Особливістю «Напарєулі» є дворічна витримка в дубових бочках [2; 5].

Таким чином, у гастрономічному турі Грузією не варто обмежуватися лише столицею. Східна і західна грузинська кухня – це дві абсолютно різні, але казково смачні традиції, які вам захочеться пізнати в усій красі і різноманітності смаків. Кухня кахетинців і горян – це м'ясо і, насамперед, страви з баранини. У західній Грузії зустрічаються «рівнинні» варіанти тих же самих м'ясних страв – баранину тут замінюють телятиною. Також в цій частині країни можна насолодитися сирами, стравами з птиці та овочів. Усі страви «щедро» приправляють спеціями, що додають стравам не тільки індивідуальний смак, але і колір [1; 4].

Грузинська кухня – це не лише їжа, але і посуд, у якому вона подається. Вишукані рослинні елементи орнаментів і соковиті кольори на тарілках додають відповідних вражень.

Список використаних джерел

1. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці НУХТ*. 2012 № 45 С. 128–132.
2. Божук Т. І. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області). *Туристична індустрія: сучасний стан і перспективи розвитку*. Луганськ, 2011 № 6 Том 2 С. 171–177.
3. Вишнеvsька Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. К., Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2013. Вип. 31. С. 112–118.
4. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. URL:<http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf>
5. Матвеев В. В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015 № 10. Ч. 4. С. 29–31.
6. Шалимов С. А., Губа Н. И., Вировец Р. Б. Кулинария. К.: Вища школа, 1979. 435с.

А. Р. Федорківська, Д. Р. Мозгова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ ТА PR В РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Сьогодні, готельний бізнес - це одна з найбільш перспективних і швидко зростаючих галузей, що приносить по всьому світу багатомільйонні прибутки. Готельний бізнес, як підгалузь, туристичного бізнесу несе в собі величезний потенціал для українського ринку. Жорстка конкуренція на ринку готельних послуг змушує менеджерів вдаватися до різних PR акцій і неординарних маркетингових ідей.

Постановка проблеми. У сучасній літературі з маркетингу присутня велика різноманітність визначення реклами. Але це не суперечить загальним розумінням того, що реклама і зараз представляє найбільш значущу частину маркетингової комунікативної діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Особливості реклами у розвитку готельного господарства досліджувались у працях зарубіжних науковців, таких як Т. Амблер, Н. Вудкок, П. Гембл, Я. Х. Гордон, К. Грьонрус, Дж. Р. Еванс, П. Дойль, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер та ін. Значну увагу приділено цим питанням у фундаментальних дослідженнях російських та вітчизняних науковців - Г. Л. Азоева, Г. Л. Багієва, А. В. Войчака, Л. О. Іванової, С. В. Мельниченко, І. В. Немчина, Є. В. Песоцької, Т. О. Примак, Л. Ф. Романенко, Н. Д. Свірідової, Т. І. Ткаченко, Л. М. Шульгіної та ін.

Мета. Визначити та проаналізувати особливості реклами та PR в розвитку готельного господарства.

Завдання. Донести до читачів, що таке «реклама» та «PR», розповісти про її значимість в готельному господарстві.

Виклад основного матеріалу. Реклама – це інструмент маркетингових комунікацій готельного підприємства, в рамках якого проводиться оплата невідомим спонсором поширення інформації, з метою привернення уваги до об'єкта рекламування, формування або підтримка інтересу до нього.

Рекламна комунікація - це процес передачі повідомлення від відправника, тобто готельного підприємства до одержувача а саме до споживача готельних продуктів за певним каналом. Тому рекламна комунікація описується загальною моделлю комунікаційного процесу.

Реклама дозволяє споживачам дізнатися про існування готельного підприємства, про якість і новизну їхнього продукту, їх переваги в порівнянні з подібними продуктами конкурентів. Подібним чином донесена інформація до клієнта повинна спонукати його скористатися продуктами данного готельного підприємства.

В умовах посилення конкуренції приваблива реклама готельного підприємства стає дієвим засобом отримання ним конкурентної переваги. У зв'язку з цим, готельне підприємство, перед початком рекламної компанії має чітко знати які функції виконує реклама а головне визначитися з її цілями, колом споживачів, на який вона повинна впливати, особливості реклами в готельному бізнесі, найбільш ефективними видами реклами [3].

Реклама готелю - невід'ємний атрибут готельного бізнесу. Завдяки рекламі люди можуть дізнатися про існування готелю і, відповідно, стати гостями міста. Різні організації мають різні шляхи управління своєю рекламною діяльністю. Власник або генеральний директор готелю зазвичай

сам керує рекламою свого підприємства. Деякі готелі мають свої рекламні відділи де складається рекламний бюджет або співпрацюють із зовнішніми рекламними агентствами.

У будь-якому випадку, сьогодні рекламна діяльність будь-якого готельного підприємства стає все більш складною, багаторівневою і багато структурною. Різноманіття функцій реклами універсальний і всеосяжний характер цієї форми маркетингової комунікації, робить необхідним більш глибокий аналіз її окремих різновидів. Разом з цим, в даний час не існує єдиної класифікації видів реклами, що значно ускладнює їх вибір при здійсненні маркетингових комунікацій.

Готельна реклама, перш за все, повинна відповідати призначенню готелю, її мета - допомогти гостям легше орієнтуватися в місті, на території і в будівлі готелю, інформувати їх про зручності та послуги, що надаються, про місцезнаходження і час роботи різних ланок обслуговування (ресторану, бару, перукарні, пошти, кіосків, пунктів прокату).

Реклама в готельному бізнесі повинна відповідати наступним вимогам:

- а) підкреслювати переваги готелю, а не його особливості;
- б) пропонуватися як вирішення всіх проблем, а не просто як товар.

Засоби масової інформації обрушують на людей численний потік відомостей, який часто не сприймається. Для того щоб виділитися, готель повинен відібрати цільові ринки, досліджувати їхні потреби, а потім обережно готувати послання, обравши при цьому необхідні кошти реклами, які найбільше ефективно вплинуть на сегмент. До потенційних сегментів готелю можна віднести туристів-бізнесменів, приватних туристів, державні та спортивні групи. Рекламне посилання повинно бути націлене на те, щоб інформувати людей про послуги, що пропонуються готелем, переконувати їх оселитися саме в ньому. Воно повинно бути викладено зрозумілою мовою, викликати інтерес, виглядати переконливим, мотивувати вибір саме цього готелю, інформувати про місцезнаходження і надати контактні телефони [2].

На думку західних фахівців, в готельному бізнесі від реклами слід дотримуватися наступних важливих завдань:

1. З її допомогою будь-яка складова послуги повинна мати відчутний вигляд, щоб потенційному споживачеві було зрозуміло, що саме йому пропонується.

2. Вона повинна обіцяти вигоду або рішення проблеми.

3. Вона повинна вказувати на відмінності продукту компанії від продукту її конкурентів.

4. Вона повинна надавати позитивний вплив на тих працівників компанії, які повинні проводити в життя обіцянки, дані клієнтам.

5. Вона повинна капіталізуватися за допомогою усного поширення.

Наприклад, відома готельна компанія "Маріотт" при рекламуванні своєї нової послуги – надання сніданку в номер – повністю дотримувалася всі ці вимоги. Так, на рекламному щиті на тлі входить до готельного номеру офіціант з сніданком, сервірованим на пересувному столику, там був зображений президент компанії Білл Маріотт, який показував на свій годинник. Ця реклама робила відчутним пропозицію свого часного обслуговування в номері. Разом з тим, вона обіцяла рішення такої важливої для гостя проблеми, як обслуговування його в номері. Обіцянка обслуговувати в точний час, а таку обіцянку давали небагато готелі, відрізняло "Маріотт" від багатьох конкурентів. В даному випадку своєю репутацією ризикував президент компанії, і при невиконанні обіцянки клієнтам пропонувалося не платити за сніданок). Рекламне обіцянку робить позитивний вплив і на працівників компанії, так як воно демонструє зобов'язання, взяте на себе керівником компанії

Готельний бізнес часто використовує послуги спеціалізованих рекламних агентств, які купують рекламні місця, безпосередньо пов'язані з інтересами готельного бізнесу. Це реклама в аеропортах, зовнішня реклама, реклама на громадському транспорті, реклама на зупинках автобуса і в місцях очікування транспорту. З огляду на широке розмаїття компаній готельного бізнесу, фактично всі спеціалізовані засоби інформації відіграють корисну роль для різних фірм [4].

Ще слід відзначити, що PR в готельному бізнесі відіграє не останню роль.

Завдання PR полягає в тому, щоб налагодити взаєморозуміння, позитивне відношення і довіру клієнта до пропозиції підприємства готельно-туристичного бізнесу на тривалу перспективу. Йдеться про формування в очах громадськості позитивного іміджу, хорошої репутації і поваги до підприємства.

Важливо вміти розрізняти PR і рекламу. Коли мова йде про друк проспектів, розміщенні плакатів на вулицях і заміток в пресі - у всіх цих випадках йдеться про рекламні заходи. Інформація рекламної служби, об'єктивно і професійно підібрана, повинна побічно сприяти збільшенню завантаження і прибутку. Заходи PR покликані, з одного боку, підвищити інтерес клієнта до пропозиції підприємства, а з іншого - за рахунок зворотного зв'язку з клієнтом привести пропозицію послуг у відповідність з наявним попитом.

Таким чином, часто сенсом і метою всіх заходів щодо PR на практиці залишається наступне: поліпшення репутації і підвищення популярності

підприємства. Це служить в основному цілям підприємства, тобто отриманню додаткових клієнтів з числа «перехожих», і не завжди збігається в широкому сенсі з завданнями відкритої реклами.

Професійна робота з PR починається з надійної інформації. В основу тут покладені докладні опрацювання таких проблем організації підприємства, як, наприклад:

- перелік відповідальних співробітників (хто за що відповідає);
- кількість і типи номерів;
- перелік інших особливостей;
- час роботи ресторану та бару;
- найменування, місткість і технічні характеристики банкетних і конференц-залів;
- можливості для проведення дозвілля і занять спортом для клієнтів;
- опис розташування готелю з зазначенням маршруту від вокзалу та аеропорту;
- стоянки для автомобілів;
- архітектурні та / або художні пам'ятки;
- спеціалізація ресторану;
- характеристика ключових керівників;
- фотографії, живо ілюструють можливості готелю в області послуг тощо.

Ця інформація постійно доповнюється, виправляється і наповнюється новим змістом, що говорить про події, що відбуваються в готелі [1].

Висновки. Ефективність просування готелю на ринку туристичного бізнесу, багато в чому залежить від застосування PR-технологій та реклами. Власники готельного підприємства повинні використовувати сучасні технології просування. Для цього вони повинні звертатися до рекламних фірм або створити маркетинговий підрозділ при готелі. Для ефективності просування свого продукту по - перше потрібно проводити анкетування серед гостей. По-друге потрібно створити web-сайт, для отримання зворотного зв'язку. Все це є ефективним інструментом комунікації і способами підвищення популярності готелю. Якщо застосовувати ефективні PR-технології для готелю, це дозволить конкурувати на ринку готельних послуг.

Список використаних джерел

1. Гареев Р.. Инновации в гостиничном и туристском бизнесе. Издательство: КноРус. 2016.
2. Кабушкин Н.. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Издательство: КноРус. 2001.
3. Лесник А.Л. Гостиничный маркетинг: Теория и практика максимизации продаж. Издательство: Кнорус. 2007.
4. Мальська А.П.. Готельний бізнес. Теорія та практика. Издательство: Центр навчальної літератури. 2017.

РОЗДІЛ III. ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ ТА КРАЇНОЗНАВСТВО

К. І. Бельмас, Л. М. Максименко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ У ЧОРНОГОРІЇ

У статті описано особливості Європейського рекреаційного регіону. Зроблений акцент на територіальному розташуванні Чорногорії, що у значній мірі сприяє розвитку рекреаційного туризму. Розглянуті найпопулярніші курорти та здійснений аналіз основних туристичних центрів.

За останні роки особливого поширення набуває рекреація та рекреаційний туризм. Їх виникнення пов'язане, перш за все, із все зростаючою потребою суспільства у повноцінному відновленні своїх сил. Галопуючий розвиток технологій, науково-технічний прогрес вимагають від людей великих затрат енергії, причому дедалі більше відчувається не тільки фізична втома, але і моральний тиск, що значно впливає на стан здоров'я населення [7 с. 3–4]. Здоров'я людини – одна з найскладніших проблем сучасності, адже воно визначає стан і благополуччя не тільки кожної людини, але й держави в цілому [1]. Дослідження останніх років виявляють стійку тенденцію до суттєвого зниження показників здоров'я і темпів фізичного розвитку уже на ранніх етапах життя [1; 3].

Фахівці (М. Я. Якобсон, 1974; Н. І. Пономарьова, 1975; Б. В. Євстаф'єва, 1985; В. М. Видріна, 1986; Кусков А. С., Голубєва В. Л., Одинцова Т. Н., 2005; Трегуб А. І., 2011) переконані, що організм людини можна повноцінно відновити лише природними чинниками.

Зокрема, Європа була й залишається найбільш розвиненим рекреаційним регіоном світу: високий рівень життя основної маси населення; розвинена мережа транспортного сполучення і комунікацій; географічна близькість європейських країн одна до одної; значна порізаність берегової лінії й наявність бухт, заток і внутрішніх морів; висока щільність міського населення; велике зосередження історичних, культурних і природних пам'яток на порівняно невеликій території; велика кількість різноманітних районів зі сприятливими умовами для відпочинку, лікування, організації екскурсій і подорожей; значний досвід в організації туризму: саме в Європі в середині ХІХ ст. туризм, у тому числі й рекреаційний, стає зоною підприємництва, перетворюючись поступово з елітного на заняття для широких верств населення [5 с. 100-102].

Чорногорія – одна із наймальовничіших країн Європи, інтенсивно використовує природний туристичний потенціал, головними складовими якого є комфортний клімат, морське узбережжя, бальнеологічні і флоро-фауністичні ресурси. Незважаючи на низку балканських геополітичних проблем, вона належить до популярних і перспективних країн з точки зору розвитку міжнародного туризму. Берегова курортна зона країни користується попитом у європейських туристів. До їх послуг відомі курорти: Котор, Херцег Нови, Будва, Ада Бояна, Бар та ін. Купальний сезон триває із кінця квітня до кінця жовтня [2; 6].

Мета – зробити теоретичний аналіз сучасних особливостей рекреаційного туризму в Чорногорії.

В цілому країну можна розділити на дві частини: узбережжя Адріатичного моря і гірська Чорногорія. Вони різко відрізняються одна від одної, однак, щоб повністю пізнати цю країну, варто побувати скрізь. Усі основні курорти розташовані на прибережній смузі і приваблюють туристів як пляжним, так і активним відпочинком. Це означає, що кожен приїжджий зможе знайти тут прийнятний для себе вид активності: від пасивного лежання на пляжі до занурень в морські глибини і віндсерфінгу [2].

Щороку безліч туристів вибирають для пляжного відпочинку цю країну, приносячи до її бюджету значні суми. На 73 км Адріатичного узбережжя Чорногорії є пляжі на будь-який смак, найрізноманітніші: піщані, дрібно- і крупногалькові, кам'янисті, в тихих лагунах або в ущелинах гористого берега Їх все об'єднує одне: вода тут найчистіша. Треба зазначити, що в Чорногорії є чимала кількість пляжів для людей, що вибрали в якості стилю життя єднання з природою і підтримують рух нудистів. Наприклад, гальковий пляж між містами Тіват і Будвою, найстаріший нудистський пляж Нивиці в Герцег-Нові, нудистський центр Ада-Бояна. Взагалі кажучи, на багатьох пляжах Чорногорії пляжі для нудистів мирно сусідять з пляжами «текстильників» не викликаючи в оточуючих ні неприязні, ні агресії. Чи то ласкаве сонце і м'який клімат регіону тому причиною, чи то розвинена інфраструктура практично всіх пляжів: у цьому благословенному краю всім вистачає сонця, моря і комфорту. Якщо зайнятися усередненням, яке так любить сучасна статистична наука, то можна сказати наступне: середня температура повітря на узбережжі влітку складає трохи більше 27 градусів, максимальна температура води - теж близько 27 градусів, прозорість води - від 40 до 55 метрів. У всьому світі Блакитними прапорами відзначаються найчистіші пляжі. У Чорногорії до цього розряду відносяться пляжі Будви, Тівата, Бара, Ульциня і Герцог-Нові. Саме тут найкраща екологічна ситуація, саме від цих пляжів якнайдалі знаходяться промислові підприємства, що є основним джерелом забруднення навколишнього середовища [2; 4; 6].

Будва – найпопулярніший курорт Чорногорії, що відображається і на кількості розваг, і, само собою, на рівні цін. Курорт має безліч ресторанів, барів, кафе та сувенірних магазинів. В межах міста 5 загальнодоступних пляжів: Слов'янський, Ричардова голова, Могрен-1 і Могрен-2 (безкоштовні), Dukley beach club (платний). Головний пляж міста – Слов'янський. Тим, хто бажає мати спокійний відпочинок тут не сподобається – грає гучна музика, людно, та ще й брудно. Зате навколо багато кафе і ресторанів, є дитячі майданчики і водні атракціони. Найчистіша вода – в районі пляжів Могрен (вони знаходяться поруч, розділені скелею), від центру міста сюди можна дійти за 15-20 хвилин. Вони ж, до речі, краще всього підходять для відпочинку з дітьми – вхід у воду пологий, а територія маленька, що дозволяє тримати дитину в полі зору. Курорт має безліч пам'яток, які необхідно відвідати. Найпопулярнішими із них є: Старе місто, Цитадель, монастир Подострог, острів Святого Миколи [4].

Подгоріца – офіційний, комерційний і культурний центр Чорногорії. Місто розташоване на п'ятьох ріках: Зета, Морача, Рибніца, Цієвна і Ситніца. Під час Другої Світової війни було цілком зруйновано, поступово відбудоване. Сучасні споруди оточені значними площами зелених насаджень і парків[3]. Звісно, якщо відвідати місто Подгоріца, то необхідно відвідати міста та пам'ятки, якими славиться місто. Обов'язково необхідно відвідати Кафедральний собор Воскресіння Господнього, пішохідну вулицю Херцеговачка, Водоспад Ніагара [2].

Котор – у різні періоди своєї історії він перебував під владою Римської імперії, Венеціанської республіки, Австро-Угорщини, Італії. У результаті такого змішування культур сформувалось унікальне місто, де повинен побувати кожен турист, який відвідує Чорногорію. Старе місто занесене у список Світової національної і культурної спадщини ЮНЕСКО завдяки середньовічній архітектурі та численним унікальним пам'ятникам. У центральній частині міста розташований кафедральний собор св. Тріпуна, палац Буча, Наполеонівський театр. Фортеця Святого Івана [2; 6].

Ульцинь – місто знаходиться на півдні Чорногорії. В межах міста знаходяться найдовший піщаний пляж Адріатики – Великий Пляж, що простягається на 13 км. Мечеті, піщані пляжі і найбільша оливковий гай – все це тут [4].

Неймовірною популярністю користуються пляжі Чорногорії. Зокрема, Великий пляж – один з найбільш протяжних і популярних пляжів країни (13 км у довжину і понад 60 м – в ширину) знаменитий темним базальтовим піском. Кажуть, він володіє лікувальними властивостями: ще венеціанці використовували його для полегшення ревматичних болів. А сірчані джерела, що виходять на поверхню, лікують безпліддя та інші жіночі хвороби. Серед

інших складових успіху Великого пляжу – велика кількість світла і сонця, а також тепле море [2].

Тайм-Аут (Time Out) розташований на території пляжу «Словенска Плажа» в центрі Будви. Це узбережжя особливо полюблялося чеськими і словацькими туристами – за що і отримало свою назву в 1935 році. Сьогодні на «Словенска плаже» трапляються мандрівники будь-яких національностей. Адже це самий галасливий і розвинений пляж курорту, де можна знайти десятки ресторанів і кафе, прокат водного спорядження і масу розваг для дітей [1; 2].

Плаві Хорізонті – найкрасивіший пляж Тиватської Рів'єри. Тут зібрано все, що потрібно для ідеального відпочинку: м'який цілющий пісок, пологий спуск у воду, смарагдові оливкові гаї і густий сосновий ліс неподалік. Незважаючи на те, що в безпосередній близькості від пляжу немає селищ або міст, тут чудово розвинена інфраструктура. Можна посидіти в кафе за чашкою кави, взяти в оренду лежак або прогулятися по мальовничих доріжках, прокладених по узбережжю [2].

Пляж Жаніца Zanjic, півострів Луштіца покритий білою галькою і оточений неповторними оливковими гаями, цей пляж є прекрасним місцем для відпочинку. Блакитні води моря в цих місцях надають пляжу Zanjic особливу чарівність. Позаду пляжу, в тіні оливкового гаю розташовані бари і ресторани, де можна відпочити від сонячного світла і насолодитися келихом чудового вина. Поблизу пляжу Zanjic розташовуються Блакитна печера і острів Мамула, де можна відвідати дивовижну середньовічну фортецю [6].

Таким чином, розвиткові рекреаційного туризму в Чорногорії сприяють природно-географічні особливості регіону. Його береги вирізняються значною порізаністю, наявністю внутрішніх морів, заток, бухт, що в сукупності зі сприятливими кліматичними умовами сприяло створенню та бурхливому розвитку на узбережжях численних курортних приморських зон. Відповідно країна має приморське положення, володіє островними територіями, що сприяє розвитку круїзного морського туризму. Кліматичні природні рекреаційні ресурси регіону дуже різноманітні. Країна розташована в помірному і субтропічному кліматичних поясах. У цілому природно-кліматичні умови сприятливі для різноманітних видів як літніх так і зимових рекреаційних занять. На її території переважають низовинні, горбкуваті й гірські райони. Серед гір переважають середні за висотою, вони не являють собою перешкод для налагодження транспортного сполучення і відповідно переміщення рекреаційних потоків, проте є потужним ресурсом для розвитку гірськолижного туризму й альпінізму [5 с. 100; 7].

Список використаних джерел

1. Андреева Е. Рекреационные игры в структуре досуговой деятельности лиц зрелого возраста. *Спортивний вісник Придніпров'я*. 2013. №2. С. 37–40.
2. Все про туризм в Чорногорії. URL: <http://poizdka.net/chornogorija/>
3. Кравцова О. О. Рекреаційні технології у структурі соціально-гуманітарних технологій. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Vdakk/2012_3/20.pdf.
4. Мальська М. П., Гамкало М. З., Бордун О. Ю. Туристичне країнознавство. Європа. К.: Центр учбової літератури, 2009. 178-183 с.
5. Поколодна М. М. Конспект лекцій з дисципліни «Рекреаційні комплекси світу (в тому числі турресурси України)». Х.: ХНАМГ, 2012. 174 с.
6. Сім кращих пляжів Чорногорії.
URL: <http://guliver-tour.biz.ua/s%D1%96m-krashhih-pljajzh%D1%96v-chornogor%D1%96%D1%97/>
7. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 312 с.

Т. В. Ведмідь, Л. М. Максименко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ЩОДО НАЦІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ В РЕКРЕАЦІЙНОМУ ТУРИЗМІ ІСПАНІЇ

У статті досліджено та висвітлено сучасний стан розвитку туризму в Іспанії. Розглянуто країну на світовому туристському ринку. Проаналізовані основні особливості розвитку туристського потенціалу даної країни. Іспанія володіє унікальною культурною спадщиною, яка стала наслідком тривалої взаємодії християнського й ісламського світів. Приморські райони Іспанії є рекреаційними зонами міжнародного значення.

Актуальність теми. Туризм розвивається у багатьох державах світу, що дає змогу познайомитися з їх традиціями, звичаями, способом життя, природними, історико-культурними та соціально-економічними туристськими ресурсами. Іспанія є одним із найбільших центрів туризму та відпочинку у світі. Ця країна багата ресурсами для розвитку туризму: різноманітність кліматичних умов, широкий спектр географічних та культурних характеристик, високий рівень розвитку інфраструктури у сфері обслуговування. Саме тому туристична галузь цієї держави є цікавою для дослідження.

Постановка проблеми. За даними всесвітньої туристської організації UNWTO, незважаючи на економічні та політичні проблеми, за останні роки спостерігається збільшення кількості туристів у світі. Іспанія у цьому процесі відіграє важливу роль, оскільки туризм є її провідною галуззю. Вже протягом

багатьох років туристична індустрія Іспанії є об'єктом постійного активного державного регулювання. Діяльність держави з розвитку туристичної індустрії надала підстави говорити про так звану «Іспанську модель туризму», яка успішно реалізується і в інших країнах. Утримання провідних позицій на міжнародному туристичному ринку в умовах кризових трансформацій та загострення конкуренції, підтримка позитивного міжнародного іміджу країни, ефективне використання наявного туристично-рекреаційного потенціалу Іспанії є результатом системної дії поміркованої державної туристичної політики.

Мета роботи: охарактеризувати фактори впливу та особливості розвитку рекреаційного туризму в Іспанії.

Завдання дослідження:

1. дослідити процес формування туристсько-рекреаційної діяльності Іспанії;

2. окреслити основні риси рекреаційно-туристичної галузі країни;

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню туризму присвячено багато праць [1-7]. Аналізу останніх досліджень і публікацій щодо туризму в Іспанії присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Інформаційною базою є статистичні дані Всесвітньої туристичної організації ООН.

Виклад основного матеріалу. Туризм є однією з основних галузей господарства Іспанії. Щорічний обсяг туристичних потоків складає біля 60% іноземних туристів, а їх щорічний приріст в середньому 5% за останні 20 років. Іспанія приймає 7% від усіх іноземних туристів світу, займаючи 2-е місце в світі після Франції, та 2-е місце після США за обсягом доходів від туризму (табл. 1) [3].

Таблиця 1

Головні міжнародні туристичні напрями у 2017-2018 рр., млн. відвідувань

№	Країна	2018 рік	2017 рік
1	Франція	89	86.9
2	Іспанія	83	81.8
3	США	80	75.9
4	Китай	63	60.7
5	Італія	62	58.3

Джерело: UNWTO (2019). "UNWTO. International Tourism Highlights. 2019 Edition"

Туристський ринок Іспанії сформований переважно завдяки зовнішньому попиту, який зорієнтований на прийом іноземних туристів.

Туристи обирають Іспанію, як відомий туристський центр, оскільки наявний комфорт готелів, бездоганний сервіс, гостинність та турбота – головні чинники, які переважають під час вибору країни для відпочинку.

Іспанія за кількістю іноземних туристів поступається лише Франції. Нині важко уявити, що в 1950 р. цю країну відвідали лише 3 млн осіб. З того часу кількість туристів зросла майже у 28 разів. У Європі Іспанія доволі чітко спеціалізується на масовому пляжному туризмі. Основна частина туристів приїжджає сюди з Франції, Німеччини, Італії та Нідерландів [5].

Швидкі темпи економічного зростання, входження країни до євроатлантичних структур, перш за все ЄС і НАТО, активне втручання держави в рекреаційно-туристичний комплекс, надання гарантованих кредитів для будівництва готелів, значні іноземні інвестиції перетворили її на один із провідних рекреаційних центрів світу [4].

Іспанія – країна-мозаїка. Вона складається з материкових і острівних частин. Провінції і побережжя, а відповідно і курорти, володіють відмінною один від одного зовнішністю і характером. Тому туристична галузь Іспанії є цікавою для дослідження.

Фактори пріоритетності Іспанії серед країн Європи:

- Географічна близькість;
- М'який клімат;
- Високий рівень приморських курортів;
- Порівняна дешевизна турпродукту.

Ці фактори не можуть поширюватися на економічно розвинуті держави за межами європейського континенту. Та все ж, незважаючи на віддаленість від цієї країни, Іспанію відвідує велика кількість туристів з Японії, США, Канади.

Безсумнівно, що на потоки іноземних туристів до Іспанії впливає добре розвинена інфраструктура, тобто дороги, аеропорти, заклади обслуговування, тощо, а також географічне положення відносно решти Європи, що і дозволяє здійснювати транзитний туризм через "європейський" континент в Іспанію [1].

Іспанія - країна з дуже великою різноманітністю кліматичних умов. Будь-хто може переконатися, що за кілька годин можливо перейти від пустельного клімату Монегрос в Сарагосі в зелені і вологі пейзажі Країни Басків і потім забратися на високі, більше 3000 метрів, гірські вершини Піренеїв [4].

У попередніх декадах у країні розвивався майже винятково пляжно-курортний туризм, чому сприяв і сприяє достатньо теплий клімат і значна

інсоляція у порівнянні з іншими європейськими країнами. Курортні зони тягнуться вздовж середземноморського узбережжя (Коста-Брава і Коста-дель-Соль), локалізуються на Балеарських і Канарських островах; в цих межах зосереджена велика кількість готелів, пансіонатів, ресторанів та пляжно-котеджних житлових комплексів. Проте росте й привабливість півночі Іспанії, клімат якої більш прохолодний та вологіший.

