

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

ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Матеріали

III Міжнародної науково-практичної конференції

14 – 15 квітня 2021 року

Суми 2021

УДК 379.85

I-60

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Навчально-наукового інституту фізичної культури
(протокол № 9 від 29 квітня 2021 року)*

Редакційна колегія:

Ю. О. Лянной – доктор педагогічних наук, професор;
О. Ю. Кудріна – доктор економічних наук, професор;
О. М. Семеніхіна – доктор педагогічних наук, професор;
М. О. Лянной – кандидат педагогічних наук, професор;
В. М. Зігунов – кандидат педагогічних наук, доцент;
І. С. Зігунова – кандидат педагогічних наук, доцент;
М. М. Ксенофонтова – кандидат економічних наук, доцент;
Д. Р. Мозгова – кандидат економічних наук;
А. С. Нога – технічний секретар.

I-60 Індустрія туризму та гостинності: досвід, проблеми, перспективи: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Суми, 14 – 15 квітня 2021). – Суми: ФОП Цьома С. П., 2021. – 188 с.

У збірнику розглядаються актуальні питання у сфері індустрії туризму та гостинності: організація туристської діяльності; вітчизняний та міжнародний досвід у готельно-ресторанній сфері; сучасні тенденції розвитку активного туризму; теорія та методика професійної освіти фахівців з туризму; розвиток туризму в країнах світу.

УДК 379.85

© Колектив авторів, 2021

© СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2021

© ФОП Цьома С.П., 2021

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1

ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Адаменко А. В., Зігунова І. С.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПУТИВЛЬСЬКОЇ ОТГ
У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ 6

Василенко Я. В., Ксенофонтова М. М.

ВИКОРИСТАННЯ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ
ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ АНДРІЯШІВСЬКОЇ
СІЛЬСЬКОЇ ГРОМАДИ 9

Hladkyi O. V.

MANAGEMENT DECISIONS ON THE DEVELOPMENT OF
RECREATIONAL TOURISM IN THE MANAGEMENT SYSTEM
OF THE CLINICAL SANATORIUM "AVANGARD", NEMYRIV CITY,
VINNITSKA REGION 14

Глобенко А. О., Зігунов В. М.

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В ПУТИВЛЬСЬКОМУ РАЙОНІ 19

Готько Д. В., Павленко В. С.

УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В
СЛОВАЧЧИНІ 24

Денищенко Л. В.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ БЕЗПЕКИ
ТУРИСТИЧНИХ ЗАХОДІВ 28

Калашніков Д. С., Євтушенко Я. В.

СТВОРЕННЯ ВІЙСЬКОВО-ІСТОРИЧНИХ ЕКСКУРСІЙ 35

Ковган А. О., Павленко В. С.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ І ПРОВЕДЕННЯ АВТОБУСНИХ
ЕКСКУРСІЙ 39

Лазня Д. Ю., Павленко В. С.

КРАЄЗНАВСТВО ЯК ОСНОВА ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ЕКСКУРСІЙ 44

Литвиненко Д. О., Мозгова Д. Р.

УМОВИ ТА РЕСУРСИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ
В АВСТРАЛІЇ 48

Македон В. В.

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ПРОЦЕСІВ РОЗВИТКУ ВІЗНОГО
ТУРИЗМУ 51

Пивоварова Ю. В., Зігунов В. М.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА
ТЕРИТОРІЇ ОТГ (НА ПРИКЛАДІ НЕДРИГАЙЛІВСЬКОЇ ГРОМАДИ) 57

Попик Н. В., Павленко В. С.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ЛІТЕРАТУРНИХ ЕКСКУРСІЙ
У МІСТІ СУМИ 60

Цимбалюк А. М., Зігунова І. С. ВІРТУАЛЬНІ ЕКСКУРСІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ	63
Цуканова К. В., Мозгова Д. Р. СУЧАСНІ НАПРЯМКИ ТУРИЗМУ ТА ВПЛИВ КАРАНТИННОЇ СИТУАЦІЇ В КРАЇНІ НА ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК	68

РОЗДІЛ 2

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ У КРАЇНАХ СВІТУ

Абдурахманова З. А., Жолманова М. Қ., Ахметов А. С. РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕГИОНЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ	73
Абдурахманова З. А., Жолманова М. Қ., Сыздыкова Д. М. ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН.....	85
Галушкіна Є. І., Зігунова І. С. УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В ЧЕХІЇ.....	90
Дяченко В. О., Євтушенко Я. В. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТУРИСТІВ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ	95
Зеленська Д., Павленко В. С. СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЗВИТОК ПАЛОМНИЦЬКОГО ТУРИЗМУ В ІЗРАЇЛІ.....	101
Соммер А. Р., Алексеенко Т. Н. ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ	104

РОЗДІЛ 3

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

Капліна Т. В., Куц Л. І. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	109
Лебеденко Т. Є., Шунько Г. С., Дубкова Т. П. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИПІЧКИ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД	114
Мадрімов А., Мозгова Д. Р. СТАН ТА РОЗВИТОК РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УЗБЕКИСТАНІ.....	120
Ткачук О. В., Геращенко О. Є., Лебеденко Т. Є. «LOCAL FOOD» – ОСНОВА ЗДОРОВОГО МЕНЮ СУЧАСНОГО РЕСТОРАНУ	123

Шульга В. О., Євтушенко Я. В. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БЕЗПЕКИ НАДАННЯ ПОСЛУГ ХАРЧУВАННЯ У ТУРИЗМІ	129
---	-----

РОЗДІЛ 4

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

Абаєв В. А., Кизиляева Е. Ю., Барышникова Т. В. ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ В ПРИРОДНОЙ СРЕДЕ	137
Андросов Є. В., Зігунов В. М. ФАНСЬКІ ГОРИ ЯК ТУРИСТСЬКИЙ РЕСУРС ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ТУРИСТСЬКИХ ПОХОДІВ	142
Безугла А. С., Євтушенко Я. В. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ЕКСКУРСІЙ СПОРТИВНОЇ ТЕМАТИКИ	146
Колотуха О. В., Миргородська О. Л. ТУРИСТСЬКА СТЕЖКА ЯК ФОРМА АКТИВНОЇ РЕКРЕЦІЇ	150
Кульченко І. Ю., Зігунова І. С. ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРІВ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ МОЛОДІ ПО ЧОРНОГОРІЇ	156
Шелєпова Ю. С., Зігунова І. С. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМБІНОВАНИХ РЕКРЕАЦІЙНИХ ТУРІВ У СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ	161
Шовкопляс О. А. ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНА ПІДТРИМКА СПОРТИВНОГО ПОХОДУ	166

РОЗДІЛ 5

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

Божук Т. І. «КУРОРТОЛОГІЯ» – НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА ВІЛЬНОГО ВИБОРУ СТУДЕНТІВ	171
Данілова О. А. ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ ДО ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ	175
Кулинич О. С., Зігунов В. М. ГІРСЬКА ПІДГОТОВКА СПІВРОБІТНИКІВ ПІДРОЗДІЛІВ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ	180
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ	185

РОЗДІЛ 1

ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

А. В. Адаменко, І. С. Зігунова

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

alisa13060@ukr.net, izigunova2017@gmail.com

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПУТИВЛЬСЬКОЇ ОТГ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У даній статті розглянуто та проаналізовано основні аспекти розвитку туристичної діяльності у Путивльській об'єднаній територіальній громаді. Розглянуто позитивні та негативні сторони географічного положення територіальної громади, досліджено туристичний потенціал території та наявність туристської інфраструктури.

Ключові слова: *туризм, територіальна громада, туристський потенціал.*

В данной статье рассмотрено и проанализировано основные аспекты развития туристической деятельности в Путивльской объединённой территориальной общине. Рассмотрено положительные и отрицательные стороны географического положения территориальной громады, исследовано туристический потенциал территории и наличие туристической инфраструктуры.

Ключевые слова: *туризм, территориальное сообщество, туристический потенциал.*

This article discusses and analyzes the main aspects of the development of tourist activity in the Putivlska amalgamated hromada. The positive and negative aspects of the geographical position of the territorial community are considered, the tourist potential of the territory and the presence of Turin infrastructure are studied.

Keywords: *tourism, territorial community, tourist potential.*

Постановка проблеми. На даний період часу Сумська область має 51 об'єднану територіальну громаду, яка має просувати свої території, у тому числі і в туризмі. На жаль, більша частина територіальних громад не просувають території, бо не знають про туристський потенціал місцевості. Путивльська ОТГ є однією з таких громад, тому ми вирішили дослідити її й запропонувати деякі рішення для підвищення популярності території.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням перспективи розвитку ОТГ у туристичній діяльності розглядають в своїх публікаціях та наукових роботах такі науковці, як В. Зігунов, С. Підмогильний, О. Коваль та інші.

Мета написання роботи є дослідження ресурсів Путивльської ОТГ для розвитку туристської діяльності в територіальній громаді.

Виклад основного матеріалу. Путивльська об'єднана територіальна громада знаходиться у Сумській області, адміністративним центром є місто Путивль. До складу Путивльської ОТГ входить 1 місто та 54 села. Через територіальну громаду протікає річка Сейм, Клевень, Ольшанка з прилеглими притоками. Також на території є водосховище Ольшанка. Путивльська територіальна громада має горбисту місцевість з незначними перепадами висот.

Проаналізувавши розташування можемо сказати, що Путивльська ОТГ має досить привабливе розміщення. Водні ресурси можна використати для розвитку активного водного туризму: байдаркові сплави, каякінг, прокати сап-бордів, проведення змагань тощо. Через переважну кількість нерівної місцевості можна розвивати вело туризм, пішохідний, орієнтування, проводити тематичні квести тощо [1].

Також на території громади існує велика кількість пам'яток, серед них: скульптура Ярославни, Молчанський монастир, Спасо-Преображенський собор, церква Миколи Козацького, Спадщанський ліс, музей партизанської слави, Софронівський монастир, Етнографічний музей горюньської культури тощо [5].

Путивльщина має унікальну історичну спадщину. Місто Путивль було засновано у 989 році, а місцевість було заселено взагалі у епоху неоліту (IV-III тис. до н.е.) [2]. Також Путивль має почесне звання «Місце партизанської слави». В роки Великої Вітчизняної війни на Путивльщині діяв партизанський загін, який згодом перетворився на з'єднання партизанських загонів Сумської області на чолі з С. А. Ковпаком та С. В. Рудневим.

Путивльська громада також багата на природні ресурси. На її території розташований «Сеймський» регіональний парк, ботанічна пам'ятка природи місцевого значення «Новослобідські дуби», ландшафтний заказник загальнодержавного значення «Середньосеймський» [3]. Використовуючи дані ресурси можна створювати різноманітні екскурсійні маршрути, проводити тематичні фестивалі популяризуючи територію.

Досліджуючи інфраструктуру місцевості можемо сказати, що вона досить не розвинена. На всій території територіальної громади існує 1 діючий готель «Монастирська», 4 ресторани, також є невелика кількість кав'ярень. Великим недоліком є відсутність гарної дороги по території територіальної громади.

Путивльська територіальна громада також має своїх відомих особистостей, серед них:

- Ковпак Сидір Артемович (1887-1967) – командир Путивльського партизанського загону і з'єднання партизанських загонів Сумської області, член нелегального ЦК КП (б) України, генерал-майор, двічі Герой Радянського Союзу.

- Руднєв Семен Васильович (1899-1943) – Герой Радянського Союзу (1944, посмертно), один з керівників партизанського руху на Україні, генерал-майор (1943).
- Угрюмов Микола Степанович (1902-1982) – Герой Радянського Союзу, народився в місті Путивль.
- Павлов Всеволод Володимирович (1898-1972) – відомий радянський єгиптолог, історик мистецтв, заслужений працівник культури РРФСР. Похований у Москві [4].

Щодо розвитку туризму на території можемо зазначити, що існує велика кількість маршрутів на Путивльщину, але їх пропонують різні туристичні фірми, що не знаходяться у Путивлі. На території не проводяться ніякі фестивалі, конкурси чи інші масові заходи, що б допомогли розвинути та популяризувати місцевість. Брендунання громади знаходиться на стадії розвитку, але саме місто Путивль має у планах позиціонуватися містечком Давньої Русі, використовуючи для брендунання своєї території історичні постаті княгині Ярославни та князя Ігора, що відомі з поетичного твору невідомого автора «Слово о полку Ігоревім» [6].

На нашу думку, під час пандемії, розвиток територіальних громад – це найкраще рішення. Кордони зачинено, а людям хочеться відпочити, побачити щось нове, незвідане, тому просування туризму в ОТГ це гарний варіант підвищення атрактивності територій. Тим паче, даний відпочинок є менш затратним ніж закордоном, тому попит буде набагато більшим.

Вивчивши детально територію Путивльської територіальної громади можемо скласти SWOT-аналіз.

Strengths (сильні)	Weaknesses (слабкі)
<ul style="list-style-type: none"> – Місцерозташування в області; – Наявність унікальних матеріальних та нематеріальних туристичних ресурсів; – Наявність гарної дороги до ОТГ; – Сприятливі умови та значний туристський потенціал для розвитку подієвого туризму; 	<ul style="list-style-type: none"> – Відсутність відповідної інфраструктури; – Наявність туристських кадрів; – Дороги на території громади; – Відсутність будь-яких туристських заходів; – Відсутність брендунання; – Недосліджені пам'ятки території; – Низький рівень упровадження новітніх технологій;
Opportunities (можливості)	Threats (загрози)
<ul style="list-style-type: none"> – Розвиток туризму на території; – Підвищення бюджету громади ; – Створення нових трудових місць; – Створення іміджу й бренду області та кожної територіальної громади; – Просування турпродуктів подієвого туризму на вітчизняний та 	<ul style="list-style-type: none"> – Конкуренція з боку інших територій; – Відсутність ефектних маркетингових заходів; – Всеукраїнські карантинні заходи, щодо Covid-19; – Економічна нестабільність регіону; – Низька купівельна спроможність

зарубіжний туристський ринок; – Залучення інвестицій для подальшого розвитку та зростання привабливості регіону;	населення регіону;
---	--------------------

Висновки. Отже, на сьогоднішній день Сумська область має велику кількість територіальних громад з великим потенціалом, Путивльська об'єднана територіальна громада саме така. Розглядаючи туристичний потенціал території можемо зазначити, що територіальна громада є досить привабливою для відвідування, але є зовсім не популярною та не прорекламованою. Регіон має велику кількість історичних, природних, архітектурних пам'яток, які зацікавлять кожну людину і допоможуть просунути туризм у ОТГ.

Список використаних джерел

1. Заповідні скарби Сумщини. URL: <http://www.pek.sm.gov.ua/index.php/en/2013-04-18-21-50-35> (дата звернення: 05.04.2021).
2. Місто Путивль. Історична довідка. URL: <http://ptvl.sm.gov.ua/index.php/en/gumanitarna-politika/putivlshchina-turistichna/6157-misto-putivl-istorichna-dovidka> (дата звернення: 05.04.2021).
3. Природно-заповідний фонд – Сумське обласне управління лісового та мисливського господарства. URL: <http://sumylis.gov.ua/napryamki-diyalnosti/prirodno-zapovidnij-fond.html> (дата звернення: 05.04.2021).
4. Путивль URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Путивль#Відомі_люди (дата звернення: 05.04.2021).
5. Путивль. Знаймо разом. URL: <https://znaimo.com.ua/Путивль> (дата звернення: 05.04.2021).
6. Фестивалі і бренди міст як інструмент розвитку Сумської області. Децентралізація в Україні. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/9354> (дата звернення: 05.04.2021).

Я. В. Василенко, М. М. Ксенофонтова

*Сумського державного педагогічного
університету імені А. С. Макаренка*

jaroclawavasilenko99@gmail.com, ksenofontovasumy@gmail.com

ВИКОРИСТАННЯ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ АНДРІЯШІВСЬКОЇ СІЛЬСЬКОЇ ГРОМАДИ

У статті нами було подано та розглянуто загальну характеристику розвитку туристичної галузі та коротко охарактеризовано ресурси, що є основою для історико-культурного туризму, визначено основні проблеми та шляхи їх вирішення, спрогнозовано тенденції подальшого розвитку

Ключові слова: *картографування, туризм, інтернет, історико-культурний туризм, спадщина.*

В статтє нами было подано и рассмотрено общюю характеристику развития туристической галузи и кратко охарактеризовано ресурсы, что является основою для историко-культурного туризма, определено основные

проблеми и пути их решения, спрогнозировано тенденции дальнейшего развития.