Довжина берегової лінії (разом з островами) близько 5 тис. км, при цьому відмінною особливістю є те, що берег здебільшого мало розчленований. На сьогодні узбережжя Середземного моря Іспанії за рекреаційною привабливістю випереджає всі інші країни Середземномор'я, включаючи Італію і Францію. Крім того, Іспанія має великі потенційні можливості для розвитку туризму, які в інших державах майже повністю вичерпані [1].

Головні узбережжя країни

Коста-Бланка ("Білий берег") – один з головних туристичних центрів Іспанії. Це добре впорядкований берег з дрібно піщаними пляжами, безліччю готелів і центрів розваг. Знамениті на весь світ курорти Коста-Бланки: Торрев`єха, Денія, Хавка, Бенідорм, Морайра, Кальне, Гвардамар-де-Сегура, Кампоамор. Коста-Бланку можна умовно розділити на два різних регіони: Північ, з гірським масивом, що розташувався паралельно морю і іноді спускається до нього, формуючи стрімчаки, та Південь, з великою рівниною з острівцями піску, пальм і осадів солі вздовж узбережжя.

Коста-Брава по праву вважається одним з наймальовничіших місць узбережжя. Тут гори спускаються до моря, а море вузькими бухтами врізається в берег. Між червонуватими скелями, що поросли соснами, біля прозорої бірюзової води ховаються затишні маленькі пляжі. Розташувались вздовж узбережжя, курорти Blanes, Lloret de Mar, Tossa de Mar пропонують недорогий відпочинок, тому туристи охоче їдуть сюди цілими родинами. Безумовно, діти будуть в захваті від аквапарків, тематичного парку Marineland, міні-зоопарку Aqualeon і щоденних лицарських турнірів.

На цьому узбережжі знаходиться пташиний заповідник Аїгуамольс і перший в Іспанії морський природний заповідник-острів – Медес, у якому живе кілька десятків найцікавіших видів риб, морських тварин і водоплавних птахів.

Альмерія - столиця найбільш південної провінції Іспанії. Її пустелі, прерії, гори і пляжі – королівство тиші і самоти. Сонце тут світить 365 днів у році. Кустарні промисли, стайні для коней, ранчо для верхової їзди, арабські містечка з неповторним колоритом вузьких вуличок, крамниці і таверни, надсучасні білосніжні готелі – усе для тих, хто хоче тут побувати. Готелі

Альмерії пропонують широкий вибір послуг та розваг. У регіоні нараховується кілька унікальних природних заповідників, одним із яких є Cabo de Gata [2].

Крім пляжів і аквапарків, які приваблюють найбільшу кількість туристів, Іспанія все активніше використовує власний культурно-історичний потенціал, заглиблений у тисячоліття. У країні органічно поєдналися історичні пам'ятки римської і мавританської епох з чудовими архітектурними спорудами середньовіччя і сучасності. Особливо любляють туристи з усього музей Прадо і палац Ескоріал у Мадриді, знамениту Долину загиблих з грандіозним монументом і вибитим у скелі величезним храмом з могилою Ф. Франко, морський музей-пам'ятник Колумбу, архітектурні споруди Гауді у Барселоні та ін. [4].

Станом на 2010 р. 41 природну та культурно-історичну пам'ятку, що знаходяться на території Іспанії, включено до списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, 16 з яких визнані шедеврами, і 4 природними феноменами виняткової краси та естетичної важливості [2].

В Іспанії розташовано 14 національних парків: Кабаньєрос, Донанья, Атлантичний галісійський, Монфраке, Пікос-де-Европа, Сьєрра-Невада та інші. Планується створення національного парку Гвадаррама у Мадриді. Нараховується 126 природних та 25 регіональних парків, приурочених до природних комплексів різних ландшафтних регіонів Іспанії.

Серед туристичних маршрутів слід відмітити: Шлях Сантьяго, стежка Білих Сіл (Кадіс), шлях барабанів (Теруель), шлях Бика (Кадіс), дорога Ла-Плата, дорогою Сіда, шляхами Дон-Кіхота, дорога боліт (Паленсія), шлях Меріан (Арагон, Каталонія із заходом до Франції) [3].

Іспанія володіє розгалуженою мережею музеїв, найвідомішим з яких є Прадо у Мадриді, експозиція якого охоплює як картини із королівських колекцій 16-17 століть, так і сучасне мистецтво. Серед інших видатних музеїв Мадрида зазначимо Іспанський музей сучасного мистецтва, музеї Хоакін Соролья та Тіссен Борнемісса, музей королеви Софії, Національний музей археології.

Поза столицею розташовані музеї мистецтв Каталонії та музей Пікассо у Барселоні, Національний музей скульптури у Вальядоліді, музей Ель-Греко та музей сефардів у Толедо, музей Гуггенхейма у Більбао, музей іспанського абстракціонізму у Куенці. Багато музейних установ розміщені при соборах і монастирях [3].

Туристів приваблює також традиція іспанської кориди. Найвідоміші місця її проведення - арени "Лас-Вентас" у Мадриді, "Ла-Монументаль" у Памплоні "Ла-Маестранса" у Севільї та "Пласа-де-Торос" у Валенсії.

Не можливо не згадати про надзвичайно привабливі для туристів тутешні фестивалі. Тут вони особливо барвисті.

Las Fallas По праву вважається одним з найяскравіших і божевільніших фестивалів Іспанії, який влаштовують на честь приходу весни. Ключовою подією фестивалю Las Fallas є парад гігантських ляльок, виготовлених з пап'є-маше і дерева, а кульмінацією - шикарний феєрверк і спалювання цих самих ляльок.

La Tomatina. Це не просто фестиваль, а справжня помідорна війна, в якій беруть участь десятки тисяч людей з усього світу. Воюють з 1945 року, фестиваль проводиться на честь покровителя міста Святого Луї Бертран і Богоматері-захисниці. За час фестивалю витрачається 100 тонн помідорів.

Sanfermines Родзинка фестивалю - знаменитий біг биків. Щоранку в 8:00 з загонів Санто Домінго випускають розлючених тварин, які несуться по вулицях старого міста. Відчайдушні сміливці отримують в ці дні можливість позмагатися з биками в швидкості. Пробігти треба всього 850 метрів, але "рідкісний турист пробіжить навіть половину" [7].

Fiesta de SantaMarta Ribarteme У фестивалі беруть участь тисячі віруючих. В основному, це ті люди, які були близькі до смерті. Для них це свято - спосіб засвідчити свою повагу до Святої Марти, покровительці воскреслих. Вони лягають в труну, а друзі несуть їх від церкви Лас-Ньєвес на найближче кладовище.

Baby JumpingFestival Чоловіки, одягнені в костюми диявола, стрибають через немовлят, що народилися в попередні дванадцять місяців. Малятка лежать на матрацах прямо на вулиці. Вважається, що при стрибку "диявол" відводить від малюків все погане. Цей звичай існує з 1620 року.

Semana Santa Проходить в декількох містах, але найцікавіші дійства відбуваються в Севільї. Протягом восьми днів (від Вербної неділі до Великодня) по вузьких вулицях проносять багато прикрашені платформи, на яких представлені сцени страстей Господніх: ікони і зображення в натуральну величину. Причому всі учасники процесії в ошатному вбранні, а грішники, що каються, одягнені в довгі роби. Видовище вражаюче [7].

Висновки. Територія Королівства Іспанія характеризується високою сукупністю природних, соціально-економічних та культурно-історичних умов, необхідних для розвитку міжнародного туризму і атрактивності для відпочиваючих. Але не зважаючи на достатньо високу ступінь залучення цих ресурсів для розвитку туристської діяльності, переважна більшість регіонів країни все ж зберігають певний потенціал для того, щоб і в подальшому Іспанія залишалася в лідерах за обсягами туристських потоків.

Іспанія входить до 10 країн з найбільшими темпами розвитку туристичної індустрії. Країна продовжує лідирувати за показниками наявності культурних ресурсів (проведення численних виставок та ярмарок, наявність великої кількості об'єктів Всесвітньої культурної спадщини, значний потенціал для проведення спортивних змагань).

Список використаних джерел

1. Бейдик О.О. Рекреаційна географія. Навчально-методичний комплекс дисципліни 2007. 96 с.
2. Бусол Л., Левчук Л. Іспанія на світовому ринку туристичних послуг. *Молодий вчений*. 2015. №1(16). С. 203-206
3. Гнатюк О. Туризм в Іспанії. 2013. URL:<http://geograf.com.ua>
4. Масляк П. Європейський макрорайон. Рекреаційно-туристичне господарство країн Європейського макрорайону. *Рекреаційна географія світу*. URL:<http://tourlib.net>
5. Подлепіна П. Закордонний досвід організації туризму на сучасному етапі (на прикладі Іспанії). *Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2013. С.169-174
6. UNWTO (2019). "UNWTO. International Tourism Highlights. 2019 Edition" URL:<http://tourlib.net>
7. URL: http://www.spain.com.ua/ua/turismo_ispania

А. Ю. Гусак , В. С. Павленко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ЗАКАРПАТТІ

В даній статті розглянуто сучасні проблеми розвитку зеленого туризму, а також його стан та перспективи розвитку. На території даного регіону наявні всі об'єктивні та суб'єктивні фактори для прибуткового і перспективного розвитку даного виду туризму.

Постанова проблеми. Розвиток зеленого туризму набув широкого розповсюдження. Організація відпочинку на селі має надзвичайно позитивний вплив на економіку та екологію регіонів України, за рахунок використання наявного житлового фонду, розширення сфери зайнятості населення та можливостей реалізації продукції сільського виробництва, забезпечення туристів екологічно чистими продуктами харчування та збереження природи.

Багато науковців займалися дослідженнями сільських територій та розвитку в них сільського-зеленого туризму, а саме: М. Рутинський, Т. Лужанська, В. Васильєв, О. Любіцева, Г. Горішевський, Ю. Зінько.

Виклад основного матеріалу. 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 [2].

Закарпатська область має всі підстави для розвитку зеленого туризму, а саме: наявність багатих і різноманітних природних ресурсів, пам'ятки історії та культури, комфортні кліматичні умови, відповідна матеріальна база та інфраструктура, зручне географічне розташування, професійні кадри [4]. Оскільки, 70 % населення проживає у сільській місцевості, то провідним видом туризму необхідно розвивати саме сільський, як постійне джерело поповнення бюджету Закарпаття [7].

Закарпаття є одним з найперспективніших регіонів для розвитку зеленого туризму. Його перевага полягає в економіко-географічному положенні. Це найзахідніша область України та єдина, яка межує одразу з чотирма країнами Центральної Європи: Румунією, Угорщиною, Словаччиною та Польщею.

Зелений туризм приваблює жителів великих міст, які бажають відпочити від метушні великого міста та на декілька днів зануритися в атмосферу сільського життя, в екологічно чисте середовище, спробувати страви національної кухні з натуральних продуктів.

Останнім часом зелений туризм набув широкого розповсюдження серед іноземців, які живуть і працюють в Україні, а саме співробітників посольств, працівників іноземних фірм, банків тощо. Вони приїжджають до українського села як на уїкенд, так і на довший термін [5, с. 25].

В даному регіоні налічується 50 домашніх господарств, які надають послуги сільського туризму. Ціна за проживання в садибах варіюється від 700 до 1 000 грн. на добу [6] (рис. 1).

За даними головного управління статистики в Закарпатській області можемо побачити динаміку відвідування туристами даний регіон (рис. 1)[3]. Тут спостерігається низька відвідуваність регіону іноземними туристами, високий показник виїзних туристів та відносно невеликий показник внутрішніх туристів. Не дивлячись на велику кількість виїзних туристів, можна сказати, що Закарпатська область має великі перспективи та достатню кількість внутрішніх туристів, для розвитку туризму, і ця кількість постійно збільшується.

У межах адміністративно-територіальних одиниць зелений туризм найбільш розвинутий у таких районах цієї області: Берегівському - 42 садиби, Хустському - 31, Перечинському - 19, Воловецькому - 23, Свалявському - 18 садиб (рис. 2).

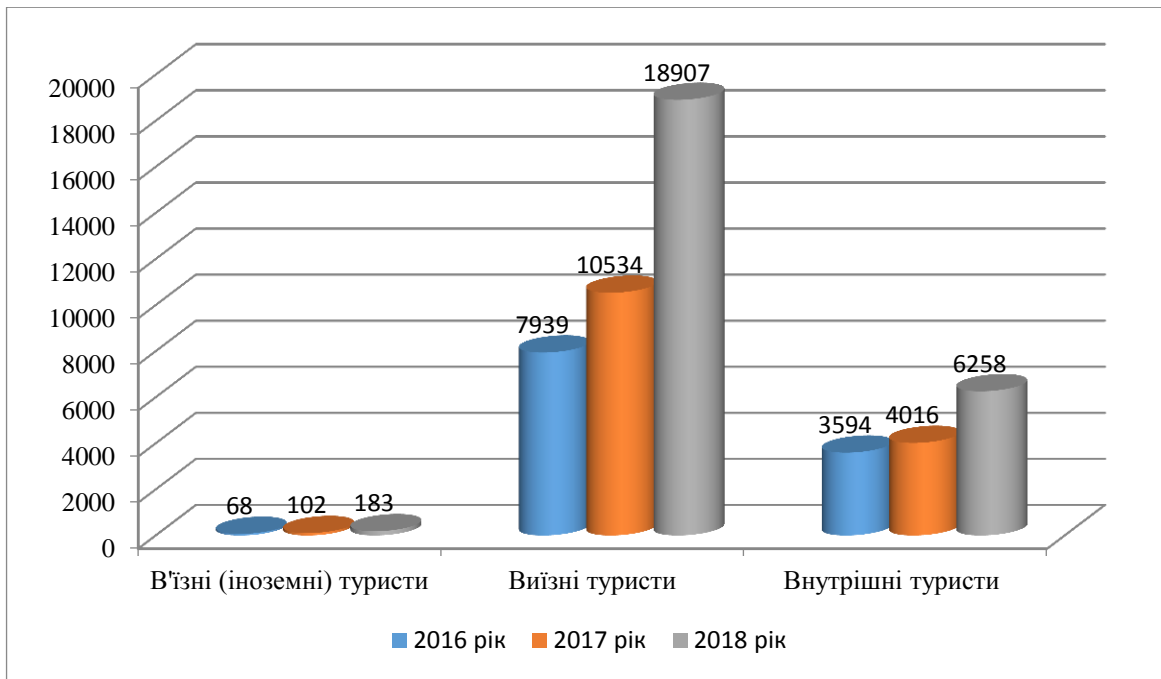


Рис.1. Кількість туристів, які обслуговуються туроператорами та турагентами, за видами туризму

Найнижчі показники розвитку такого виду туризму зафіксовано в Тячівському (2), Рахівському (9), Міжгірському (8), Великоберезнянському (9) районах.

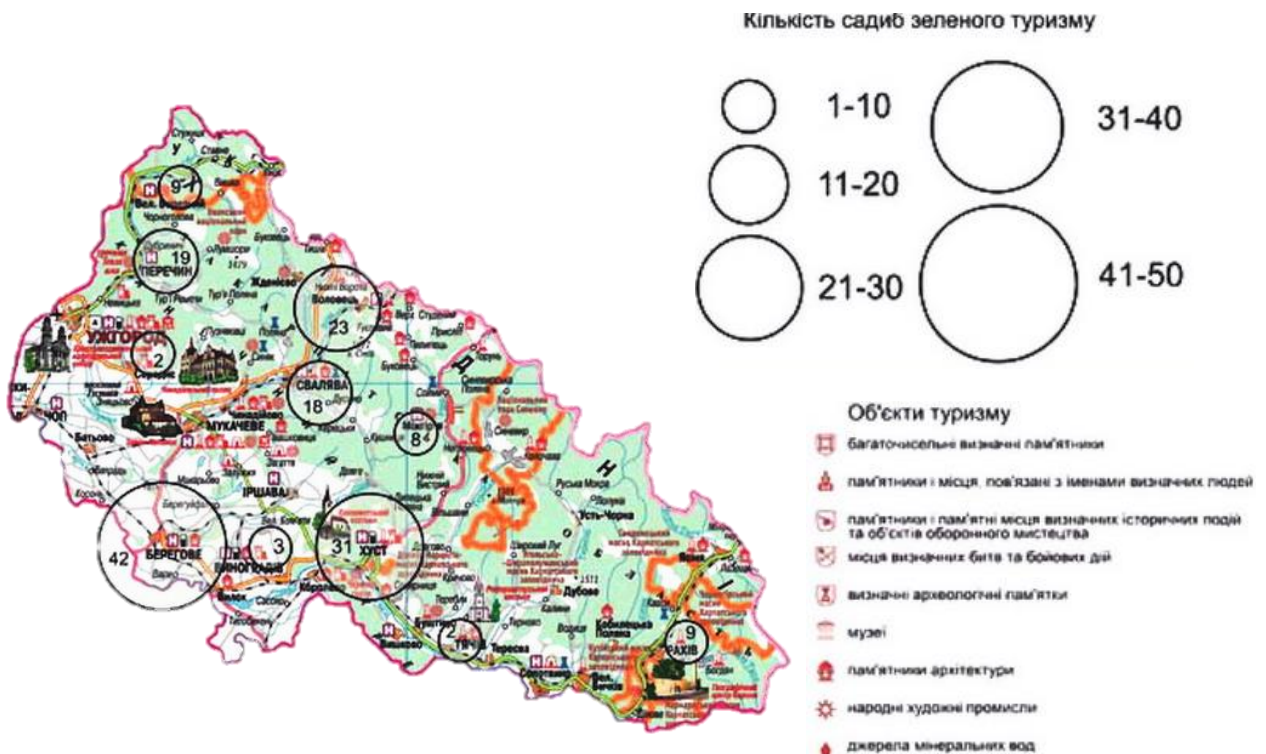


Рис.2. Сільські зелені садиби в Закарпатській області

Сільська місцевість Закарпаття багата на цікаві екскурсійні об'єкти, пов'язані з народними промислами: ткацтвом, вишиванням, гончарством, лозоплетінням, різьбленням по дереву, які розкривають витoki та джерела народної культури. Є серед них унікальні, чи не єдині в Європі, такі як: музей ковальської справи «Кузня Гамора» в селі Лисичеві Іршавського району та музей лісосплаву на річці Чорна Міжгірського району. Це надає широкі можливості розробці та реалізації цікавих програм для гостей сільських садиб [1].

Зелений туризм як вид економічної діяльності, здійснює певний тиск на навколишнє середовище, а отже, якщо природне середовище є основою туристичної галузі, то виникає ряд проблем, що пов'язані з його охороною. Інтенсивний розвиток зеленого туризму бажаний, але водночас необхідно знайти оптимальне поєднання між рекреаційним та промисловим використанням природних ресурсів.

Перспективи розвитку зеленого туризму на Закарпатті є сприятливими з огляду на наявність значних ресурсів. У подальшому на Закарпатті увагу слід приділяти оздоровчо-лікувальній діяльності, яка приваблює значну кількість відпочиваючих. При цьому слід пам'ятати, що Свалявська група мінеральних вод практично повністю освоєна в експлуатаційному відношенні. Майже всі родовища використовуються для лікування у санаторіях і для розливу мінеральних вод за досить низькою ціною. Потрібно зробити акцент на використанні більш перспективних родовищ мінеральних вод: Ужанської та Міжгірської груп. У них є унікальний вміст мікроелементів («Поляна-Квасова», «Сойминська», «Келечинська»). У мінеральних водах Ужанської групи є мікроелементи в різних комбінаціях і кількостях, що відповідають терапевтичним дозам. Це зумовлює можливість їх застосування для лікування різних патологій органів травлення, серцево-судинної, ендокринної, периферійної, нервової та інших систем [1].

Висновок. Отже, важливою особливістю розвитку зеленого туризму в області є те, що розбудова туристичної інфраструктури стимулює появу нових сільських осель, які пропонують різноманітні туристичні послуги. Гостинність та доброзичливість господарів краю, національна кухня, домашній хліб, бринза, забезпечують приємний відпочинок у будь-яку пору року.

Важливо розробити бренд сільського туризму Закарпаття з його постійною промоцією з метою популяризації в Україні і за кордоном. Саме створення регіонального, культурного та символічного іміджу, впровадження міжнародних стандартів сприятиме розширення географії туризму в Закарпатській області. Така діяльність поліпшить економічний стан малих

міст, селищ, сіл, збільшить прибуток сімей, що надають туристичні послуги, допоможе відродженню забутих звичаїв, збереженню самотності закарпатського населення.

Список використаних джерел

1. Гамор Ф. Екотуризм і сталий розвиток у Карпатах. *Регіональна економіка*. 2008. № 1. С.247-251.
2. Головне управління статистики в Закарпатській області. URL: http://www.uz.ukrstat.gov.ua/statinfo/turism/tur_potoki.pdf
3. Грицку-Андрієш Ю., Грицку В. Географія сільського зеленого туризму у Закарпатській області. *Вісник Львівського університету*. 2014. Вип.34. С.48-55.
4. Завадський Е. Використання польського досвіду в розвитку сільського туризму Закарпаття. *Ріо*. 2008. 23 серпня. С.3.
5. Сайт «Зелений туризм». URL: <http://ruraltourism.com.ua/index2.php>.
6. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України. URL: <http://tourlib.net>.
7. Сочка К. Роль рекреаційних систем у господарському комплексі регіону. *Науковий вісник* 1999. Вип.2. С.96.
8. Ткачук В.І. Європейська парадигма сільського туризму в умовах диверсифікації сільської економ. *Вісник Житомирського НАЕУ*. 2010. № 1.

А. О. Ковган, Л. М. Максименко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ ІНДІЇ

В даній статті розглянуто розвиток рекреаційного туризму Індії. Проаналізовано науково-методичну і спеціальну літературу з метою визначення популярності країни серед туристів. Висвітлено особливості рекреаційних ресурсів у регіонах Індії.

Щороку збільшується кількість населення, що прагне впровадити у своє побутове життя активну рухову діяльність, в основу якої входить комплекс фізичних вправ, раціональне харчування, процедури загартовування тощо. Мотиви, що спонукають їх до цього різні: підвищити стійкість організму до несприятливих умов довкілля, зберегти чи відновити здоров'я, покращити фізичний стан [2; 3]. У наш час рекреація поступово починає відноситися до такого виборчого виду діяльності, що стає необхідною умовою нормального людського життя, засобом зняття емоційної напруги і відновлення працездатності, а також умовою збереження чи відновлення здоров'я. Основне її завдання – відновлення і розвиток фізичних і психічних сил організму людини. При цьому вищою потребою, що повинна задовольнятися в першу чергу, є розвиток духовного світу людини, її творчих здібностей [1; 2].

Серед найбільш видатних фахівців, які займалися вивченням феномену рекреації відзначимо діяльність Т. Ю. Круцевич, Н. В. Фоменко, І. В. Зоріна, В. А. Квартальнова, Н. С. Мироненко, І. Т. Твердохлебова, В. М. Видріна, А. І. Трегуб, А. С. Кускова, В. Л. Голубєва, Т. Н. Одинцової та ін.

Зокрема, Н. В. Фоменко (2007) пояснив рекреацію як систему заходів, пов'язану з використанням вільного часу людей для їх оздоровчої, культурно-ознайомчої і спортивної діяльності на спеціалізованих територіях, які знаходяться поза їх постійним помешканням. М. В. Видрін (2004) – як активну діяльність, що задовольняє потреби людей у зміні виду діяльності, в активному відпочинку, в неформальному спілкуванні в процесі занять. Т. Ю. Круцевич (2010) наголошувала на тому, що це вид фізичної культури: використання фізичних вправ, а також їх видів у спрощених формах для активного відпочинку людей, отримання задоволення від цього процесу, розваг, зміни видів діяльності, залишення осторонь щоденних видів трудової, побутової, спортивної, військової діяльності.

Аналіз науково-методичної літератури дозволяє стверджувати, що Індія – це країна тисячолітньої культури із всесвітньо відомими історичними пам'ятками, де феноменом буття виступають перипетії минулого, сучасного і майбутнього, що зумовлює унікальність. Вона належить до найперспективніших рекреаційно-туристичних країн усього світу [3; 4].

Мета статті – зробити теоретичний аналіз ресурсів, що формують рекреаційний туризм Індії.

Масляк П. О. виокремив 4 туристичні області: Північну, Східну, Західну і Південну. Вони різняться всім комплексом рекреаційних умов і ресурсів – від природних до культурно-історичних. Кожна з цих областей приваблива для туристів по-своєму [1].

Північна область охоплює штати Джамму і Кашмір, Пенджаб, Харіана, Химчас Прадеш, Уттар Прадеш та ін. Ця область є досить популярною серед туристів через неповторні гірські краєвиди Гімалаїв. Найбільша у світі кількість «восьмитисячників», знаменита Долина квітів, укриті смарагдові пагорби та дуже гарні водоспади. Столиця штату Джамму і Кашмір Срінагар розташована на річці Джамм. У цьому місті найпривабливіший об'єкт туризму – унікальні будиночки-човни. Протягом багатьох століть вони були частиною побуту жителів Кашміру. Вони бувають різних розмірів і можуть бути доволі гарно оздоблені. Вони стоять біля берегів озер Дав і Нагін. Кашмір – мусульманський штат Індії. Тут дуже багато мечетей, серед яких виокремлюється красою мечеть Шах-Хамадан, повністю побудована з дерева. Вона названа на честь святого, який у XVI ст. навернув в іслам мільйони індусів. Кашмір також привертає увагу туристів своїми гірськими

курортами. Найвідоміші з них Пахалгам, Гулмарг і Сонамарг кожен із цих курортів привабливий по-своєму. Пахалгам – значний торговий центр, який слугує своєрідною базою для близьких і далеких подорожей у гори. Крамниці з виробами індійських ремісників буквально оточують готелі. Навколо міста значні площі займають бунгало для туристів і облаштовані наметові містечка. Із Пахалгама туристи можуть відправляються до священної печери Амарнатх. На цьому курорті можна взяти спорядження та здійснити триденну мандрівку до льодовика Келахої. Більш молодші і витриваліші туристи можуть піти у захоплюючу десятиденну подорож у знаменитий Ладакх. Чарівні краєвиди Гімалаїв, поєднуються тут з унікальним національним одягом ладакхів, ламаїстськими монастирями і скульптурами Будди, вибитими у скелях. Лише за 50 км від Срінагара знаходиться курорт Гулмарг. На цьому курорті є одне з найкращих і найбільших полів для гольфу у світі. Крім того, Гулмарг є відомим центром для зимового туризму з облаштованими лижними трасами. Сонамарг найменший серед гірських курортів Півночі. Він є базою для подорожей до відомого озера Гангал. Популярними на курорті є одноденні поїздки на поні по навколишніх луках з чудовими краєвидами на Гімалаї. До Північної туристичної області належить і столиця Індії Делі, у якій розташовано безліч цікавих туристичних об'єктів. Серед них вирізняється фортеця Лал-Кіла, яка європейцям більш відома під назвою Червоний форт. На відстані 1 милі від Червоного форту розташована найцікавіша в архітектурному плані мечеть Індії Джама-Масжід, або Соборна мечеть. Узагалі, в Делі дуже багато мечетей і мінаретів, а також мавзолеїв ісламських правителів і святих. Старовинний район Мехраулі відомий нескінченними лабіринтами ринку. Він багатий на мавзолеї та храми, серед яких виокремлюються мавзолеї Дясамалі з різноколірною стелею, Аджам Кхана, ісламського святого Кхвadžі Бахтьяра Каки. Тут же знаходяться храм богині Йогмайя і басейн Шамеш. Усе більше іноземних туристів відвідують мавзолей Хума-юна. Декілька туристичних об'єктів зосереджено в районі Пурана-кіла (Старий форт), де збереглися ворота цитаделі, кріпосні вали, мечеть, оригінальний двоповерховий восьмикутний павільйон Шер-Мандал. Неподалік знаходиться побудована з великої гальки цитадель Фарузшах-казака. Туристи люблять відвідувати діловий центр Делі Шахджаха-набад. Це частина міста з вузькими вулицями заповненими людьми, де збереглося декілька воріт від цитаделі, яка оточувала цей район. Серед історичних споруд Делі користується популярністю у туристів обсерваторія Джантар-Мантар [1; 3].

У Східній області зростає популярність гірського курорту Дарджилінг. Звідси відкривається, напевно, найзахоплюючий вид на Гімалаї. Навколо

курорту знаходяться зоопарк, де зібрані унікальні зразки високогірних тварин, ботанічний сад, у якому представлені зразки гімалайської флори. Головне рекреаційно-туристичне ядро Західної туристичної області – місто Мумбай (Бомбей). Це величезне місто є головним центром кіноіндустрії країни. Туристів Мумбай приваблює чудовою вікторіанською архітектурою і величезними ринками з екзотичними фруктами та спеціями, ювелірними виробами й антикварними речами. Серед інших об'єктів туризму виокремлюються Висячі сади, храм бога Шиви, видовбаний у скелі, Башти мовчання та ін. Мумбай є базою для відвідин розміщеного на схід від міста плато Декан. Основними об'єктами туризму тут є неперевершені печери – храми Еллори. До найдавніших у світі належать буддійські розписи і скульптури Аджанти. У штаті Гуджарат, що розміщений на північ від Мумбая, регулярно проводяться барвисті ярмарки і масові веселі свята. У Гудисараті туристи відвідують місто Босудж, оточене могутньої фортечною стіною. Взимку до заболоченої місцевості Катч злітаються тисячі рожевих фламінго. Цікавим об'єктом області є колишня португальська колонія – місто Гоа. В ансамблі будівель Старого Гоа виокремлюється найбільша християнська церква Азії – собор Святої Катерини. Серед інших храмових споруд дуже примітною є побудована на краю прямовисної скелі церква Діви Марії Розарійської, яка вражає туристів химерним поєднанням європейського і індійського архітектурних стилів [1; 4].

Західна Бенгалія в основному рівнинний штат, але доволі великий і простягнувся він від Гімалаїв до Бенгальської затоки. Рекреаційно-туристичним ядром області є одне з найбільших міст світу Калькутта, яке є дуже гарним і у якому постійно проходять релігійні свята, кінофестивалі, спортивні змагання тощо. Надзвичайно своєрідний колорит мають невеликі містечка, розміщені на відстані 60 км від міста. Це колишні французькі і голландські селища з будинками колоніального стилю, старими церквами, неповторними цвинтарями і набережними на річці Хуглі. Біля цієї річки розташоване місто Белур Мату, де знаходиться храм Шрі Рамакрішна. Неподалік у Дакшине-сиварі є цілий храмовий комплекс. Храм Радхи тут оточений 12 невеликими храмами Шиви.

На південь від Калькутти у дельті Гангу і Брахмапутри й узбережжя Бенгальської затоки вся територія вкрита болотами і чагарниками. Віддавна бенгальці називають це місце Сувдербанс, або Чудовий ліс. Туристи тут люблять спостерігати за велетенськими гребенястими крокодилами, яких на берегах сотень проток дуже багато [1; 5].

В останні роки Індія все більше перетворюється на країну медичного туризму. Якщо в минулому туристичні фірми анонсували у своїх проспектах

лише атрибути народної індійської медицини, наприклад, масаж, заняття йогою, медитацією, лікування травами і фруктами, то нині все більше іноземних туристів їдуть до Індії, щоб отримати найсучаснішу медичну допомогу. За рік країну відвідує понад 200 тис. медичних туристів. За цим показником Індія посідає друге місце після Таїланду, куди щорічно приїздить понад 1 млн пацієнтів. Отже, перспективним напрямом розвитку туризму в Індії є медичний туризм. Сюди приїжджають лікуватися навіть із небагатих країн. Уряди багатьох країн почали фінансувати поїздки і лікування своїх громадян в Індії. Організуються чартерні рейси до країни, якими доставляють не лише хворих із країн Заходу, але й їхніх лікарів. У найбільших готелях створені умови для перебування лежачих хворих, які потребують реабілітації після складних операцій.

Список використаних джерел

1. Масляк П. О. Рекреаційна географія. Навч. посібник. К.: Знання, 2008. 343 с.
2. Стафійчук В. Рекреалогія: навч. посібник. Львів: Знання, 2005. 259 с.
3. Філіпенко А. С. Економіка зарубіжних країн: К.: Либідь, 2001. 416 с.
4. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2001. 488 с.

Я. С. Кондрух, І. С. Зігунова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИЗМУ ІТАЛІЇ

У статті розглянуто особливості розвитку рекреаційного потенціалу в Італії. Акцентовано увагу щодо перспективи розвитку туризму в малорозвинених регіонах. Подано узагальнюючу інформацію про розвиток туристської галузі та її роль в економіці країни, оскільки Італія являє собою туристський продукт вищого ступеня досконалості.

Постановка проблеми. Туризм має надзвичайно велике значення в житті Італії. Щороку більше 44 млн. осіб відвідують її з туристичною метою, що приносить прибуток державі у розмірі 43 млрд. доларів. Такий процес зумовлює 4 місце Італії в світі за розвитком туризму та 3-є в ЄС [2]. Упродовж багатьох років у країні сформувався широкий спектр привабливих туристичних об'єктів, що здатний задовольнити потреби найвибагливішого туриста з різноманітними смаками і уподобаннями. Частка туризму у ВВП країни у 2017 р. склала 4,1% (63.8 млрд євро). На думку експерта О. О. Любіцевої (2002) реальний вплив туризму ще більший, оскільки він так чи інакше зачіпає всі сектори економіки і забезпечує 10,3% (161.2 млрд. євро) від загального обсягу ВВП і 11.7% (2,7 млн. робочих місць) від загальної зайнятості населення. Враховуючи зростаюче значення ролі туризму,

італійський уряд має намір реалізувати цілеспрямовану програму розвитку, згідно якої передбачається витратити близько 300 млн. дол. США на створення перспективних туристичних комплексів.

Аналіз наукових публікацій свідчить про надмірну кількість робіт та публікацій присвячених опису та аналізу туристично-рекреаційного потенціалу та особливостей розвитку туристичної індустрії країни. У процесі дослідження багато уваги приділяється висвітленню підходів та виявленню передумов розвитку туристично-рекреаційної діяльності в Італії, формуванню попиту на туристичний продукт, особливостям надання послуг у туристично-рекреаційній сфері. Теоретичні аспекти поняття «рекреаційний потенціал» висвітлені в роботах І. Т. Трушиниша, 1991; О. І. Шаблія, 1994; О. В. Соловйова, 2008; Л. О. Кобанець, 2014 та ін. При цьому в одних роботах одане поняття розглядається як сукупність усіх передумов для організації рекреаційної діяльності на певній території, в інших – як максимальна продуктивна спроможність рекреаційних ресурсів, що виражається кількістю рекреаційного ефекту, який можна отримати, або їх пропускнуою спроможністю, тобто спроможність рекреаційних ресурсів до відновлення і витримування певних рекреаційних навантажень із урахуванням екологічних критеріїв. М. М. Покалодна (2012) трактує рекреаційно-ресурсний потенціал як сукупність природних, історико-культурних та соціально-економічних умов організації рекреаційної діяльності на певній території.

Зважаючи на значну залежність туризму від природних і суспільних факторів, актуальним стає питання щодо збалансованого використання, а також збереження і відновлення рекреаційних ресурсів для розвитку туризму Італії [2].

Мета дослідження – провести теоретичний аналіз рекреаційного потенціалу, що складає основу туризму Італії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Протягом ХХ ст. Італія перетворилася на світовий центр рекреації і туризму. На початку ХХІ ст. ця галузь господарства успішно розвивається за рахунок роботи Національного управління туризму, державної авіакомпанії «Аліталія» і Європейського Співтовариства (ЄС). Італія має багаті природні і культурно-історичні ресурси, що формують унікальну базу для розвитку туризму. На території Італії створено і функціонує 24 національні парки, численні регіональні парки, морські райони, державні водосховища та водно-болотні угіддя. Різного роду природоохоронні території складають 10% площі країни і їх кількість постійно зростає, що сприяє збереженню природної спадщини. Лідуюча позиція Італії серед культурних дестинацій світу підтверджується

найбільшою кількістю об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО. У країні розміщено 49 об'єктів (45 культурних і 4 природних), що внесені до Списку Світової спадщини, який в цілому нараховує 981 об'єкт. Крім того, для італійського туристичного бізнесу типовим є переважаючі малих підприємств і стиль життя їх власників чи керуючих складає окрему атракцію, дає можливість туристам здобути унікальний досвід. Туристичний бізнес Італії розвивається на основі потужного природно-рекреаційного потенціалу. Особливо широко представлені ландшафтні та орографічні ресурси. Їх різноманітність дозволяє розвивати: гірськолижний туризм в Альпах, курортну справу на узбережжі морів, пізнавальний туризм на основі унікальних природних об'єктів. Особливе місце серед бальнеологічних ресурсів посідають термальні води та мінеральні грязі, що обумовлено геологічною будовою Апеннінського півострова. В країні налічується понад 850 природоохоронних територій різних категорій, що зумовлює розвиток екологічного туризму. Італія має вигідне стратегічне і геотуристичне положення. Вона займає увесь Апеннінський півострів, який глибоко заходить у центральне Середземномор'я і частину континентальної Європи, знаходиться на шляху руху товарно-сировинних потоків із Близького Сходу до Європи, розташована у зоні комфортних погодно-кліматичних умов у безпосередній близькості до головних споживчих туристичних ринків. Рекреаційні ресурси Італії можна чітко поділити на дві групи: природні й культурно-історичні. До перших належить рекреаційний потенціал морського узбережжя, островів і Альп, до других – потужна культурна спадщина Риму епохи Античності і Відродження. В основному туристів приваблюють пляжі, гори, озера, вулкани, «Вічне місто» Рим, Венеція, Флоренція, Піза, Мілан, Турин і Неаполь [3].

У материковій частині Італія відокремлена від решти континенту найвищою в Європі гірською системою Альп, яка тягнеться із заходу на схід на 1200 км. Найвищі вершини: Монблан (4807 м), Монте-Роза (4634 м), Червінія (4478 м). Вершини цих гір покриті потужними льодовиками. Гірські ланцюги Альп перерізані численними долинами і перевалами, доступними протягом усього року або закриваються лише на короткий час взимку. За перевалів проходять автомобільні і залізні дороги, в багатьох місцях гори пронизані тунелями. У мальовничих альпійських долинах з їх благодатним кліматом здавна селилися люди, і зараз там багато міст (Аоста, Сондріо, Больцано і ін). На південному заході Альпи переходять в Апенніни, які, облямований Лігурійські затока, тягнуться далі через весь Апеннінський півострів. Апенніни – одні з наймолодших гір на землі. За своєю довжиною вони перевищують Альпи (1500 км), але набагато поступаються їм по висоті.

Найвища вершина (Корно - 2914 м). У Альпах знаходиться одна з найглибших печер світу – Антрім-дель-Корк (805 м). Всього в Італії налічується близько 70 великих печер і декілька сотень гротів. У всьому світі відомий Блакитний грот на березі острова Капрі. Здавна печери і гроти служили в Італії місцями поселень, храмів, поховань. У наш час вони приваблюють численних туристів. Деякі печери завдяки постійній вологості повітря, наявності мінеральних джерел, парів, грязей, мають лікувальне значення. Єдина велика низовина Італії – Паданська рівнина, займає більшу частину басейну річки По. Паданская рівнина не тільки головна житниця країни, але і найбільш розвинутий в промисловому відношенні район країни. Існує певна диспропорція у розподілі туристичних прибуттів за регіонами країни. Головний район туризму – північний схід, особливо області Трентіно Альто-Адідже та Венето, а також Центральна Італія (Рим, Флоренція, Піза). Число іноземних туристів у цих регіонах коливається в межах 6-10 млн. осіб. До Італії туристів також приваблює відпочинок на морі. Найбільш популярні курорти розташовані на Лігурійському узбережжі (Сан-Ремо, Діано Маріна і багато інших) та на південь від Риму на Рив'єрі ді Улісс або узбережжі Одіссея, відомого ще з античних часів. Узбережжя Одіссея – це майже 100 км пляжів, дивної краси пейзажі, чисте море, багата флора і фауна, цікава історія і традиції. У 1998 р. узбережжя було відзначено «блакитним прапором» ЄС за чистоту моря та пляжів. Найбільше туристів до Італії приїжджає з Німеччини, Франції, Швейцарії і Австрії, менша частка туристів із віддалених країн (Японії, США, Південної Кореї, Канади) [6].

Італія має першокласну туристичну інфраструктуру і стабільну клієнтуру – жителів Північно-Західної Європи. Порівняно з Францією іноземний туризм в Італії є більш молодим (за віком туристів), дешевим (за середніми їхніми витратами). Величезний наплив туристів має і негативні наслідки. Багато пляжів забруднено, виникла загроза збереженню творів мистецтва [1].

Південна Італія поступово нарощує темпи розвитку пізнавального туризму, окремі її регіони активно розробляють стратегії розвитку туристичної індустрії. Головна мета урядової програми – привабити до Італії якомога більше іноземних туристів, створивши вигідні умови для відвідання не лише «міст-музеїв» (Рима, Флоренції та Венеції), а й інших регіонів країни. Для підвищення туристичної привабливості півдня та островів у відповідному регіоні Італії вирішено створити великий туристичний об'єкт – наприклад, аналог «Діснейленду» (наразі найбільшим парком розваг у Європі є паризький «Діснейленд», який приваблює до Франції левову частку туристів) [5].

Італія має визнану на міжнародному рівні культурну спадщину і може отримати конкурентну перевагу за рахунок подальшого вдосконалення відповідних пропозицій роботи з туристами через створення пакетів програм (наприклад, тур одного міста або тур однієї події), забезпечення або спрощення доступності об'єктів та спільної маркетингової підтримки. Італії необхідно пристосовувати пропозицію національного туристичного продукту до потреб і запитів мінливого і динамічного сучасного ринку та створювати сприятливе середовище для розвитку туризму. Важливим компонентом такого середовища є нові інформаційні технології, зокрема, всесвітня мережа Інтернет, що докорінно змінила міжнародну індустрію туризму та її взаємодію із споживачами. Заповнення через Інтернет забезпечує економію в 30%, порівнюючи із традиційними каналами. В Італії в останні роки спостерігається швидке зростання замовлень через Інтернет. Онлайн-туризм є одним з найбільш важливих секторів електронної комерції в Італії і визначальним чинником створення та розвитку туристичного бізнесу. Слід зазначити, що крім регіонів, що користуються надмірною популярністю у сфері туризму, є також і найменш відвідувані, зокрема, Кампанія (Неаполь, Помпеї) та Емілія-Романья (Болонья). Це пояснюється психологічною втомою іноземців унаслідок інформаційно-рекламного перевантаження, а також виникненням у Європі все нових рекреаційно-туристичних центрів після розпаду соціалістичного табору і СРСР, входження колишніх соціалістичних країн до ЄС і НАТО та перетворенням їх (Чехії, Польщі, Словаччини, Словенії, Хорватії, Румунії, Болгарії) на нові європейські центри оздоровлення. У 2017 р. курортний відпочинок скоротився як по рівню витрат (20,2% проти 21,6% у 2016 р.), так і по кількості туристів (25,5% проти 27,9%), тоді як пізнавальний туризм склав 51% туристичних витрат (8 млрд. євро). 1% від загальних туристичних витрат (145 млн. євро) склав гастрономічний туризм. Головними проблемами, що стають на заваді розвитку туристичного сектора є роздрібненість і локалізація тур-бізнесу по регіонах через брак ефективної централізованої координації; невміння (і небажання) розвивати нові туристичні пропозиції; нестача добре підготовлених кадрів; труднощі із залученням міжнародних інвестицій, передусім через погано налагоджену адміністративну систему й надмірну бюрократизацію процесу [4].

Висновки. Туризм є одним з найбільш значимих економічних секторів Італії, що має вагомий потенціал подальшого розвитку, особливо, для її південних регіонів. До найбільш характерних рис розвитку туризму в Італії слід віднести: високий рівень інтернаціоналізації, зростання в'їзного туризму та все ж збереження домінування внутрішнього туризму; поступовий перехід

туристського попиту від пляжного туризму до міст мистецтва; високі темпи зростання об'єктів розміщення, інших, ніж готелі; висока частка малого сімейного бізнесу тощо. Для господарства Італії туризм відіграє важливе значення, адже Італія являє собою туристський продукт вищого ступеня досконалості: міжнародна статистика відводить їй почесне місце у п'ятірці найбільш розвинених з погляду туризму країн світу, оскільки на вказану країну припадає 6% усього туристичного «обігу» нашої планети.

Проаналізувавши дослідження В. В. Смаля, погоджуємося із пропозиціями стосовно збереження лідируючих позицій у світовому туризмі Італії необхідно переосмислити стратегію розвитку сектору в напрямку розвитку нових туристичних послуг, запровадження нових і оновлення існуючих туристичних продуктів, стимулювання інновацій. У першу чергу ці зусилля повинні бути спрямовані в ті сфери туризму, де в Італії є унікальні пропозиції [5].

Список використаних джерел

1. Забоцька Р. О. Світовий ринок послуг. К.: Знання України, 2005. С.280.
2. Масляк П. О. Рекреація регіонів Італії. Рекреаційна географія. 2011. С. 54-65.
3. Монтекьярі А., Мотузенко О. Культура – туризм – еногастрономія: триєдність для розвитку італійського туризму. *Географія та туризм*. 2010. Вип. 7. С. 45-48
4. Нагірний М.З. Становлення та розвиток Республіки Італія: державно-політичний аспект. Нововолинськ: Мінотавр, 2008. С.184 .
5. Смаль В. В. Туризм-як основа економіки. Туризм в Італії. 2016. С.67-77.
6. Чир Н. М. Італія-туристичний експорт. *Аналіз ринку туристичних послуг Італії*. 2015. №2. С.14-17.

І. Ю. Кульченко

Науковий керівник – Ксенофонтова М. М.

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В даній статті проаналізовано зелений туризм в Україні. Розглянуто стан та перспективи розвитку зеленого туризму в Україні. Вивчено форми сільського туризму.

Актуальність теми. Розвиток зеленого туризму в нашій країні особливо актуальний, завдяки даному виду туризму наша держава може поліпшити соціально-економічну ситуацію. Зважаючи на місце і роль туризму в житті суспільства, держава проголошує його одним із пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки. На сьогодні в Україні

спостерігається тенденція до зростання зацікавленості сільським відпочинком у формі проживання і проведення вільного часу. Актуальною на Заході є тема розвитку сільських територій, збереження культурної спадщини села, пошук додаткових джерел доходу, створення нових робочих місць. Функціонування сільського туризму повинно стати цікавим і для України, оскільки він стимулює не тільки соціально-економічний розвиток сільської місцевості, покращення комунікаційної структури, а й можливість розвитку людської індивідуальності.

Постановка проблеми. На даний час багато сільських місцевостей мають гарне місцеперебування, багаті природні ресурси, які ніби то створені для бізнесу. Тим паче українське село має досить цікаву історичну спадщину, з цікавими традиціями, культурою, побутом, надзвичайно мальовничою природою, де завжди є що показати, розповісти та навчити. Але однією з головних проблем є нестача робочої сили, недосвідченість людей щодо створення даного бізнесу. Але якщо розглянути вже створені садиби зеленого туризму, агросадиби, то ми можемо побачити інтенсивний ріст таких закладів в Україні. Саме тому ця проблема досить цікава та актуальна для розгляду.

Метою написання даної статі є вивчення стану та перспективи розвитку зеленого туризму в Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Даним питанням займалося багато вітчизняних та сучасних науковців серед них: В. Васильєва, М. Рутинський, Т. Ткаченко, І. Прокопи, М. Товта, Г. Черевка, П. Горішевський, В. Котлінський та ін.

Виклад основного матеріалу. На даний час в Україні достеменно точно не визначено відмінності між поняттями «сільський», «зелений», «природний», та «екологічний» туризм. Дискусії над поняттями може тривати ще довгий час, але ми спробуємо розібратися у цьому питанні.

Сільський туризм (ruraltourism) - це надання (чи отримання) послуг туристичних атракцій, асоційованих з відпочинком, по використанню екосистемного потенціалу агропромислового комплексу та локальної інфраструктури певного регіону сільської місцевості або ж її характерної колоритної особливості (культурної, архітектурної, етнічної, господарської тощо). Він передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсводами. Сільський туризм часто порівнюють з «агротуризмом»

Отже, агротуризм (farmtourism) - відпочинковий туризм, що передбачає використання сільського (фермерського) господарства. Агротуризм може

проявляться у різних формах, але завжди включає винаймання помешкання. Існують дві форми даного виду туризму: винаймання помешкання з обслуговуванням безпосередньо в межах дворогосподарства або розміщення на нічліг з самообслуговуванням на землях, що належать до дворогосподарства, наприклад, в кемпінгах та наметах. Агротуризм, таким чином, виступає однією з форм сільського туризму. В агротуризмі дворогосподарство (фермерське господарство) становить одночасно нічліжну базу та головний предмет інтересу для туриста.

Екологічний туризм (Ecologicaltourism) - це форма подорожі, сприятлива для навколишнього середовища. Вона відбувається на територіях, що мають природничу цінність (національні та ландшафтні парки). Екотуризм спрямований на охорону природного й культурного середовища регіонів, які відвідуються туристами. Він передбачає, що учасниками цих подорожей є люди з високою екологічною свідомістю. Виділяються такі форми екологічного туризму - активний екотуризм (піший, велосипедний, водний, кінний, рибальство), фауністичні та флористичні поїздки (орнітологічні поїздки, полювання, тематичні поїздки), культурологічні й етнографічні поїздки.

Зелений туризм (greentourism) - є синонімом поняття «екотуризм»

Природничий туризм (naturetourism) - також є синонімом поняття «екотуризм»[3].

Зелений туризм виступає важливим чинником стабільного динамічного збільшення надходжень до бюджету, активізації розвитку багатьох галузей економіки (транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо). Даний вид туризму не вимагає великих грошових інвестицій, і може здійснюватися за рахунок коштів самих селян.

Відпочинок на селі, в Україні, за рахунок збереження етнографічної самобутності повинен набути національного значення.

По-перше, він стимулює відродження й розвитку традиційної культури: народної архітектури, мистецтва, промислів - усього, що складає місцевий колорит, і що, поряд із природно-рекреаційними чинниками, є не менш привабливим для відпочиваючих.

По-друге, через сільський відпочинок мешканці урбанізованих територій з масовою культурою мають можливість пізнати справжні українські традиції.

По-третє, етнокультурна Українського з кожним роком все більше і більше приваблює іноземних туристів. Тому як передумову успішного розвитку відпочинку в сільських етнографічних районах треба розглядати формування ідеології відродження й розвитку всього спектра традиційної

культури, починаючи від форм господарських занять до надбань духовної сфери, що діятимуть як сприятливі чинники для індивідуального відпочинку в етнографічних районах України [1].

Сільське населення здатне отримувати реальні доходи від зеленого туризму. Завдяки тому що:

- створюються нові туристичні маршрути;
- облаштовуються стоянок для туристів;
- створюються робочі місця;
- надається транспортне обслуговування туристів;
- надається прокат туристичного спорядження;
- надаються послуги приймання туристів;
- надаються послуги харчування;
- підготовка культурних програм;
- виробляються та реалізується туристам екологічно чисті продукти харчування [2].

На сьогодні в Україні основні сегменти потенційних споживачів послуг зеленого туризму утворюють:

- мешканці промислових центрів (через екологічність цієї форми відпочинку);
- справжні городяни (3-4-те покоління - через екзотичність);
- шанувальники українських народних традицій (через принади сільського способу життя та чистоту довкілля);
- люди з малим і середнім достатком (через вартість відпочинку у селі) [4].

На мою думку, для того щоб зробити певні узагальнення щодо стану та перспектив розвитку зеленого туризму в Україні потрібно зробити наступні кроки. А саме: для розвитку зеленого туризму потрібно сформувати нормативно – правову базу, яка б здійснювала контроль над даним видом туризму; зробити класифікацію існуючих садиб, провести заходи які б заохочували туристів відпочивати в сільській місцевості; створити інформаційні центри в містах, щоб жителі міст могли отримати інформацію про садиби; провести навчальні семінари для власників зелених садиб

Дивлячись на все вище сказане можемо зробити наступні висновки:

- 1) Сільський туризм - це вигідний бізнес в українських селах.
- 2) Даний вид туризму не розвинутий належним чином в Україні, саме тому потрібно звернути на нього увагу.
- 3) Агротуризм, сільський туризм, зелений туризм – це цікаве проведення часу для родини, друзів, та просто відпочити від міських буднів.

4) За допомогою розвитку бізнесу сільські місцевості почнуть розвиватися, не втрачати свою популярність серед молоді.

5) Збільшення робочих місць у садибах та багато інших ключів створення даного бізнесу на території України.

Список використаних джерел

1. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму.
URL:http://tourlib.net/statti_ukr/siltur7.htm.
2. Рутинський М. Й. Сільський туризм: [навч. посібник]. Київ. «Знання». 2006, 150 с.
3. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. «Аграрна освіта». 2005. С. 56-58.
4. Спілка сприяння розвитку зеленого туризму в Україні. URL:<http://www/grentour.com.ua>.

Д. Ю. Лазня

Науковий керівник – Ксенофонтowa М. М.

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ОБ'ЄДНАНИХ АРАБСЬКИХ ЕМІРАТІВ

В статті висвітлена головна інформація про Об'єднані Арабські Емірати та розкритий туристичний потенціал країни

Постановка проблеми. Останнім часом туризм все більше здобуває популярність, тому і професія у сфері туризму набирає обертів, але це не означає, що всі працівники галузі туризму мають досить високий рівень знань для просування якісного туристичного продукту.

Тому в останні роки виникла проблема не досвідченості й занадто вузького розуміння про країни світу, які необхідні для людини яка прагне здобувати популярність на туристичному ринкові. Тому в цій статті буде висвітлено історію, географію туризму і краєзнавство Об'єднаних Арабських Еміратів, для загального розвитку і подальшого використання у повсякденному житті й у професійних цілях.

Аналіз наукових та літературних джерел. Проведений нами аналіз літературних джерел показав, що найбільш вагомий внесок у інформаційний потік внесла О. А. Грішнова, яка створила пізнавальну статтю де висвітлила головну інформацію про географічне положення та політичну ситуацію. Вона дала стислий об'єм знань, який добре розкриває країну з політичної точки зору. У 2012 році Д. В. Дарк випустила книгу під назвою «Путівник ОАЕ», який показує найкращі місця ОАЕ та дає можливість максимально спростити

пошук потрібного місця відпочинку. Такий науковець, як А. І. Воропаєв надає змогу поринути з головою в історію та культуру країни, та повністю зрозуміти всі нюанси проживання на території цієї держави.

Проте не зважаючи на певну кількість наукових праць у спеціалізованій літературі не сформовано цілісного уявлення про історію, географію та країнознавство Об'єднаних Арабських Еміратів.

Виклад основного матеріалу. Чарівний світ, який відомий всій планеті нафтовими родовищами, казками і золотими вітринами. Майже так всі уявляють Об'єднані Арабські Емірати, і, мабуть, вони мають рацію. Але такою багатою і широко відомою країна стала не так давно.

У VII столітті почали з'являтися великі міста, куди зараз їдуть туристи — побудували Шарджу, Дубай, Фуджейру. Назва і аббревіатура ОАЕ з'явилися в 1971 році. В цей же період на світовому ринку піднялися ціни на нафту. Як наслідок, різкий стрибок у будівництві, розвитку культури та економіки великої і досить колоритної країни.

Об'єднані Арабські Емірати являють собою федеративну державу, до складу якої входять 7 еміратів — це регіональна і територіальна одиниця, на чолі якої стоїть емір. Вона нагадує по своїй суті федерацію у складі великої держави, але має іншу назву і інший тип керівника в силу того, що мова йде про мусульманську країну.

Тому і відпочинок в ОАЕ стає все більш відомим серед європейських туристів. Нинішні ОАЕ на сьогоднішній день являються сучасною і високорозвиненою країною.

Основний вид туризму в Арабських Еміратах - пляжний відпочинок і цьому безумовно сприяло гарне географічне положення країни . Адже саме географічне положення один із найбільш важливих факторів розвитку туризму , бо саме від нього залежать особливості рельєфу, кліматичного режиму й природного ландшафту, та в якому напрямку туризму краще розвивати цю країну. Тому потрібно знати ,що Об'єднані Арабські Емірати займають територію в північно-східній частині Аравійського півострова, омивається Перською затокою. На суші Об'єднані Арабські Емірати межують з Саудівською Аравією на півдні і заході, і з Оманом - на сході. Північне узбережжя знаходиться навпроти Ірану через Перську затоку, в той час як Катар - всього в 50 км на північний захід. Разом ці емірати займають територію приблизно таких же розмірів, як Португалія. На емірат Абу-Дабі припадає 85% площі всіх Об'єднаних Арабських Еміратів; а найменший з еміратів - Аджман - всього 250 км² [2].

Саме ці фактори географічного положення впливають на те ,що в ОАЕ тропічний сухий клімат, з малою кількістю опадів, які випадають

нерегулярно. Більшу частину країни займає піщана пустеля, лише на півночі і на сході пейзаж стає більш жвавим - гористий ландшафт з пустельною рослинністю. За межами квітучих еміратів Фуджейра і Рас-ель-Хайма всі зелені насадження - це результат людських зусиль. Проте, Дубай, Абу-Дабі і Шарджа потопують у зелені доглянутих садів і парків.

Взимку в ОАЕ тепла і сонячна погода, в середньому температура вдень близько 26°C, однак ночами взимку буває досить прохолодно, температура може опускатися до 12-15°C на узбережжі, а в пустелі і високогірних районах навіть нижче 5° С.