Ключевые слова: картографирование, туризм, интернет, историко-культурный туризм, наследствие.

In the article general description of development of tourist industry is given and resources which are basis for historic-cultural tourism are shortly described, certainly basic problems and ways of their decision, subsequent progress trends forecast.

Keywords: mapping, historic-cultural tourism, heritage, tourism, internet.

Постановка проблеми. Важливими сьогодні є перспективи розвитку туристичної галузі, яка у майбутньому може стати однією з найбільш визначальних у районі. Адже Роменський район з тисячолітньою історією має потужний історико-культурний та природно-рекреаційний потенціал та всі можливості для розвитку туристичної галузі.

Програма сталого розвитку туризму на 2018 – 2022 роки (далі – Програма) є комплексом заходів у галузі туризму, які реалізуються на території району.

Становлення туризму в районі як високорентабельної галузі економіки, важливого засобу культурного і духовного розвитку громадян набуває дедалі все більшого значення. Туристична галузь є важливим чинником стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету, позитивно впливає на стан справ у багатьох галузях економіки (транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо).

Туризм сприяє підвищенню зайнятості населення, розвитку ринкових відносин, міжнародному співробітництву, залучення громадян до пізнання природи та історико-культурної спадщини краю.

Наукові дослідження. Проблеми розвитку туризму, були опрацьовані вітчизняними і зарубіжними науковцями (Ю. А. Веденін, М. В. Багров, О. В. Гідбут, Ю. М. Лобанов, В. С. Преображенський, Ю. В. Рождественський); туристської місткості та природного потенціалу території (В. К. Броннікова, А. І. Єльчанінов, М. Г. Ігнатенко) [2].

Мета роботи. Розробка організаційних заходів для впровадження використання історико-культурної спадщини Андріяшівської ОТГ.

Важливою складовою туристичного потенціалу Роменщини є історико-культурна спадщина, вона нараховує 110 пам'яток культури, із них археології – 71, архітектури – 25, історії – 14. Серед них вирізняються Андріяшівсько – Гудимівський, Біловодський, Миколаївський гідрологічні заказники та ботанічні пам'ятки природи – Борозенківський та Хмелівський заказники. До гідрологічних пам'яток краю відносяться природні джерела мінералізованої питної води з високими смаковими якостями та лікувальними властивостями. Серед них джерела з прохолодною водою біля сіл: Бацмани, Басівка, Нова Гребля, Рогинці, Артюхівка, Воцилиха, Хоминці, Гаврилівка, вода яких за своїми характеристиками не поступається загально визнаним столовим та лікувальним мінеральним водам.

Взяті під державну охорону на Роменщині реліктові дуби-велетні. Півтисячолітній вік мають два дуби в с. Кропивинці висотою 30 метрів і з діаметром стовбура 140 см., в с. Рогинці 600-літній дуб з діаметром стовбура в 170 см. Також на Роменщині є всі умови для розвитку сільського зеленого туризму. Туристична галузь у Андріяшівської ОТГ поступово починає зростати, однак туристична інфраструктура в регіоні ще недостатньо розвинена, крім інфраструктури, у регіоні відсутні туристичні ресурси та інтегрована система їх раціонального використання. Немає належного прогнозування та планування розвитку туризму. Внутрішній туризм десь почав відроджуватися лише за останні 3 – 4 роки, але поки що прийом туристів на Сумщині майже невігідний туристичним агенціям.

Гордістю району є народний музей історії села Салогубівка та музей бойової слави села Житне, музей бойової слави К. Зеленко (с. Анастасівка), музей мовознавства ім. О. Потебні (с. Гаврилівка), музей І. П. Кавалерідзе (с. Анастасівка), Смілівський краєзнавчий музей.

Комплекс скіфських курганів на Андріяшівської ОТГ є найбільшим за площею у Європі. Проте маючи вигідне географічне розташування, багаті природно-туристичні ресурси, володіючи унікальною історико-культурною спадщиною, Андріяшівська ОТГ не стала повноцінним учасником на державній туристичній арені.

Найбільш стримуючим фактором, що негативно впливає на збільшення потоку туристів в районі, є недостатній розвиток туристичної інфраструктури, включаючи питання реконструкції та будівництва закладів розміщення туристів, ремонту автошляхів, облаштування місць короткочасного відпочинку туристів, недостатня кількість сучасних закладів комплексного обслуговування туристів: готелів, мотелів, кемпінгів тощо.

Потребують ремонту дороги Андріяшівської ОТГ по основних туристичних маршрутах, незадовільна забезпеченість автомобільних доріг туристичною, сервісною та інформаційною структурою (відсутність рекламних щитів та єдиної системи маркування автошляхів щодо об'єктів туризму).

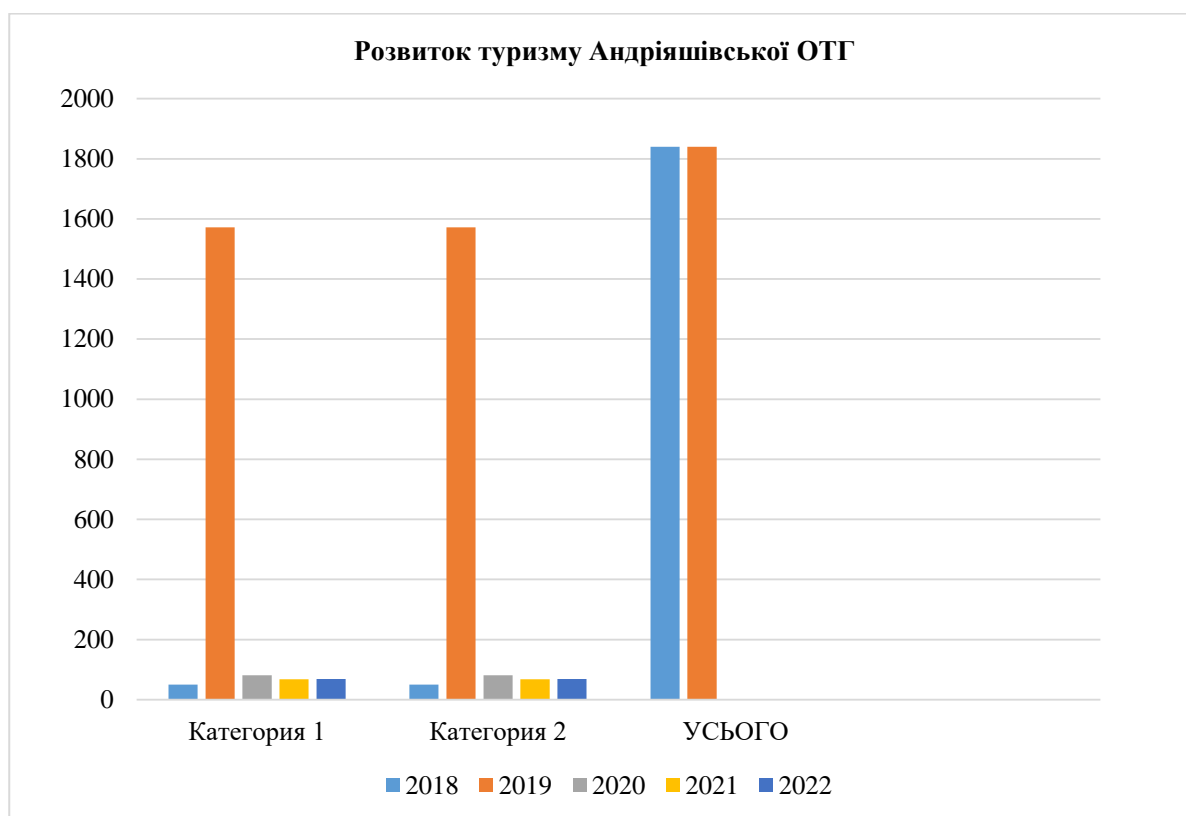
Низький рівень маркетингових досліджень, слабкість рекламного забезпечення туристичного потенціалу району на внутрішньому і особливо, зовнішньому ринках. Недостатня забезпеченість туристичної галузі висококваліфікованими спеціалістами. Андріяшівське ОТГ відчуває потребу в залученні інвестицій та реконструкції матеріально-технічної бази оздоровлення. Потребують реставрації більшість пам'яток архітектури та історії. Програма створена відділом історико-культурна спадщина Андріяшівської ОТГ і реалізовується спільно із зазначеними у плані заходів виконавцями.

Втілення цієї програми покликане стимулювати ефективне використання та поліпшення матеріальної бази наявних туристсько – екскурсійних ресурсів району, підвищення рівня міжгалузевого співробітництва та посилення привабливого туристичного іміджу.

Програма створена відділом культури Андріяшівської сільської громади і реалізується спільно із зазначеними у плані заходів виконавцями.

Для розв'язання проблем галузі необхідно в цілому 1840 тис.грн.

Обсяг коштів, що пропонується залучити на виконання Програми	2018	2019	2020	2021	2022	Усього витрат на виконання Програми тис.грн.
Обсяг ресурсів, усього, у тому числі:	50	1572	81	68	69	1840
районний бюджет	50	1572	81	68	69	1840



Тому, можна вважати, що саме для втілення цієї програми покликане стимулювати ефективне використання та поліпшення матеріальної бази наявних туристсько – екскурсійних ресурсів району, підвищення рівня міжгалузевого співробітництва та посилення привабливого туристичного іміджу. Основною метою Програми є формування високоефективного туристично-відпочинкового та санаторно-лікувального комплексу відповідно до міжнародних вимог, який давав би змогу задовольнити потреби як вітчизняних, так і іноземних туристів.

Створення такої системи забезпечить зростання туристичних потоків та коштів, які туристи витрачають під час кожної подорожі, зменшення безробіття, збереження і раціональне використання природно-ресурсного й історико-культурного потенціалу, зацікавить потенційних інвесторів до створення туристичної інфраструктури у львівському регіоні. Стратегічне

завдання Програми полягає в:

- формуванні та утвердженні туристичного образу на світовому та вітчизняному туристичних ринках;
- розвитку і вдосконаленні матеріально-технічної бази туристичної інфраструктури;
- створенні сприятливих умов для ефективного управління туристичною галуззю області;
- підвищенні професійного рівня працівників туристичної галузі та обмін досвідом;
- створенні безпечних умов для туристів [9].

Якщо забезпечити втілення усіх завдань щодо покращення і розвитку існуючої ситуації в галузі туризму, то результати повинні проявити себе у кількох аспектах, зокрема у соціальній, економічній та екологічних сферах.

Вдале залучення пропозицій призведе до зростання кількісних та якісних показників задоволення потреб населення у туристично-рекреаційному обслуговуванні, часткове вирішення проблем зайнятості шляхом створення додаткових робочих місць як на підприємствах туристично-рекреаційної сфери, так і в супутніх сферах обслуговування; покращить якість туристично-рекреаційних послуг, розширить асортимент послуг, збільшить щорічний потік внутрішніх і зовнішніх туристів та інвестицій.

Необхідно велику увагу приділити екологічній ситуації, тобто покращити стан природного середовища, раціонально використовувати природній туристично-рекреаційний потенціал, що дозволить більш повно використати і зберегти наявні цінності.

Перспективний розвиток туристичної галузі регіону залежить від низки об'єктивних і суб'єктивних чинників, які впливатимуть на реальну політику в цій галузі. Тому необхідно здійснити заходи щодо децентралізації повноважень, які на даному етапі зосереджені у центральному органі виконавчої влади з питань туризму. Прогрес в цій сфері залежатиме також від економічної ситуації в державі та світі.

Висновки. Таким чином, історико-культурна спадщина Андріяшівської ОТГ вказує на те, що:

- владі територіальної громади необхідно стимулювати інвестиційну привабливість та ефективне функціонування туристичних та рекреаційних зон;
- створити сприятливі інвестиційні умови у сфері туризму;
- провести впорядкування процедур оренди та приватизації об'єктів культурної спадщини та інших об'єктів туристичного відвідування.

Таким чином, розвиток туристичної інфраструктури Андріяшівської ОТГ, сприятиме поповненню регіонального, місцевих бюджетів, розвиток туристичної галузі сприятиме підвищенню добробуту громадян, збереженню історичної та культурної спадщини та посиленню духовного потенціалу

суспільства, що, у свою чергу, збільшити кількість робочих місць, соціальних та робочих місць. громадяни.

Список використаних джерел

1. Корнус А. О. та ін. До кадастру туристичних ресурсів Сумської області Туристично-краєзнавчі дослідження. 2016. Вип. 2. 250 – 263 С.
2. Корнус О., Корнус А. Туристська інфраструктура Сумської області та її роль у стійкому розвитку регіону *Вісник наук. досліджень Галицького ін-ту ім. В. Чорновола*. Сер. Туризм. 2018. Вип. 2. С. 6 – 11.
3. Настольный справочник делового человека. Сумы, 2015. 528 С.
4. Сайт Сумської обласної туристичної організації. URL: <http://www.tourass.narod.ru>

O. V. Hladkyi

*Kyiv National University of Trade and Economics
alexander.gladkey@gmail.com*

MANAGEMENT DECISIONS ON THE DEVELOPMENT OF RECREATIONAL TOURISM IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF THE CLINICAL SANATORIUM “AVANGARD”, NEMYRIV CITY, VINNITSKA REGION

Досліджено управлінські рішення щодо розвитку рекреаційного туризму в системі управління клінічним санаторієм «Авангард». Запропоновано стратегічні альтернативи та програмні заходи щодо формування та реалізації продукту рекреаційного туризму в клінічному санаторії «Авангард». Наведено обґрунтування ефективності проекту розробки продукту рекреаційного туризму в клінічному санаторії «Авангард».

Ключові слова: клінічний санаторій «Авангард», Немирів, Вінницька область, рекреаційний туризм, система управління, управлінське рішення.

Исследованы управленческие решения развития рекреационного туризма в системе управления клиническим санаторием «Авангард». Предложены стратегические альтернативы и программные мероприятия формирования и реализации продукта рекреационного туризма в клиническом санатории «Авангард». Обоснована эффективность проекта разработки продукта рекреационного туризма в клиническом санатории «Авангард».

Ключевые слова: клинический санаторий «Авангард», Немиров, Винницкая область, рекреационный туризм, система управления, управленческие решения.

The management decisions on the development of recreational tourism in the management system of the clinical sanatorium “Avangard” is explored. The strategic alternatives and program activities for the formation and selling the product of recreational tourism in the clinical sanatorium “Avangard” are proposed. The substantiation of the efficiency of the project of development of the product in recreational tourism in the clinical sanatorium “Avangard” given.

Keyword: clinical sanatorium “Avangard”, Nemyriv, Vinnitska region, recreation tourism, management system, management decision.

Goal of the article consist in analyzing and systematizing of experience in creating management decisions on the development of recreational tourism in the management system of SE «Clinical Sanatorium «Avangard» located in Nemyriv city, Vinnytsia region. Actuality of the research is to improve the quality of resort`s product policy. Each of them survives and thrives due to the fact that more effectively, compared to competitors, meets the needs of certain consumers` groups. To do this, managers of commercial enterprises have to make complex decisions regarding the strategies development, selection and formation of the trade range, pricing, goods presentation and its promotion in the store. These actions set taken by trade enterprises to meet the needs of buyers and influence their purchasing decisions, – is the trade range management subject.

Analysis of last investigations and publications. The creating management decisions on the development of recreational tourism in the management system is explored in the works of foreign and domestic scientists I. S. Barchukov, V. S. Bovkun, K. D. Bokov, M. O. Bokova, O. M. Vetitnev, M. V. Vachevsky, A. A. Gega, B. I. Aksentiychuk, S. V. Ivasivka, P. V. Gudza, O. R. Zavyalova, L. B. Zhuravlyova, O. M. Nickelova, S. V. Leonova, O. G. Matroshilina, O. M. Zhdanova, A. M. Tuchak, V. I. Polyakovsky, I. V. Kotov, Yu. M. Fedotova, I. V. Vostokova, V. D. Dekhtyar, V. I. Dubovsky, Yu. Ya. Rogal, M. V. Odrekhnivsky, R. P. Shologon, M. I. Alekseev, O. I. Chebanenko and others.

Practical significance. The experience of creating a management decision on the development of recreational tourism in the management system of SE «Clinical Sanatorium «Avangard» located in Nemyriv city, Vinnytsia region can be used in the practice of other sanatoriums of Ukraine.

Scientific novelty. The scientific novelty of this article consist in the attemption of the first comprehensive analysis in Ukraine of the advantages and disadvantages in management decisions on the development of recreational tourism in the management system.