Влітку в ОАЕ дуже жарко і сонячно, температура піднімається понад + 35-38°C, дощів немає, температура води в Перській затоці близько + 30°C. Найкращий час для відвідування Еміратів - з жовтня по травень, коли при такій же ясній і сонячній погоді температура повітря вже + 25-32°C, а тепле море ще придатне для купання.

У літню пору в ОАЕ є всі умови для відпочинку: тенти, кондиціонери, басейни з прохолодною водою, тому якщо відправляти своїх клієнтів на відпочинок в ОАЕ, тури навряд чи розчарують - в цій країні в будь-який час року можливий приємний пляжний відпочинок і підготовлено безліч розваг для туристів [1].

Коли туристам в ОАЕ набридне відпочивати на сонячних пляжах, вони можуть здійснити екскурсійну подорож, і побачити дуже цікаві пам'ятки. Для початку всіма рекомендується оглянути емірат Фуджейра, в якому можна буде побачити висохлі гирла річок, старовинні фортеці і форти, палаци, гарячі сірчані джерела, пальмові гаї і водоспади.

З усіх еміратів найбільше уваги до збереження своєї культурної спадщини прикладає Шарджа. За версією ЮНЕСКО емірат Шарджа є культурною столицею арабського світу [4].

Мандрівники в ОАЕ можуть відвідати кілька археологічних пам'яток. Особливо багато археологічних розкопок в Джумейре, яка колись була перевалочним пунктом на старому караванному шляху між Оманом і Іраком. Тому не дивлячись на таку кількість гарних пропозицій пляжного відпочинку, туристи можуть не думаючи вирушати в ОАЕ для збагачення духовного розвитку [3].

Тож можна сказати, що традиції країни це невід'ємна частина туризму тому важливо знати деякі нюанси і особливості культури цієї держави. Вважається ,що ОАЕ являються одним із найбільш культурно насичених країн світу й доказом цього є правила й культурні особливості, яких потрібно дотримуватися.

Неввічливим вважається витріщатися, фотографувати або знімати на

відео людей, що моляться. Під час намазу, заходити в мечеть в зухвалому одязі-заборонено. Потрібно утриматися від коментарів з приводу доцільності п'ятиразової молитви, посту, жіночого одягу та арабських жінок взагалі. Навіть, якщо багато вам здається дивним і навіть смішним, потрібно пам'ятати: в арабському світі ці традиції непорушні й формувалися протягом століть. Рукоштовняння у арабів - знак особливої дружельності і розташування, тому воно дещо триваліше, ніж у європейців і американців. Прощаючись, треба обмінятися рукоштовнянням. З дорогими вам людьми - двома руками. Не можна першим подавати руку жінці-мусульманці. Якщо це допустимо, вона сама зробить це. У арабів прийнято зустрічати гостя чаєм, кавою або прохолодними напоями. На Сході дуже пишаються давніми традиціями гостинності, тому відмова від частування може бути сприйнята як образа або неповага до будинку господаря. Брати і пропонувати їжу і напої або будь-які предмети слід ТІЛЬКИ правою рукою. Кава, як і чай, подаються до столу вже солодкими, але без молока, в маленьких стаканчиках без ручки. Особливо добре освіжає арабський чай з травами в жаркий літній день. Перед входом до житла необхідно зняти взуття. Повсякденному офісним чоловічим одягом для іноземців є легкі штани, сорочка і краватка. Піджаки надягають лише в особливо урочистих або офіційних випадках. Жінкам пропонується носити в офісі легке плаття або блузку з довгим рукавом і спідницю. У місті Дубай, де майже цілий рік панувати літо і спека, не існує, як у багатьох ісламських країнах, строгих обмежень на жіночий одяг. Однак, з поваги до місцевих традицій, слід уникати носіння занадто відкритої сукні. На пляжі і в басейні дозволено перебувати в купальних костюмах. Дамам не рекомендується знаходитися без верхньої частини купальника. У бесіді з арабом, не можна ставити запитань про його дружину. При обміні словесними люб'язностями допустимо лише чемно запитати про сім'ю.

Торгові центри, бари і готелі в ОАЕ так само мають свої особливості. З одного боку, турист потрапляє в абсолютно знайоме середовище розкішної обстановки, обслуговуючого персоналу дуже важливого і величезного вибору товарів і послуг. Але з іншого боку, купивши міцний напій або сигарети навряд чи турист зможе насолодитися покупкою на вулиці, в парку або літньому кафе. Звичайно, ніхто за це не оштрафує, але просто так не прийнято. Щоб уникнути косих поглядів місцевих жителів, краще насолодитися обраним напоєм в закритому приміщенні: наприклад, в ресторані при вашому готелі. Взагалі, в ОАЕ тури, в цьому плані, ідеально підходять для некурящих і непитущих відвідувачів або для бажаючих відмовитися від того і іншого. В Еміратах ведеться велика пропаганда

здорового способу життя, чому значною мірою сприяє офіційна релігії - іслам.

Туризм ОАЕ є поєднанням таких елементів, як досконала інфраструктура, безпека і насиченість відпочинку. Туристи в ОАЕ можуть нічого не боятися, так як безпеку дає не тільки висококваліфікована поліція, а й низький рівень злочинності

Національна валюта Об'єднаних Арабських Еміратів - дирхам (Dirham, AED, Dhs). Дуже "тверда" валюта: курс дирхама жорстко прив'язаний до долара (1 доллар = 3.65 дирхама) не змінюється. А якщо і змінюється, то на незначні частки відсотка. В обороті присутні купюри в 5, 10, 20, 50, 100, 200, 500, 1000 дирхамів. Крім цього є металева монета номіналом в 1 дирхам, зустрічається двох типорозмірів - побільше і поменше. Обмежень на вивіз і ввезення валюти немає.

Населення становить приблизно 8500000 осіб з яких етнічні араби складають тільки третину, а корінні жителі - 11%. Решта - вихідці з Пакистану, Індії, Бангладеш, Шрі-Ланки, Непалу та інших країн Південної Азії і Філіппін, іммігрували в ОАЕ в якості тимчасових робітників.

Практично всі громадяни ОАЕ - мусульмани, 85% з яких - суніти, і 15% - шіїти. За даними міграційних служб Еміратів, приблизно 55% іммігрантів - також мусульмани, 25% - індуїсти, 10% - християни, 5% - буддисти. До іншим 5% відносяться меншини сикхів і багаї. Згідно з дослідженням Міністерства планування три чверті населення - мусульмани.

Ситуація з транспортом неординарна, як для України бо відсутня залізниця, але добре розвинуті морські порти: Джебель-Алі, Рашид (Дубай), Зейд (Абу-Дабі), Міна-Халед (Шарджа). Є міжнародне авіасполучення. Міжнародні аеропорти — у столиці, Дубаї, Шарджі, Рас-ель-Хаймі, Аль-Айні, Ель-Фуджайрі та понад 4 тис. км. автошляхів, переважно асфальтованих.

В ОАЕ існують безкоштовні і платні пляжі. Вхід на платний облаштований пляж коштує 5 дирхамів. Існують певні дні тижня, коли пляж можуть відвідувати тільки жінки всіх національностей і діти (в тому числі, хлопчики до 9 років). Жінкам на пляжах заборонено з'являтися «топлес», так само не варто з'являтися у пляжному одязі в громадських місцях.

Дубаї - один з найбезпечніших міст світу. Більшість громадських об'єктів мають свою службу безпеки. Функціонує туристська поліція, співробітники якої говорять іноземними мовами

Туристична поліція стежить за порядком на всіх курортах країни. У Шарджі злодія чи туриста можуть присудити до покарання у вигляді 100-150 ударів палицями. Засудженого за вироком шаріатського суду б'ють

привселюдно у спеціальному місці, а потім ведуть у цивільний суд, де присудять штраф і ув'язнення [5].

Висновок. В ОАЕ в цілому це величезна мережа висококласних готелів, де є все необхідне для відпочинку, сонячна, тепла й в першу чергу чиста і охайна країна. Тому після проведеного дослідження можна сказати, що ОАЕ це, різноманітна, цікава й досить культурно насичена країна зі своїми правилами й вимогами і саме тому так хочеться відвідати й дослідити цю країну власноруч. Саме тому туристичний потенціал Об'єднані Арабські Емірати мають безмежний

Список використаних джерел

1. Булатова С.А. , М. Проспект . Країни і регіони світу: Посібник.К.: Академія, 2003. 642с
2. ОАЕ на мапі світу і в історії. URL:<https://businessvisit.com.ua/uk/blog/uae-arabska-kazka-abo-raj-u-pusteli/>
3. Об'єднані Арабські Емірати. URL:http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/z_info/uae/1000.html
4. Пам'ятки ОАЕ. URL: <https://travelife.today/aziya/uae/>
5. Про Країну ОАЕ: URL: <http://dasha.ho.ua/index.php/uae/7-pro-krainu>

Я. М. Нусейр , Л. М. Максименко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

РОЗВИТОК РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В ПОРТУГАЛІЇ

Розглянуто особливості ресторанного господарства в Португалії. Проаналізовано вплив географічного положення країни на її кухню. Визначено основні фактори, що формують підґрунтя національної кухні. Зроблена характеристика основних національних страв.

Постановка проблеми. Бізнес, пов'язаний з організацією харчування, є важливою та найбільш значущою частиною індустрії гостинності. Перспективи ресторанного бізнесу залежать перш за все від економічної ситуації в країні і визначаються національними особливостями населення. Успішна діяльність закладів ресторанного господарства залежить від того, як закладу вдасться залучити і втримати споживачів. Вирішення цього основного завдання залежить від багатьох складових, зокрема: меню, кухні, інтер'єру, рівня культури обслуговування, зовнішнього вигляду і поведінки персоналу закладу, тобто культури ресторанного сервісу загалом. Тому актуальним є дослідження особливостей ресторанного господарства країни, впливу економіки та географічного положення на формування Португальської кухні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукової літератури свідчить про те, що сучасний стан та особливості розвитку ресторанного господарства Португалії досліджено недостатньо. Окремі аспекти особливостей португальської кухні досліджено у роботах Молдавської Ю. В. (2009), Мальської М. П. (2006), Мандрик М. П. та Степасюка І. В. (2012). Зокрема, М. П. Мальська у своїй роботі акцентує увагу на загальній характеристиці кухні Португалії з точки зору її особливості [4]. Інші науковці, такі як Мандрик І. П. та Степасюк І. В. характеризують країну з точки зору розвитку туризму, описуючи загальний стан та його особливості, а також розглядають особливості й чинники розвитку туризму, відмічають роль і місце туризму в економіці країни. Фахівцями було виявлено сучасні особливості розвитку туризму в Португалії [5, с. 153-159]. На наш погляд, особливої уваги заслуговує робота Ю. В. Молдавської, де розглянуто тенденції розвитку ресторанного бізнесу в країнах Європи, у тому числі й Португалії. Доречно висвітлені причини банкрутства ресторанів та відмінності в тенденціях розвитку ресторанного ринку певних країн Європи [6 с. 164-167].

Мета дослідження полягає у виявленні особливостей розвитку сучасного стану ресторанного господарства в Португалії у наш час.

Туризм є одним із найважливіших секторів економіки Португалії, який дає додатковий дохід торгівлі, транспорту та іншим сферам економіки, формуючи величезний ринок для місцевих продуктів. Свідченням цього можна вважати частку готелів і ресторанів (9%) у загальному ВВП країни [5].

Згідно даних дослідження Informa D&B в 2016 році товарообіг сектора громадського харчування склав 3730 млн євро, що відповідало збільшенню на 2,2 % в порівнянні з попереднім роком. Найбільше зростання відбулося в сегменті фаст-фуду завдяки його конкурентних цін та зміні в звичках харчування населення. Аналогічне зростання відбулося і в 2018. Результатами дослідження була пропозиція в секторі громадського харчування, яка являла собою високу ступінь фрагментації, при цьому домінували незалежні і дрібні оператори.

Ресторанне господарство в Португалії розвинене та має свої особливості.

- café (кафе) - це великий або не дуже великий заклад з кавою та тістечками. Сюди є сенс йти на сніданок або в середині дня, коли є бажання швидко перекусити. На відміну від наших кав'ярень, в португальському кафе люди часто збираються для перегляду футболу по телевізору, там де він є;
- tasca (таска) – це невеликий і неформальний, іноді сімейний, заклад для простого обіду без шарму або вина з закусками. У деяких

тасках, особливо в Лісабоні, несподівано для себе можна побувати на вечері музики;

- restaurant (ресторан) – власне, ресторан, заклад для повноцінного обіду чи вечері. Наскільки формальною, вишуканою і дорогою виявиться ваша вечеря – залежить від обраного вами ресторану. Ресторани в Португалії зазвичай відкриті з 12:00 до 15:00 на обід і з 19:00 до 22:00 – на вечерю, хоча як і у будь-якого правила, у цьому багато винятків, особливо у великих містах;

- cervejaria (паб) – менш формальний, ніж ресторан заклад, в якому сервірують пиво із закусками і простими стравами протягом дня. Але пиво в Португалії не є таким славетним, як вино. У Лісабоні позначка паб доволі часто належить до наступного типу\$

- marisqueira (маріскейра) – не має аналогів з українськими ресторанами, і безпосередньо перекладу ресторану, який спеціалізується на рибі та морських жителів. Буває як в форматі ресторану, так і в форматі пабу, де можна перекусити морепродуктами;

- churrasqueira (чурраскейра) – ще один специфічний для Португалії заклад, на відміну від попереднього спеціалізується на м'ясі, приготованому на грилі. Найпростіші чурраскейри - це невеликі заклади, де можна пообідати або взяти з собою курку або яловичину, приготовлену на грилі. В більш вишуканих на вас чекають десятки видів м'яса і офіціанти, які спритно з ним управляються [7].

Вважаємо за необхідне зробити характеристику міст Португалії та назвати особливості закладів харчування у них.

Місто Лісабон – столиця Португалії. Європейський континент обривається на мисі Кабо да Рока недалеко від міста, а далі за ним тягнеться лише безмежний Атлантичний океан. Це місто, яке нагадує про імперське минуле своєю архітектурою. Погано поїсти в Лісабоні не можна, особливо якщо замовити пляшку-другу чудового місцевого портвейну. Кількість варіацій морських гадів тут перевищує найсміливіші фантазії, всілякі черепашкові і креветообразні виловлюються мало не у вас на очах. А тунець тут просто додають мало не в кожную страву – і це дуже смачно!

Місто Порту - одне з найдавніших міст Європи, колишня столиця країни і нинішня столиця портвейну. В який заклад Порту ви б не відправилися – недороге кафе або російський ресторан - вам принесуть величезну порцію. В регіональній кухні використовуються природні ресурси. Ціни в більшості кафе і ресторанів Порту прийнятні. Вечеря з двох страв з вином і кавою обійдеться приблизно в 25-30 EUR. І, звичайно, будь-який прийом їжі в

Порту слід закінчувати чашкою кави.

Місто Коїмбра - столиця Португалії 12-13 століть з найстарішим в країні університетом, бароковою бібліотекою і безліччю церков і пам'ятників, включаючи колишній Палац архієпископа. Місто знаходиться досить далеко від моря, тому рідко є основним місцем відпочинку для туристів, але багато хто їздить у Коїмбру заради пам'яток і шопінгу. Так, як це місто студентів, основним видом харчування в ньому є фаст-фуд. Тут знаходиться багато пекарень, в яких пропонують взяти круасан, сендвіч, шматок піци або хліб тільки но випечений в печі.

Місто Брага – центр однойменного округу, розташований в 50 км на північ від Порту. Це місто вважається центром католицизму Португалії, в ньому з 1505 року розташовується резиденція архієпископа. Кухня в Бразі традиційна португальська з великою кількістю морепродуктів. Inacio (Campo das Hortas 4) – популярний ресторан Таско, щедрі порції гарного харчування за хорошими цінами. Pedra Furada (Estreda N 306) – відомий ресторан в сільській місцевості, дуже смачна домашня їжа з продуктів, вирощених на власному городі. Brito's (Praça Mouzinho de Albuquerque 49a) – гриль ресторан, орієнтований на страви з м'яса. Dom Gosto (Rua da Fundação Gulbenkian 76) – невеликий ресторан місцевої португальської кухні. Montecristo (Parque da Irmandade) – стильний ресторан, розташований на березі озера в парку з надзвичайною португальською кухнею і прекрасними пейзажами.

Місто Евора – унікальне, одне з найкрасивіших міст Португалії. Прогулюючись по його старовинному центру, не можна не відчувати дух старовини і багатовікової історії, яка формувалася під впливом маврів і римлян. Безліч архітектурних пам'яток, а також вишукані вина одного з кращих регіонів Португалії – Алентежу, сири і місцеві солодоці, залучають в Евору туристів з усіх куточків світу. В Еворі без зусиль можна знайти величезну різноманітність ресторанів, барів та кафе, де подають національну португальську, місцеву та екзотичну кухню. Обов'язково рекомендують спробувати дивовижні вина, адже Евора також славиться винними турами.

Місто Фару – столиця провінції Алгарве, центр однойменного округу і взагалі всієї південної Португалії. Це затишне місто з древньою фортечною стіною і краєзнавчим музеєм дуже популярне у туристів з Північної Європи та Великобританії. Саме в Фару прибувають усі автобуси і поїзди з Іспанії. Як найбільше місто в окрузі, воно часто використовується туристами в якості відправної точки подорожей по півдню Португалії. Друга мета візиту в це місто – рибні ресторанчики в порті. Якщо можна скласти повне уявлення про південно-португальську кухню, то тільки тут. Фаро славиться великою

кількістю привабливих унікальних ресторанів; серед них мандрівники відзначають національний ресторан Tasca, ресторан Камане на центральному пляжі, Dois Irmãos в центрі міста, Monte do Casal. Головна особливість цих закладів - величезний вибір місцевих закусок, а також вражаючий розмір порцій. Відвідувачам обов'язково запропонують блюдо з безкоштовними закусками і келихом вина; гості можуть закінчити їжу фірмовими десертами. Любителі вина будуть зацікавлені відвідати місцевий ресторан Pousada de São Brás; на острові є найбільший винний погріб. А для тих, хто п'є пиво тут є бар «Чессента». Його відвідувачі можуть спробувати більше 50 сортів пива і безліч легких закусок і фірмових страв.

Місто Обідуш – це одне з найдавніших міст Португалії, воно було засноване ще кельтськими племенами. Напевно ніде більше не знайти такого затишного і ошатного містечка. Квіти, фруктові дерева, білі вілли, бруковані доріжки, тихі вулички - все це схоже на декорації з доброї дитячої казки. Також його вважають містом весіль, і місцем, де вважають за краще проводити свій медовий місяць молодята зі всієї земної кулі. У місцевій кухні особливе місце займає блюдо з рису з різними сортами риби і креветками – «калдейрада» (caldeirada) за рецептом з Лагоа-душ-Обідуш. Калдейрада, яка буде ще смачніше, якщо її подадуть разом з винами з регіону Оеште. Загальною любов'ю також користується знаменитий вишневий лікер – «жінжінья» – солодкий лікер з однойменних ягід, який можна спробувати в різних місцях і найкраще пити з шоколадного стаканчика.

Місто Сетубал – це невелике місто і, при цьому, один з головних портів Португалії, досить розвинений промисловий центр, який, тим не менш, як магніт притягує до себе сотні тисяч туристів щорічно. Сетубал порадує любителів морських делікатесів, у багатьох ресторанах готують виключно щойно виловлену рибу, а в самому популярному закладі міста – O Rei do Choco Frito подають досить незвичайне блюдо, яке повинен спробувати кожен - каракатиці по-сетубальськи [2].

Говорячи про особливості обслуговування, португальці – відкрита, дружелюбна нація, і це повною мірою проявляється в сфері обслуговування. Офіціанти добродушні, усміхнені і прагнуть допомогти, навіть якщо виникає мовний бар'єр. Стосовно чайових – то їх тут, як і скрізь в Європі, не чекають, але будуть вдячні. Якщо сподобалося обслуговування, прийнято залишати здачу, або 10% від рахунку [7].

Ще одним чинником, який впливає на ресторанне господарство Португалії є зірковість Мішлен ресторанів. 21 листопада 2018 р. були оголошені ресторани-переможці, що увійшли в червоний гід Мішлен Іспанія & Португалія 2019 і відбулася ця подія вперше на території Португалії.

Португалія не втратила жодної зірки, один ресторан отримав другу зірочку і з'явилися 3 нових зіркових ресторанів – всього їх тепер 26 (20 ресторанів з однією зіркою Мішлен і 6 ресторанів з двома зірками). Ця країна приваблює туристів не лише своїми мальовничими краєвидами, а і смачними стравами та винами. Тут є все, що здатне принести задоволення найвимогливішим гурманам, оскільки в приготуванні традиційних страв використовуються продукти найвищої якості [1; 2; 3].

Висновки. Досліджуючи розвиток ресторанного господарства в Португалії ми з'ясували, що ця сфера бізнесу є достатньо розвиненою. Географічне положення країни впливає на особливості португальської кухні. Вона сильно відрізняється від інших кухонь. Спочатку кухня цієї країни була розрахована на рибалок і селян, а тому вона проста і ситна. Вкрай рідко застосовуються складні технології, велика кількість інгредієнтів, екзотичні спеції тощо. Найяскравішими характеристиками португальську кухню обдаровує море. Саме тому основними інгредієнтами традиційних страв є риба та морепродукти. Кулінарам країни відомо більше 300 способів приготування тріски, вони вміють готувати безліч страв із сардин, скумбрії, окуня, форелі і інших видів риби. Наприклад, катаплани (страви, приготовані в традиційній португальській сковороді), і калдейради (страви з різних видів риби) або всілякі інші способи приготування риби стануть вдалим вибором [2; 7]. Серед м'ясних страв по всій країні відмінним вибором буде « козід-а-Португеза» – страва, приготовлена з декількох сортів м'яса, овочів і копченостей, що готуються в загальній каструлі. Португальська оливкова олія, неодмінною характеристикою якої вважається висока якість, домінує в національній кухні та входить до складу всіх страв. Також в цій країні славляться своїм смаком сири, вироблені в центральній Португалії, Алентежі або на Азорських островах. Звичайно, неможливо побувати в Португалії й не спробувати вино і портвейн. Португальські вина славляться на весь світ своїм вишуканим смаком. У країні робиться величезна кількість червоних, білих і «зелених» вин, що схожі на шампанське. Портвейн – візитна картка Португалії: білий п'ють як аперитив, а червоний – на десерт. Солодощі, коріння багатьох з яких кроються в рецептах монастирів, де їх власне і готували, змушують мандрівників і сьогодні насолоджуватися їх смаком. Яскравим прикладом є вершкове тістечко «паштел-де-ната», до якого відмінно підійде чашка еспресо [1].

Перспективами подальших наукових досліджень вбачаємо у вивченні впливу етнонаціональних меншин, які проживають на території Португалії, на особливості ресторанного господарства.

Список використаних джерел

1. Всё о стране Португалия. URL: <http://www.tpg.ua/ru/country/tab-country/>.
2. Загальна інформація про Португалію. URL: <http://www.poizdka.net/portugalija.htm>.
3. Звездные Мишленовские рестораны в Португалии
URL: <http://porto-voyage.com/tourist-tips/zvezdnye-mishlenovskie-restorany-v-portugalii-13>
4. Мальська М. П. Ресторанна справа: Португалія.
URL: <http://www.westudents.com.ua/glavy/93264-portugalya.html>.
5. Мандрик І. П., Степасюк І. В. Особливості розвитку туризму в Португалії. *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Серія « Географічні науки»* 2012. № 9 (234), С. 153-159.
URL: http://www.tourlib.net/statti_ukr/mandryk.htm.
6. Молдавська Ю. В. Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції. «Індустрія гостинності у країнах Європи». 4-6 грудня 2009 р. Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. 176 с.
URL: <http://www.infotour.in.ua/moldavskaya.html>.
7. Онегин А. Особенности португальского общепита. Кулинарные заметки. Рестораны. 2014. URL: <http://www.arborio>.

РОЗДІЛ IV. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ

А. О. Глобенко, В. М. Зігунов

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ЩОДО АСПЕКТІВ БЕЗПЕКИ У ТУРИЗМІ

У статті проаналізовано основні правила безпеки для туристів, що необхідно знати, перш, ніж вирушати у подорож. Зроблено коротку характеристику певним метеорологічним чинникам, що відіграють провідну роль під час поїздок.

Бурхливий розвиток масового міжнародного туризму, його поширення на всі райони земної кулі гостріше ставить забезпечення безпеки туристів. На думку експертів, останніми роками загроза їхнього життя, здоров'ю та майну значно зросла. У той самий час туристичні фірми, зацікавлені насамперед у отримання прибутку, не надають своїм клієнтам достатньої інформації, недостатньо проводять роботу з виявлення регіонів підвищеної небезпеки [2; 3; 4; 5].

Відправляючись у подорож, турист зіштовхується з низкою проблем, що при збігові обставин можуть призвести до не сприятливих наслідків для його здоров'я і майна, зробити туристичну поїздку неможливою або негативно вплинути на туристичне враження. Турист постійно перебуває під впливом обставин підвищеної небезпеки в незнайомому оточенні, що відмінне від звичайного місця його проживання. Він не знає досконало звичаїв, мови, традицій, типових побутових небезпек, не має імунітету до хвороб, поширених у цій місцевості тощо [4; 5].

Дослідженням питань в галузі туризму займалися такі зарубіжні вчені, як Г. Харріс, Дж. Боуен, Дж. Рітчі, Н. Реймерс, Ф. Котлер. Серед вітчизняних дослідників значний внесок зробили такі вчені, як О. Бейдик, П. Гудзь, М. Мальська, О. Любимцева, В. Кифяк та інші. Однак, незважаючи на жвавий науковий інтерес з боку великої кількості вчених все ж існує низка невирішених питань, що стримують розвиток вітчизняного туризму. Мова йде про такі проблеми, як недосконалість нормативно-законодавчої бази в галузі туризму, відсутність коштів на фінансування реконструкції існуючих та будівництва нових туристичних об'єктів та ін. [4; 5].

Метою статті є проаналізувати основні аспекти безпеки під час туристичних подорожей.

У проектуванні туру і туристичних послуг потрібно уважно вивчити усі можливі чинники ризику та їхні джерела, дослідити можливість і ймовірність

вияву джерела на небезпечному для людини рівні, схильність людини до впливу джерел небезпеки і передбачити комплекс заходів для захисту здоров'я і життя туриста та його майна. Шкідливі чинники (чинники ризику) у туризмі можна класифікувати так [1; 5]:

- небезпека травмування;
- вплив довкілля;
- пожежонебезпека;
- біологічні впливи;
- психофізіологічні навантаження;
- небезпека випромінювань;
- хімічні впливи;
- етап перевезення;
- підвищена запиленість і загазованість;
- специфічні чинники ризику;
- інші чинники.

Різні несприятливі чинники мають різноманітну ймовірність настання та інтенсивність впливу і важкість наслідків. Вплив довкілля зумовлений підвищенням або зниженням температури, вологістю і рухом повітряних мас, опадами в зоні обслуговування туристів, різкими перепадами барометричного тиску. Показники мікроклімату в приміщеннях обслуговування туристів, а також у транспортних засобах мусять відповідати встановленим санітарно-гігієнічним вимогам. Шкідливим впливам цих чинників ризику можна запобігти:

- вибором сприятливої пори року, часу доби для проведення туристського заходу;
- раціональним проектуванням траси туристського маршруту;
- врахуванням погодних умов району;
- спорудженням на трасах туристських маршрутів укриттів від негоди;
- оснащенням приміщень і транспортних засобів кондиціонерами, засобами дезодорації повітря, опалення, автоматичного контролю і сигналізації;
- забезпеченням відповідного екіпірування туристів, включаючи засоби індивідуального захисту;
- своєчасним інформуванням туристів про реальні й прогнозовані умови на маршруті (про кліматичні умови, перепади висот на маршрутах).

Особливо небезпечні чинники виявляються при переміщенні в інший часовий пояс та кліматичні умови, що різко відрізняються від звичних. Оскільки туристська подорож короткочасна, то організм туриста не завжди може швидко пристосуватися до зміни цих умов. Потрапляючи у спекотний

клімат, організм піддається підвищеному тепловому впливу і, якщо, наприклад, в Ізраїлі влітку не споживати достатню кількість води (до 5 літрів на день), то може настати зневоднення організму, яке матиме серйозні наслідки для здоров'я туриста. Тому програма туру завжди має бути старанно відпрацьована з урахуванням фізичного стану туриста, не бути зайво напруженою, давати туристам час на адаптацію до місцевих умов і відпочинку. У проектуванні туру і туристичних послуг потрібно враховувати реальну спроможність людей сприймати інформаційні потоки, надавати їм вільний час для відпочинку і самостійного ознайомлення з туристичними ресурсами. Варто старанно до хвилини планувати програму, графік переміщення, проведення заходів, а також потрібні і достатні тимчасові проміжки для забезпечення нормальної життєдіяльності людини. визначаючи складність екскурсійної програми, слід враховувати і підготовку туристів, їхній інтелектуальний рівень, психофізіологічні особливості групи туристів, а також їхні традиції, звичаї, релігію [1; 2; 5].

Туристові слід точно дотримуватися вимог нормативних документів пожежної безпеки, засобів розміщення, щоби захистити туристів від впливу чинників ризику цієї групи [3].

Біологічні чинники (патогенні мікроорганізми і продукти їхньої життєдіяльності, мікроорганізми, а також отруйні рослини, плазуни, комахи і тварини, що є переносниками інфекційних захворювань, викликають опіки, алергійні та інші токсичні реакції). Щоб запобігти впливу цих чинників ризику на туристів, слід [1; 3]:

- дотримуватися установлених санітарних норм і правил обслуговування;
- застосовувати устаткування і препарати для дезінфекції, дезінсекції, стерилізації, дератизації, автоматизації виробничих процесів;
- використовувати знаки безпеки та маркування на предметах оснащення і спорудах, що використовуються в обслуговуванні туристів (посуду, кухонного інвентарю, у т. ч. для приготування їжі у поході, місць водозабору, колодязів та ін.);
- проводити попередні й періодичні медичні огляди персоналу обслуги;
- інформувати туристів про небезпечних тварин, плазунів, риб, рослин, ареали поширення яких збігаються з туристичним маршрутом, про те, як уникнути небажаних контактів, яких невідкладних заходів слід вжити, що зробити у випадку одержання травми (контакту).

Хочеться зазначити, що у країнах тропічного поясу туристи, які прибувають з інших кліматичних зон, ще не мають належного імунітету до місцевих небезпечних інфекційних захворювань. У цих випадках необхідно

робити щеплення. До особливо небезпечних карантинних захворювань у міжнародному масштабі належать: чума, віспа, холера, жовта лихоманка і малярія тощо.

Небезпечними випромінюваннями під час подорожей є: підвищений рівень ультрафіолетового та радіологічного випромінювання. Запобігти небезпеці ультрафіолетової радіації на туристських маршрутах можна, якщо [1]:

- інформувати туристів про вплив ультрафіолетового випромінювання на людину (сонячний опік, тепловий удар);
- використовувати засоби індивідуального захисту (захисні маски, креми, одяг, що закриває тіло, руки, ноги туристів, сонцезахисні окуляри).

Слід враховувати дію цього чинника ризику у плануванні графіка руху за маршрутом (відкритими, незатіненими ділянками маршруту в гірських, водних, лижних та інших походах). Туристські маршрути можна прокладати й експлуатувати тільки в місцевостях із сприятливими характеристиками радіологічного стану. Хімічні чинники: токсичні, подразнювальні (дратівливі), сенсibiliзуючі. Запобігати дії цих чинників ризику в обслуговуванні туристів можна, якщо [1; 3]:

- регулярно контролювати вміст шкідливих хімічних речовин у повітрі, воді, ґрунті, продуктах харчування й інших біологічних середовищ;
- будувати і розміщувати об'єкти для обслуговування туристів у сприятливому щодо дії хімічних чинників ризику, середовищі;
- застосовувати препарати для дезінфекції і дезінсекції згідно з інструкцією щодо використання, усунувши можливість контакту туристів з цими засобами.

Транспортні засоби є джерелом підвищеної небезпеки, незважаючи на те, що безпека – один із найважливіших моментів в усіх варіантах перевезення, значна частина несприятливих подій відбувається саме на етапі перевезення. Причини катастроф здебільшого мають технічний або природний характер, але нерідко це роблять і терористи. На кожному виді транспорту діють свої правила перевезення пасажирів й інститут страхування пасажирів та їхнього багажу. Прийнято міжнародні Конвенції про повітряні, морські, авто мобільні та залізничні перевезення, у котрих правила безпеки займають центральне місце [1].

Специфічні чинники ризику в туризмі зумовлені [1; 5]:

- можливістю виникнення природних і техногенних катастроф у зоні розміщення туристського підприємства або маршруту, а також інших надзвичайних ситуацій (також пов'язаних зі станом громадського

- порядку в районі обслуговування туристів);
- технічним станом використовуваних об'єктів матеріально-технічної бази (туристських готелів, баз, кемпінгів, канатних доріг і бугельних підйомників, туристських трас, серед них гірсько-пішохідних, лижних, гірськолижних, водних, верхових і в'ючних тварин, різноманітних транспортних засобів, велосипедів, маломірних і гребних суден, архітектурних, природних пам'яток);
 - складним рельєфом місцевості (річковими порогами, гірськими схилами, скельними, льодовими ділянками туристських трас тощо);
 - рівнем професійної підготовленості персоналу (інструкторів, екскурсоводів тощо);
 - підготовкою туристів до пересування за маршрутом певного виду і категорії складності (інструктаж, екіпірування тощо);
 - інформаційним забезпеченням (гідрометеорологічні прогнози, маркування трас туристських маршрутів).

Таким чином, при виникненні надзвичайних ситуацій (стихійні лиха: виверження вулканів, шторми, урагани, зливи і повені, землетруси, спалахи небезпечних інфекційних захворювань) спеціальні національні та міжнародні органи і служби вживають негайних заходів з порятунку людей, зокрема туристів, і вивезення їх із небезпечних районів, спрямовують особливі рятувальні загони або бригади швидкого реагування. В Україні ці питання вирішує Міністерство з питань надзвичайних ситуацій (МНС). В Україні діє Закон України «Про туризм», що передбачає систему гарантування безпеки туристів та порядок продажу туристичних послуг, включаючи розгляд усіляких ризиків, що можуть спричинити несприятливі наслідки і завдати шкоди здоров'ю туриста і його майну. У своїй практичній діяльності туристичне підприємство повинне керуватись комплексом нормативних документів по забезпеченню безпеки туристів. Туристичні підприємства повинні знайомити туристів з елементами ризику кожної конкретної послуги (розміщення, харчування, транспорту та ін.) і мірам по його попередженню. Інформація, що необхідна для туристів з метою охорони їх життя та здоров'я, повинна надаватись як заздалегідь, до початку відпочинку, так і в процесі обслуговування [2; 3]. У рекламно-інформаційних матеріалах і тексті інформаційного листка до туристичної путівки також повинна бути інформація, що характеризує природні особливості та складності туристичної траси, необхідний рівень особистої підготовки туриста, особливості індивідуального екіпірування.

Список використаних джерел

1. Безпека життєдіяльності / За ред. О.Н. Русака. Спб.: Видавництво «Лань», 2000. 448 с.
2. Закон України «Про туризм» (15 вересня 1995 р.). К., 1995.
3. Закон України «Про страхування»: Збірник нормативно-правових актів. Т 2. Ужгород, 1999.
4. Мальська М. Я., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. Л.: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2003. 360 с.
5. Сорокіна Г. О. Екологічний туризм : навч. посіб. Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 206 с.

Я. В. Євтушенко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТРЕКІНГОВИХ ПАЛОК В ПІШОХІДНИХ КАТЕГОРІЙНИХ ПОХОДАХ

У статті розглядається вплив трекінгових палиць на фізичний стан туристів пішоходників та їх ефективність під час проходження категорійних пішоходних походів.

Постановка проблеми. Пішохідний туризм, як один із базових видів спортивного туризму, отримав в наш час велику популярність в Україні. Пішохідний туризм гармонійно поєднує в собі фізичні та психоемоційні навантаження, оздоровчі компоненти, розвиває в людині витривалість, волюватість, дисципліну, вміння працювати в команді. Основним змістом пішохідного походу є подолання локальних та протяжних перешкод на туристичному маршруті. Долаючи перешкоди туристичного маршруту, турист залишається фізично активним протягом всього походу, чого не скажеш про інші види фізичної діяльності людини. В пішохідному спортивному поході турист виконує сукупність фізичних і технічних дій, які можуть бути швидко-силовими, власне силовими і складнокоординаційними. На допомогу цьому для комфортнішого і безпечнішого проходження маршруту прийшли трекінгові палки.

На сьогоднішній день прийнято вважати трекінгові палиці необхідним спорядженням для будь-якого туриста, поряд з рюкзаком, наметом, спальним мішком і килимком. При цьому на відміну від перерахованого спорядження, трекінгові палиці стали невід'ємною частиною більшості туристів, що активно подорожують тому, що завдяки трекінговим палицям знижується навантаження на колінний суглоб і на руховий апарат в цілому. Але повністю навантаження з колін при цьому не знімається. За зниження навантаження відповідають підошва бота, тонус

м'язів ніг, манера ходьби, власна вага і вага рюкзака. Також чим більший ухил рельєфу при спуску, тим більше навантаження на суглоб взагалі [2].

Аналіз наукових та літературних джерел. Проведене дослідження дозволило встановити, що систематична участь в пішохідних походах приводить до економізації серцевої діяльності. Спостерігаючи протягом доби за серцевою діяльністю організму туристів різної кваліфікації, вдалося встановити значне поліпшення роботи серця під впливом фізичних навантажень.

Пішохідний похід впливає на якість роботи легенів людини. Легені виконують одну з найфундаментальніших функцій людського організму – дихання. Дихання забезпечує тканини і органи людини киснем, без якого неможливі основні фізіологічні і біохімічні процеси. Фізична активність під час здійснення пішохідного походу, дозволяє підвищити якісні показники основних параметрів легенів – глибину дихання і максимальну вентиляцію легенів. Так у туристів, які систематично займаються туризмом, глибина дихання може збільшуватися в 1,5-2 рази, а максимальна вентиляція легенів збільшується на 40-60% [3].

Оздоровча дія пішохідного туризму на організм людини здійснюється не тільки за рахунок фізичної активності, а й за рахунок інших аспектів, які заслуговують на увагу. До таких слід віднести загартування, міцний сон, характер і режим харчування, нервово-психологічне розвантаження, тощо [4].

Проведене дослідження лікарем німецької гірничо-рятувальної служби Готтфридом Нойройтером, показало, що при пересуванні по гірській місцевості з двадцяти кілограмовим рюкзаком, перенесення ваги з нижньої частини тіла на руки і плечі становить близько 30 тон на годину. Вище зазначене вказує, що подолання маршруту походу з трекінговими палицями значно вирівнює пульс, дихання стає більш рівномірним, знижується споживання кисню – це є наслідком відсутності підвищеної витрати енергії і є запорукою для збільшення швидкості руху, продовження переходу та прискорення відновлення м'язів після нього [1].

Мета наших досліджень – виявити ефективність трекінгових палиць під час проходження маршрутів категорійних пішохідних походів.

Виклад основного матеріалу. Трекінгові палиці (trekking poles) — це спеціальні палиці, які полегшують пересування по пересіченій місцевості. В першу чергу — це додаткові точки опори вашого тіла, що особливо важливо на складних ділянках маршруту, де високий ризик втратити рівновагу та отримати травму. По-друге, палиці дають можливість перенести до 40% навантаження з ніг на руки, тим самим зменшуючи

можливість травматизму зв'язкового апарату при підйомі на гору, і особливо при спусках. По-третє, користуючись палицями, туристи менше втомлюються, в наслідок чого швидкість пересування зростає в рази. А також палиці можна пристосувати для побутових потреб в поході, наприклад, для установки деяких наметів як опору, або як сніжний якір для розтяжок намету взимку.

При проходженні маршруту по гірській місцевості, трекінгові палиці допомагають зняти частину навантаження з ніг і додають більше рівноваги і стійкості туристу при проходженні маршруту. Трекінгові палиці служать для перерозподілу навантаження з колін на руки. При цьому як раз на руки передається навантаження, що йде на суглоби. Установлено, що чим більша власна вага і вага рюкзака, тим більше буде саме навантаження на зап'ястя і на ліктьовий суглоб.

Ефект меншої втоми від зниження ваги рюкзака в поході, до речі, деякою мірою будується виходячи з подібної схеми – встановлено, що рюкзак двадцять п'ять кілограм та двадцять кілограм, перші три чотири кілометри можна пронести з однаковою швидкістю і втомою, але ось після двадцяти кілометрів ситуація для людей з різною фізичною підготовкою та туристсько-спортивним досвідом буде кардинально різною. Проходження однакової дистанції маршруту пішохідного походу з трекінговими палицями втома на м'язи ніг менша, також менше навантаження в цілому на суглоби ніг за повний ходовий день.

Від так, на підйомі розвантаження колін за допомогою трекінгових палиць буде значно меншим ніж на спуску, так як на підйомі знижується навантаження на суглоби ніг туриста, та зменшується швидкість пересування, тобто анатомічно нога туриста працює у більш вигідних умовах [2].

Результати дослідження та їх обговорення. У пішохідних походах різної категорії складності використовується тривала робота циклічного характеру, пов'язана з тривалими пересуваннями по маршруту з рюкзаком. На маршрутах пішохідного походу виникає і ациклічна робота при подоланні різних локальних та протяжних перешкод. При нормальних умовах ця робота також помірної потужності, але під час зміни похідних умов на трасі маршруту виникають великі субмаксимальні та максимальні навантаження на організм туристів-пішохідників.

Отже, постійно знаходячись під впливом фізичних навантажень, організм туриста перебуває на вершині оптимальної роботи практично усіх систем і органів організму. Пішохідний туризм позитивно впливає на м'язову, серцево-судинну, дихальну системи, суглоби і зв'язки. Під час

подолання різних природних і інших перешкод, у роботі задіяні всі без винятку групи м'язів. Найбільше навантаження припадає на м'язи ніг.

За нашим дослідженням, ми встановили, що найбільший ефект від використання трекінгових палиць, спостерігається при зтяжних спусках і підйомах, та кам'янистій дорозі. На горизонтальних ділянках ефект менший. Чим менша власна вага і вага рюкзака туриста і чим вища загальна тренуваність м'язів ніг тим ефект від палиць менший і навпаки. Для туристів-пішоходників, які вже мають проблеми з колінами, палиці більш корисні, ніж для тих, у кого ноги здорові.

Під час здійснення студентами СумДПУ імені А. С. Макаренка пішохідних походів I, II, III категорії складності по Українських Карпатах нами встановлено, що трекінгові палиці дозволяють істотно розвантажити суглоби ніг і нижню частину тулуба туристів-пішоходників взагалі. Від так, на тривалих переходах з важким рюкзаком це економить фізичну силу туриста. Трекінгові палиці забезпечують стійкість по маршруту завдяки чому турист-пішоходник не робить зайвих зусиль для підтримки рівноваги та полегшує проходження важких ділянок локальних та протяжних перешкод.

Проведене нами дослідження літературних джерел показало, що не існує строго описаної техніки пересування з трекінговими палицями в туристичних походах. На маршруті кожен турист-пішоходник вибирав зручний для себе спосіб. Найчастіше рухи носили природний характер (кроку правої ноги супроводжував винос вперед лівої руки), а на складних ділянках трекінгові палиці переставлялися частіше і їх розмах був менший. На підйомах туристи-пішоходники трекінгові палиці робили коротшими, а на спусках довгими, щоб не втрачати рівновагу і правильно розподіляти навантаження. При подоланні траверсу, туристи робили одну палицю довшою, а іншу коротшою, що дозволило зменшити фізичне навантаження на м'язи ніг. Від так, регулювання довжини трекінгових палиць відбувається по своєму зросту і здійснюється наступним чином: при прямому положенні тіла кут між передпліччям і плечем руки, що тримає палицю, становив приблизно 90 градусів. А в іншому варіанті регулювання: рукоятка палиці знаходилась на відстані 5-8 см від пахви. Для ефективного використання функцій палиць рекомендуємо при ходьбі не відставляти кінці палиць далеко від ніг.

Важливе значення в забезпеченні безпеки під час проходження локальних і протяжних перешкод на маршруті пішохідного походу є рівновага. Так, рівновага чітко контролюється при русі по рівній втоптаній стежці. Велике значення рівноваги туриста-пішоходника на спусках, а

також при ходьбі уздовж схилу, по річці коли стопи туриста знаходились в небезпечному положенні. Нестійке положення стоп у туристів компенсується перенапруженням м'язів гомілки, зв'язок стопи і коліна.

Висновок. Проведене дослідження виявило, що при використанні в походах трекінговими палицями, включаються в роботу м'язи рук плечового поясу і преса туриста, а саме більше 90% м'язів тіла розподіляють навантаження між собою. Отже, значення трекінгових палиць для туристів категорійних походів дають наступні переваги:

- зменшують навантаження на суглоби і м'язи ніг, спини і нижньої частини тулуба;
- збільшують стійкість (додаткові точки опори), що може вберегти від непотрібних падінь і травм;
- збільшують швидкість пересування (особливо на підйомах і спусках);
- можливість використання для установки намету або розтягування тенту.

Аналіз звітів туристських груп з пішогодного спортивного туризму показав, що майже у всіх походах за 2017-2019 роки туристи користувалися трекінговими палицями.

Список використаних джерел

1. Альпинистские телескопические палки. URL:<http://www.otvet.mail.ru>
2. Для чего нужны треккинговые палки. URL:<http://leopard-fil.ru>
3. Спортивно-оздоровчий туризм.
4. URL:<http://de.msu.ru/course/display.course=732>
5. Федотов Ю. М. Спортивно-оздоровчий туризм: підручник. Москва: Вид-во «Радянський спорт», 2004. 463с.

О. В. Колотуха, О. Л. Миргородська

Льотна академія Національного авіаційного університету

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ

В статті розглядаються особливості спортивного туризму як виду спортивної діяльності, тенденції розвитку спортивного туризму на пострадянському просторі та в економічно розвинених країнах, аналізуються сучасні напрямки розвитку спортивного туризму, подається авторське визначення спортивного туризму як виду спортивної діяльності.

Постановка проблеми. Розвиток туризму як феноменального явища сучасності нерозривно пов'язаний із розвитком його складової – спортивного

туризму. Розвиток спортивного туризму передбачає дотримання принципів збалансованості, екологічності, які є домінантами сучасного туризму. Властивості території є невід'ємною складовою спортивного туризму, а пряма взаємодія туриста-суб'єкта туристського процесу з властивостями території (рельєф, погодні умови, наявність водних ресурсів, типи ландшафтів тощо) становить його сутність і обумовлює необхідність виявлення особливостей туристсько-спортивної діяльності, сучасних тенденцій та напрямків розвитку спортивного туризму.

Мета роботи – дослідити сучасні тенденції розвитку спортивного туризму на пострадянському просторі та закордоном, визначити основні напрямки розвитку спортивного туризму.

Аналіз досліджень і публікацій. Аналіз наукової літератури, дисертаційних досліджень з питань туризму свідчить про недостатній рівень вивченості спортивного туризму, в т. ч. з позицій географії. Загальні питання туризмології, територіальної організації туризму, територіальні рекреаційні системи, рекреаційне районування досліджували вітчизняні вчені – М. Багров, Л. Багрова, О. Бейдик, О. Ігнатенко, М. Крачило, С. Кузик, О. Любіцева, М. Мальська, А. Степаненко, І. Твердохлебов, В. Шумський, І. Яковенко. Питання організації спортивної туристської діяльності в Україні досліджують В. Абрамов, О. Булашев, О. Дмитрук, В. Зігунов, І. Зігунова, О. Колотуха, Б. Пангелов, С. Фокін та інші.

Виклад основного матеріалу. Спортивний туризм як вид спортивної діяльності полягає у подоланні певного відрізка земної поверхні, що називається маршрутом. При проходженні маршруту долаються різні специфічні природні перешкоди. Це – лісові зарості, болота, пустелі – у пішохідному туризмі, перевали та вершини – у гірському туризмі, річкові пороги – у водному туризмі, печери – у спелеологічному туризмі тощо. Спортивний туризм при цьому виступає як активний, часто екстремальний вид подорожей, сенс якого полягає у подоланні значних відстаней і різноманітних перешкод, що вимагає від туриста достатньої фізичної підготовки та володіння різними навичками – як техніки подолання перешкод так і виживання у складних природних умовах.

Спортивний туризм в Україні та в ряді постсоціалістичних країн (Росія, Білорусь, Молдова, Казахстан, Киргизстан тощо) на сьогоднішній день є видом спорту, який включено до спортивних класифікацій цих країн з відповідними званнями та спортивними розрядами – від юнацьких розрядів до звання «Майстер спорту». Феномен спортивного туризму в країнах, що утворилися на території колишнього СРСР, включаючи Україну, досить унікальний. Це – неолімпійський вид спорту, який має всі офіційні атрибути

виду спорту. Таким чином, люди, що займаються спортивним туризмом у ряді пострадянських країн, мотивовані до зростання своєї спортивної майстерності, виконання розрядних вимог і отримання відповідних спортивних розрядів і звань. Спортивна майстерність, при цьому, має свою специфіку. Насамперед, це майстерність володіння різноманітною туристською технікою і тактикою, яка застосовується для успішного подолання маршрутів туристських походів та дистанцій туристських змагань.

Спортивний туризм у економічно розвинених країнах світу розвивається на аматорському рівні і виступає як вид активної, часто екстремальної, рекреації. У країнах Європи, США, Канаді, Австралії, Новій Зеландії та ряду інших, даний різновид туризму за змістом так само має місце, але не є видом спорту. Тут не формуються туристські команди, не проводяться офіційні змагання. У даному випадку мова йде про так званий пригодницький, екстремальний туризм, подорожі «дикими» природними територіями, скаутський рух тощо.

На сучасному етапі спортивний туризм як вид спорту розвивається у двох напрямках: *маршрутний туризм* (проходження маршрутів туристсько-спортивних походів) та *змагальний туризм* (підготовка та участь в змаганнях із техніки видів спортивного туризму). В історії розвитку спортивного туризму в Україні ці два напрямки завжди були нероздільні. Але, якщо туристські походи були основною формою туристсько-спортивної діяльності і давно запроваджені у спортивну класифікацію (уперше у 1949 р.), то туристські змагання носили характер допоміжний, другорядний. Вони використовувалися для перевірки готовності туристських груп для виходу на складні туристсько-спортивні маршрути різних видів спортивного туризму [1].

На сьогоднішній день туристсько-спортивні походи і змагання в Україні можуть бути організовані з таких видів туризму: пішохідного, лижного, гірського, водного, велосипедного, автомобільного, мотоциклетного, спелеологічного, вітрильного, а також представляти їх комбінації. Це не означає, що інші поки, що не традиційні види активного пересування на туристських маршрутах не можуть застосовуватися. А такими можуть бути подолання маршрутів на тваринах (конях, оленях, вісликах, верблюдах, собаках тощо), повітряних кулях, дельтапланах, парaplанах, під водою тощо. Просто ці види активного туризму поки що не отримали в Україні відповідної спортивно-туристської класифікації. Так у Росії на сьогоднішній день додатково класифіковані маршрути кінного та комбінованого туризму. В Білорусі ж класифіковано лише 4 види

спортивного туризму – пішохідно-гірський, лижний, водний та велосипедний. З розвитком спортивного туризму та появою нових засобів пересування людини у природному середовищі можливе внесення інших видів туризму у спортивні класифікації. Класифікація туристсько-спортивної діяльності за формою проведення, видами маршрутів та складністю походів представлена на рис. 1.



Автор: Колотуха О. [1]

Рис. 1. Систематизація туристсько-спортивної діяльності

Основний зміст *маршрутного спортивного туризму* – здійснення туристами-спортсменами походів класифікованими маршрутами різних видів туризму та категорій складності. Головна мета таких походів – подолання маршруту з набором природних перешкод різними засобами пересування, автономне життєзабезпечення учасників в різних кліматично-географічних і погодних умовах і, відповідно, зростання туристсько-спортивної майстерності. Основною формою реалізації маршрутного спортивного туризму є туристські подорожі.

Туристська подорож – це захід, пов’язаний із пересуванням людини в природному середовищі на будь-яких технічних засобах та без них, наодинці або в складі групи з пізнавальними, оздоровчими, спортивними та іншими

цілями. Подорожі повинні проводитися відповідно до законодавства країн, на території яких прокладено маршрут, із урахуванням вимог «Гаагської декларації з туризму», «Хартії туризму» та інших міжнародних документів з туризму [2]. До туристських подорожей відносять туристські прогулянки, оздоровчі екскурсії, туристсько-спортивні походи та туристсько-спортивні експедиції.

Туристська прогулянка – найпростіша форма туристсько-спортивної діяльності, проходження короткого маршруту, тривалістю, як правило, до 4 годин. Туристські прогулянки найчастіше проводяться з туристами-початківцями.

Оздоровча екскурсія – туристська подорож тривалістю до 24 годин з використанням активних форм пересування, яка передбачає відвідування точно відібраних об'єктів із метою задоволення інформаційних, духовних та пізнавальних потреб туристів.

Туристсько-спортивний похід – це групове проходження туристського спортивного маршруту з використанням різних засобів пересування визначеної протяжності з подоланням природних перешкод (перевалів, порогів, печер тощо) різної складності за нормативний час. Саме туристський похід виступає ключовим видом туристських подорожей у спортивному туризмі, адже саме за здійснені походи у маршрутному спортивному туризмі присвоюються відповідні спортивні розряди та звання.

За критерієм тривалості (в днях) всі туристські походи можна поділити на походи вихідного дня та багатоденні походи. Похід, що передбачає організацію однієї-двох ночівель (зазвичай, здійснюваний у вихідні дні) прийнято називати походом вихідного дня. У переважній більшості випадків походи вихідного дня організуються з метою оздоровлення та відпочинку учасників. Крім того, вони можуть переслідувати навчальні або тренувальні цілі (як частина програми підготовки для здійснення спортивних походів). Багатоденні ж походи можуть бути як рекреаційними, так і спортивними походами.

Туристсько-спортивна експедиція – це активна туристська подорож пошукового, дослідницького характеру з метою вивчення певної території, маршруту, одного чи декількох об'єктів (перешкод) із використанням будь-яких технічних засобів пересування або ж без них.

Зміст *змагального спортивного туризму* (туристсько-прикладного багатоборства) – подолання відносно коротких дистанцій на місцевості, що містять встановлений набір технічних етапів (природних і штучних перешкод), які долаються із застосуванням спортсменами різноманітної туристської техніки і тактики. Домінуючою метою участі у таких змаганнях є

перемога над суперниками, вдосконалення володіння технікою і тактикою туризму, зростання спортивної майстерності та спортивної кваліфікації.

До форм змагального спортивного туризму можна віднести т.з. локальні форми, а саме – туристсько-спортивні змагання, туристські зльоти та збори.

Туристсько-спортивні змагання – це змагання з техніки певного виду або кількох видів спортивного туризму.

Туристський зліт – масовий туристський захід, який має на меті обмін досвідом і підбивання підсумків туристсько-спортивної роботи, до програми якого входять змагання з техніки видів туризму, туристські конкурси.

Туристсько-спортивні збори – туристський захід тренувального характеру, направлений на підвищення кваліфікації учасників та їх підготовку до туристсько-спортивних змагань та походів.

Спортивний туризм має давню історію і свої традиції, є одним з популярних і масових (нарівні з легкою атлетикою, футболом та ін.) видів спорту на пострадянському просторі. За своїми специфічними особливостями і спектром багатогранного, корисного впливу на людину він не має собі рівних. Ефект пізнання навколишнього світу, значні психологічні навантаження, почуття самоствердження і першовідкривача роблять його пріоритетним і привабливим серед інших видів активного відпочинку і спорту, в першу чергу – для підростаючого покоління.

Таким чином, дамо визначення спортивного туризму як виду спорту. Отже, *спортивний туризм* – це неолімпійський вид спорту, в основі якого лежать змагання на туристських маршрутах та туристських дистанціях, прокладених у природному середовищі і включають подолання різноманітних перешкод (перевалів, вершин, порогів, каньйонів, печер тощо) з використанням спеціальних технічних прийомів і спорядження [1]. При подоланні природних перешкод використовуються різноманітна техніка і тактика, різні способи забезпечення безпеки. Крім перешкод природного ландшафту і складнощів кліматичного характеру можуть мати місце труднощі іншого плану, наприклад, просторові характеристики (незаселеність територій) і деякі інші.

Висновки. Спортивний туризм на сучасному етапі розвивається в двох напрямках: маршрутний туризм (проходження маршрутів туристсько-спортивних походів) та змагальний туризм (підготовка та участь в змаганнях із техніки видів спортивного туризму). Ці два напрямки мають різноманітні форми реалізації, а саме – маршрутний туризм через туристські подорожі (туристські прогулянки, оздоровчі екскурсії, туристсько-спортивні походи та туристсько-спортивні експедиції) та змагальний туризм через туристські змагання і зльоти (туристсько-спортивне багатоборство)

Список використаних джерел

1. Колотуха О.В. Геопросторова організація спортивного туризму: Монографія / О.В. Колотуха. – Кіровоград: ФО-П Александрова М.В., 2015. – 448 с.
2. Правила змагань зі спортивного туризму. – К.: Федерація спортивного туризму України, 2008. – 148 с.