The purpose of the research is study of theoretical and practical aspects of the management decisions on the development of recreational tourism in the management system of clinical sanatorium “Avangard”.

The main results. Strategic alternatives and program activities for the formation and selling the product of recreational tourism in the clinical sanatorium “Avangard”. An enterprise's strategy is a system of measures that it chooses to conduct business and compete. As a business model developed by the company's management and focused on achieving high productivity and planned long-term results of profitability from permanent activities, it enables the company, on the one hand, to adapt to dynamic conditions of aggressive market environment, and on the other – to focus on making a profit in the future. Without a strategy, an enterprise cannot become competitive [1; 2].

However, the multifaceted nature and versatility of the strategy complicate the procedure of its formation in terms of resource efficiency and ensuring

permanent profitability in the future. In order for the company's management to be able to generate and select the best options for strategic behavior in markets and industries, it needs to have a clear idea of the entire system of strategic alternatives. To do this, it is necessary to find out what is the system of enterprise strategies, carrying out a full-scale and comprehensive typology, structuring and decomposition of this multifaceted category.

The product policy formation is not something divorced from the strategy, it follows from it, is determined by the general development and goals of the organization. Therefore, the company must have a document that defines its product policy. The general provision on product policy will serve as the basis for further work with the assortment. This document should regulate all the points related to services: who is responsible for the formation of the service matrix, on what basis the goods are entered and removed from the list of procedures, what is considered illiquid, how long certain services may not be provided, what reports and to whom are drawn up, submitted, etc.

When forming a product strategy, not only the properties of the product are important, but, above all, the relationship between it and the needs of the client. These relationships can change due to the dynamics of the product itself, as well as changes in the needs and preferences of consumers. The phenomenon of gradual acquisition and loss of the ability of a product to meet consumer needs is associated with its life cycle.

In addition to such defining factors as the type of product, technical and technological progress in production or the product's susceptibility to trends, its life cycle decreases with socio-economic development, increasing social welfare and intensifying innovation processes. Regardless of the duration of this cycle, four phases can be distinguished in it: implementation, growth, maturity and decline (or decline), which differ both in the category of buyers, the achievable level of sales and profit, and in the specifics of operations within the framework of individual marketing tools.

On the basis of the conducted research, it was possible to determine that the "Avangard" sanatorium is not a narrow profile, but is mainly focused on health-improving activities, on a rehabilitation regime after illnesses. That is, the resort is not for the usual holiday of tourists. The image of the sanatorium is based on medical and recreational activities [1].

This is what influences its popularity. The territory of the dendrological park, where the sanatorium is located, allows expanding the complex orientation of the enterprise. Build a new or re-equip an existing building for the usual recreation of tourists who do not want to use the full range of health services or generally want to relax in their own mode without any procedures.

For such an expansion, it is necessary to attract investors who will be financially interested. And to be interested, you need to show that the company is worth its investment. And for a start it is worth eliminating the main shortcomings

in the internal environment. The most commonplace that emerges from the SWOT analysis is the quality of food and accommodation conditions for arriving tourists. With the first, everything is very simple – attracting new chefs and redesigning the menu. The culinary business continues to evolve and adapt to the characteristics of the human body. New healthy eating programs for patients, children, athletes. Proper nutrition, diet, balanced nutrition, diets due to the characteristics of organisms. All this has already been invented and is not kept secret. You can even use molecular cuisine. The kitchen of the Clinical sanatorium “Avangard” is conservative and needs updating.

The second is to update the interior of the buildings. Hire a designer, consult with him. Presentable presentation is the first thing a potential client pays attention to.

The sanatorium has a huge advantage: its location. The tourist attractiveness of clinical sanatorium “Avangard” on the international market is determined by its features: location, wide range of treatment and prevention services, developed tourist infrastructure, availability of qualified staff, good material and technical condition of equipment, etc.

Due to the lack of direct air and rail flights to the city of Nemyriv, clinical sanatorium “Avangard” is losing some of its attractiveness already at the stage of consideration. Investments are needed to eliminate all these shortcomings.

Now is the time for information technology. Internet trends change every day. All of this needs to be monitored and taken part. The sanatorium has a Facebook page, but it is almost never updated [4].

Use the opportunities of the Internet, develop the site of the sanatorium in English, take care of creating pages of the sanatorium in English in popular social networks, use the opportunities of SEO-promotion of advertising sites and pages of the sanatorium «Avangard».

The implementation of the proposed proposals will help to form the attractiveness of the sanatorium «Vanguard» in the international market, will increase the tourist flow from foreign countries, will lead to the formation of a positive image of the institution in the eyes of the state and investors. Thus, the sanatorium «Avangard» will have the following competitive advantages [2; 3]:

- A wide range of services provided.
- Highly qualified and professional, modern staff.
- High-quality material and technical support that corresponds to the profile of the sanatorium and the range of services provided.
- Modern tourist infrastructure.
- Combination of rest with leisure, entertainment, recovery; Competitive pricing policy.

For the service of foreign tourists, the entertainment component is also important, so we propose to introduce animation services in the activities of the sanatorium. To organize animation services in the sanatorium «Avangard» it is

necessary to create a division of animation at the enterprise.

Disseminate information about the sanatorium «Avangard» in foreign languages on foreign tourist sites.

Even this type of activity can become a catalyst for growth in popularity, which will attract the attention of large investors.

Substantiation of the efficiency of the project of development of the product in recreational tourism in the clinical sanatorium “Avangard”. As a result of the measures taken to improve the tourist attractiveness of the «Avangard» sanatorium, one can imagine that in the potential development of the enterprise in the future, it may take a leading position in the world tourism market.

Nemyriv Dendrological Park has an art national importance, located in the city of Nemyriv, Vinnytsia region. Nemyriv Dendrological Park is a powerful factor in the formation of tourist flows in the city. The park is recognized as the pearl of the Vinnytsia region and not for nothing, because its territory has an impressive collection of flora. The arboretum is annually visited by thousands of tourists from all over Ukraine. The development of tourism in the arboretum is facilitated by the location of the sanatorium on its territory. Sanatorium «Avangard», which is located on the territory of Nemyriv Dendrological Park is a modern resort business enterprise operating on the market of tourist services in the city of Nemyriv. The sanatorium provides a wide range of tourist and medical services, according to its medical profile [2].

Having studied the features of Nemyriv as a tourist location, we came to the conclusion that it has all the prospects to become a tourist attraction. In general, the basis for the formation of the tourist attraction of the city of Nemyriv are three main objects - the sanatorium “Avangard”, Nemyriv arboretum and Nemyriv settlement. In order to form the tourist attraction of the historical sites of Nemyriv, we have developed a comprehensive plan for the development of important tourist elements. To form the tourist attraction of Nemyriv, it was proposed to develop: Modern food menu; Redesign of buildings and their re-equipment.

Conclusions. The implementation of the proposed proposals will help to form the attractiveness of the sanatorium «Avangard” in the international market, will increase the tourist flow from foreign countries, will lead to the formation of a positive image of the institution in the eyes of the state and investors. Thus, the sanatorium «Avangard» will have the following competitive advantages: – a wide range of services provided; – highly qualified and professional, modern staff; – high-quality material and technical support that corresponds to the profile of the sanatorium and the range of services provided; – modern tourist infrastructure; – combination of rest with leisure, entertainment, recovery; – competitive pricing policy.

References:

1. Барнасюк О. С. Історія міста Немирова від найдавніших часів до сьогодення. Вінниця, 2006. 132 с.

2. Дець В. С. Немирів. Путівник. Одеса: Маяк, 1978. 52 с.
3. Радиш Я. Ф. Немирівська перлина: тут лікують тіло і душу. К., 2014. 60 с.
4. ДП «Клінічний санаторій «Авангард» ПрАТ Укрпрофоздоровниця». URL: <https://www.facebook.com/avangard.nemirow>

А. О. Глобенко, В. М. Зігунов

Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка

Limon4ik1109@gmail.com, zigynov.v@gmail.com

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В ПУТИВЛЬСЬКОМУ РАЙОНІ

У статті проаналізовано розвиток туризму в Путивльському районі. Автором детально досліджено історичне місце Спадщанський ліс та події, які відбувалися в період Другої світової війни. Наведено історичні об'єкти, та історичні особи даного регіону які привертають туристів.

Ключові слова: *розвиток, туризм, історія, заповідник, дослідження.*

В статье проанализировано развитие туризма в Путивльском районе. Автором подробно исследованы историческое место Спадщанский лес и события которые происходили в период Второй мировой войны. Приведены исторические объекты, и исторические лица данного региона которые привлекают туристов.

Ключевые слова: *развитие, туризм, история, заповедник, исследования.*

The article analyzes the development of tourism in Putivl district. The author researches in detail the historical place Spadschansky forest and the events that took place during the Second World War. Historic sites and historical figures of the region that attract tourists are listed.

Key words: *development, tourism, history, reserve, research.*

Постанова проблеми. Розвиток сфери туризму в області призведе до збільшення туристичного інтересу до регіону, до прискорення економічного зростання, підтримки зайнятості, структурної модернізації економіки, наповнення бюджетів усіх рівнів. Тому досконале вивчення області та розробка цікавих туристичних маршрутів є актуальним питанням на сьогодні.

Мета даної статті зробити комплексну характеристику даного регіону, та виокремити найпопулярніші історичні об'єкти.

Виклад основного матеріалу. Найпопулярнішою туристичною точкою в Путивльському районі є Спадщанський ліс.

Спадщанський ліс – державний заповідник, який розташований на відстані 11 кілометрів від міста Путивль. Саме тут у вересні 1941 році розпочали бойові дії партизанські загони С. А. Ковпака, С. В. Руднева та С. Ф. Кириленко. В цьому місті був створений єдиний Путивльський партизанський загін Сидора Ковпака, який невдовзі перетворився на найбільше партизанське з'єднання на окупованих землях Радянського Союзу. Партизанське з'єднання під командуванням Сидора Ковпака пройшло

з боями в тилу фашистів фактично по всій території сучасної України, від східного кордону до західного. «Від Путивля до Карпат» – так називається знаменита книжка про походи партизанів Ковпака.

На сьогодні цей ліс є найпопулярнішим місцем для туристів з різних куточків України і не тільки. Тут розташовані Музей партизанської слави та комплекс інших пам'яток, що репрезентують партизанський рух у роки Другої світової війни, музей зброї та військової техніки. Кілька років тому за ініціативи заповідника тут розпочалися роботи по створенню ще одного музею, який висвітлюватиме історію тоталітарної доби – «Парк радянського періоду».

Ця ідея неймовірна. Зробили демонтаж пам'ятників відомим радянським діячам та інших об'єктів, які пропагують комуністичну ідеологію, перейменування вулиць, названих на честь радянських діячів та інше.

У процесі демонтажу пам'ятників постало питання про їхню подальшу долю. В українському суспільстві й досі немає щодо цього консолідованої думки, або навіть більше, доцільності їхнього демонтажу. Радянський період історії України – це період дуже важливий, складний, та переважно трагічний. Тож просто стерти його з людської пам'яті було б неприпустимою помилкою. Покоління українців народилися, вирости й прожили життя за радянських часів. Їхні долі склалися по-різному, відповідно й різним було ставлення до існуючого суспільного ладу. Саме повага до долі наших батьків та дідів, а, водночас, почуття відповідальності щодо прийдешніх поколінь не дозволяє просто викреслити зі суспільної свідомості декілька десятиліть вітчизняної історії [1].

Закон забороняє розміщення зазначених пам'ятників у відкритому публічному просторі (вулиці, площі, тощо), разом з тим, передбачає можливість експонування їх у музеях. І саме музейні заклади мають за мету збереження пам'яті про минуле, формування у сучасного покоління виваженого й адекватного ставлення до минулих подій, яке є запорукою успішного розвитку сучасної України.

Ще у 2015 році Інститут національної пам'яті України оприлюднив перелік осіб, які підпадають під закон про декомунізацію. Це список прізвищ осіб, які обіймали керівні посади в комуністичній партії, вищих органах влади та управління СРСР, УРСР, інших союзних або автономних радянських республік, співробітники ЧК-ГПУ-НКВС-КДБ, а також діячі комуністичної партії, Жовтневого перевороту 1917 року. Під декомунізацію потрапляють і ті, хто встановлював радянську владу в Україні, переслідував учасників боротьби за незалежність України в ХХ столітті.

В Україні значну кількість пам'ятників, які підпадали під закон про декомунізацію, після демонтажу було втрачено – вони були зруйновані чи просто безслідно зникли.

Подібної ситуації вдалося уникнути ініціаторам створення нашого Музею – Державному історико-культурному заповіднику, районним та обласним органам державної влади та місцевого самоврядування. Початок Музею поклато перенесення пам'ятника Леніну з центральної площі м. Путивля до Спадщанського лісу у лютому 2016 року.

З часом за ініціативи керівництва заповідника були зібрані пам'ятники, демонтовані в процесі декомунізації (переважно з міст та сіл Сумської області), які й стали основою експозиції Музею. Значну пошукову та організаційну роботу з цього питання провів Кірбаба Борис Олексійович – старший науковий співробітник заповідника, заслужений працівник культури України, почесний громадянин міста Путивля.

Представлені в експозиції пам'ятники поділені на декілька тематичних груп. Перша група пам'ятників – це ідеологи та засновники комуністичного режиму Карл Маркс, Володимир Ленін, Йосип Сталін.

Радянську владу в Україні було встановлено внаслідок більшовицької окупації, яка забрала життя тисяч людей. У радянському монументальному мистецтві (як і в будь-якому іншому виді мистецтва) характерною була ідеалізація та героїзація тих кривавих подій. За радянських часів зведено величезну кількість пам'ятників особам, які встановлювали більшовицьку владу, видатним радянським воєначальникам, а також скульптурних композицій, що ушляхували події 1917-1922 рр. (радянсько-українська війна та більшовицька окупація України).

В експозиції Музею представлена скульптурна композиція «Пам'ятник борцям за радянську владу». Його було встановлено у 1977 р. в м. Суми (скульптор Ф. І. Коровай, архітектор П. Ільченко), демонтовано 15 березня 2016 р. Далі – пам'ятники видатним радянським воєначальникам періоду Громадянської війни М. О. Щорсу, М. В. Фрунзе, І. Ф. Федьку, Г. І. Котовському. Навпроти – скульптура в повний зріст Вацлава Вацлавовича Воровського, одного з перших радянських дипломатів.

Разом зі створенням експозиції постало питання щодо інтерпретації фактів з біографій осіб, пам'ятники яким представлені в Музеї. Текст екскурсії повинен чітко розставити акценти стосовно діяльності цих осіб в контексті сучасного розуміння радянського періоду історії України. Майбутні відвідувачі мають ясно розуміти, що представлені скульптури діячів – це, перш за все, пам'ятники тій епосі, а отже їхні біографії лише ілюструють трагедію України, яка вкотре не змогла вирватися з «братніх обіймів» імперії.

Прямуючи по алеї з ліва ми бачимо відразу чотири пам'ятники Леніну в повний зріст. Це, власне, й відображає загальну тенденцію в Україні до початку декомунізації. На момент здобуття незалежності в Україні налічувалось близько 5500 пам'ятників Леніну. В кожному районному центрі (за виключенням трьох в Західній Україні), зазвичай, на центральній площі

міста височів пам'ятник комуністичному вождеві. Дуже рідко вони мали якусь художню цінність. Переважно це були типові проекти, які зображували Леніна «канонічно»: з кашкетом у руці, з рукою, що тримає лацкан піджака, або рукою у кишені. Зазначена типовість подібних пам'ятників простежується навіть серед представлених в експозиції новоствореного Музею.

Мистецтво будь-якого тоталітарного режиму створює культ вождя як ідеальної людини, зразка для наслідування. Культ Леніна в СРСР формувався у людини з дитячих років. Саме тому біля багатьох шкіл та дитячих садочків можна було побачити подібні до представлених в музейній експозиції двох скульптур «Володя Ульянов» (з м. Охтирки Сумської області та з м. Путивля), або скульптурної композиції «Ленін і діти» (з с. Бугрувате Охтирського району Сумської області).

Ще одна група пам'ятників – бюсти особам, які були найближчими соратниками Леніна та Сталіна: В. В. Куйбишеву, А. О. Жданову, П. П. Постишеву, С. М. Кірову, Г. І. Петровському, М. І. Калініну [2; 1].