О. С. Кулинич, В. М. Зігунов

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

АЛЬПІНІСТСЬКА ПІДГОТОВКА У ВІЙСЬКОВИХ ПІДРОЗДІЛАХ СПЕЦІАЛЬНИХ ПРИЗНАЧЕНЬ

Сучасні події, які розгортаються в країні і світі, створюють передумови для перегляду військової підготовки, як складової національної освіти. Альпіністська підготовка, в свою чергу, створює передумови в переосмисленні існуючої практики підготовки у військових підрозділах спеціальних призначень.

Актуальність дослідження. Докорінні зміни, що відбуваються нині в Україні, зумовлюють необхідність створення оптимального розвитку системи бойової підготовки. Ефективною підготовкою спец призначенців слугуватиме альпіністська підготовка.

Мета статті: проаналізувати альпіністську підготовку у військових підрозділах спеціальних призначень.

Завдання дослідження: Зробити аналіз альпіністської підготовки спецпризначенців.

Методи дослідження: аналіз літературних джерел та електронних ресурсів, порівняльний та описовий методи.

Результати дослідження. Військова служба в гірськострілецьких підрозділах в усіх країнах світу вважається однією із найважчих і складних і прирівнюється зі службою в підрозділах сил спеціальних операцій та інших елітних частинах. Бійцям гірських підрозділів приходиться виконувати бойові завдання у найнесприятливіших для цього умовах: навантаження на межі людських можливостей при пересуванні крутим гірським рельєфом у повному бойовому спорядженні; довгі проливні дощі та грози, урагани, селеві потоки, зсуви ґрунтів та каменепади в теплу пору року; часті снігопади, снігові бурі зі штормовим вітром та обледенінням схилів, одягу та спорядження, снігові лавини взимку; різкі перепади температури від плюсових до міцних морозів, недостача кисню на висоті. Клімат взимку в горах можна порівняти з кліматом в Арктиці, на крайній півночі. До цього

додається повна автономність дій, адже забезпечити підтримку й постачання таких підрозділів досить складно, а при критичних погодних умовах — неможливо. Тому гірські стрільці під час бойових дій у горах мають покладатися лише на себе та на своїх товаришів по підрозділу, що забезпечується досить високим рівнем морально-психологічної, фізичної й тактико-спеціальної підготовки [2].

Військове значення альпінізму в країнах з гірським рельєфом стало зрозумілим відносно давно. На початку ХХ століття в Австро-Угорщини та Італії з'явилися спеціальні гірськострілецькі частини. У Німеччині перші гірські частини (гірські єгері) були сформовані в Баварії в 1915 з уродженців Баварії та Вюртемберга.

Під час Першої світової війни, влітку 1918, гірські стрілки взяли участь в самій високогірній битві - Битві при Сан Матео (Battle of San Matteo) в італійському регіоні Трентіно, на висоті 3678 метрів над рівнем моря. Перед Другою світовою війною в Німеччині були сформовані дві гірськострілецькі дивізії. Гірськострілецькі частини були також сформовані в СРСР і ряді інших країн.

Після початку Великої Вітчизняної війни представники Всесоюзної секції альпінізму звернулися в Генеральний штаб з пропозицією створити спеціальну альпіністську групу для навчання гірських частин. Така група була сформована, і альпіністи з неї спрямовані на Закавказький і Північно-Кавказький фронти, а також у Середньоазіатський військовий округ в якості інструкторів по гірській підготовці. У другій половині ХХ століття гірськострілецькі частини брали участь у ряді війн: між Індією та Пакистаном (під час якої бойові дії велися на найбільших висотах - до 5 400 метрів над рівнем моря), у війні СРСР в Афганістані, у війні НАТО в Афганістані і ще кількох локальних конфліктах.

В даний час гірськострілецькі частини існують в Німеччині, Італії, США, Росії, Франції, Швейцарії та ряді інших країн.

Альпіністську підготовку гірськострілецьких частин здійснюють досвідчені альпіністи, навчаючи солдатів і офіцерів методам подолання складного гірського рельєфу, техніці альпінізму і способам забезпечення безпеки [1].

Однією з основних завдань гірської підготовки військ є освоєння ними техніки подолання гірських перешкод, набуття навичок ефективного використання штатного озброєння на гірському рельєфі і ознайомлення зі способами бойових дій в горах в будь-який час доби.

Як правило, особовий склад тих формувань, які призначені для дій в гірських районах проходить основне навчання в спеціальних гірських

навчальних центрах, оснащення яких включає в себе весь спектр об'єктів (тактичних полів, навчальних стрільбищ, танкових директрис, автодромів і т.п.) І обладнання для проведення комплексних тренувань на гірському ландшафті. Передбачається, що особовий склад до потрапляння в гірські навчальні центри проходить курс початкової підготовки в пунктах своєї постійної дислокації на при казармовій матеріальній базі [3].

Для навчальних цілей гірська місцевість ділиться на п'ять категорій:

- легко прохідна місцевість - без стежок, але з м'яко вираженим рельєфом; ходіння можливо без страховки;
- місцевість «малої складності» - з наявністю крутих схилів і скель, де не виключена небезпека падіння, але рухатися можна без допомоги рук;
- місцевість «середньої складності» - з наявністю скель і крутих трав'янистих схилів, що вимагають при сходженні допомоги рук навіть від досвідченого альпініста, але вибір шляху руху ще не важкий;
- місцевість «великої складності» - така ж, як і місцевість "середньої складності", але вибір шляху руху на ній настільки ускладнений, що від солдата потрібен великий досвід альпінізму (проте саме пересування ще можливо без альпіністського спорядження);
- місцевість «найбільшої складності» - ділянки гір зі стрімкими і важко прохідними скелями, де сходження без альпіністського спорядження неможливо.

Загальна фізична підготовка бійців і навчання їх основним способам переміщення по високогір'ям проводиться в спеціальних гірничо-спортивних містечках і на ділянках гірського рельєфу, де є можливість відпрацьовувати способи страховки і самостраховки, прийоми підйому і спуску по крутих схилах, прямовисних скелях, методи подолання каньйонів, гірських річок і транспортування через них вантажів, озброєння, поранених і т. п. В рамках цієї програми важливе значення надається засвоєнню навичок впевнених і безпечних дій у горах, зміцненню морально-психологічних якостей, тренуванні витривалості, вихованню почуття відповідальності, самодисципліни і командного духу.

Вогнева підготовка полягає у виконанні бійцями всіх вправ і нормативів базового стрілецької курсу, але з урахуванням впливу гірської специфіки. При цьому приділяється особлива увага напрацювання навичок правильної і швидкої оцінки відстаней до цілей на гірській місцевості, проводиться навчання способам цілевказівки і наведення вогню бронетехніки і бойових вертольотів [5].

Технічна підготовка водійського складу повинна проходити на гірському танкодромі або автодромі, де освоюється водіння техніки по

серпантинах, кам'янистим ділянкам, гірським мостам, на великих підйомах, спусках, узгір'ях, в умовах буксирування іншої машини, при розворотах і зустрічних роз'їздах на вузьких дорогах і тощо.

Після базового курсу підготовки навчання триває в гірських навчальних центрах, де поряд з індивідуальним тренінгом проводяться тактико-стройові, тактичні та тактико-спеціальні навчання військ аж до рівня з'єднань.

При цьому, командно-штабний склад освоює способи управління військами в горах, підтримки між ними взаємодії, вирішення завдань на різноманітних напрямках в ізоляції від головних сил, в складних погодних умовах і при частих порушеннях зв'язку; особлива увага приділяється грамотному вмінню організувати ведення методичного процесу в гірничо-похідних умовах. Варто особливо відзначити, що весь хід навчання повинен бути побудований з дотриманням всіх можливих заходів безпеки, дотримання яких всім особовим складом є найважливішою умовою ефективності навчальних заходів [4].

Гірська підготовка спеціальних військ організовується з урахуванням особливостей їх бойового застосування в гірських умовах, наприклад:

- артилерійські підрозділи навчаються переміщенню своїх знарядь вручну і з застосуванням підручних засобів і найпростіших пристроїв,
- інженерні війська отримують навички прокладки маршрутів, зведення переправ, інженерних загороджень і фортифікаційних споруд, оснащення смуг оборони, створення пунктів управління і тощо.
- війська зв'язку освоюють методи організації стійкого зв'язку в умовах екрануючого впливу гір, висотних радіоперешкод і при діях військ на роз'єднаних напрямках.

Весь інший особовий склад на цьому етапі відточує вміння по:

- організації маршу по крутих гірських дорогах з висуванням на рубежі розгортання для бою і переходу в атаку;
- безпосередньо бойовій охороні в гірській місцевості і ведення активної розвідки перед своїм фронтом і на флангах;
- ведення дії на окремих напрямках, в складі тактичного повітряного десанту або обходить угруповання, виконуючи завдання по захопленню гірських перевалів, транспортних вузлів, доріг, ключових висот і тощо.
- створення надійної кругової оборони в гірській місцевості з багатоярусним розташуванням вогневих позицій [6].

Висновки. На основі аналізу проблеми та узагальнення його результатів встановлено, що основи навчання альпінізму у військових

підрозділах спеціальних призначень характеризуються актуальністю. Освоєння військовими техніки подолання гірських перешкод, набуття навичок ефективного використання штатного озброєння на гірському рельєфі і ознайомлення зі способами бойових дій в горах в будь-який час доби надають навичок впевнених і безпечних дій у горах, зміцненню морально-психологічних якостей, тренуванні витривалості, вихованню почуття відповідальності, самодисципліни і командного духу.

Список використаних джерел

1. Альпінізм URL: <https://znaimo.com.ua/%D0%90%D0%BB%D1%8C%D0%BF%D1%96%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%BC#link31>
2. Військовослужбовці-альпіністи підкорили засніжені Говерлу та Петрос URL: <http://www.mil.gov.ua/news/2017/02/26/vidrozhennya-vijskovogo-alpinizmu-v-ukraini-vijskovi-instruktori-pidkorili-goverlu-ta-petros/>
3. Горная подготовка URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%BA%D0%B0
4. Горная подготовка // Советская военная энциклопедия. – Москва: ВоенноеиздательствоМинобороны СССР, 1979. – Т. 2. – 609 с.
5. Грачёв П. С. Горная подготовка. Военная энциклопедия / П. С. Грачёв. – М.: Военноеиздательство, 1994. – 458 с.
6. Захаров П. П., Альпинистская (горная подготовка) воинских частей и соединений РККА / П. П. Захаров – М.: ТВТ Дивизион, 2006. – 744с.

Л. М. Максименко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ЩОДО ФЕНОМЕНУ РЕКРЕАЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ЗДОРОВ'Я ДІТЕЙ 5-6 РОКІВ

Розглянуто деякі аспекти щодо визначення здоров'я людини та особливості психофізичного розвитку дітей 5-6 років. Акцентовано увагу на пріоритетності використання рекреаційних занять із метою відновлення здоров'я старших дошкільників. Зроблено теоретичний аналіз деяких інноваційних підходів щодо використання рекреаційних занять.

Здоров'я людини – одна з найскладніших проблем сучасності, адже воно визначає стан і благополуччя не тільки кожної людини, але й держави в цілому (Н. Ф. Денисенко, 2010).

Дошкільний вік – найбільш відповідальний період у процесі фізичного розвитку та формування особистості дитини. Саме у цьому віці засвоюються рухові вміння і навички, закладається фундамент здоров'я

(Е. С. Вільчковський, 2008; Н. В. Москаленко, 2013; А. В. Полякова, 2015). Проте дослідження останніх років виявляють стійку тенденцію до суттєвого зниження показників здоров'я і темпів фізичного розвитку дітей дошкільного віку (В. М. Пасічник, 2012; А. В. Полякова, 2015). Результати досліджень провідних науковців (О. Л. Богініч, 2014; В. О. Кашуба, 2013-2016; Н. В. Москаленко 2013-2016; Т. Ю. Круцевич, 2010-2017; Н. Є. Пангелова, 2009-2018) свідчать, що більшість дітей 5-6 років уже на етапі вступу до школи мають низький рівень здоров'я, підвищений ризик шкільної дезадаптації.

Відповідні наукові дослідження доводять те, що діти, функціональний стан організму яких не відповідає вимогам навчального навантаження, складають групу ризику [4; 6; 7; 8; 10]. Організаційно-методичні основи фізичного виховання дітей старшого дошкільного віку сформували А. Є. Подоляка [8]; Г. І. Ляшенко [3], Є. Приступа [9] та ін. Методика фізичного виховання постійно збагачуються новими науковими дослідженнями з питань удосконалення окремих аспектів фізичної культури дітей, що сприяють формуванню та зміцненню здоров'я дітей старшого дошкільного віку. Питанням удосконалення діяльності дошкільних закладів присвячені роботи Е. С. Вільчковського [2], А. В. Казанцева [4] тощо. У фізичному вихованні дошкільнят з відхиленнями у стані здоров'я розроблені лише окремі аспекти: корекція функціональних порушень опорно-рухового апарату дітей 5-6 років О. М. Бондар [1], профілактика міопії, плоскостопості, сколіозу Л. В. Козіброда [5].

Таким чином, опрацьована нами наукова спеціальна література свідчить про недостатність відповідних рекомендацій щодо пріоритетності застосування рекреаційних занять для дітей 5-6 років, які мають відхиленнями у стані здоров'я і призводить до нераціональної організації і методики занять, невідповідності фізичного навантаження відповідно до психофізичного стану. Опубліковані матеріали вимагають більш детальної систематизації і створення на їх основі методичних рекомендацій щодо використання рекреаційних занять у роботі з дітьми 5-6 років, які мають порушення у стані здоров'я.

Мета дослідження – висвітлити наукові підходи сучасних вчених щодо застосування рекреаційних занять, в основу яких входять засоби фізичного виховання, для відновлення стану здоров'я дітей 5-6 років у закладах дошкільної освіти (ЗДО).

Проведений нами теоретичний аналіз та узагальнення передової практики свідчить про те, що наукові розробки з питань застосування рекреаційних занять для відновлення стану здоров'я дітей 5-6 років є. Зокрема, дослідження М. В. Чернявського свідчать, рекреаційні заняття

застосовують для дітей з метою сприяння розвитку здорової, гармонійної особистості, організації корисного дозвілля та активного відпочинку, виховання позитивних моральних і волевих якостей. Запропонована автором програма «Оздоровчий туризм» складається із трьох напрямків діяльності: краєзнавства, туризму, спортивного орієнтування. Головний принцип побудови даної програми – від простого до складного. Дана програма передбачає міжпредметні зв'язки (природознавство, людинознавство, географія). Фундамент фізичного розвитку закладається на ранніх етапах життя, і заняття слід проводити на свіжому повітрі, що сприяють фізичному розвитку дітей, загартовують організм, вчать орієнтуватися, розвивати спостережливість [10]. Таким чином, особливістю занять із дітьми відповідної вікової групи, які потребують корекції стану здоров'я є комплексне застосування різноманітних видів фізичних вправ, їх варіативність, широке використання різних методів та прийомів.

Наукова робота Л. В. Козіброди основана на застосуванні різноманітних засобів: фізичних вправ, оздоровчих сил природи (повітря, сонце, вода) та гігієнічних факторів, що поєднуються у рекреаційних технологіях. У них відображається зв'язок фізкультурних заходів між собою, визначається обсяг фізичних навантажень на організм дітей, що несуть в собі форми фізичного виховання. Для відновлення стану здоров'я дітей старшого дошкільного віку значна увага приділяється ігровим видам діяльності. Автор пропонує в узагальненому вигляді структуру відновлювальної програми з фізичного виховання для дітей 5-6 років, що складається з наступних розділів [5, с. 25-26]: психомоторного розвитку дітей, навчання руховим вмінням і навичкам (сюди входять: ігрова фізична активність, спрямована на розвиток і вдосконалення основних рухових вмінь та навичок (біг, стрибки, метання, хапання), гімнастики, танців, що включають вправи на рівновагу, лазіння, перекиди, вправи на перенесення ваги з однієї частини тіла на іншу; фізичної підготовки (розвиток фізичних якостей); плавання або ігор у воді. Цей розділ технології є найважливішим для дітей 5-6 років і при наявності умов (басейн, кваліфіковані інструктори), його рекомендують застосовувати під час роботи з дітьми дошкільного віку.

Є. Приступа вважає, що оптимальною формою рекреаційної діяльності є комплексне застосування різноманітних (із переважаючим психічним або фізичним компонентом) видів рекреаційних технологій. Він виділяє такі види рекреацій: рухова (фізична) рекреація необхідна для оптимізації стану фізичного здоров'я дітей 5-6 років життя. Вона реалізується за допомогою фізичних вправ; творча (креативна) рекреація потрібна для вдосконалення особистості дітей через вплив різноманітних форм культури (наприклад,

музики, театру, бальних танців тощо); культурно-розважальна рекреація полягає в інтелектуальному вдосконаленні старших дошкільнят у процесі, наприклад, читання художньої літератури, інтелектуальних розваг, інтелектуальних ігор, колекціонування; суспільна рекреація необхідна дітям, яким важко адаптуватися в соціумі (наприклад, залучати до активної участі у різноманітних благодійних організаціях, охороні природи тощо) [9, с. 50-51]. Комплексне поєднання таких рекреаційних занять, на думку автора, у значній мірі може сприяти відновленню стану здоров'я.

Т. Ю. Круцевич у своїх роботах відмічає, що біологічна потреба у руховій активності найбільшою мірою проявляється та задовольняється у дошкільному віці за умови правильного режиму дня і широкого використання засобів фізичного виховання, оскільки рухливими, енергійними, емоційними, зацікавленими у всьому можуть бути тільки здорові діти. Автор до рекреаційних технологій відносять фізкультурно-оздоровчі заходи у режимі дня, організовані групові, індивідуальні і самостійні заняття, а також зазначає, що на музичних заняттях досить широко можна застосовувати фізичні вправи з інвентарем чи без нього, рухливі ігри із музичним супроводом, елементи танців, що також сприяють відновленню стану здоров'я дітей 5-6 років [6, с. 198-200].

Отже, у ЗДО досить поширеними стали такі рекреаційні заняття: заняття фізичними вправами у режимі дня дитячого садка (ранкова гігієнічна гімнастика, гігієнічна гімнастика після денного сну, рухливі ігри, спортивні розваги, фізкульхвилинки, прогулянки, дні здоров'я); фізкультурні свята; самостійні заняття дітей; пішохідні прогулянки у зони відпочинку.

На думку В. Пасічник, одним із шляхів оптимізації фізичного виховання дітей 5-6 років значною мірою можуть слугувати рекреаційні технології, де основна увага приділяється інтегровано-розвивальним м'ячам. Інтегровано-розвивальні м'ячі яскраві й різнокольорові з зображенням літер українського алфавіту, цифр, знаків і геометричних фігур. Широке їх використання у фізичному вихованні буде ефективним заохоченням і до навчання також. Запропоновані автором рекреаційні технології сприяють всебічному гармонійному розвитку дитини і спрямовані на вирішення пріоритетних завдань: збереження та зміцнення здоров'я; розширення рухового досвіду, удосконалення навичок з основних рухів; розвиток фізичних якостей; розвиток розумових здібностей; розвиток творчих здібностей, моральних цінностей, вольових якостей, естетичної культури [7, с. 154].

На підставі проведеного теоретичного дослідження можна зробити висновки, що в основі сучасних підходів застосування рекреаційних занять лежить фізична активність, що поєднує в собі різноманітні рухові дії. На

нашу думку, основою для відновлення стану здоров'я дошкільнят є фізичне виховання, що забезпечує збереження взаємозв'язку їхнього організму з навколишнім середовищем, а той, хто постійно займається фізичним вихованням, удосконалює свій організм. Переконані у тому, що сприяти відновленню стану здоров'я дітей 5-6 років можна за допомогою раціонального застосування рекреаційних занять, використовуючи оптимальний руховий режим як регламентоване за інтенсивністю фізичне навантаження, що повністю задовольняє біологічну потребу в рухах, відповідає функціональним і віковим можливостям організму. Мета режиму – досягнення оптимального рівня функціональної активності. Саме такий руховий режим забезпечує потрібний рівень реакцій на вплив чинників зовнішнього і внутрішнього середовища. При розробці норм рухового режиму насамперед слід ставити за мету: зміцнення здоров'я і гармонійний фізичний і розумовий розвиток дітей цього віку.

Список використаних джерел

1. Бондар О. М. Корекція функціональних порушень опорно-рухового апарату дітей 5-6 років із урахуванням просторової організації їхнього тіла: автореф. дис. ... канд. наук з фіз. виховання і спорту: 24.00.02. К. 2009. 20 с.
2. Вільчковський Е. С. Теорія і методика фізичного виховання дітей дошкільного віку: навч. посібник. Суми: ВТД «Університетська книга». 2004. 428 с.
3. Ляшенко В. І. Діагностика психофізичного стану дітей з обмеженими можливостями здоров'я. Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту: Зб. наук. праць під ред С. С. Єрмакова. Х.: ХХПІ, 2004. №3. С.182–196.
4. Казанцева А. В. Особенности использования тренажерных устройств для коррекции физического развития детей с ослабленным здоровьем. Слобожанський науково-спортивний вісник. 2012. №3. С. 7–11.
5. Козіброда Л. В. Організаційно-методичні аспекти фізичного виховання дітей старшого дошкільного віку: дис. ... канд. наук з фіз. виховання і спорту: 24.00.02. Львів. 2006. 180 с.
6. Круцевич Т. Ю. Рекреація у фізичній культурі різних груп населення: навч. посібник. К.: Олімп, л-ра, 2010. 248 с.
7. Пасічник В. Сучасні підходи щодо поєданого фізичного і розумового розвитку дітей старшого дошкільного віку. Молода спортивна наука України : зб. наук. праць з галузі фізичного виховання, спорту і здоров'я людини. 2012. №2. С. 150–155.
8. Подоляка А. Є. Диференціація рухливих ігор у фізичному вихованні дошкільників 5-6 років засобами інформаційних технологій: дис. ... канд. наук з фіз. виховання і спорту: 24.00.02. Харків. 2011. 191 с.
9. Фізична рекреація. [наук. ред. Приступа Є.]. Львів: Місто видавництва, 2010. 115 с.
10. Чернявський М. В. Рекреаційно-оздоровчі технології у процесі фізичного виховання молодших школярів: дис. ... канд. наук з фіз. виховання і спорту: 24.00.02. Київ. 2011. 171 с.

О. В. Овчар, Я. М. Копитіна, О. М. Перепеченко

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка;
Київський міський Центр соціальної, професійної та трудової реабілітації
інвалідів*

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІШИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОХОДІВ ДЛЯ НЕЗРЯЧИХ ВЕТЕРАНІВ АНТИТЕРОРИСТИЧНОЇ ОПЕРАЦІЇ ТА ОПЕРАЦІЇ ОБ'ЄДНАНИХ СИЛ

У статті розглянуті питання щодо необхідності та особливостей методики організації піших туристичних походів для ветеранів АТО та ООС, які втратили зір у наслідок бойових поранень. Розкрито основні вимоги щодо особливостей складання маршрутів, супроводження незрячих людей під час піших туристичних прогулянок та короткотривалих походів, а також подальший розвиток цього напрямку туризму в межах України.

За статистикою, отриманою від Міністерства зі справ ветеранів, за станом на 1 липня 2019 року налічується понад 370 тис. осіб, що отримали статус учасника бойових дій. По різних даним від 11 тис. до 50 тис. отримали цей статус з інвалідністю. Бойові поранення, які супроводжуються втратою зору, викликають низку перепон психологічного та фізіологічного характеру.

Збільшення кількості вищезазначеного контингенту сформувало нагальну проблему у розробці та організації умов з метою здійснення фізичної терапії для незрячих ветеранів АТО та ООС.

Дана програма фізичної терапії була ініційована заступником міністра Міністерства у справах ветеранів, тимчасово окупованих територій та внутрішньо переміщених осіб України Терещенком О.Л., підтримана уповноваженим президента з прав людей з інвалідністю В.М.Сушкевичем, профінансована Національним комітетом спорту інвалідів України.

У нашому дослідженні взяли участь 5 ветеранів АТО та ООС із інвалідністю, які внаслідок бойових поранень втратили зір. Середній вік учасників програми реабілітації становив 38,4 років. Вони пройшли курс фізичної реабілітації на базі Західного реабілітаційно-спортивного центру Національного комітету спорту інвалідів України (с. Яворів, Турківський район, Львівська обл.) у вересні 2019 рр. Усі ветерани були незрячі. Інвалідність I групи мали 5 осіб (72%), ІА групи – 2 особи (28%).

Туризмом є тимчасовий виїзд особи з постійного місця проживання в професійно-ділових, оздоровчих, пізнавальних та будь-яких інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності на місці перебування.

Туристичний продукт – це комплекс товарів і послуг, ресурсів, матеріальних і нематеріальних благ, які призначені для туристичного споживання.

Отже, перед тим, як відправитись у туристичну відпустку, супроводжуючи незрячу людину, нами заздалегідь було обрано підходящу туристичну базу, яка здатна задовольнити особливості проживання людей із вадами зору хоча би на мінімальному рівні. А саме:

1. Головний вхід в житловий комплекс повинен бути оснащений звуковим маячком.

2. В коридорах повинні розміщуватись перила для легкого та швидкого пересування незрячого.

3. Номери житлових кімнат та робочих кабінетів оснащені табличками з об'ємними написами та рельєфно-точковим тактильним шрифтом Брайля.

4. Доріжки та тротуари з бордюром.

Усі вищевказані вимоги повністю задовольнила база Західного реабілітаційно-спортивного центру Національного комітету спорту інвалідів України, що була спроектована та побудована із особливостями потреб осіб із інвалідністю.

Завдяки переліченим критеріям незрячі ветерани були в змозі, після ознайомчого інструктажу, без зайвих проблем цілеспрямовано пересуватися по території бази. Одним із завдань програми фізичної терапії було розвиток навичок самостійного орієнтування у просторі, самостійне переміщення, оскільки супроводжуючі чи будь-які інші особи не завжди можуть бути поряд та надавати підказки та допомагати [4].

Все це дасть людині більше впевненості в собі та знизить відчуття залежності від інших та зменшить зайві переживання та стрес, що не може не відобразитись на емоційному стані.

Організація та проведення піших походів ускладнювалися наявністю супутніх травм та захворювань, які було отримано внаслідок бойових поранень – ампутація ноги на рівні нижньої третини гомілки, контузія, порвані барабанні перетинки, розриви м'язів та нервів руки. Переважна більшість ветеранів, які приймали участь у цій програмі фізичної реабілітації через низку морфо-функціональних порушень наразі не мають змогу працювати, лише двоє осіб займаються інтелектуальною працею.

Учасники програми фізичної терапії прибули на базу Західного реабілітаційно-спортивного центру Національного комітету спорту інвалідів України із супровідними особами (близькими родичами – дружина, батько), тож робота здійснювалась не лише із реабілітантами, а й з їх членами сімей із питань методики супроводу та можливої допомоги незрячим, оскільки від

супроводжуваних та оточуваних також багато чого залежить. Найбільшою проблемою в цьому плані є гіперопіка, яка перешкоджає досягненню самодостатності та впевненості в собі [3].

Побудова туристичного маршруту для незрячих учасників походу мала свої особливості. В більшості випадків при роботі з незрячими йде мова про короткотривалі туристичні походи або походи вихідного дня (weekend).

Маршрути бувають чотирьох форм: лінійні, кільцеві, радіальні та комбіновані (рис. 1).

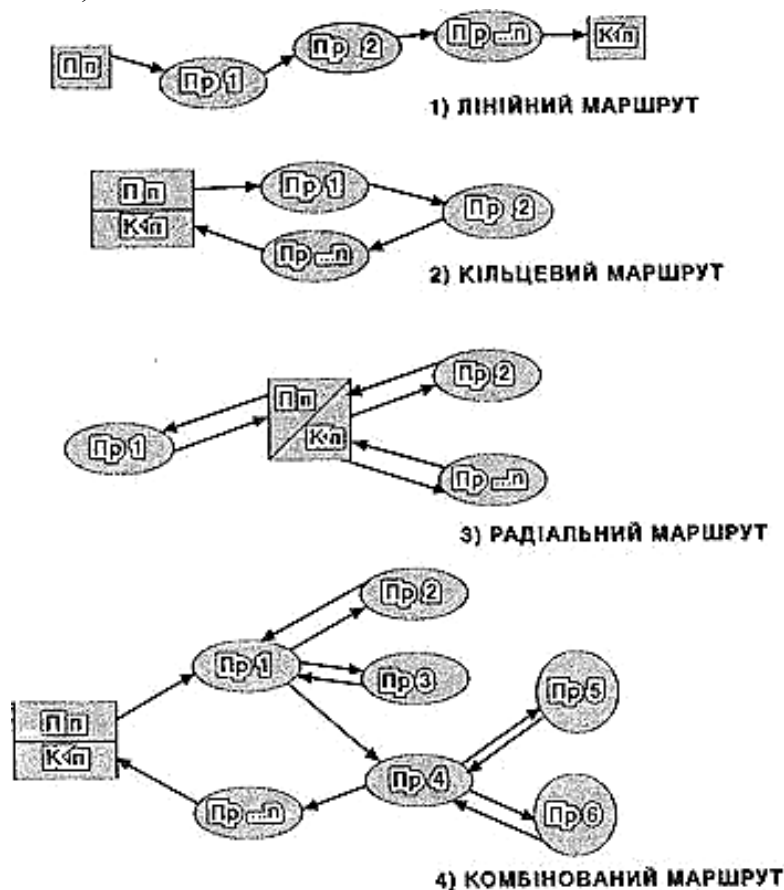


Рис. 1. Схематичне зображення форм маршрутів: Пп – Початковий пункт маршруту; Пр – проміжний пункт з порядковим номером; Кп – кінцевий пункт маршруту.

Маршрут прокладався таким чином, щоб охопити якомога більше об'єктів, які мають туристичну цінність і можуть задовольнити пізнавальну мету за мінімальну витрату часу. Це може бути що завгодно – архітектурна споруда, пам'ятник, місцевість на якій відбувалися історичні події або ж та, що має будь які індивідуальні особливості (ландшафт, флора, фауна і т.д.). У програму піших походів ми обов'язково включали якомога більше об'єктів, із якими можна ознайомитись без використання зорових аналізаторів, а задіяти тактильні, смакові, нюхові, звукові аналізатори з метою утворення стійкого розуміння та уявлення про оточуюче середовище та умови

проходження туристичного походу. Реабілітантів знайомили із різними видами ґрунту, дерев, кущів, трави, ягід, квітів, особливостями ландшафту.

Схема маршруту обиралась із врахуванням транспортної мережі в місці перебування. Це необхідно для об'єктивної оцінки затрачуваного на похід часу, зручність пересування, комфорту і безпеки [2].

Перед проведенням туристичного походу маршрут, який попередньо був ухвалений для подолання, заздалегідь перевірявся на відсутність складних або неможливих для подолання незрячими учасниками походу перепон, таких, як розлив річок після дощу, зсувів ґрунту, наявність ділянок маршруту із великою кількістю рослинності, яка може зашкодити здоров'ю учасників походу, наявність звіриних троп тощо.

Головний туристичний інструктор, який вів групу, мав чималий досвід в роботі. Він гарно орієнтувався на місцевості, аби найкраще підібрати шляхи пересування між проміжними пунктами враховуючи те, що в групі присутні незрячі люди задля забезпечення їх безпеки та групи в цілому [1].

Один супроводжуючий в поході міг вести від одного до трьох незрячих осіб і відповідав за них. Кількість супроводжуючих необхідно корегувалася в залежності від складності маршруту, фізичної підготовленості учасників походу, їх досвіду самостійного переміщення та орієнтації. Кожен супроводжуючий правильно розташував незрячих по відношенню до себе з врахуванням наявної ситуації так, щоб можна було швидко інформувати про їх зміни і даючи час на реакцію.

Розглядаючи ситуацію, коли в групі недостатня кількість людей які можуть супроводжувати, то цю нестачу можна компенсувати використанням гайди. Це еластичний шнур, яким може бути з'єднана вся група або ж вона може бути розділена на декілька підгруп, кожна зі своїм супроводжуючим, який повинен чітко коректувати напрямом руху своєї підгрупи. Навіть якщо немає вербального супроводу той хто йде другим в шерензі відчуваючи натяг йде в сторону ведучого.

Використання тростини значно полегшує працю супроводжуючого та дає незрячим членам команди відчувати себе впевненіше в своїх рухах. Двоє учасників курсу фізичної реабілітації використовували спеціально навчених собак-повадирів.

Загальна пройдена дистанція під час пішохідного походу, що зображена на рис. 2, становила 2500 м, набір висоти сягнув 100 м. На подолання даного маршруту пішого туристичного походу знадобилося близько 3 год. Усі учасники походу вдало подолали розроблений нами маршрут без травм на тілесних ушкоджень. Після програми фізичної терапії усі ветерани відмітили під час співбесіди із штатним психологом про появу впевненості і віри у власні сили та можливості.



Рис. 2. Схема маршруту пішохідного походу

Втрата зору – це великий стрес, особливо для дорослої працездатної людини, який сильно б’є по мотивації людини. Тому не варто від неї відвертатися, а допомогти їй знайти в собі сили адаптуватись до нового етапу життя.

Список використаних джерел

1. Зорин І. В. Енциклопедія туризму. М.: Довідник: фінанси і статистика. 2003. 368с.
2. Любіцева О. О. Методика розробки турів: Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
3. Писаревський І. М. Організація туризму / Писаревський І. М., Погасій С. О., Андренко І. Б., Покоłodна М. М., Сегеда І. В.: Підручник. За ред. Писаревського І. М. Харків: ХНАМГ, 2008. 541с.
4. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: Підручник / за заг. ред. доктора пед. наук, проф. Орлова В. Ф. К.: Грамота, 2006. 264с.

Н. В. Попик, Я В. Євтушенко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ РІЗНОВИДІВ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

У статті досліджується сутність видів та різновидів активного туризму. Особливості та сучасні тенденції їх розвитку.

Постановка проблеми. Активний туризм став активно розвиватися з початку ХХ століття, в той час коли почали розвиватися такі види активного відпочинку як: рафтинг, стрибки з парашутом, та інше. На міжнародному ринку туристичних послуг чітко простежується тенденція щодо стрімкого розвитку популярності активних видів та різновидів туризму. Види та різновиди активного туризму є одним із найперспективніших видами туризму у світі, оскільки розвивається швидкими темпами і приваблює до себе все більше людей, що надають перевагу активному відпочинку. Він передбачає подолання у природному середовищі труднощів та небезпек під час туристичного маршруту. Причому це стосується не тільки професіональних туристів, для яких ризик – це стиль життя, а й для простих людей. Різноманіття видів активного туризму в наш час просто захоплює.

Аналіз наукових та літературних джерел. Проведений нами аналіз літературних джерел показав, що останнім часом в світі виникають туристичні фірми, котрі спеціалізуються переважно на видах та різновидах активного туризму. Питання щодо розвитку активного туризму у своїх працях також порушували такі відомі вчені, як О. Бабкін, О. Булашев, В. Абрамов, В. Гуляєв, В. Зігунов, І. Зігунова, А. Конох, Я. Ярін та інші. У своїх працях науковці проаналізували розвиток активного туризму. Проте активний туризм є динамічним процесом, що розвивається і постійно трансформується залежно від потреб і смаків туристів. Він дає змогу не тільки отримувати задоволення, але і для окремих туристичних destination залучати додаткові фінансові ресурси для розвитку туризму.

Мета наших досліджень: виявити сучасні тенденції розвитку різновидів активного туризму.

Виклад основного матеріалу. Розвиток активного туризму стрімко розвивається. Новітні види та різновиди активного туризму поєднують з традиціями видами, що надає абсолютно неймовірної незвичайності та привабливості активному відпочинку технологіями видів спортивного туризму. альпінізму, скелелазіння. Відокремлюють п'ять основних напрямів розвитку активного туризму: водний, повітряний, гірський, наземний, екзотичний [7]. Отже, активний туризм розвивається з кожним роком все

більше і більше серед різних верств населення з різним рівнем доходу. Виникають нові різновиди активного туризму – скі-альпінізм, джайлоо-туризм, роуп-джампінг, кайтсерфінг, що привертає увагу нових мандрівників, особливо молодого покоління, які прагнуть активного та ризикового відпочинку. Доцільно їх охарактеризувати.

Роуп-джампінг – відносно молодий напрям екстремального туризму, який полягає в здійсненні стрибка з висотних об'єктів природного та антропогенного походження з використанням професійного альпіністського спорядження. Використання альпіністського спорядження розширює коло об'єктів, які можуть бути придатними для здійснення роуп-джампінгу, на відміну від інших споріднених видів екстремальних стрибків. В основі здійснення безпечного стрибка покладений принцип «маятника». За рахунок принципу «маятника» та динамічності альпіністських шнурів відбувається погашення динамічного навантаження від ривка, що дозволяє забезпечити безпеку стрибку. За певних умов роуп-джампінг дозволяє здійснювати під час польоту стрибка елементи акробатики.

Джайлоо-туризм – це різновид пригодницького туризму, який передбачає життя туриста у первісному племені з усіма привабливостями кочового побуту [2].

До видів активного туризму відносяться пригодницькі тури до жерла діючих вулканів, тури «назустріч торнадо». Подорож до гирла діючих вулканів увійшли в моду лише нещодавно. Цей вид активного туризму є екстремальним сам по собі, але деякі туроператори пішли далі і поєднали мандрівку до вулкану зі стрибком до нього з банджи.

Скелелазіння – олімпійський вид спорту та активного відпочинку, який полягає у вільному лазінні по природному (скелі) або штучному (скалодром) рельєфу. Це самостійний вид активного туризму, який вийшов з альпінізму й нерозривно пов'язаний з ним. Різниця між альпінізмом і скелелазінням у тому, що в скелелазінні, як правило, є постійні (статичні) точки опори — гаки, які закріплені у скелю, а в альпінізмі навпаки, всі точки страховки, як правило, є тимчасові (френди, закладки тощо), а також що альпінізм, на відміну від скелелазіння, дозволяє лазіння з застосування спеціальних інструментів та додаткового спорядження для подолання маршруту, лише у якості страховки. [3]. Сьогодні в скелелазінні бурхливо формуються його види та різновиди.

Рафтинг - це захоплюючий сплав по гірських порожистим річках на рафті (надувному судні без каркаса), сплавному катамарані (надувному двухкорпусном судні з каркасом), каяку (зменшена копія жорсткої нерозбірними байдарки з поліетилену або вуглепластика) або іншому

сплавному судні.

Каякінг. Слалом – це основа каякінгу, який полягає в уміння маневрувати на каяку і по ньому проводиться олімпійські змагання, під час яких спортсмени змагаються на швидкість; родео (фрістайл) на бурхливій воді – завданням спортсмена є виконання найбільшого числа акробатичних фігур.

Хелі – скі. Різновид гірськолижного спорту, фрірайду, сутність якого полягає в спуску по недоторканим сніжних схилах, далеко від підготовлених трас з підйомом до початку спуску на вертольоті. Використання вертольота для підйому дозволяє знаходити різні варіанти спусків з гір в умовах первозданної, недоторканої вторгненням людини природи, куди іншим способом швидко піднятися немає можливості.

Х-гонки. Це коли одні й ті ж люди настільки добре і універсально підготовлені, що можуть лізти на скелі, скакати на коні, сплаватися на каяку або плоту по порогах, мчати по горах на велосипеді і спускатися по мотузках під водоспадом. Ці люди об'єднуються в команди, і беруть участь у змаганнях, де їх мета – якомога швидше пройти дистанцію в 3–4 сотні кілометрів, використовуючи свої навички [1].

Слід зазначити, що сьогодні в активному туризмі з являються нові види та різновиди.

Висновки: Різноманіття видів та різновидів активного туризму в наш час захоплює більше і більше людей. Даний вид туризму сьогодні активно входить в структуру туристичних країн багатьох країн світу.

Список використаних джерел

- 1.Кляп М. Сучасні різновиди туризму: [навч. посібник] / М. Кляп. Ф. Шандор. – К.: Знання, 2011. – 334 с.
- 2.Лисова Ю.В. Джайло-туризм: відпочиваємо по-первісному // Аргументи і факти URL:<http://aiftravel/25530>
- 3.Наземні види екстремального туризму URL:<http://vseoturizme.com/uk/priklyuchencheskij-turizm/61-zemnie-vidi.html>.
4. Сvida І.В. Сучасні форми екстремального туризму / І.В. Саида // Вісник. – Випуск 1(41) URL: http://tourlib.net/statti_ukr/svyda2.htm

РОЗДІЛ V. ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ ДЛЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ

А. В. Адаменко, І. С. Зігунова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ ЕКСКУРСОВОДІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В даній статті проаналізовано сучасну систему підготовки та підвищення кваліфікації екскурсоводів та гідів. Висвітлено проблеми неякісних спеціалістів. Розглянуто методики та теорії освіти. Підібрані головні критерії кваліфікованого спеціаліста. З'ясовано необхідність перепідготовки екскурсоводів задля задоволення потреб сучасного ринку.

Постановка проблеми. В даний період часу багато туристів страждають через неякісну підготовку екскурсоводів, гідів та через неякісне надання послуг. Діяльність екскурсовода - це комплексне явище, яке потребує від фахівців спектра знань і умінь. Зростання потреб, мотивації та освіченості споживачів підводять фахівців до самостійної самоосвіти, пізнання нового та вдосконалення свого професіоналізму. Подивимось на теорії та методики освіти. Розглянемо можливі шляхи розвитку в екскурсійній справі. Також дізнаємось про спеціальні центри підготовки спеціалістів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням сучасних проблем підготовки екскурсоводів у сфері туризму в Україні розглядали в своїх публікаціях та наукових роботах такі науковці як Ю. П. Апакова, С. Ю. Константинова, Курило Л. В., Чудіна Л. А., Н. М. Хуусконен та багато інших.

Метою написання даної статі є висвітлення певних проблем підготовки екскурсоводів в Україні.

Виклад основного матеріалу. У 20-х роках ХХ ст. екскурсовода називали керівником екскурсії, пояснювачем, провідником. У середині 80-х років – той, хто показує об'єкти, супроводжує показ необхідними поясненнями. В.Б.Ємельянов розширює це поняття до робітника бюро подорожей та екскурсій, екскурсійного бюро, постійної виставки, музею, художньої галереї, котрий відповідно до вимог методичної документації проводить екскурсію з показом групі екскурсантів пам'яток, визначних місць або експозиції та інших заздалегідь обраних за темою екскурсії об'єктів [1, 50 с.]. Екскурсійна діяльність – це надзвичайно складна і проблемна сфера

сучасної туристської галузі України. Особливої актуальності цей напрямок наукових і практичних досліджень отримав у зв'язку із зростанням обсягу екскурсійних послуг на ринку організованого туризму, що викликано різними причинами [2, 105 с.]:

- по-перше – це підвищення культурного й освітнього рівня суспільства в цілому;

- по-друге – розширення цілей самого туризму, так відправляючись у туристську поїздку не завжди на перший план ставляться тільки рекреаційні цілі. Сучасні споживачі перебуваючи на відпочинку бажають також задовольнити й інтереси пізнання, освіти і духовного розвитку;

- по-третє – це пов'язане із тлумаченням самого поняття «турпродукт» як комплексу послуг надаваного туристові в ході подорожі;

- по-четверте – це сам принцип формування турпродукту. Збільшується частка туристів які віддають перевагу турпродукту сформованому за типом «All-inclusive» («Все включено»). Нерідко в програму таких турів включається й екскурсійна програма;

- по-п'яте, зростає пропозиція суто екскурсійних програм, тобто турів, основною метою яких є відвідування й знайомство з історичними, культурними та іншими визначними пам'ятками певного регіону. І відповідно сформувався окремий вид туризму – екскурсійний туризм.

У ХХ столітті, коли екскурсійна справа тільки набувала розквіту вона набула чітких контурів. Робота екскурсоводів регулювалась «Положенням про екскурсовода та туристко-екскурсійних установ системи Центральної ради по туризму та екскурсіям» та «Інструкцією екскурсовода туристко-екскурсійної установи». За цими документами екскурсовод мав регулярно підвищувати кваліфікацію, приблизно раз у 3-5 років[3, 210 с.].

Екскурсовод повинен знати [6, 112 с.]:

- нормативну базу і стандарти, які регулюють надання екскурсійних послуг в Україні;
- історію, культуру, географію регіону;
- основні екскурсійні об'єкти і місцевості регіону в історичному, географічному особистісному і культурному аспекті, в тому числі експозиційний матеріал музеїв та виставково-культурних центрів;
- правила обслуговування на пішохідних, транспортних та комбінованих екскурсійних маршрутах;
- правила обслуговування на міських та позаміських екскурсійних маршрутах;
- інструкції о правилах поведінки туристів на транспортних засобах;
- схему дій на випадок непередбачуваних ситуацій;

- іноземну мову (основної клієнтури).

Екскурсовод повинен вміти:

- використовувати методичні прийоми показу, розповіді та спеціалізовані методичні прийоми;
- використовувати прийоми техніки ведення екскурсії;
- працювати в складі групи над створенням нової екскурсії;
- складати індивідуальний текст екскурсії;
- оформлювати необхідну документацію та складати звіти;
- використовувати принципи диференційованого підходу до екскурсійного обслуговування;
- користуватися спеціалізованою термінологією по туристсько-екскурсійній тематиці;
- надавати первинну медичну допомогу.

Екскурсовод повинен володіти:

- основами протоколу та етикету;
- граматику та стилістикою української та російської мови;
- теорією міжособистісних комунікацій;
- технікою публічних виступів;
- основами психології;
- основами конфліктології;
- основами організаційної культури;
- основами педагогіки;
- основами логіки.

Екскурсовод зобов'язаний:

- постійно вдосконалювати знання та навички з професійної майстерності;
- виконувати Правила внутрішнього трудового розпорядку;
- виконувати Правила і норми охорони праці [4, 10 с.].

Також слід розглянути форми підвищення класифікації екскурсоводів. До них відносять [5]:

1. Проведення семінарів. Можуть влаштовуватися комітетами з туризму, центрами зайнятості, факультетами підвищення кваліфікації при ВНЗ. На таких семінарах, як правило, піднімають питання щодо спілкування з екскурсантами, безпеки на екскурсії. У таких семінарах беруть участь досвідчені екскурсоводи. Тривалість семінару 1-2 дні.

2. Курси підвищення кваліфікації екскурсоводів. На курсах можуть вивчати нові маршрути, цікаві теми, програми індивідуальних маршрутів. Тривалість 50-70 академічних годин протягом 3-4 місяців.

3. Курси підготовки екскурсоводів для початківців. Такі курси дуже

корисні тим, хто тільки починає займатися екскурсійною діяльністю. На них розповідають про ази екскурсійної справи, як зібрати людей, зробити «портфель екскурсовода», підібрати об'єкти задля досконалої екскурсії та багато іншого. Тривалість 100-150 академічних годин.

По закінченню певної форми підготовки слухачеві видають сертифікат про проходження курсів певного рівню підготовки.

Не дивлячись на кількість заходів щодо підвищення майстерності, проблема наочності досить актуально у сьогоднішній час. Проблема у тому, що слухачі отримують тільки теоретичні знання, а практично ніхто не відпрацьовує навички. Саме тоді, коли екскурсоводи - початківці проводять свої перші «проби пера», вони мають не зовсім втішний результат, особливо це стосується автобусних екскурсій. Наприклад, автобус їхатиме занадто швидко і споглядачі не встигатимуть переглядати певні пам'ятки, а екскурсовод не передасть всю красу даної місцевості. Саме тому в цьому так необхідно практикуватись і не один раз, а декілька по одному і тому ж маршруту, задля кращого результату і задоволення екскурсантів.

Отже, з вище сказаного можна зробити такі висновки: екскурсійна справа – це дуже цікава професія, яка потребує гарної та якісної підготовки задля гарного результату на екскурсії. Вона має ряд переваг та недоліків, але якщо людина схоче бути першокласним екскурсоводом, то вона вкладе максимум часу та зусиль задля відмінного результату

Список використаних джерел

1. Екскурсійна діяльність в питаннях і відповідях. Новини турбізнесу. 2006. С.10-11.
2. Емельянов Б.В. Экскурсоведение: підручник. М.: «Советский спорт», 2004. 216 с.
3. Нормативні акти з туристсько-екскурсійної роботи. М.: «Профиздат», 1989. 328 с.
4. Проблеми удосконалення системи підготовки і менеджменту персоналу екскурсійної сфери туристичної галузі України.
URL: http://tourlib.net/statti_ukr/abramov.htm.
5. Федорченко В.К., Костюкова О.М., Дьорова Т.А., Олексійко М.М. Історія екскурсійної діяльності в Україні. К.: «Кондор», 2004. 166 с.
6. Чагайда І.М., Грибанова С.В. Екскурсоведство. Київ: «Кондор», 2004. 240 с.

Я. С. Коробейникова

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ОПИТУВАННЯ СТУДЕНТІВ ЯК СКЛАДОВА ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ОСВІТНІХ ПРОГРАМ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ТУРИЗМ»

Публікація розглядає структуру та зміст опитування студентів як стейкхолдерів освітніх програм. Визначено роль студентської спільноти у процесі формування та удосконалення освітніх програм спеціальності «Туризм». Запропоновано етапи опитування та структуру анкет опитування студентів на різних етапах функціонування освітніх програм.

Серед пріоритетів реформування вищої школи Міністерство освіти і науки України виділяє завдання щодо створення системи забезпечення та постійного поліпшення якості вищої освіти, яка відповідає рекомендаціям і стандартам Європейського простору вищої освіти. Для цього формуються інституційні передумови (створення незалежних інституцій у сфері якості освіти), методичні – оновлено вимоги до змісту вищої освіти – в основному, сформовано систему стандартів вищої освіти, яка відповідає національній рамці кваліфікацій, затверджено 51 стандарт бакалавра та 4 стандарти магістра, імплементуються європейські практики, стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти [3].

Нові процедури щодо якості освітніх процесів, прийняті цього року, вимагають нових підходів щодо організації процесів створення освітніх програм, забезпечення їх якісного упровадження та акредитації.

Мета дослідження: обґрунтувати етапи та структуру опитування студентів в процесі створення та оцінювання якості освітніх програм спеціальності «Туризм».

Загальною вимогою до освітніх програм є повне розкриття кінцевих і конкретних цілей навчання, які утворюють ієрархічну систему змісту навчання (що встановлена освітньою програмою), і на якій, за дотримання відповідних педагогічних принципів, ґрунтується формування означених в освітньо-кваліфікаційній характеристиці інтегрованих знань і умінь. В процесі реформування вищої школи питанням якості освіти надають особливої ваги. Так, профільне міністерство забезпечує методичну підтримку закладам вищої освіти у створенні системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та створення системи зовнішнього контролю якості вищої освіти. Затверджуються нові стандарти вищої освіти, що базуються на компетентнісному підході. Ці стандарти гарантуватимуть забезпечення внутрішньої якості вищої освіти з боку університетів. Запрацювало

новостворене Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти (НАЗЯВО), яке на думку міністерства, за своєю ідеологією має бути честю й совістю вищої освіти та мати бездоганну репутацію у суспільстві. Такі підходи повинні забезпечити належне оцінювання якості освітнього процесу в цілому.

Оцінювання якості освітнього процесу у ВУЗі – складний процес, причому важлива роль в ньому приділяється зацікавленим сторонам – стейкхолдерам, серед яких студенти як замовники якісних освітніх послуг. Для успішної розбудови туризму, як динамічної та успішної галузі господарства країни, варто приділяти підготовці спеціалістів з цього напрямку особливу увагу. Для цього потрібно змінити систему підготовки молодого спеціаліста таким чином, щоб студент розумів необхідність отримання вищої освіти в цій сфері, як складову успішної побудови кар'єри в туризмі. Економічні та суспільно-політичні зміни висувають щоразу нові вимоги до змісту освіти, тематики навчального матеріалу, обсяг нових знань з усіх наук у середньому подвоюється через 3-6 років. Тому важливо при формуванні змісту освіти для підготовки фахівців галузі туризму вибрати з великого масиву інформацію, яка є результатом найновіших наукових досягнень і стане базовою для становлення фахівця з погляду перспективи його професійної діяльності [4].

Ефективним методом врахування думки студентів є опитування. Воно відіграє основну роль у забезпеченні відповідною інформацією. Реалізація методу анкетного опитування передбачає застосування спеціального опитувальника – анкети, що самостійно заповнюється респондентом. Анкета (від фр. *enquete* - “розслідування”) - це упорядкований набір питань та висловлювань, що оформлений у вигляді опитувального бланку. Питання анкети – звернене до респондента висловлювання, яке націлене на отримання від нього інформації за темою дослідження. Незважаючи на домінуючу у масовій свідомості думку про те, що складання анкети є справою не дуже складною, ця процедура потребує не тільки значних інтелектуальних зусиль, але й високого рівня професіоналізму дослідника. Зміст анкети визначається метою та завданнями дослідження, висунутими гіпотезами [1].

Визначення ступеня задоволеності внутрішніх споживачів є однією з головних завдань менеджменту якості. Така оцінка необхідна для коригування дій в освітніх процесах вузу та внесення змін до управління організацією, освітні програми і технології навчання, а також при входженні в Болонський процес, де необхідна акредитація окремих дисциплін навчального плану. Інформація про існуючі потреби та очікування споживачів може бути отримана, наприклад, за допомогою їх анкетування

через певні проміжки часу або по закінченні вивчення окремих дисциплін. При формулюванні запитань анкети необхідно отримуватись таких принципів: однозначність. У даному випадку мова йде про однакове розуміння змісту запитання респондентами. Дуже важливим є визначеність понять та їх конкретність. Іноді запитання анкети містять у собі два, а той більше запитань, що є недоцільним і заважає отримати об'єктивну інформацію. Стислість. Досвід проведення соціологічних досліджень свідчить, що чим довше запитання, тим важче респонденту зрозуміти його зміст. Якщо запитання довге, то поки респондент дочитає його до кінця, він забуде початок. Валідність. Це означає міру відповідності запитання анкети проблемі, що вивчається. Запитання можуть бути прямі і непрямі. Валідність запитання визначається точністю переведення показника у запитання. При проведенні анкетування студентів необхідно критично підходити до складу опитуваних груп. Наприклад, при оцінці якості діяльності викладачів оптимальним є опитування студентів, починаючи з другого курсу. У першокурсників, особливо в першому семестрі, ще немає можливості порівнювати діяльність різних викладачів, тому страждає об'єктивність та надійність вимірювань. У цій ситуації цікавим видається анкетування студентів першого курсу до першої сесії і після. Сесія в цьому випадку може послужити причиною зміни оцінки діяльності викладача. Виважено потрібно підходити і до анкетування студентів випускного курсу з цього питання, оскільки також може постраждати об'єктивність в оцінці. Питання «що запитуємо?» є дуже важливим. Для кожної групи споживачів у вузі повинні бути розроблені відповідні анкети (опитувальні листи, оціночні карти). Зміст анкети має сприяти отриманню найбільш повної інформації для досягнення заявленої мети. У той же час, анкета повинна бути оптимальною як за складністю питань, так і за їх кількістю. В іншому випадку час роботи з анкетною затягується і виключається можливість об'єктивного і виваженого відповіді на кожне питання. Важливим моментом у визначенні ступеня задоволеності якістю викладання є системний підхід, а не разове анкетування. Це дозволяє вести порівняльну аналітичну роботу, отримувати більш об'єктивну інформацію, яка може бути використана і як оціночна, і може служити «поштовхом» для підвищення ефективності роботи викладача. Принципове значення при проведенні анкетування має підбір групи експертів, тобто тих людей, які безпосередньо займаються опитуванням. Це повинні бути кваліфіковані фахівці, чітко розуміють цілі проведеного анкетування, які вміють грамотно пояснити технологію проведення опитування. Особливі вимоги пред'являються до аналітичної групи. Процедура анкетування можна представити як певний процес і зобразити

його, наприклад, як діаграму потоку процесу анкетування студентів. Звичайно ж, кожен студент може думати, що завгодно і відповідати на питання так, як він вважає за потрібне, але якщо при аналізі анкет виявляються тенденції, то це вже не може не характеризувати якість освітнього процесу, якість діяльності викладача та системи освіти в цілому.

Складовими системи навчання будь-якої галузі знання є її цілі, зміст, принципи, методи, засоби та апарат контролю й оцінювання результативності її функціонування. Згідно з принципом автономії, формулювання цілей освітньої програми є відповідальністю Закладу вищої освіти. Університет має залучити стейкхолдерів до формулювання цілей та програмних результатів навчання та продемонструвати, що позиції і потреби стейкхолдерів враховані. Студенти і випускники програми також завжди є стейкхолдерами. Виявлення та врахування позицій і потреб студентів як стейкхолдерів має бути задокументованим – це можуть бути результати опитувань щодо цілей освітньої програми та її відповідність змісту, особливо якщо це студенти, які мали практичний досвід роботи в туризмі чи проходження практик. Це перший з етапів врахування думки студентів щодо якості освітньої програми.