Наступний розділ експозиції Музею представлений пам'ятниками, що характерні для повоєнного періоду. На заміну культу героїки подій 1917-1922 рр. поступово приходять героїзація подій Другої світової, яка у радянській історіографії має назву «Велика Вітчизняна війна». Дуже часто комуністична пропаганда використовувала реальні факти героїзму простих людей (як правило, перекручуючи чи доповнюючи їх з пропагандистською метою) для власних потреб – мобілізації народу для вирішення поставлених цілей. Так, пам'ятник Зої Космодем'янській, представлений в експозиції музею – яскравий приклад подібного підходу.

Серед експонатів музею також наявні пам'ятники особам, діяльність яких пов'язана з історією партизанського руху часів Другої світової війни, зокрема, з бойовим шляхом партизанів-ковпаківців. Це Петро Петрович Вершигора – активний учасник радянського партизанського руху в Україні та Дем'ян Сергійович Коротченко – один з керівників цього руху.

У музейній експозиції представлені не лише пам'ятники, а й пам'ятні знаки та меморіальні дошки. Зокрема, пам'ятний знак, який стояв у м. Яремче Івано-Франківської області на вулиці, що носила ім'я П. П. Вершигори (нині вулиця Героїв Майдану).

Робота зі створення Музею продовжується. Сюди вже завезено близько 90 пам'ятників, демонтованих на Сумщині. На даний момент встановлено 49 пам'ятників. Розроблена програма комплектування Музею експонатами. Найближчим часом планується залучення ще 30-40 пам'ятників та облаштування їх на території Музею.

Отже, у Спадщанському лісі планується сформувати меморіальний комплекс (Музей партизанської слави, Музей зброї та військової техніки, музей «Парк радянського періоду»), який буде різнобічно висвітлювати радянський період історії України.

Музей «Парк радянського періоду» у Спадщанському лісі може стати одним із перших подібного профілю на теренах України. Крім збільшення туристичного потенціалу регіону, він покликаний відіграти суттєву роль у патріотичному вихованні молоді шляхом формування критичного ставлення до радянського періоду історії України.

Багато хто й нині з ностальгією згадує про спокійне в останні десятиліття існування СРСР «радянське життя», коли масово не саджали за ґрати, не переселяли, та й голоду не було. Проте залишилося достатньо наукових джерел, документів, фотоматеріалів, що свідчать про злочини більшовиків та їх послідовників. Настав час звільнитися від сумнівної історичної пам'яті у вигляді монументів цим людям у містах та селах України. Місце їм – у музеях як нагадування про події минувшини, як застереження прийдешнім поколінням.

Зараз це Музей партизанської слави, де відвідувачі мають змогу простежити шлях партизанського з'єднання від Спадщанського лісу до далеких Карпатських гір, побачити особисті речі партизан: справжню тачанку партизанського генерала, яку йому подарували білоруси та друкарську машинку, на якій було надруковано перші накази Ковпака, партизанський сейф. На партизанське з'єднання під командуванням С. Ковпака рівнялися інші партизанські загони Східної Європи. В експозиції музею присутні зразки зброї, боєприпасів, сотні фотографій, багато документів та матеріалів, в яких описано злочини фашистів на Сумщині.

Біля музею стоїть 76-мм гармата Ф-22, яка була на озброєнні у партизанському загоні, а неподалік - корпус німецького танка, захопленого ковпаківцями під час бойової операції 19 жовтня 1941 року. Потрапивши до партизанського укріпрайону знайдете 9 землянок, які були пристосовані для житла та оборони: землянка штабу, санчастини, кухні, розвідників, мінерів, 2-ї, 4-ї, 5-ї опер груп; окремо, на відстані близько 2 км, знаходиться землянка С. А. Ковпака. Біля землянки санчастини – братська могила 14 партизанів.

Поруч із Музеєм партизанської слави розміщується Музей зброї та військової техніки. Тут представлені відомі та рідкісні види зброї, спеціальної техніки, які були на озброєнні з тридцятих по сімдесяті роки минулого століття.

В колекції оригіналів знаходиться понад 30 експонатів – авіація, бронетехніка, артилерія, бронепотяг. У тому числі: танк Т-64 А, бойова машина піхоти БМП-1, бронетранспортер БТР-60 ПБ, винищувач Міг-23, транспортний літак Ан-2, безпілотний літак Ту-141 «Стриж», 152-мм гармата 2А36 «Гіацинт Б», легендарна реактивна система залпового вогню БМ-13 «Катюша» і сучасна реактивна система залпового вогню «Град». Цікавими експонатами є паровоз Ер-799-02, встановлений на залізничній платформі разом із засобами протиповітряної оборони зенітною гарматою АЗГ С-60 та зенітною установкою ЗУ-23-2 (бронепотяг часів Другої світової війни) та

гармата ЗИС-3 (1945 року випуску), яку визнано «шедевром у історії проектування артсистем»[3].

Отже, Путивльський район – це унікальне місце яке варто відвідати кожному туристові не тільки області ай України. Район має багату історію яка пов'язана з періодом Другої світової війни, варто відвідати не лише тим, кому було б цікаво дізнатися про партизанський рух в роки Другої світової війни, військову техніку та побачити все на власні очі. Це місце, де розташований меморіальний комплекс, відрізняється чудовою лісовою красою, свіжим повітрям та мальовничою природою околиць. Входить до складу Державного історико-культурного заповідника у м. Путивль.

Список використаних джерел

1. Список осіб, які підпадають під Закон про декомунізацію. URL: <http://www.memory.gov.ua/publication/spisok-osib-yaki-pidpadayut-pid-zakon-prodekomunizatsiyu> (дата звернення: 15.11.2020)
2. Віктор Брехуненко. Війна за свідомість. Російські міфи про Україну та її минуле. URL: lenin.tilda.ws/typology (дата звернення: 15.11.2020)
3. План роботи Державного історико-культурного заповідника у м. Путивль на 2019 рік., затверджений начальником управління культури Сумської облдержадміністрації 10.11.2020 р.

Д. В. Готько, В. С. Павленко

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

hotko3715@gmail.com, vikap2989@gmail.com

УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В СЛОВАЧЧИНІ

У статті висвітлено туристичні ресурси Словаччини. Проаналізовано найпопулярніші центри країни. Автором досліджено використання ресурси країни та запроваджені умови під час формування індустрії туризму а також висновки і перспективи подальших наукових досліджень у даному напрямку.

Ключові слова: туризм, розвиток туризму, Словаччина, туристичний потенціал, запроваджені умови.

В статье освещены туристические ресурсы Словакии. Проанализированы самые популярные центры страны. Автором исследованы использования ресурсы страны и введены условия при формировании индустрии туризма а также выводы и перспективы дальнейших научных исследований в данном направлении.

Ключевые слова: туризм, развитие туризма, Словакия, туристический потенциал, введенные условия.

The article covers the tourist resources of Slovakia. The most popular centers of the country are analyzed. The author explores the use of the country's resources and the conditions introduced during the formation of the tourism industry, as well as the conclusions and prospects for further research in this area.

Key words: tourism, tourism development, Slovakia, tourist potential, introduced conditions.

Постанова проблеми. Галузь туризму в Словаччині стрімко розвивається завдяки наявності у країні унікальних природньо-рекреаційних та історико-культурних ресурсів. Однак, через недостатньо високий рівень сервісу, нерозвинену туристичну інфраструктуру, країна не у змозі реалізувати свій потенціал. Для того, щоб досягти більш високих темпів зростання туристичної галузі, Словаччина повинна реалізувати комплекс довгострокових і короткострокових цілей, визначити ключові ринки, адаптувати туристичний продукт до світового рівня, стабілізувати ринок туристичних послуг і отримати нові ринки для існуючих туристичних продуктів

Мета статті проаналізувати умови та ресурси для розвитку туристичної індустрії в Словаччині.

Аналіз останніх публікацій. Проблемам розвитку туризму в Словаччині присвячені праці таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як А. Арсеньєва, В. Балаж, М. Хані, Я. Кучерова, Ю. Михальчук та інші.

Туризм у Словаччині почав розвиватися ще в середині 19-го століття. В цей період туристи різних країн почали цікавитися та масово відвідувати Високі та Низькі Татри. У кінці 19-го століття розпочалося будівництво перших туристичних будинків. Кількість туристів які хотіли відвідати країну почали зростати. Під час Другої світової війни туристична галузь почала спадати. Після війни у Чехословаччину починають надходити інвестиції, які сприяли створенню нових туристичних об'єктів і побудови інфраструктури. У 1989 році у Чехословаччині вже функціонували 389 готелів, 17 мотелів, 200 гуртожитків, 82 кемпінги, 130 котеджних таборів. Велика кількість рекреаційних об'єктів була доручена громадським організаціям, заводам і підприємствам, які почали розвивати організовані туристичні поїздки [3].

Після падіння комуністичного режиму у 1989 році та поділу Чехословаччини 1 січня 1993 року на дві суверенні держави: західна половина (масив Богемія) стала Чеською Республікою, а східна половина (піднесена зона разом з горами Татрами) – Словацькою Республікою. Починаючи з 1993 року в інфраструктуру туризму країн почали прямували іноземні інвестиції. В цей період Словаччина почала адаптуватися до умов ринкової економіки. Державні об'єкти були поступово приватизовані і розпочалося будівництво нових готелів, у тому числі, за допомогою іноземного капіталу.

Після оксамитової революції 1989 року кількість туристів, що відвідали Словаччину, досягла 32,7 млн чоловік, що на 250 % більше, ніж у 1993 році. Падіння кількості іноземних туристів було викликане політичними змінами в країні. Багато туристів, переважно із західноєвропейських держав, хотіли відвідати колишню соціалістичну країну, але рівень якості туристичних послуг Словаччини не відповідав їхнім потребам. Це стало причиною зменшення кількості іноземних відвідувачів. І хоча протягом останнього десятиліття спостерігалось поступове збільшення кількості закордонних туристів, але досі показник 1989 року так і не було досягнуто [1].

Починаючи з 1994 року показник доходу від туризму почав зменшуватися приблизно на 7 % на рік. Це було викликано тим фактом, що Словаччина – єдина держава у Центральній Європі, яка не мала чітко виробленої централізованої туристської політики. У кінці 1990-х витрати держави на рекламно-інформаційне забезпечення туризму були набагато менші, ніж у інших країнах Центральної Європи. Ситуація змінюється тоді, коли 1 травня 2004 року Словаччина стає членом Європейського Союзу. В країну почали вливатися інвестиції, а також допомога ЄС на розвиток туризму. Уряд почав розробляти довгострокові плани. В країні стрімко почала набирати обертів велоінфраструктури та велотуризму, а також стратегію впровадження конкретних заходів, які популяризуватимуть туризм. Показники відвідуваності країни починають зростати. Так вже у 2013 році Словаччину відвідало 1,3 млн. іноземних туристів, що на 107,9 % більше, ніж у 2012 році. Окрім того, також було надано туристичні послуги 1,8 млн вітчизняним туристам. Частка туризму у виробництві ВВП країни у 2012 році становить 2,5 %, а у 2013 вона зростає до 2,7 %. Чисте сальдо доходів від міжнародного туризму у 2013 році становило 125,5 млн євро, що на 126,1 % більше, ніж у минулому.

Слід виокремити що Словаччина має велику кількість мінеральних джерел та численні курорти. Станом на 2007-й рік функціонувало близько 94 курортів з наявними місцями на 11 900 осіб. Щороку цифра відвідувачів коливається в межах 250 – 300 тисяч осіб, з яких третина припадає на іноземних відвідувачів.

До найпопулярніших курортів відносять: Тренчянске-Теплице, Турчянске-Теплице, Новий Смоковець, Високі Татри, Бардіїв, Чиж, Раецке-Теплице [2].

Також країна має багате архітектурне минуле. З античних часів на території сучасної Словаччини збереглися залишки давньоримських будівель. До перших архітектурних пам'яток власне словацького національного надбання можна віднести культові споруди і замки в романському стилі:

- базиліка святого Еммерама в Нітрі 1200 року;
- двоярусна капела-ротонда в містечку Скаліце, датується XII століттям;
- церква в Дразовце, XII століття;
- Бойницький замок, XI століття
- Оравський замок, XII століття, згодом був перебудований;
- церква в Дяковці, 1228 року.

З періоду середньовіччя залишилося велика кількість феодальних замків, частина з яких дійшла до нас лише у вигляді руїн, інша була перебудована на палаци в більш пізній час. У XIV-XV століттях в місцевій архітектурі, як власне і по всій Західній Європі, панувала готика:

- кафедральний собор святої Єлизавети (словац. Dóm sv. Alžbety) у Кошице, 1382 – 1499 роки – найбільший собор Словаччини.
- собор в Братиславі, початок будівництва XIV століття.
- ратуша в Банській Бистриці, 1510 рік;
- житлові будинки у Пряшеві, Левочі, Бардейові.

Національне агентство з туризму отримало дотації з фондів ЄС для проведення маркетингових заходів і в 2007 р. було введено в експлуатацію новий Інтернет-портал – <http://www.slovakia.travel>.

Наступним позитивним фактором для держави стало координоване просування турпродукту у рамках співпраці центральноєвропейських країн Вишеградської четвірки на світовий ринок за допомогою спільної ініціативи національних туристичних інститутів Словаччини, Польщі, Чехії та Угорщини. Ця ініціатива була названа Програма «European Quartet – One Melody» [5].

Словаччина надає дуже вигідні умови для закордонних інвесторів. За даними консульського відділу Посольства Словацької Республіки в Україні, на зимовий сезон 2009 – 2010 рр. було акредитовано 126 українських туристичних агентств. Активізація тісної співпраці з сусідньою державою відбулася у напрямку лібералізації процедур туристичних обмінів. Україна, у сою чергу запропонувала словакам відпочинок на морі, зимовий відпочинок в Карпатському регіоні, оздоровчий туризм.

Незважаючи на незначні розміри території, країна відзначається великим розмаїттям природних умов – тут чергуються найвищі у Центрально-Східній Європі гірські масиви Карпат, перлиною яких вважаються Татри, а також рівнини, серед яких найбільшою за площею є частина Середньодунайської низовини. За площею лісів країна посідає одне з перших місць у Європі. Чистота навколишнього середовища й різноманіття природи – ось ті чинники, які сприяють розвитку екотуризму. У 2013 р. Словаччину відвідало 1340 тис. іноземних туристів, що на 107,9 % більше, ніж у 2012 р. Окрім того, також було надано туристичні послуги 1832 тис. вітчизняним туристам. Частка туризму у виробництві ВВП країни у 2012 р. становила 2,5 %, а у 2013 р. вона зросла до 2,7 %. Чисте сальдо доходів від міжнародного туризму у 2013 р. становило 125,5 млн євро, що на 126,1 % більше, ніж у 2012 р. Ці статистичні дані свідчать про зростання значення туризму в економіці країни загалом, у структурі якого вагоме значення має екологічний туризм.

Також на досить високому рівні розвинутий в раїні екотуризм. Даний вид туризму розвивається як за рахунок великої кількості національних природних парків, так і за рахунок налагодженої інфраструктури сільського відпочинку, де присутній не тільки широкий вибір житла, а й великий спектр культурних та історичних пам'яток від замків до скансенів. До речі, саме скансени – музеї сільського побуту під відкритим небом – додають

додатковий шарм словацькому екотуризму.

Отже, історичний аналіз особливостей розвитку туризму у Словаччині показав, що галузь почала розвиватися завдяки наявності у країні значних бальнеологічних і рекреаційних ресурсів. Продуктивність словацького туризму порівняно з сусідніми країнами значно нижча. Зокрема, в'їзний туризм у більшості країн ЄС значно вище джерело валютних надходжень, ніж у Словаччині. Словацька Республіка на відміну від сусідніх країн має особливо відмінні природні і культурно – історичні умови для розвитку туризму та притоку іноземних туристів. Але через більш низький рівень обслуговування туризм не у змозі реалізувати свій потенціал. Для того, щоб досягти більш високих темпів зростання, Словаччина повинна прийняти і реалізувати комплекс довгострокових і короткострокових цілей. У той же час, визначити ключові ринки, адаптувати турпродукт, стабілізувати ці ринки і отримати нові ринки для існуючих турпродуктів.

Список використаних джерел

1. Кучерова Я. Развитие туризма и туристская политика Словакии. Журнал международного права и международных отношений. 2007.
2. Михальчук Ю. І. Історія розвитку туризму у Словаччині. Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки. URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer41/125.pd>
3. Мирошнікова В. В. Країни світу: Європа . Харків : Фоліо, 2006. 313 с.
4. Ожема С. В. Досвід розвитку туризму у Словацькій Республіці. Волинський інститут економіки та менеджменту, м. Луцьк. URL: <http://www.wp.viem.edu.ua/konf10/art.php?id=020>
5. Top 15 krajín AZCR. 2012 – 2015. Архів оригіналу за 8 травень 2016. Процитовано 25 березень 2017.