Наступний етап врахування думки студентів стосується залучення здобувачів вищої освіти до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості. Отримання періодичного зворотного зв'язку від студентів є обов'язковим складовим внутрішнього забезпечення якості освітньої програми. Як мінімум, університет має організувати періодичні студентські опитування, результати яких повинні реально впливати на зміст навчання і викладання. Ці опитування, згідно вимог, не повинні бути разовими, а проходити протягом дії освітньої програми. Відсутність студентських опитувань або суто формальний підхід до їх проведення розглядається як суттєвий недолік освітнього процесу в нових умовах. Нами розроблена система анкетування, яка спрямована на визначення якості освітніх послуг, що включає в себе визначення ступеня задоволеності навчальним процесом студентів і їх успішність на ринку праці та формується з таких питань, як зміст освіти, обсяг навчального навантаження та мотивації студента до навчання. Ці поняття є взаємопов'язаними і впливають на загальний рівень якості освіти в закладі вищої освіти. Питання стосуються також доцільного обсягу навчального навантаження, та наповнення якісним змістом навчальних дисциплін, так як актуальною є проблема в сучасній освіті побудови такого процесу навчання, який міг би бути основою самотворення мотиваційної сфери студентів. Так як, туристична галузь дуже стрімко розвивається, інформація швидко

оновлюється, при формулюванні змісту навчання на цій спеціальності, варто враховувати постійні зміни, а особливо що стосується технічних аспектів туристичної діяльності, упровадження інформаційних технологій, роботи готельного господарства та туropolерейтингу. Досвід проведення попередніх опитувань свідчить, що студенти прагнуть отримати більше практичних навиків професійної діяльності, тому пропонують, щоб у структурі навчання більше було практичних занять, які є особливо важливими для спеціальності «Туризм» [2]. Таким чином, студенти стають повноцінними партнерами у всіх процесах забезпечення якості освітньої програми.

Отже, освіта повинна передавати людині найважливіші надбання людства в їх найсучасніших проявах. Молоді люди, закінчивши університет мають мати окреслене коло знань та вмінь, які знадобляться в її майбутній професії. Проте, зміст навчання не гарантує її повного засвоєння кожним студентом. Звичайно, на успішність людини в її професійній діяльності впливає не тільки зовнішнє середовище та освітній процес, але й внутрішнє – тобто бажання та прагнення молодої людини стати добрим фахівцем. Саме усвідомлення потреби в знаннях, які пригодяться в майбутньому і є причиною зацікавленого відношення до навчання. Навіть найбільш досконалі системи навчального процесу не будуть ефективними при низькій мотивації студентів отримати нові знання та навички, необхідні в професійній діяльності. Не тільки усвідомлення суспільства про необхідність підвищення якості освітніх послуг, але і мотивація студентів має бути рушійною силою потреби в удосконаленні якості навчального процесу загалом.

Список використаних джерел

1. Григорчук Тарас Васильович. Маркетинг. Частина друга. Розділ 2. «Методи збору первинної інформації», Вид.: Університет «Україна». Київ. 2007р.
2. Коробейникова Я. С., Юрчинин А. І. Опитування студентів як елемент менеджменту якості надання освітніх послуг. *Науковий вісник Донбасу*. №1 (31), 2016. [URL:http://nvd.luguniv.edu.ua/](http://nvd.luguniv.edu.ua/)
3. Реформа освіти та науки. [URL:https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/rozvitok-lyudskogo-kapitalu/reforma-osviti](https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/rozvitok-lyudskogo-kapitalu/reforma-osviti)
4. Фіцула М. М. Педагогіка вищої школи. 2-ге видання, доповнене («Академвидав»). К. : Академвидав, 2007.

А. М. Крицька, В. М. Павленко

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

В даній статті розглянуто сучасний стан та перспективи розвитку працевлаштування молоді в сфері готельно-ресторанного господарства України в цілому, а також перспективи подальшого розвитку.

Постанова проблеми. У всьому світі готельно-ресторанна діяльність є однією із найбільш прибуткових напрямів розвитку національної економіки.

Світ готельного та туристичного бізнесу пропонує широкий спектр неймовірних кар'єрних можливостей в галузях, пов'язаних з подорожами і туризмом, готельним і ресторанным бізнесом, а також організацією розважальних, спортивних та урочистих заходів. Ця галузь також є однією з найбільш швидко і динамічних з точки зору працевлаштування і кар'єрного зростання, а позитивні тенденції розвитку роблять її однією з найбільш привабливих для випускників галузевих вузів.

Аналіз останніх тем та публікацій показав, що питанням досліджень працевлаштування молоді в сфері готельно-ресторанного господарства присвячені роботи таких авторів як Д. Гіберта, закордонних авторів: В. Козлова, Е. Артемова, С. Лейпера тощо [1, 2, 3].

Метою написання даної статті є: розглянути перспективи працевлаштування молоді в сфері готельно-ресторанного господарства.

Виклад основного матеріалу. Останні роки дана сфера діяльності в Україні відчуває безпрецедентне зростання, і цей сплеск можна розглядати як виняткову можливість для випускників, які навчаються за туристськими спеціальностями. Саме для цієї категорії студентів доволі цікавими є перспективи працевлаштування.

В усьому світі, і в такій відкритій для подорожей та нових вражень країні, як наша, стрімко зростає кількість готелів і ресторанів. А в них потрібні фахівці, адже саме завдяки персоналу складається думка про заклад, виникає бажання повертатися до нього ще й ще. Фахівець готельно-ресторанної справи є однією із найбільш престижних та високооплачуваних професій, що дає змогу цілеспрямованій, енергійній молоді реалізувати свої знання, навички та здібності.

У сучасних умовах саме молоде покоління є найбільш вразливою та соціально незахищеною категорією населення. Ситуація на сьогодні складається таким чином, що ринок праці переповнений кадрами, через

системну кризу в країні відбувається скорочення робочих місць, практично не створюються нові. Через відсутність достатнього практичного досвіду, правових та професійних знань, а часто і моральної невідповідності до конкуренції на ринку праці, реалізувати своє право на працю молодим громадянам в готельно-ресторанному господарстві на сьогодні стає все складніше.

За даними дослідницького центру HeadHunter, кількість тих, хто шукає роботу в готельно-ресторанній сфері набагато більше, ніж кількість пропозицій на ринку. Особливо видно ці диспропорції на рівні вакансій для вищого керівництва. Роботодавці значно частіше шукають кухарів, офіціантів, персонал для кухні, молодих фахівців і аніматорів, в той час як більшість резюме розміщено в управлінських категоріях. На 1 пропозицію роботи на керівну посаду доводиться іноді по 7 претендентів, а середній показник – 3 бажаючих на 1 вакансію.

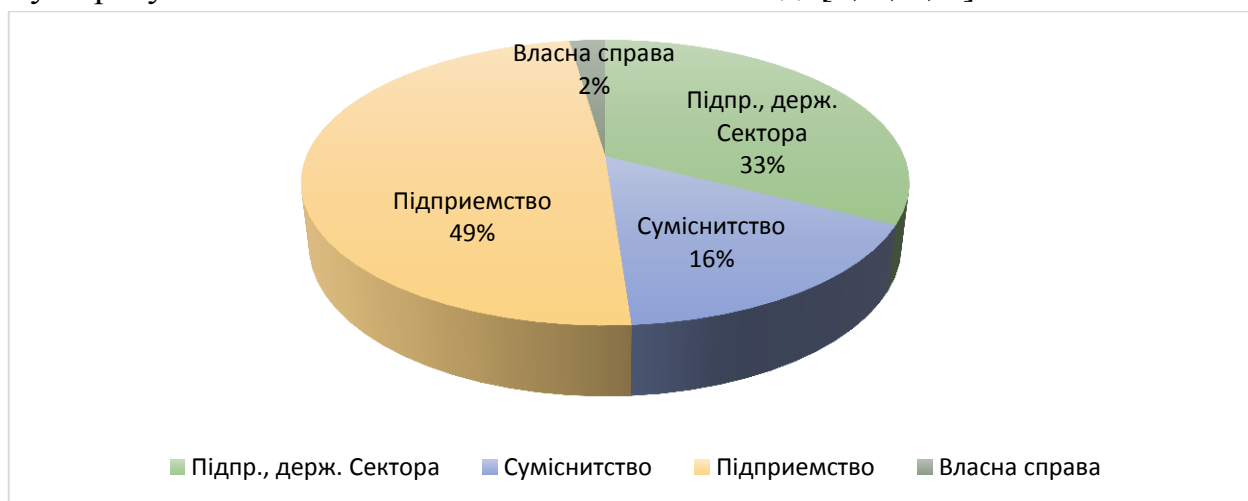
Влаштуватися в готель чи ресторан без досвіду – можна. За даними **HeadHunter**, за останній рік вимоги до досвіду претендентів по всьому ринку праці значно знизилися. Готелі та ресторани охоче наймають студентів і людей абсолютно без досвіду. Ще більше вакансій для тих, хто пропрацював 1-3 роки. Правда, для керуючої посади, тим більше в солідному готелі, необхідний досвід 3-4 роки на аналогічній посаді. Найбільша кількість дуже досвідчених фахівців серед шеф-кухарів – 58%, а початківців найбільше серед керуючих готелями [1, 3].

Випускники вузів, яких готують фахівців у сфері готельного та туристичного бізнесу, часто починають свій кар'єрний ріст з посад менеджерів-практикантів, помічників менеджерів або супервайзерів. Первісна заробітна плата порівнянна з подібними в інших областях бізнесу, а потенціал для розвитку вище для здібних молодих людей, охочих посилено працювати. У деяких ресторанах іноді складається така ситуація: наприклад, молодший менеджер всього через два роки після закінчення інституту може брати на себе відповідальність за діяльність центру, що приносить мільйонний прибуток, при цьому заробітна плата істотно перевершує подібну в інших галузях.

Можливості просування в індустрії гостинності та туризму простягаються набагато далі, ніж управління діяльністю ресторану або ж іншого підприємства харчування, готелю або підприємства розміщення, туристичних фірм. Звичайно є маса можливостей для просування серед менеджерських та інших корпоративних посад в більшості компаній. Дана індустрія наймає працівників в бухгалтерський відділ, відділ маркетингу та

продажів, фінансовий відділ і відділу правління людськими ресурсами. Крім того, багато постачальників продукції та послуг для цієї галузі із задоволенням беруть на роботу випускників кафедр готельного та туристичного бізнесу [1].

Як показують дослідження, більше 49% молоді зайнятої на підприємствах державного сектора, працює за сумісництвом, близько 16% – підробляє в різних альтернативних формах зайнятості. Молоді люди активно займаються підприємництвом: близько 50% реєстрованих підприємств альтернативного сектору економіки організується людьми 25-30 річного віку. Власну справу мають 2% загальної чисельності молоді [1, 2, 3, 4].



Висновки: Отже дослідивши стан та перспективи працевлаштування молоді в туризмі і готельно-рестораному господарстві, можемо зробити висновок що ця сфера діяльності розвивається дуже стрімко, таким чином робочі місця для молоді стають все більш актуальні. Глобалізація і сучасні темпи розвитку нашого суспільства призвели до того, що туризм і готельно-ресторанний бізнес на сьогоднішній день є однією з найбільш динамічно розвиваються областей міжнародного бізнесу. Згідно з прогнозом Міжнародної ради з туризму і подорожей, до 2025 число робочих місць зросте до 19 мільйонів! У зв'язку з таким бумом підвищується попит на досвідчених, енергійних і освічених керівників в сфері міжнародного туризму і готельної справи.

Багато в чому індустрія туризму та гостинності вже досить сформувалася область діяльності, проте соціальні і демографічні зміни говорять про те, що зростання цієї індустрії ще не закінчений. Він триватиме, долаючи різні бар'єри, шляхом міжнародного розширення і створення нових підприємств, а також за рахунок стрибкоподібного розвитку різних областей [4].

Незважаючи на важку роботу, кар'єра в індустрії гостинності представляє цінність для тих, хто шукає можливість професійного росту,

відповідальну посаду, збільшення заробітної плати і високого рівня морального задоволення.

Список використаних джерел

1. Артемова Е.Н., Козлова В.А, Основи гостинності та туризму, навч. посіб. Київ. Книги ХХЛ. 2013. 300с.
2. Закон України «Про зайнятість населення» від 05.07.2012 р. № 5067 URL:<http://zakonl.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=803-12>
3. Корнева Д. А. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в Україні. *Вісник ДІТБ*. 2011.
4. Туризм в Україні сайт URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu_u/tur.htm.

В. О. Шульга, В. С. Павленко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СУЧАСНИЙ СТАН СИСТЕМИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

У статті розглянуті актуальні проблеми професійної підготовки майбутніх спеціалістів сфери готельно-ресторанного обслуговування. Сучасна освітня ситуація, що має місце на фоні активних інноваційних процесів у соціальній та економічній сферах життя нашого суспільства. Великого значення приділяється формуванню професійно важливих умінь.

Постановка проблеми. Готельно-ресторанний бізнес є головним фактором і основною складовою туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Ця сфера в комплексі туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і в перспективі може стати найбільш важливим сектором туристичної діяльності. У всьому світі велику увагу приділяють розвитку туризму і готельного господарства як одного з ефективних засобів розвитку і підвищення ефективності національної економіки завдяки здатності цього сектора забезпечувати значні валютні надходження, створювати значну кількість нових робочих місць і підвищувати імідж держави [3].

Очікування сучасних відвідувачів закладів ресторанного господарства пов'язані не лише з якістю страв та напоїв, а головним чином, з комфортом, приємною атмосферою відпочинку та високим рівнем сервісу. На сьогодні готельно-ресторанний та туристичний бізнес в Україні перебуває в стані становлення, тому саме зараз важливо уникнути багатьох проблем, пов'язаних із наданням якісних послуг. Серед проблем, що потребують негайного вирішення в сфері ресторанного бізнесу, проблема кадрів,

здатних забезпечувати якісні послуги закладів ресторанного обслуговування. Відсутність професійної освіти у працівників сфери ресторанного обслуговування, відсутність досвіду роботи, неналежне ставлення до професії з боку пересічних громадян, сприйняття роботи менеджера, офіціанта, бармена як тимчасової, низькі морально-етичні якості працівників – ці та інші болючі проблеми, багато з яких «успадкувало» наше суспільство потребують негайного вирішення. Тому кожен керівник закладу ресторанного господарства, який бажає досягти успіху в своїй справі, має зрозуміти важливість питання професійної підготовки персоналу [1].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Туризм є невід’ємною складовою світового ринку. Зважаючи на місце та роль туризму в житті суспільства, держава, створює умови для розвитку готельної індустрії. За даними Державної служби статистики України кількість підприємств готельного типу складала 1731 (2018 р.), санаторно-курортних та оздоровчих закладів – 20662 (2017 р.), а саме санаторії та пансіонати з лікуванням – 508, санаторії-профілакторії – 224, будинки і пансіонати відпочинку – 280, бази та інші заклади відпочинку – 1947, дитячі оздоровчі табори – 17703 [3].

Подальший динамічний розвиток туризму та готельної індустрії зумовлює необхідність удосконалення якості підготовки кадрів, забезпечення галузі туризму та готельного господарства фахівцями, які відповідали б міжнародним стандартам у сфері послуг. В умовах розбудови української держави туризм та готельна індустрія стає дієвим засобом формування ринкового механізму господарювання, надходження значних коштів до державного бюджету, та однією з форм раціонального використання вільного часу, проведення змістовного дозвілля.

Індустрія гостинності, посідає важливе місце у світовій економіці. На сьогодні, згідно з даними Всесвітньої Туристської Організації діяльність туризму і готельно-ресторанного господарства є одним з найбільш прибуткових і перспективних у світі, який випередив за темпами зростання доходів нафтовидобувну промисловість і автомобілебудування. На досвіді Швейцарії, батьківщини індустрії гостинності, можна переконатися у важливості підготовки висококваліфікованих кадрів. Швейцарська модель освіти є еталоном навчання в сфері готельного, туристичного та ресторанного бізнесу. Німеччина теж має великий позитивний досвід роботи в сфері готельно-ресторанного бізнесу [2].

Аналізуючи стан вітчизняного ринку готельних послуг, необхідно зазначити, що на сьогодні Україна займає одне з останніх місць в списку європейських країн за кількістю готелів. У нашій країні на тисячу жителів

припадає в середньому два готельні номери, тоді як в Європі цей показник становить не менше чотирнадцяти-вісімнадцяти. Незважаючи на складний стан розвитку економіки в Україні, сфера ресторанної індустрії має стійку тенденцію до зростання. Ресторанний бізнес є галуззю з високим рівнем конкуренції, що має на меті максимально задовольнити потреби своїх гостей, забезпечити високий рівень комфорту, гарантувати виконання найрізноманітніших побутових, господарських і культурних вимог своїх відвідувачів. Із кожним роком запити щодо рівня цих послуг зростають. Ресторанна справа – це надання такого рівня обслуговування, який би задовольнив і навіть перевершив очікування гостей. Основним завданням фахівців, які працюють у сучасних закладах ресторанного господарства, є створення та впровадження новітніх прийомів роботи, удосконалення форм і методів обслуговування, вивчення і застосування передового досвіду, сучасної техніки і інноваційних технологій [3].

Метою написання даної статті є з'ясування рівня професійної підготовки майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи до роботи в сфері гостинності та аналіз сучасного стану системи підготовки фахівців.

Виклад основного матеріалу дослідження. Потреби сфери туризму в сучасних умовах значною мірою зосереджені на необхідності адекватного кадрового забезпечення всіх напрямків розвитку, видів і форм туризму. Система підготовки кадрів для готельно-ресторанного господарства повинна формувати змістовну інноваційну базу знань, умінь, навичок, а також досвід інноваційної роботи.

Споживачеві мають бути гарантовані ввічливість, доброзичливість, комунікабельність персоналу. Отже, підготовка фахівця з готельно-ресторанної справи повинна здійснюватися з урахуванням сучасних вимог до гостинності [4].

Для України проблема удосконалення системи підготовки фахівців для сфери туризму має особливе значення у зв'язку з тим, що розвиток туризму, як це зазначається в державних документах останнього часу, визнано пріоритетним напрямком в державі та суспільстві. Україна має вагомі об'єктивні передумови для того, щоб в стислі терміни увійти в число найбільш розвинених туристських країн світу. Займаючи вигідне геополітичне становище, вона з незапам'ятних часів є перехрестям транспортних та людських потоків з Півночі на Південь і з Заходу на Схід. Україна володіє величезним туристично-рекреаційним потенціалом, а саме: сприятливі кліматичні умови, багатство флори і фауни, наявність розгалуженої мережі транспортних шляхів, унікальні культурно-історичні пам'ятки, досить розвинена індустрія подорожей і система гостинності.

Україна – одна з перших країн світу, де запроваджено національний День туризму.

Для задоволення цих вимог необхідна сумлінна робота з підготовки фахівців готельно-ресторанної справи. У 1997 р. за ініціативою ректора Київського університету туризму, економіки і права, професора В. К. Федорченка була створена Асоціація навчальних закладів України туристичного та готельного профілю. На сьогодні членами цієї Асоціації є 75 вищих навчальних закладів різних рівнів акредитації, які здійснюють професійну підготовку з туризму й готельного господарства. В Україні професійну підготовку майбутніх фахівців з туризму й готельно-ресторанної справи здійснюють понад 100 вищих навчальних закладів.

Професійна підготовка майбутніх спеціалістів – важливий крок на шляху становлення професіонала. У цей період завершується професійне самовизначення особистості, формування світосприйняття під кутом майбутньої професії, відшліфовуються професійні уміння і навички, формуються професійно значущі якості, набувається первинний професійний досвід.

Приклади розвинених в туристському відношенні країн (Іспанія, Туніс, Італія, Греція, Франція, Австрія), де в секторі обслуговування працює від 20 до 50% зайнятого населення показують, що з трьох нових професій, як правило (особливо для молоді), дві можуть виникнути саме в туристській сфері.

Мета підготовки майбутнього фахівця готельно-ресторанної справи полягає в підготовці висококваліфікованих кадрів для індустрії гостинності на підставі реального попиту на послуги, у формуванні здібностей забезпечити сервісну діяльність та обслуговування споживачів індустрії гостинності [4].

Із розвитком ринкової економіки і появою нових професій, що потребують високого рівня інтелектуального наповнення, зі зміною професійно-кваліфікаційних функцій праці в цілому виникає об'єктивна потреба в розробленні моделі спеціаліста з набором професійно важливих характеристик, адекватних умовам сучасного суспільства. Це питання займає вагоме місце у дослідницькій проблематиці багатьох науковців. Так, у роботах В. Астахової, Є. Якуби, Э. Зеєра, І. Собатовської, В. Шадрікова, В. Сластьонина та інших розглядаються питання професійної орієнтації, професійного інтересу, професійної спрямованості, трудового виховання молоді, процесу формування сумлінного ставлення до праці, а також проблеми щодо формування особистісних якостей та інші категорії і поняття, що стосуються питання побудови моделі спеціаліста.

Ефективною умовою підготовки майбутнього фахівця готельно-ресторанної справи у вищому навчальному закладі є чітке уявлення про необхідні знання, вміння, навички, а також його професійні якості як фахівця. Професійна діяльність фахівця з готельної і рестораної справи полягає в:

- організації діяльності щодо надання основних видів послуг у сфері готельно-ресторанного бізнесу;
- організації виробництва й обслуговування у закладах ресторанного господарства;
- організації процесу виробництва і надання готельних послуг;
- організації надання бізнес-послуг для туристів, анімаційних послуг;
- забезпеченні належного рівня якості продукції та послуг у закладах готельно-ресторанного бізнесу;
- забезпеченні охорони праці та техніки безпеки;
- вивченні маркетингової діяльності та комплексу маркетингових заходів впливу на ринок і конкурентну позицію підприємства у сфері готельно-ресторанного бізнесу;
- опануванні чинної законодавчо-нормативної бази з питань функціонування підприємств, що надають готельні та рестораної послуги [5].

У процесі навчання майбутні фахівці готельно-ресторанної справи одержують не лише професійні знання, уміння, навички, але й формуються як особистості, набуваючи комплексу якостей, необхідних їм у подальшому житті. Знання вимог до професійно значущих якостей спеціаліста, особливостей мотивації сприятиме підвищенню рівня професійної підготовки майбутнього спеціаліста.

Висновки. Український туристичний ринок розвивається швидкими темпами. Але, щоб він став цивілізованим, потрібні грамотні фахівці. Підготовка фахівців в умовах навчання у вищому навчальному закладі є стратегічно важливим аспектом. Навчання студентів у навчальному закладі найвищої акредитації створює гарні умови для підготовки фахівців з готельно-ресторанної справи вищого класу. Таким чином, модель фахівця нового типу має містити у собі як особистісний, так і професійний складники, які будуть сприяти підготовці кваліфікованого фахівця відповідного рівня і профілю, конкурентоспроможного на ринку праці, що вільно володіє обраним фахом, орієнтованого в суміжних сферах діяльності, здатного до ефективної праці з обраної професії на рівні світових стандартів, готового до постійного зростання, соціальної та професійної мобільності.

Список використаних джерел

1. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство: учебник. Вид. 2-е узд., пере раб. и доп. К.: Дакор, 2009. 368 с.
2. Віндюк А. В. Професійна підготовка майбутніх фахівців з готельно-курортної справи в умовах ступеневої освіти: теорія та методика: монографія. Запоріжжя : КПУ, 2011. 340 с.
3. Державний комітет статистики України 2010. URL:www.ukrstat.gov.ua.
4. Квартальнов В. А. Туризм : учебник. М. : Финансы и статистика, 2002. 320 с.
5. Національна Доктрина розвитку освіти: (затверджено Указом Президента України від 17 квітня 2002 року № 347/2002 URL: <http://www.president.gov.ua/documents/151.html>

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

*Адаменко
Аліна Володимирівна*

студентка 3-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Бездідько
Любомир Анатолійович*

студент магістратури 2-го року навчання
спеціальності «Туризм» Навчально-
наукового інституту фізичної культури
Сумського державного педагогічного
університету імені А. С. Макаренка

*Бельмас
Карина Ігорівна*

студентка 2-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Василенко
Ярослава Василівна*

студентка 4-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Ведмідь
Таміла Віталіївна*

студентка 2-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Гиренко
Анна Сергіївна*

студентка 2-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Глобенко
Анастасія Олександрівна*

студентка 2-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Глянько
Вікторія Олександрівна*

студентка 4-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Гордієнко
Володимир Володимирович*

кандидат економічних наук, старший
викладач кафедри туризму і готельно-
ресторанного сервісу Навчально-наукового
інституту фізичної культури Сумського
державного педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Гусак
Анжела Юріївна*

студентка 3-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Дмитренко
Тетяна Сергіївна*

студентка магістратури 1-го року навчання
спеціальності «Туризм» Навчально-
наукового інституту фізичної культури
Сумського державного педагогічного
університету імена А. С. Макаренка

*Євтушенко
Ярослав Васильович*

викладач кафедри туризму і готельно-
ресторанного сервісу Навчально-наукового
інституту фізичної культури Сумського
державного педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Зігунов
Василь Миколайович*

кандидат педагогічних наук, доцент; доцент
кафедри туризму і готельно-ресторанного
сервісу Навчально-наукового інституту
фізичної культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Зігунова
Інна Сергіївна*

кандидат педагогічних наук, доцент; доцент
кафедри туризму і готельно-ресторанного
сервісу Навчально-наукового інституту
фізичної культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

- Ковган
Анна Олександрівна* студентка 2-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка
- Колотуха
Олександр Васильович* доктор географічних наук, доцент; професор
кафедри менеджменту, економіки та туризму
Льотної академії Національного авіаційного
університету
- Комлик
Наталія Олегівна* студентка 3-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка
- Кондрух
Яна Сергіївна* студентка 2-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка
- Кононова
Аліна Володимирівна* студентка магістратури 1-го року навчання
спеціальності «Туризм» Навчально-
наукового інституту фізичної культури
Сумського державного педагогічного
університету імені А. С. Макаренка
- Копитіна
Яна Миколаївна* кандидат наук з фізичного виховання і
спорту, доцент; доцент кафедри здоров'я,
фізичної терапії, реабілітації та ерготерапії
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка
- Коробейникова
Ярослава Степанівна* кандидат геологічних наук, доцент; доцент
кафедри туризму Івано-Франківського
національного технічного університету
нафти і газу
- Крицька
Анжела Миколаївна* студентка 3-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного педагогіч-
ного університету імені А. С. Макаренка

*Ксенофонтова
Марина Миколаївна*

кандидат економічних наук, доцент; доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

*Кулинич
Олена Сергіївна*

студентка 4-го курсу спеціальності «Туризм» Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

*Кульченко
Ігор Юрійович*

студент 3-го курсу спеціальності «Туризм» Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

*Лазня
Дар'я Юріївна*

студентка 2-го курсу спеціальності «Туризм» Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

*Максименко
Людмила Михайлівна*

кандидат наук з фізичного виховання і спорту, старший викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

*Миргородська
Олена Леонідівна*

кандидат педагогічних наук, доцент; доцент кафедри менеджменту, економіки та туризму Льотної академії Національного авіаційного університету

*Мозгова
Дар'я Ростиславівна*

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

*Муравська
Анна Вікторівна*

студентка магістратури 2-го року навчання спеціальності «Туризм» Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імена А. С. Макаренка

*Нікончук
Катерина Ігорівна*

студентка 3-го курсу спеціальності «Туризм» Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

*Нога
Ангеліна Сергіївна*

студентка магістратури 1-го року навчання спеціальності «Туризм» Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імена А. С. Макаренка

*Носач
Сергій Валерійович*

студент 3-го курсу спеціальності «Туризм» Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

*Нусейр
Ясмін Мухаммед*

студент 2-го курсу спеціальності «Туризм» Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

*Овчар
Олександр Віталійович*

студент 4-го курсу спеціальності «Фізична терапія, ерготерапія» Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

*Павленко
Вікторія Сергіївна*

викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

*Перепеченко
Олеся Миколаївна*

магістр фізичної реабілітації, завідувач відділення соціальної реабілітації Київського міського Центру соціальної, професійної та трудової реабілітації інвалідів

*Попик
Ніна Володимирівна*

студентка 2-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Самілик
Яна Сергіївна*

студентка 2-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Самодахова
Олександра Олександрівна*

студентка 2-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Федорківська
Аліна Романівна*

студентка 3-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Цимбалюк
Аліна Миколаївна*

студентка 3-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

*Шульга
Валерія Олександрівна*

студентка 3-го курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту фізичної
культури Сумського державного
педагогічного університету імені
А. С. Макаренка

Наукове видання

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ

V Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародньою участю

5-6 грудня 2019 року

Зважаючи на свободу наукової творчості, редколегія бере до друку статті тих авторів, думки яких не в усьому поділяє. Відповідальність за грамотність, автентичність цитат, правильність фактів та посилань, достовірність матеріалів несуть автори публікацій. Передрук та відтворення опублікованих статей будь-яким способом дозволяється лише при посиланні на матеріали конференції «Стан і перспективи сучасного туризму».

Відповідальний за випуск: *I. С. Зігунова*

Підп. до друку 23.12.2019

Формат 60x84/16. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсетний. Друк офсетний. Ум. друк. арк. 10,58.

Ум. фарб.-відб. 10,58. Обл.-вид. арк. 10,1.

Тираж 100 пр. Вид. № 124.

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.