Л. В. Денищенко

*Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля
d_lu@ukr.net*

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ БЕЗПЕКИ ТУРИСТИЧНИХ ЗАХОДІВ

Якість туристичних послуг є комплексним поняттям, важливою складовою яких є організація та забезпечення безпеки туристів під час туристичних заходів. В статті розглянуто правові основи, та визначено перелік організаційних заходів, які направлені на забезпечення безпеки життя та здоров'я туристів у подорожах, екскурсіях та інших заходах

Ключові слова: туризм, безпека, законодавство, відповідальність, організація.

Качество туристических услуг является комплексным понятием, важной составляющей которого является организация и обеспечение безопасности туристов во время туристических мероприятий. В статье рассмотрены правовые основы и определен перечень организационных мероприятий,

направленных на обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов в путешествиях, экскурсиях и других мероприятиях

Ключевые слова: туризм, безопасность, законодательство, ответственность, организация.

The quality of tourist services is a complex concept, an important component of which is the organization and safety of tourists during tourist events. The article considers the legal basis and identifies a list of organizational measures aimed at ensuring the safety of life and health of tourists in travel, excursions and other activities.

Key words: tourism, security, legislation, responsibility, organization

Загальні тенденції збільшення туристичних потоків у світі та, в тому числі, в Україні (якщо не брати до уваги їх тимчасову кризу, що пов'язана зі світовою пандемією), змушують держави та туристичні підприємства замислитись про розширення асортименту туристичних послуг, підвищення рівня їх якості та проблему збереження життя та здоров'я мандрівників. Державні органи України, що збирають та аналізують усю статистичну інформацію на національному рівні, не акумулюють дані щодо ситуацій, пов'язаних з кількістю захворювань, травматизмом, смертельними випадками туристів під час подорожей, екскурсій, походів тощо. Виявляється, що дотичні до цієї проблеми підприємства та державні структури не повинні збирати такі дані та надавати їх на загальний розгляд. Майже відсутня і світова статистика з цього питання. Суспільство дізнається тільки про ті випадки, які, в основному, мають розголос у засобах масової інформації.

Тему травматизму туристів під час туристичних заходів розглядали Кифяк В. Ф., Козловський Є. В., Паламаренко О. П., Горішевський П. А. та інші. Науковці відзначають необхідність створення безпечних умов в турах та під час проведення екскурсій, наголошують на необхідності страхування туристів та екскурсантів під час перебування на маршруті.

Але велика кількість туристичних підприємств та їх клієнтів і сьогодні не мають уявлення про правила безпечної поведінки під час мандрівки, про ступінь особистої відповідальності подорожуючого за небажані випадки та відповідальність туристичних фірм за неналежну організацію та супровід. Більшість туристів, сподіваючись на удачу, не бажають користуватись послугами страхування перед туристичною поїздкою. Страхування, чомусь з їх боку, викликає недовіру і негативне відношення. Нажаль, існують представники туристичного бізнесу, які нехтують зобов'язаннями щодо своєчасного інформування туристів про правила безпечної поведінки під час подорожей. Незнання або небажання суб'єктів туристичної діяльності виконувати вимоги до створення та проведення безпечних екскурсій може призвести до травм, нещасних у тому числі летальних випадків, за які справедливо мають (але не завжди будуть) нести певну відповідальність.

Метою статті є розгляд діючих правових норм організації безпечних умов перебування туристів у подорожі, на екскурсіях та інших заходах,

визначення суб'єктів та рівня відповідальності при травмах та інших нещасних випадків під час перебування у турі.

Наразі в Україні існує низка правових документів, що визначають та регулюють питання безпеки туристів. Основні з них охарактеризовані нижче.

Закон України «Про туризм» (до якого планується внесення змін) зобов'язує суб'єктів туристичної діяльності здійснювати:

- підготовку безпечних умов для перебування туристів, облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій, місць проведення змагань, забезпечення туристів справним спорядженням та інвентарем;
- навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм та нещасних випадків, інструктаж із надання першої медичної допомоги, а також інформування про джерела небезпеки, які можуть бути зумовлені характером маршруту та поведінкою самих туристів;
- контроль за підготовкою туристів до подорожей та походів, інших туристичних заходів;
- надання оперативної допомоги туристам, що зазнають лиха, транспортування потерпілих;
- розробку та реалізацію спеціальних вимог безпеки під час організації та проведення походів з автомобільного, гірського, лижного, велосипедного, водного, мотоциклетного, пішохідного туризму та спелеотуризму [1, с. 20; 2].

Туристи, під час туристичного заходу, мають право на: особисту безпеку, захист життя, здоров'я, прав споживача, а також майна; на одержання відповідної медичної допомоги у разі захворювання та на відшкодування матеріальних і моральних збитків, у разі невиконання або неналежного виконання умов договору (контракту). З своєї сторони вони зобов'язані дотримуватися: умов і правил, передбачених договором (контрактом) про надання туристичних послуг, дотримуватися правил поведінки, не порушувати громадський порядок, дотримуватися вимог законів, які діють на території країни перебування, дотримуватися правил внутрішнього розпорядку та протипожежної безпеки в місцях проживання та перебування, відшкодовувати збитки, завдані їх неправомірними діями.

Також, цей нормативний документ гарантує туристам безпечне перебування на території України та зобов'язує суб'єктів туристичної діяльності створити такі умови або розробити систему заходів, що забезпечать визначену дію закону. Крім того, ст. 17 передбачає обов'язкове медичне страхування туристів та їх страхування від нещасних випадків. Таке страхування під час виїзду туристів за кордон передбачає Закон України «Про порядок виїзду із України і в'їзду в Україну громадян України» [3].

Разом зі своїми внутрішніми правовими актами Україна ратифікувала та зобов'язана виконувати такий міжнародний нормативно-правовий акт як міждержавний стандарт (ГОСТ 28681.1-95) «Туристично-екскурсійне

обслуговування» [4]. Цей документ встановлює вимоги до туристичних та екскурсійних послуг, що гарантують безпеку життя та здоров'я туристів і екскурсантів, а також методи їх контролю. А саме, п. 4 визначає, що ризик для життя та здоров'я людини під час туристсько-екскурсійного обслуговування виникає в умовах існування джерел ризику, прояву даного джерела на небезпечному для людини рівні та схильності людини щодо впливу джерел небезпеки.

Шкідливими факторами, що одночасно є факторами ризику під час туристичного заходу є травмонебезпека, вплив навколишнього середовища, пожежна небезпека, біологічні впливи, психофізіологічні навантаження, небезпека опромінення, хімічні впливи, підвищення запиленість, загазованість тощо.

Враховуючи той факт, що найчастіше під час подорожі туристи стикаються з травматизмом, вважаємо за доцільне викласти основні травмонебезпечні фактори. Серед них – переміщення механізмів і предметів біля туристичної групи, складний рельєф місцевості, зсуви гірських порід, помилково відібране та некоректно використане туристичне спорядження й інвентар, одяг та взуття, а також небезпечні атмосферні явища (наприклад, блискавки під час грози).

Зазначений міжнародний стандарт визначає заходи, що повинні знизити травмонебезпечність туристичних заходів:

- застосування захисних пристроїв та огорож при використанні рухомих механізмів та на небезпечних територіях;
- використання засобів індивідуального захисту (страхувальних мотузок, шоломів та іншого страхувального обладнання);
- дотримання ергономічних вимог до одягу та спорядження туристів;
- використання тільки повністю справного та сертифікованого обладнання, транспортних засобів;
- дотримання правил експлуатації інвентарю, що використовується під час маршруту.

Найважливішою умовою вважаємо своєчасне інформування туристів про фактори ризику та заходах щодо їх попередження. Туристи повинні бути заздалегідь письмово проінструктовані про шляхи запобігання можливих травм та щодо екстрених дій у випадку їх отримання.

Вказаний документ (інструкція) таким же чином визначає дії та заходи щодо решти факторів ризику під час подорожей та екскурсій. Також він зобов'язує кожне туристичне підприємство розробити та затвердити плани дій персоналу у надзвичайних ситуаціях, а керівника підприємства визначає таким, що несе відповідальність за підготовку персоналу до дій в таких ситуаціях.

Інструкція з правил безпечної поведінки повинна складатися з наступних пунктів:

- загальні положення, що надають характернику визначеного заходу, терміну здійснення, необхідних умов для участі (одяг, взуття, потрібні предмети та інвентар, заборонені речі тощо);
- вимоги безпеки перед початком, під час та після закінчення заходу;
- вимоги безпеки під час надзвичайних ситуацій;
- визначення відповідальності за невиконання інструкції;
- інші розділи за необхідністю.

Не менш важливим за письмовий є усний інструктаж перед початком руху туристичної групи за маршрутом. Особа, що супроводжує туристів, має проговорити основні пункти інструкції, які мають відношення до правил поведінки та користування спорядженням під час подорожі. У його обов'язки входить також перевірка готовності членів групи та відповідності їх одягу і спорядження умовам і рівню складності маршруту.

За результатами 2019 р. Україна зайняла 78-ме місце зі 140 можливих у рейтингу туристичної конкурентоспроможності, укладеному Всесвітнім економічним форумом [6]. У порівнянні з попереднім результатом, Україна піднялася в рейтинзі на 10 сходинок, опинившись на одному рівні з такими визнаними центрами міжнародного відпочинку, як Домініканська Республіка, Шрі-Ланка, Туніс і все більш популярна Албанія. Оцінюючи туристичну конкурентоспроможність, аналітики беруть до уваги не тільки галузеві показники, такі як культурна спадщина або авіа-інфраструктура, але також і стан бізнес-середовища, а також рівень безпеки. Найбільший прогрес у рейтингу Україна продемонструвала за показником «безпека» – він покращився відразу на 20 пунктів. Це значно більше, ніж зростання інших врахованих експертами факторів. Також Україна покинула топ-10 найнебезпечніших місць для подорожей у світі, в який потрапила раніше через військові дії на сході країни.

Негативним фактом такого підвищення країни у рейтингу туристичної конкурентоспроможності є те, що, насправді, у самій туристичній галузі задля гарантування безпеки пересування та відпочинку туристів на даний час зроблено не багато. Окрім безпеки пересування туристів варто звернути увагу на проблеми відносно безпечності перебування туристів у закладах гостинності. Найбільш кричущими були і залишаються порушення норм пожежної безпеки. Варто лише пригадати трагічні події 2017 р. у дитячому таборі «Вікторія» та 2019 р. у готелі «Токіо Стар» в Одесі. Нерідко можна почути також інформаційні повідомлення з офіційних ЗМІ щодо отруєння туристів під час відпочинку у готельних комплексах, або дітей у літніх оздоровчих таборах з причини недотримання санітарно-гігієнічних вимог.

Свої корективи щодо вимог безпеки під час подорожі внесла і цьогорічна світова пандемія, викликана вірусом COVID-19. У цьому контексті Урядом України розроблено тимчасові рекомендації щодо роботи готелів, а саме [7]:

1. Температурний скринінг працівників та відвідувачів.
2. Наявність щонайменше 15-денного запасу засобів індивідуального захисту.
3. На вході до закладу та в коридорах необхідно: розмістити інформаційні матеріали щодо профілактики корона вірусу; організувати місця для обробки рук спиртовмісними антисептиками.
4. При появі симптомів респіраторного захворювання та/або підвищення температури у особи, що проживає в готелі, така особа підлягає ізоляції в номері до прибуття карети швидкої медичної допомоги, яку викликає персонал готелю.
5. Дозволяється одночасне перебування відвідувачів у вестибюлі закладу з розрахунку не більше однієї особи на 10 квадратних метрів площі зали обслуговування. Допуск відвідувачів та перебування у готелі (поза номером) дозволяється лише у захисній масці (у тому числі саморобній), так, щоб були покриті ніс та рот.
6. Адміністрація готелю забезпечує та контролює виконання умов недопущення формування черг в місцях можливого скупчення туристів. В місцях потенційного скупчення відвідувачів повинно бути нанесене відповідне тимчасове маркування для забезпечення дотримання дистанції не менше 1,5 метри. Для уникнення черг при реєстрації поселення в готель він повинен забезпечити можливість попередньої онлайн-реєстрації відвідувачів.
7. На рецепції готелю встановлюється захисний екран між персоналом та відвідувачами.
8. У готельних закладах забороняється робота конференц-залів, фітнес- та спа-центрів готелів.
9. Харчування в готелях може бути організоване шляхом доставки їжі в номери за попереднім замовленням відвідувачів або в ресторанах (кафе) готелів лише на відкритих (літніх) майданчиках на відкритому повітрі, за умови дотримання відстані не менш як 1,5 метра між місцями для сидіння за сусідніми столами.
10. При заїзді в готель кожному гостю надається спеціальний набір із санітайзером, гумовими рукавичками та маскою. Проводиться обробка дезинфікуючим засобом багажних сумок, колясок і інших речей гостей, а також всіх приміщень закладу.
11. В готелі повинні бути експрес-тести на антитіла до COVID-19 для тестування співробітників готелю при перших симптомах ГРВІ (для гостей у разі відповідних звернень на рецепцію викликається швидка допомога).

Підсумовуючи вищесказане, потрібно зазначити наступне:

- туристичне підприємство несе відповідальність за життя, здоров'я та збереження майна під час туристичних заходів;
- туристичне підприємство під час своїх послуг повинно використовувати

вати спеціальне, ліцензоване та технічно справне обладнання, транспорт та інвентар;

- перед початком заходу підприємство повинно провести інструктаж щодо можливих ризиків та безпечної поведінки усіх учасників екскурсії або подорожі та заповнити відповідні документи, зібравши підписи подорожуючих;
- якщо туристичне підприємство з будь-яких причин не інформувало своїх клієнтів про правила безпечної поведінки, то його відповідний працівник та керівництво несе за це та можливі наслідки цієї бездіяльності відповідальність у межах діючого законодавства;
- учасники туристичних заходів повинні ознайомитись та обов'язково виконувати правила безпеки під час заходів, а у разі їх порушення – нести визначену законодавством відповідальність;
- пошук та співпраця туристичного підприємства з відповідальними власниками закладів гостинності, що дотримуються всіх санітарно-гігієнічних норм та норм пожежної безпеки – це гарантія безпеки туристів під час їх перебування у стінах закладу гостинності.

Туристичний захід завжди несе певні загрози, які зазвичай не зустрічаються у повсякденному житті людей. Може, саме тому туристи не завжди серйозно відносяться до можливих загроз їх здоров'ю або життю. Обов'язком туристичного підприємства є своєчасне попередження про можливі фактори ризику під час подорожі, пояснення правил безпечної поведінки та правильне оформлення необхідних документів. Саме ці дії дозволять отримати туристами бажане задоволення від заходу, а туристичній фірмі – бажаний прибуток, авторитет, а також позбавить від можливих негативних наслідків та відповідальності. Отже, загальний позитивний результат – у руках кожної зі сторін туристичного дійства.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про туризм», 15.09.1995 р., N 324/95-ВР. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_1995_09_15/Z950324.html
2. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. URL: https://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_11.htm
3. Закон України «Про порядок виїзду із України і в'їзду в Україну громадян України» 21.01.94 р. N 3857-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3857-12#Text>
4. Міждержавний стандарт (ГОСТ 28681.1-95) «Туристично-екскурсійне обслуговування». 01.07.1994 р. URL: <http://online.budstandart.com/ua/catalog/document.html?iddoc=78875>
5. Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури. 2015. 272 с.
6. Україна піднялася у рейтингу туристичної конкурентоспроможності. Uteka. 2019. 16 жовтня. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/news-14-delovye-novosti-36-ukraina-podnyalas-v-rejtinge-turisticheskoy-konkurentosposobnosti>
7. Шацька З. Я. Організація роботи підприємств готельної сфери в умовах пандемії COVID-19. *Ефективна економіка*. 2020 № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2020/53.pdf

СТВОРЕННЯ ВІЙСЬКОВО-ІСТОРИЧНИХ ЕКСКУРСІЙ

У статті розглядаються перспективи розвитку військово-історичних екскурсій на території Сумської області. Проаналізовано історико-культурний потенціал області, як фактор, що сприяє розвитку військового туризму, що в свою чергу сприяє побудові цікавих екскурсійних маршрутів.

Ключові слова: *військовий туризм, військово-історичні екскурсії, туристичні маршрути.*

В статье рассматриваются перспективы развития военно-исторических экскурсий на территории Сумской области. Проанализированы историко-культурный потенциал области, как фактор, способствующий развитию военного туризма, в свою очередь способствует построению интересных экскурсионных маршрутов.

Ключевые слова: *военный туризм, военно-исторические экскурсии, туристические маршруты.*

The article considers the prospects for the development of military-historical excursions in the Sumy region. The historical and cultural potential of the region is analyzed as a factor that promotes the development of military tourism, which in turn contributes to the construction of interesting excursion routes.

Key words: *military tourism, military-historical excursions, tourist routes.*

Постановка проблеми. Екскурсії відіграють важливу роль у задоволенні рекреаційних потреб людини таких як: духовні, естетичні та інформаційні. Вони дозволяють моделювати рекреаційну діяльність людини, пов'язану з пізнанням навколишнього світу: особливостей природи, історичних подій, елементів побуту, традицій, вірувань та творчих здобутків людства. Розробка військових екскурсійних маршрутів досить актуально для нинішнього туристичного бізнесу тому, що доведено, що військовий туризм – це соціально-орієнтована сфера, яка є ефективним засобом фізичного та морального розвитку і самовдосконалення людини, в її рамках вирішуються актуальні проблеми патріотичного виховання, взаєморозуміння і взаємоповаги народів і націй [1].

Аналіз останніх досліджень. Проблематика вивчення розробки військово-історичних маршрутів в Україні перебуває у полі зору таких науковців, як Биржаков М. В., Бугрій О. В., Подволоцький А., Псуй А., Смірнов І. Г., Титов О. А. Кожен з авторів висвітлює певні аспекти військового туризму і підтверджує його важливу роль у розвитку країни в цілому.

Метою статті є ознайомлення з основними центрами і військово-історичними об'єктами Сумської області, які надалі стануть основою для побудови екскурсійних маршрутів та розкрити особливість створення військово-історичних екскурсій.

Виклад основного матеріалу. Стратегія розвитку галузі туризму та рекреації в Україні передбачає залучення в процес створення національного туристичного продукту нових туристично привабливих територій. Яскравим прикладом гармонійного поєднання та співіснування природної краси та багатой історико-культурної спадщини є мальовничий Путивльський район Сумської області, який сміливо можна назвати районом з багатою військовою історією.

Історія Путивля виявилася багатою на військові події. Численні об'єкти історико-культурної спадщини на території краю розповідають про Смоленську війну та Другу Світову війну у вигляді залишок фортець, оборонних валів, могил, пам'ятників і пам'ятних знаків полеглим воїнам та односельцям, місць розстрілів чи боїв. Ці ресурси можуть слугувати базою для розвитку, в першу чергу, військово- історичних маршрутів.

Військово-історичні екскурсії передбачають відвідування місць, де відбувалися значимі військові події, з показом військово-інженерних споруд – фортець, башт, бастіонів, земляних валів. Даний вид екскурсій включає відвідування місць військових битв, пам'ятних меморіалів, музеїв історії та краєзнавства, для всіх зацікавлених світовою історією і культурою, а також для ветеранів, родичів загиблих воїнів; відвідування існуючих і історичних військових об'єктів і полігонів, бойових морських кораблів, підводних човнів, катання на військовій техніці, стрілянина з гвинтівок на полігонах і в тирах, участь у військових навчаннях і маневрах, фестивалях, відвідування військових концтаборів і в'язниць. Екскурсії можна поділити на підвиди: відвідування історичних місць і музеїв; стрільба з різних видів зброї, стрітбол або пейтбол; відвідування магазинів зброї, життя в армійських умовах і участь в програмах військової підготовки, скаутинг, відвідування різних об'єктів і полігонів, катання на військовій техніці, польоти на військових літаках і вертольотах; відвідування місць бойових дій, участь в реконструкціях знаменитих битв [4].

Путивль належить до найстародавніших міст України. Місцевість, у якій розташований Путивль, з давніх часів була контактною зоною для чисельних культур і народів.

При розробці історичних маршрутів слід звернути свою увагу на наступні історичні об'єкти.

Державний історико-культурний заповідник в. Путивлі. До складу заповідника входять: музей «Слово о полку Ігоревім», Молчанський жіночий і Софроніївський чоловічий монастирі, Городок – дитинець Путивля, музей зброї і військової техніки, парк радянського періоду в Спадщанському лісі, музей горюньськими культур в Н. Слободі.

Особливу увагу слід приділити Спадщанському лісу. В якому знаходиться: музей під відкритим небом де представлена військова техніка, і меморіали та пам'ятні знаки, і цінні експонати – особисті речі партизанів, зброї [3].

На під'їзді до Спадщанського лісу встановлено пам'ятний знак «П'ять багнетів» – символ об'єднання п'яти партизанських загонів Сумщини.

У глибині лісу – Алея Героїв, відкрита у 1985 році на честь десяти партизанів-ковпаківців, удостоєних звання Героя Радянського Союзу, а також величний монумент «Партизану Великої Вітчизняної війни», встановлений у 1966 році.

Відвідувачі мають змогу простежити шлях партизанського з'єднання від Спадщанського лісу до далеких Карпатських гір. Поряд з музеєм встановлено 76-мм гармату, що була на озброєнні партизанського загону.

Неподалік знаходиться корпус німецького танка, захопленого ковпаківцями під час бойової операції 19 жовтня 1941 року. Про бій з двома танками нагадує пам'ятний знак, встановлений на узбіччі дороги, яка веде до укріп-району.

У партизанському укріп-районі налічується 9 землянок, які були пристосовані для житла та оборони: землянка штабу, санчастини, кухні, розвідників, мінерів, 2-ї, 4-ї, 5-ї опер груп; окремо, на відстані близько 2 км, знаходиться землянка Сидіра Ковпака. Біля землянки санчастини – братська могила 14 партизанів [5].

Також у Спадщанському лісі відкрили Парк радянського періоду, де височіють пам'ятники видатних постатей СРСР. Це перший в Україні та четвертий парк радянського періоду у світі. Їх мета – переосмислення та вивчення історії.

Музей зброї та військової техніки. В музеї представлено 33 експонати техніки, які відносяться до різних родів і видів військ. Музей зброї та військової техніки було відкрито в Спадщанському лісі в 2008 році. Експонати музею – це артилерія, бронетехніка, авіація, протиповітряна оборона тощо. Період їх створення та випуску – 30 – 80-ті роки ХХ століття.

Не слід забувати і про місто. Конотоп. Особливої уваги заслуговує Конотопський музей авіації під відкритим небом. У музейній експозиції виставки просто неба представлені 6 радянських гелікоптерів, розроблених ДКБ імені М. Л. Міля, кожен з яких має свої особливості. В ході екскурсії туристам дозволяється відвідувати кабінку літака.

Всі перелічені об'єкти Сумщини доцільно буде використати при створенні військово-історичних маршрутів. А використовуючи та інші історичні об'єкти з даванням цікавих легенд до розповіді можна створити цікавий і унікальний маршрут який би перевернув увагу не тільки місцевих споживачів, а й туристів із закордону.

Слід відокремити різні аспекти які належать військово-історичний туризм, а саме по тимчасовому аспекту найчастіше є короткочасним, рідше зустрічаються тури більш тривалого терміну (від 10 днів і більше) і середньострокові тури. Використання транспортних засобів, які задіяні в ході подорожі – це авіаційний, залізничний (значно рідше) і автобусний. Авіа

і ж/д перевезення здійснюються до основного пункту призначення, а в перебігу самого туру використовується автобусний вид транспорту або піший, для пересування туристів між об'єктами. За видами сезонності військово-історичний туризм є постійним або цілорічним, тобто турист може відвідувати військово-історичні будь-який зручний для себе час, час року. Вікова категорія для даного виду туризму не має обмежень, проте в більшості випадків даний вид туризму розрахований на молодь (школярів і студентів), які цікавляться історією, традиціями і побутом своїх предків, так і для більш вікової категорії туристів, що мають різну мотивацію, родичів загиблих воїн і учасників бойових дій.

Отже, ознайомившись, хоча і з неповним переліком історико-культурних ресурсів Сумської області слід зауважити той факт, що вони є достатньо потужною базою для розвитку військово-історичного туризму у контексті загальної індустрії туризму, що є важливим чинником забезпечення сталого розвитку району та області в цілому.

Розробка маршрутів даної тематики дасть можливість формувати у туристів почуття гордості за героїчні вчинки їх пращурів, залучати їх до пошукової роботи з відновлення забутих імен, військових подій, захисних споруд, популяризувати здобуту інформацію серед своїх колег та друзів, адже історичні об'єкти, традиції стають справжніми символами Батьківщини лише тоді, коли перетворюються на об'єкти гордості для громадян держави, регіону, міста тощо.

Військово-історичні маршрути також покликані створювати підґрунтя для осмислення сутності сучасних військових подій та конфліктів.

Список використаних джерел

1. Маслюкова Т. А. Экскурсоведение. Методика подготовки и проведения экскурсий; Учебное пособие Издательство ЮРГУЭС, 2003 г. 68 с.
2. Савина Н. В. Экскурсоведение: учебно-практическое пособие. Минск: Политиздат, 2003. 430 с.
3. URL: <http://sumykhimprom.com.ua/putivlshhina-muzej-partizanskoyi-slavi-spadshhanskij-lis-fotochelendzh-pejzazhi-sumihimpromu/>
4. URL: <http://studbooks.net/43559/turizm> Военный туризм (военный туризм, милитари туризм, оружейный туризм) Современные разновидности туризма
5. URL: https://www.tripadvisor.ru/Tourism-g7217918-Putivl_Sumy_Oblast-Vacations.html

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ І ПРОВЕДЕННЯ АВТОБУСНИХ ЕКСКУРСІЙ

В даній статті розглянуто особливості проведення автобусних екскурсій по заміських і міських маршрутах. Проаналізовано науково-методичну і спеціальну літературу з метою визначення популярності автобусних екскурсій серед туристів. Висвітлено особливості проведення екскурсиводом екскурсій по заміських і міських маршрутах.

Ключові слова: екскурсія, екскурсивод, екскурсант, автобусні екскурсії.

В данной статье рассмотрены особенности проведения автобусных экскурсий по загородных и городских маршрутах. Проанализировано научно-методическую и специальную литературу с целью определения популярности автобусных экскурсий среди туристов. Освещены особенности проведения экскурсоводом экскурсий по загородных и городских маршрутах.

Ключевые слова: экскурсия, экскурсовод, экскурсант, автобусные экскурсии.

This article discusses the features of bus tours on suburban and urban routes. Scientific-methodical and special literature is analyzed in order to determine the popularity of bus tours among tourists. The peculiarities of the guide's excursions on suburban and city routes are covered.

Keywords: excursion, guide, tourist, bus tours.

Постановка проблеми. З початку 2000-х років автобусні екскурсії по Україні почали набирати популярність серед населення. Наприклад у 2001 році загалом всі екскурсії почали набирати обертів серед історичних пам'яток культури.

Екскурсія – колективне відвідування певного об'єкту з пізнавальною чи навчальною метою для загального культурного розвитку.

Автобусні екскурсії зацікавлюють більшу аудиторію населення, а саме – студентів, учнів, сільських мешканців та інших груп населення. З року в рік тематика автобусних екскурсій збільшується та розкриває нові горизонти для пізнання чогось нового та незбагненого.

Мета роботи. Зробити теоретичний аналіз екскурсійних автобусних маршрутів по заміських та міських маршрутах.

Виклад основного матеріалу. Історія виникнення будь-якої екскурсії загалом, уже понад 200 років. Загалом екскурсійну справу можна поділити на 9 етапів (таблиця 1).

Сучасна екскурсія є цілеспрямованим ознайомленням екскурсантів із пам'ятками історії, культури, природи, місцями історичних подій, предметами, процесами тощо під керівництвом спеціально підготовленого фахівця – екскурсивода.

Короткий опис 9 етапів.

Етапи	Опис
1-й етап (друга половина XVIII – перша половина XIX ст.)	Проводять перші екскурсії, екскурсійні прогулянки на природу для учнівських груп. Ініціаторами проведення даних екскурсій стали вчителі.
2-й етап (середина – кінець XIX ст.)	Запровадженню освітніх екскурсій в Україні значною мірою сприяло вивчення демократичною українською інтелігенцією кращого досвіду у цій справі низки європейських держав.
3-й етап (90-і рр. XIX ст. 1918 р.)	Особливою популярністю на той час користувалися спеціалізовані екскурсії – ботанічні, геологічні, археологічні.
4-й етап (1919-1927 рр.)	Масовий науково-екскурсійний рух, що сприяв розвитку вітчизняних традицій екскурсійного обслуговування.
5-й етап (1928-1941 рр.)	Утворення перших радянських туристичних організацій: УМПЕТ (1928-1930 рр.), ВАТ «Інтурист» (1929 р.), Укртуре (1930-1935 рр.), Центральна дитяча екскурсійно-туристська станція (1930 р.), ТЕУ ІЦРПС (1936-1941 рр.), Об'єднане екскурсійне бюро НКО РСФРР (1926-1928 рр.), «Радтур» (1928-1930 рр.).
6-й етап (1946-1968 рр.)	Відбудова екскурсійних установ, зростання їхньої матеріально-технічної бази, розширення мережі екскурсійних об'єктів.
7-й етап (1969-1986 рр.)	Посилення екскурсійної роботи, що було викликано умовами суспільно-політичного життя України, в якому відбуваються серйозні зміни.
8-й етап (1987-1990-і рр.)	Екскурсійні установи переходять на самофінансування та госпрозрахунок.
9-й етап (кінець 90-х рр. XX – початок XXI ст.)	Відбуваються певні зрушення і в сфері екскурсійної діяльності. Починає активізувати екскурсійну діяльність правонаступник УРПТЕ - ЗАТ «Укрпрофтур», створене у 1991 р.

Важливу роль відіграє методика проведення екскурсії. Готуючись до неї, необхідно враховувати такі чинники: час проведення екскурсії; вікові особливості екскурсантів; ступінь їх проінформованості; мета проведення екскурсії. Ці чинники брали до уваги під час класифікації екскурсій. Вона дає змогу визначити теоретичний рівень матеріалу та послідовність його подання [3].

Будь-яка екскурсія – це можливість урізноманітнити повсякденне життя різнокольоровими барвами та вибуховими емоціями. Кожна наша подорож хоч і не велика за часом, проте, вона надає нам моральне збагачення. Тому екскурсоводи виділяють, такі види демонстрації екскурсії (таблиця 2).

Лише завдяки слову, показ набуває змісту. Тому розповідь є основною ланкою процесу пізнання на екскурсії. Вона допомагає екскурсантам побачити все в потрібному світлі, надає відомості про об'єкт, дозволяє дізнатися про пов'язані з ним події. Розповідь не може існувати незалежно від показу, її зміст підпорядковується всьому, що буде побачене на екскурсії.

Нею не потрібно зловживати, щоб не перетворити екскурсію на лекцію під відкритим небом.

Таблиця 2

Види показу автобусної екскурсії

№	Види показу	Рекомендації
1	Під час руху	Автобус їде зі швидкістю 50 - 60 км/год, екскурсвод коментує те, що видно з вікон транспортного засобу.
2	Спостереження з вікон	В автобусі під час руху зі значним уповільненням або зупинкою біля об'єктів. Це забезпечує лише поверхневий огляд пам'яток, тому такий показ підходить тільки для додаткових об'єктів;
3	З виходом екскурсантів з автобуса	У цьому випадку відбувається повноцінний показ, характерний для екскурсійного пізнання основних об'єктів.

Особливе місце в екскурсійній діяльності займає міська оглядова екскурсія. Міста як історично сформовані центри промисловості, культури, науки представляють надзвичайно широкі можливості для екскурсійної роботи. Тематику міських екскурсій визначають характерні риси розвитку міста, його минуле і сьогодення. У містах, що мають давню історію, пам'ятники визвольної боротьби і військово-історичного минулого, багаті наукові і культурні традиції, видатні архітектурні споруди, розвинену індустрію, тематика екскурсій ширше і різноманітніше, ніж в невеликих містах або містах-новобудовах. Одна екскурсія по Львову, наприклад, може досить повно познайомити з цим чудовим заповідником архітектури. Чи потрібно переконувати, що для поглибленого знайомства, наприклад, з Харковом однієї екскурсії недостатньо.

Таким чином, ніякого стандарту в тематиці екскурсій, однаково придатних для всіх міст, не існує. Критерій тут може бути тільки один – екскурсії в своїй сукупності повинні відображати найбільш істотні сторони життя міста, його історії і сучасного стану. Ще більш важливим є питання про типологію екскурсій [2].

На автобусних екскурсіях, насамперед на заміських маршрутах, постає завдання показати об'єкт під час руху. Це найчастіше відбувається при наданні шляхової інформації. Складність тут у тому, що пам'ятка перебуває в полі зору лічені секунди. Тому при показі за таких умов необхідно заздалегідь підготувати екскурсантів до сприйняття того, що незабаром промайне перед їхніми очима. Потрібно завчасно надати екскурсійну довідку, зорієнтувати групу на те, де буде видно об'єкт і за якими характерними рисами його можна розпізнати. Тут екскурсійна методика вивертається «навиворіт»: спочатку йде розповідь про об'єкт і лише потім він показується [5].

На ефективність проведення екскурсії впливають не тільки методи

показу та розповіді, але й технічні прийоми, що застосовуються екскурсоводом на маршруті.

Для екскурсантів вона зазвичай становить найбільший інтерес, так як дозволяє за короткий термін ознайомитися з основними сторінками історії міста, своєрідністю його сучасного вигляду. В цьому і полягає перша і головна трудність. Як вмістити величезний матеріал, який пов'язаний з містом, в одну екскурсію? Що необхідно показати, з чим познайомити екскурсантів в обов'язковому порядку? Що можна опустити?

У кожній екскурсії екскурсовод повинен домогтися того, щоб зв'язок між історією та сьогоденням життя міста була природною і органічною. Цей зв'язок покликаний служити більш глибоким осмисленням теоретичних положень і найбільш правильному підходу до вирішення сучасних практичних завдань.

Вирішення цих непростих питань ускладнюється ще й тією обставиною, що для більшості туристів, оглядова екскурсія може виявитися єдиною зустріччю з містом, і надмірно лаконічною, неповний показ і розповідь можуть дати викривлене уявлення про нього.

Ефективність будь-якої екскурсії визначається не лише вибором об'єкта, розробкою маршруту, знаннями екскурсовода, але і хорошим володінням їм технікою ведення екскурсії. Від цього залежить забезпечення чіткого порядку на екскурсії, створення сприятливих умов для сприйняття матеріалу. Техніка ведення екскурсії є складовою частиною професійної майстерності екскурсовода, практичним проявом його якостей як керівника екскурсійної групи.

Вони охоплюють такі складові його діяльності: знайомство з групою, робота в автобусі, пересування пішохідними ділянками маршруту, розміщення групи біля об'єкта, дотримання часу проведення екскурсії, відповіді на запитання, використання експонатів з «портфеля екскурсовода».

Знайомство екскурсовода з групою. Екскурсовод, зустрівшись із групою, розпочинає з того, що знайомиться з нею: вітає присутніх і відрекомендується, називає туристичну фірму, яка організовує екскурсію, знайомить групу з водієм автобуса.

Після знайомства виголошується вступне слово, тобто надаються інформаційні вказівки: називається тема екскурсії, перераховуються найцікавіші об'єкти на маршруті, зазначається його тривалість і протяжність. Завершується вступ тим, що група ознайомлюється з правилами поведінки на екскурсії.

Вихід з автобуса та повернення в салон. На зупинках, де передбачений вихід із автобуса для огляду об'єктів, екскурсовод першим залишає салон і очікує трохи осторонь на групу [4].

Робота екскурсовода в автобусі. Головною особою в салоні автобуса є екскурсовод. Проте всі свої дії, пов'язані з режимом руху на маршруті, він

заздалегідь узгоджує з водієм. При зустрічі з групою в автобусі, екскурсовод ще до початку руху виголошує вступ, стоячи в передній частині салону обличчям до людей. Потім він займає своє робоче місце спереду праворуч за напрямком руху.

Розповідь екскурсовода в салоні автобуса передбачає використання мікрофона. Невміння з ним працювати може звести все нанівець. Мікрофони бувають різні й кожен треба випробувати в роботі, налаштувати під себе. Тому тестувати їх потрібно заздалегідь, а не в присутності екскурсантів. Треба пам'ятати, що звук, переданий підсилювачем, менш розбірливий, а тембр голосу часто спотворюється. Часом виникають додаткові шуми, що заважають сприймати слова екскурсовода.

Дотримання часу проведення екскурсії однією з головних умов, що має виконуватися екскурсоводом. Ознайомлення з об'єктами чи пересування між ними повинно тривати рівно стільки, скільки зазначено в методичній розробці екскурсії. Для цього на маршруті треба час від часу дивитися на годинник, аби пересвідчитися, що все відбувається «за планом». Кожен екскурсовод повинен знати хронометраж свого маршруту, тобто пам'ятати, у який час, де він має знаходитися, що показувати та говорити.

Паузи в екскурсіях. Екскурсовод не повинен говорити безупинно. Між окремими підтемами та основними питаннями, при пересуванні ділянками маршруту, де відсутні об'єкти показу, та за інших обставин можливі невеликі перерви.

Перерви мають технологічний характер і надаються для задоволення особистих потреб екскурсантів, зокрема для перепочинку. Це особливо важливо на тривалих замських маршрутах для тих, хто ще не звик до такої активної форми культурно-просвітницької роботи, як екскурсія. Більш-менш тривалі перерви робляться для санітарних пауз, придбання сувенірів і місцевих товарів та з іншою метою. Такі паузи навіть передбачають, що група може розійтись, наприклад, по торговельному центру [1].

Показ «портфеля екскурсовода». Ілюстрації з «портфеля екскурсовода» використовуються під час огляду об'єкта як додатковий матеріал (портрет автора пам'ятки, фотографія первісного вигляду будинку тощо). Вони можуть слугувати основним наочним матеріалом на ділянках маршруту, позбавлених об'єктів показу по темі екскурсії [2].

Висновки. Отже, основною особливістю проведення автобусного маршруту полягає, в тому що потрібно швидко проводити екскурсії та при цьому чітко та зрозуміло для екскурсантів. Також завдяки автобусу можна дістатись видатних місць і при цьому не витратити час на ходіння пішки і через, який можна продивлятися архітектуру міст.

Список використаних джерел

1. Александров Ю. Н. Подготовка экскурсии: Москва, 2005.
2. Долженко Г.П. Экскурсионное дело: Москва, 2005. 304 с.

3. Кайманова Т.А. Экскурсоведение: Пенза, 2004. 185 с.
4. Степанов М. Що заважає розвитку автобусного туризму. Турбізнес. 2006. №7 С. 33-34
5. URL: <https://tourlib.net>

Д. Ю. Лазня, В. С. Павленко
Сумський державний педагогічний
університет імені А. С. Макаренка
dashalaznia@gmail.com, vikap2989@gmail.com

КРАЄЗНАВСТВО ЯК ОСНОВА ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ЕКСКУРСІЙ

В статті говориться про краєзнавство, як науку, яка дає змогу пізнати середовище, яке нас оточує, описує та досліджує певну територію з різних точок зору: географії, геології, метеорології, рослинного і тваринного світу, населення, господарства, історії, культури, тощо. А також потенціал краєзнавчої екскурсії для розвитку і розширення світогляду людини.

Ключові слова: краєзнавство, екскурсія, історія, розвиток, світогляд, тур.

В статье говорится о краеведение, как науке, которая позволяет познать среду, что нас окружает, описывает, исследует определенную территорию с различных точек зрения: географии, геологии, метеорологии, растительного и животного мира, населения, хозяйства, истории, культуры и тому подобное. А также потенциал краеведческой экскурсии для развития и расширения кругозора человека.

Ключевые слова: краеведение, экскурсия, история, развитие, кругозор, тур.

The article speaks of local lore as a science that allows us to know the environment that surrounds us, describes and explores a certain area from different points of view: geography, geology, meteorology, flora and fauna, population, economy, history, culture, etc. As well as the potential of local history tours for the development and expansion of human horizons.

Keywords: local lore, excursion, history, development, outlook, tour.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Велика кількість науковців досліджують туризм як одне ціле з краєзнавством й висловлюються, що тільки поєднавши ці два компонента можливо створити гідний спосіб швидко і доступно опанувати знання про свій край. Але з нещодавніх робіт хотілось би виділити праці таких людей, як Брижак Н. Ю. «Краєзнавча та туристична робота» в робочій програмі навчальної дисципліни висвітлює туристичне краєзнавство як важливу частину шкільного життя [1]. О. І. Лугова, С. І. Попович (м. Київ) «Туристичне краєзнавство як напрям загального краєзнавства України: питання теорії та генези» в своїй книзі надає змогу зрозуміти всі нюанси введення екскурсій з елементами краєзнавства і їх вплив на людину [3].

Постановка проблеми. Сьогодні людина зіткнулася з проблемою, яка з кожним роком становиться все більш явною, погане знання історії власного краю в якому вона проживає не один рік свого життя. Після проведення власного дослідження де приймало участь десять осіб різної вікової категорії, шість з них не знали історії свого краю. В ході експерименту стало зрозуміло, що люди які не мали можливості відвідувати краєзнавчі екскурсії показували найгірші показники. Тож проблема, яку висвітлена в цій статті – користь краєзнавчої екскурсій для розширення кругозору людина.

Виклад основного матеріалу. Краєзнавство – одна з найвідоміших видів пізнання країни шляхом комплексного вивчення її окремих регіонів, місцевостей, малих територій. В основі краєзнавства лежить давній інтерес людини до свого краю, його природи, історії, побуту та традицій своїх земляків. Тому краєзнавство виникло значно раніше, ніж сформувалося в окрему дисципліну. У процесі розвитку воно пройшло складний шлях від скупих краєзнавчих відомостей, що вміщувалися в літописах, до комплексних краєзнавчих описів окремих місцевостей, наукових краєзнавчих досліджень. Учені тільки з кінця ХІХ ст. почали звертатися до теоретичного осмислення й ідентифікації дисципліни, яка займається вивченням рідного краю. Термін «краєзнавство» вперше з'являється в працях західно-українських вчених в останній чверті ХІХ століття [1].

Саме Краєзнавство займається пізнанням рідного краю в рамках населеного пункту (міста, села, окремого поселення), адміністративно-територіальної одиниці (області, району), історико-географічного регіону (Карпати, Волинь, Поділля, Крим та ін.). Що ж саме є предметом краєзнавчого вивчення в тій чи іншій місцевості? Академік Д. С. Лихачов, висвітлив, що краєзнавство, поєднує в собі відомості природознавчі, історичні, мистецтвознавчі, з історії літератури, науки тощо. Об'єднуючий фактор полягає у тому, що вся ця інформація належать до однієї місцевості [1].

Отже, суть краєзнавчого дослідження є природа, корисні копалини, рослинний і тваринний світ, історія, архітектура, мистецтво, історико-культурні пам'ятки тощо. Особливу цікавість для краєзнавства становить життя людей, які населяють той чи інший край, їх етнічна приналежність, традиції, звичаї, побут, видатні політичні, культурні діячі, які там народилися, жили, творили, залишили свій слід в історії.

До краєзнавства залучаються різні наукові дисципліни – географія, геологія, економічні науки, історія. Тож говорячи про пізнання рідного краю потрібно розуміти, що існує багато способів і варіантів в придбанні той чи інший інформації про історію краю який цікавить людину, але в ході дослідження стало зрозуміло, що саме така форма пізнання як екскурсія являється найбільш поширеною і цікавою для всіх вікових категорій. В результаті опитування 2019 року університетом імені Драгоманова в місті Київ виявилось, що 75 чоловік зі 100 обирають придбання нової інформації

через екскурсію. Тому особливо важливо розвивати саме цю форму вивчення регіону

Краєзнавство і туризм. Таке об'єднання є цілком зрозумілим, бо краєзнавство, подорожі, екскурсії, а згодом і туризм вже дуже давно стоять поруч та тісно переплітаються одне з одним спільним бажанням пізнати навколишній світ, свій рідний край, свою Вітчизну. Туризм, а власне, його зародкові форми, виникли разом із краєзнавством, були його частиною. Тому аби зрозуміти, що собою являє туристичне краєзнавство, слід, насамперед, познайомитись з початковим етапом їх розвитку. Авторитетний теоретик краєзнавства О. С. Барков вважав краєзнавство комплексом наукових дисциплін, що є різними за змістом і окремими методами дослідження, але приводять у своїй сукупності до наукового та всебічного пізнання краю (1949р.) [3].

Краєзнавство розглядалося як метод синтетичного вивчення будь-якої більш-менш самобутньої території, що виділяється за адміністративною, політичною, господарською чи іншою ознаками. К. Ф. Строев стверджував, що краєзнавство – це всебічне вивчення місцевими силами певної території краю, яке здійснюється на наукових засадах (1967). Академік П. Т. Тронько розглядав краєзнавство як науку, предметом якої є вивчення рідного краю: соціально-економічний, політичний, історичний та культурний розвиток мікрорайону, села, міста, району, області, природних умов тощо (1969). У наступні роки багатозначність поняття «краєзнавство» посилюється, що викликає необхідність кожного разу уточнювати його сенс. Наразі є близько 100 авторських визначень цього поняття, однак жодне з них не стало загальноприйнятим [2].

Саме краєзнавство, зважаючи на всебічне вивчення краю, може показати його специфічне «обличчя», виявити його особливості, своєрідність і разом з тим органічну єдність з іншими територіями та країною в цілому. Ця ознака залишається актуальною і за сучасних умов, оскільки підкреслює системність, інтегрованість краєзнавчого знання. Усебічне вивчення краю забезпечується сукупністю аспектичних досліджень, предметом яких є окремі сторони «життя» краю. Краєзнавство є поліфункціональною діяльністю. Історично склалися такі його функції: навчально-виховна, комунікаційна, соціокультурна, рекреаційна, просвітницька, а також сприяння науковій, виробничій, економічній, екологічній, освітній та дозвільній діяльності.

Краєзнавство сприяє:

- соціальному, економічному та культурному розвитку краю;
- охороні та раціональному використанню природних багатств і культурної спадщини краю;
- поширенню краєзнавчих знань для досягнення освітніх, самоосвітніх, пізнавальних і виховних цілей;

- формуванню національної самосвідомості, вихованню поважного ставлення до історії та культури краю; розвитку творчих здібностей особистості на базі місцевих традицій народного та професійного мистецтва. Зважаючи на значний пізнавальний і соціокультурний потенціал та духовну сутність, краєзнавство отримало назву найпатріотичнішої галузі наукової і практичної діяльності.

Звернемо увагу на те, що таке екскурсія і чому саме через такий вид подана інформація засвоюється краще.

Екскурсія – це цілеспрямований, наочний процес пізнання навколишнього середовища. Цей процес будується з використанням заздалегідь відібраних об'єктів, що знаходяться в природних умовах, і проходить під керівництвом кваліфікованого фахівця-екскурсовода згідно заздалегідь визначеною тематикою [4].

У практично-прагматичному сенсі екскурсія передбачає відвідування об'єктів і місцевостей, ознайомлення з допомогою екскурсовода з визначними пам'ятками і явищами в розвитку певного міста чи регіону.

Під час екскурсія людина сприймає інформацію не як навчання, а як відпочинок під час якого ви оглядаєте предмети культури, антропогенні та природні пам'ятки, художні твори чи витвори мистецтва. Цей процес сприймається як розвага, за рахунок цього ця інформація дуже добре засвоюється усіма віковими категоріями, тому розвиток такого способу окультурення та навчання народу дуже перспективний.

Висновки. З вище сказаного можна сказати, що «краєзнавство» дуже цікава і різноманітна наука, вона надає багато інформації, яку потрібно знати для власного розвитку, однак ця галузь не досить популярна і задля вивчення такого роду інформації необхідно розвивати екскурсійні тури, де все буде сприйматися на більш доступному рівні. Разом з окультуренням ми будемо розвивати туристичну інфраструктуру в Україні.

Список використаних джерел

1. Брижак Н. Ю. Краєзнавча та туристична робота. Посібник. Мукачєво. Видо-во «Кафедра педагогіки та методики початкової освіти». 2012 рік. 10 с.
2. Л. Соловей Туристично-краєзнавча робота в загальноосвітніх і позашкільних навчально-виховних закладах України (60 - 80-ті рр. ХХ ст.) Посібник. Київ. 2011. 87 с.
3. Туристичне краєзнавство як напрям загального краєзнавства України: питання теорії та генези. URL: http://reposit.uni-sport.edu.ua/bitstream/handle/787878787/828/Rozdil_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
4. Туристичне краєзнавство. URL: <http://lib.pnu.edu.ua/read.php?id=2177>

Д. О. Литвиненко, Д. Р. Мозгова
Сумський державний педагогічний
університет імені А. С. Макаренка
d.r.abramitova@gmail.com

УМОВИ ТА РЕСУРСИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В АВСТРАЛІЇ

У даній статті досліджено умови та ресурси що спонукають до розвитку туризму в Австралії. Автором розглянуто видатні місця, архітектурні пам'ятки, природні ресурси, особливості. А також визначемо потенціал розвитку даної країни в туристичному плані.

Ключові слова: туризм, туристичний ринок, рекреація, Австралія.

В данной статье исследованы условия и ресурсы побуждающих к развитию туризма в Австралии. Автором рассмотрены выдающиеся места, архитектурные памятники, природные ресурсы, особенности. А также определим потенциал развития данной страны в туристическом плане.

Ключевые слова: туризм, туристический рынок, рекреация, Австралия.

This article examines the conditions and resources that encourage tourism development in Australia. The author considers outstanding places, architectural monuments, natural resources, features. And also determine the potential for development of this country in terms of tourism.

Key words: tourism, tourist market, recreation, Australia.

Постанова проблеми. З розвитком суспільного виробництва, його інтенсифікацією зростає роль організації відпочинку для регенерації та розвитку життєвих сил людини, витрачених у процесі праці. Для цього необхідне сполучення певних умов та ресурсів, а також організація їх використання. Австралія є привабливими напрямками міжнародного туризму. Дана країна має багато видів рекреаційних ресурсів. Однак значна віддаленість усе ще не дає змогу цьому регіону перетворитися на одну з найпотужніших дестинацій туризму нашої планети.

Аналіз досліджень і публікацій. Аспекти розвитку туристичного потенціалу Австралії частково розглянуті в підручниках та навчальних посібниках з рекреаційної географії та туристичних ресурсів світу таких авторів як: П. О. Масляк та І. В. Смаль, але дане питання не повністю досліджене і потребує подальшого вивчення.

Мета статті: дослідити та проаналізувати розвиток туризму в Австралії виявити проблеми та перспективи розвитку.

Для початку нам потрібно ознайомитися з географічним розташуванням Австралії. Це – країна-материк, що знаходиться в південній півкулі максимально наближено до лінії екватора. Можна чітко виділити чотири кліматичні зони Австралії. На сході – вологий, на півночі – зона екваторіального клімату, на південному заході та південному сході – субтропічний морський клімат, на всій іншій території переважає тропічний

континентальний сухий, або вкрай сухий клімат. Такі умови сприяють розвитку та підтриманню тваринного та рослинного різноманіття. І не дивно, адже саме в Австралії можливо віднайти унікальні види, котрі ви не зможете віднайти в будь-якій точці земної кулі. Із сторінок історії можна дізнатися, що Австралія – колишня колонія Британії. Станом на сьогодні політичний устрій в Австралії – конституційна монархія, система якої базується на основах федералізму і парламентської демократії. Столиця базується в місті Канберра. Найбільшим містом являється Сідней, яке по сумісності являється найстарішим. Саме з Сіднея можна порадити починати свою туристичну подорож Австралією. Навіть не виїжджаючи з міста можливо оглянути декілька цікавих місць. І почнемо ми нашу подорож з оперного театру – візитної картки міста. Його, мабуть, здатен впізнати кожен. Театр був відкритий до 1973 року і став, неофіційно, найбільш нетиповою та футуристичною спорудою в світі. Для українського туриста приємною новиною може стати те, що прим'єрною постановою тут була опера нашого співвітчизника С. Прокоф'єва «Війна і мир» [3].

Також туристи можуть відвідати королівський ботанічний сад де зібрані понад 7500 видів унікальних рослин, більшість з яких являються реліктовими і ви більше ніде не зможете їх побачити. Але і не тільки флорою багате це місце, деякі представники тваринного світу також облюбували це місце. Якщо ж ви зголодніли – до вашої уваги Дарлінг Харбор. Цей старинний порт має свою унікальну атмосферу, здатен похизуватися мальовничими хмарочосами, а також порадувати вас різноманітними кафе, ресторанами, барами. Для любителів історії слід приділити окрему увагу Австралійському музею. Саме тут ви зможете ознайомитись зі сторінками історії даної країни і не тільки. Для любителів шопінгу і споглядання архітектурних споруд знайшлася подвійна пропозиція – Будинок Королеви Вікторії. У цьому старинному відреставрованому місці розташовані найдорожчі бутики та магазини. Хоча Католицизм і не переважає в Австралії, але Сідней здатен похизуватися мальовничим Собором Діви Марії. Хоча й будівництво цього собору завершилося на початку 21 століття, але монументальність даної споруди дійсно вражає, ну і звісно ж непередаваний дух готичності котрий навіває інтер'єр та екстер'єр собору. А наостанок можна відвідати екскурсію по Сіднейській обсерваторії, де вам розкажуть багато цікавого про це видатне місце. Але не слід витратити всю енергію вдень, адже ви потім пропустите чи не найцікавішу частину Сіднея – нічне місто. Кожен хто портапив сюди зобов'язаний прогулятися нічними вулицями, адже справжня краса і романтика відкривається сам тут. Вдень від вашого погляду сховані неймовірні миготливі вогні міста, що заворожують і залишаються в пам'яті назавжди. Ну і нарешті зі спокоєм на душі ви можете покинути це чудове місце. Але перш за все не слід нехтувати допомогою гідів, адже одночасно з красою цієї країни тут таїться надзвичайна небезпека: гігантські павуки, ядовиті змії і ще купа інших тварин

та комах з якими не слід зустрічатися сам на сам [2].

До уваги відвідувачів цієї країни постає два заповідники: «Гілсвілл» та «Лоун Пайн Коала». Що ж може зацікавити допитливого туриста в першому з них? Перш за все, заповідник «Гілсвілл» здатен представити 13 видів ссавців, до яких входять: щіткохвостий наскельний валабі, собака динго, тасманський диявол, кенгуру рудий, деревні кенгуру, качкодзьоб та інші. Серед птахів ви можете зустріти тут: страуса емо, лірохвоста, декілька видів какаду, та інші. Ці тварини являються унікальними, і побачити їх можна лише на цьому континенті. Інший заповідник з поміж вже згаданих видів здатен запропонувати знайомство з 130 особинами коал. Це найбільший заповідник з цими тваринами у світі [4].

Але вище перераховані пропозиції, звісно, підійдуть не кожному. Адже потрібно володіти неймовірною витривалістю щоб подолати такі випробування. Та й звісно ж, не треба забувати що існують любителі більш пасивного способу відпочинку. Адже не слід забувати що Австралія – країна-материк, в результаті чого вам відкривається неймовірна можливість побувати на більш ніж 10000 пляжів, кожен з яких славиться своєю унікальністю та красою. Погодьтеся, проводити дозвілля на березу Тихого океану і час від часу виходити на катері подалі від берегу – доволі приваблива пропозиція.

Постає питання що робити «особливій» касті туристів, мова звісно йде про любителів екстриму? Місцеві вигадали дещо цікаве і для них. Колишні рибалки, котрі вже давно відійшли від промислу пропонують екстримальне полювання на акул. Звісно не кожен наважиться з вудилищем в руках поборотися з одним із найнебезпечніших хижаків океану. Але є й інша пропозиція котра також пов'язана з акулами. Вам надається можливість поплавати поруч з цими доісторичними, і не десь в басейні, а прямо в ареалі їх існування, звісно в клітці. Тут ви зможете якнайближче ознайомитись з процесом полювання акул, а також зробити декілька гарних фото на пам'ять.

Ну а для тих хто любить екстрим і знатно походити – існують тури на Австралійські Альпи. Цей гірський масив протяжністю близько 3000 м хоч і не здатен вразити неймовірними висотами, але краєвиди там – те що треба.

З усього вище сказаного можна зазначити що побувати в Австралії випадає не кожному, але все ж якщо ви наважилися поїхати в цю чудову країну – затримайтесь там на довше. Адже немає сенсу їхати сюди менш ніж на два тижні, ви просто не встигнете відчувати справжню насолоду від перебування тут.

Зараз Австралія має високорозвинену економіку, за своїм рівнем зіставну з економікою західноєвропейських країн. В останні роки до одного з перспективних секторів економіки Австралії можна віднести туризм.

Розвитку туристичного ринку Австралії перешкоджає багато проблем:

- *по-перше*, це значна віддаленість Австралії від головних світових центрів цивілізації і високорозвинених країн. Приблизно, 30% і

більше вартості поїздки до Австралії припадає на вартість перевезення. Саме дорожнеча перевезень і зупиняє багатьох потенційних туристів, змушуючи вибирати для відпочинку ближчі до свого місця проживання місця;

- *по-друге*, стереотипи про Австралію: поширена думка про те, що в Австралії нічого немає крім кенгуру, коал, акул і пустель.

Однією із тенденцій розвитку туризму в Австралії є використання диких, незайманих цивілізацією територій. Туристів все більше приваблюють мало-досліджені райони. Так, популярним є ексклюзивний тур до Центральної Австралії, де можна побачити скелю Айрес Рок, складену з особливих геологічних порід червоно кольору тощо[1].

Отже ми визначились, чому ви повинні обрати саме Австралію своєю наступною метою подорожі, що здатна запропонувати українському туристові ця країна. А що ж можна додати ще такого, щоб відпочинок в Австралії став ще більш незабутнім? Особисто я гадаю що місцеві жителі по-максимуму використовують ресурси своєї країни, вони пропонують послуги в абсолютно різних галузях та сферах. Варто лише збільшувати якість сервісу, котрий і так на надзвичайно високому рівні. І лише єдине, що здатне відлякати нашого туриста – ціна подорожі. Адже зараз білет в Австралію являється найдорожчим серед усіх авіабілетів доступних в Україні. Та й сам відпочинок не є дешевою забаганкою. Але все ж якщо вам хочеться нових відчуттів, побачити те, чого немає ніде більше на земному шарі – я раджу вам накопичити достатню суму коштів і насолодитися неймовірним, унікальним, неповторним, захоплюючим відпочинком в Австралії.

Список використаних джерел

1. Александрова А. Ю. Международный туризм: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по геогр. Специальностям. М.: Аспект Пресс, 2001. 464 с.
2. Масляк П. О. Рекреация география: навч. посіб. К.: Знання, 2008. 343 с.
3. Любичева О. О. Ринок туристичних послуг. К.: Альтпрес, 2003. 435 с.
4. Смаль І. В. Основи географії рекреації та туризму: навч. посіб. Ніжин: Вид-во Ніжинського державного педагогічного університету, 2004. 105 с.

В. В. Македон

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

v_makedon@ukr.net

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ПРОЦЕСІВ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ

В статті були обґрунтовані концептуальні положення необхідності формування системного уявлення про особливості процесів розвитку в'їзного туризму. Для розуміння сутнісної характеристики будь-якої системи, включаючи і систему в'їзного туризму, було виявлено напрямки взаємодії елементів, що її формують, а також відповідних підсистем, властивостей, цілей, функцій.

Ключові слова: *в'їзний туризм, системний підхід, туристична інфраструктура, туристичний продукт, туристичний ринок.*

В статье были обоснованы концептуальные положения необходимости формирования системного представления об особенностях процессов развития въездного туризма. Для понимания сущностной характеристики любой системы, включая и систему въездного туризма, было обнаружено направления взаимодействия элементов, которые ее формируют, а также соответствующих подсистем, свойств, целей, функций.

Ключевые слова: *въездной туризм, системный подход, туристическая инфраструктура, туристический продукт, туристический рынок.*

The article substantiates the conceptual provisions of the need to form a systematic view of the peculiarities of the processes of development of inbound tourism. To understand the essential characteristics of any system, including the system of inbound tourism, the directions of interaction of the elements that form it, as well as the corresponding subsystems, properties, goals, functions were identified.

Key words: *inbound tourism, systems approach, tourism infrastructure, tourism product, tourism market.*

Постановка проблеми. Стратегічною метою будь-якої держави є отримання статусу повноцінного члена міжнародного співтовариства, що зумовлює виявлення найбільш ефективних і перспективних секторів економіки, динамічний розвиток яких сприяє не тільки підвищенню соціально-економічного рівня розвитку країни, регіону або окремого підприємства, а й забезпечує їх привабливий імідж і гідне місце на світовому ринку. На сьогоднішній день пріоритет віддається розвитку тих галузей і сфер, які маючи високий економічний потенціал, характеризуються також вираженою соціальною спрямованістю, і пов'язані із задоволенням потреб людей, як матеріального, так і духовного характеру, підвищенням їх життєвого рівня і добробуту. Ця обставина свідчить про зростання значущості туристської сфери в цілому і окремих її видів, зокрема, в структурі національної економіки, ефективність розвитку якої залежить від максимально можливого використання наявного ресурсного потенціалу, що забезпечує досягнення конкурентних переваг і сприяє соціально-економічному зростанню держави.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Окремі проблеми розвитку туризму і його регулювання як в Україні, так і за кордоном представлені в роботах таких вчених як: А. Довгань, О. Мельниченко, Ю. Миронова, С. Неждомінова, В. Орлової, І. Свидрука, Є. Смирнова, В. Шведуна. Але ми можемо констатувати, що в'їзний туризм не тільки є одним з найбажаніших видів туризму та унікальних і популярних видів бізнесу, але і володіє певними перевагами і особливостями, що дозволяють йому бути найбільш стабільним в порівнянні з іншими секторами економіки.

В той же час обсяг в'їзного туризму в Україні зростає недостатньо високими темпами, характерними для європейських країн. І головним чинником, що стримує розвиток туризму України, як і раніше є недостатньо нерозвинена туристська інфраструктура, невисокі темпи розвитку і модернізації її основних елементів: транспортної системи, засобів розміщення та харчування, якості та ціни послуг, що надаються.

Метою роботи є виявлення і рекомендації ряду організаційно-економічних аспектів та практичних рекомендацій щодо розвитку виїзного туризму на засадах системного підходу.

Результати дослідження. Обґрунтування концептуальних положень цього дослідження передбачає необхідність формування цілісного уявлення про особливості процесів розвитку в'їзного туризму. Так в'їзний туризм це складна соціально-економічна система, об'єднана комплексом взаємин, пов'язаних з формуванням туристичного продукту світового рівня, в якій беруть участь як громадяни, які вчиняють туристичні поїздки з різною метою і які перетинають державний кордон, так і організатори-посередники, реалізують туристичний продукт, який забезпечений відповідною інфраструктурою, до якої входять екскурсійний показ, транспорт, засоби розміщення тощо.

У зв'язку з цим, сутнісну характеристику в'їзного туризму слід розглядати з позицій системного підходу. У найбільш загальній інтерпретації система являє собою комплекс взаємопов'язаних структурних елементів, які мають єдине ціле будь-яких об'єктів або суб'єктів, націлених на досягнення заданих цілей і мають певне призначення. Причому ефективність системи набагато вище, ніж проста сума її структурних елементів. Спираючись на це визначення системи, в'їзний туризм також можливо охарактеризувати у вигляді складної, частково самокерованої соціально-економічної системи [1]. Ця система, по суті, являє собою об'єднання структурних компонентів природного, культурно історичного, інфраструктурного, організаційного і технічного спрямування. Об'єднані також і учасники ринку і території, які виробляють і реалізують послуги, пов'язані зі споживанням іноземними туристами.

Для розуміння сутнісної характеристики будь-якої системи, включаючи і систему в'їзного туризму, необхідно виявити напрямки взаємодії елементів, підсистем, властивостей, цілей, функцій. До одним з основних властивостей системи в'їзного туризму слід віднести властивості відкритості, цілісності, емерджентності, ієрархічності, стійкості і синергізму, а також наявність мультиплікативного ефекту. У таблиці 1. представлені категорії, що розкривають сутнісну характеристику в'їзного туризму.

Таблиця 1

Категорії, що розкривають сутнісну характеристику в'їзного туризму [2; 4]

<i>Категорія</i>	<i>Сутнісна характеристика категорії</i>
Індустрія в'їзного туризму	Міжгалузевий господарський комплекс, що забезпечує формування, просування і реалізацію в'їзного туристичного продукту.
Туристичний продукт	Колективна праця, що об'єднує зусилля безлічі підприємств і галузей, задіяних в його створенні. Системоутворюючий комплекс послуг, що полягає їх трьох основних підсистем: послуг, пов'язаних з організацією туристської подорожі; пропозиції зі споживання туристських

	послуг, і послуг здійснення туру в'їзного туризму.
Тур	Комплексна програма обслуговування іноземних туристів під час туристської подорожі.
Ринок в'їзного туризму	Система економічних відносин, що складаються в процесі формування і подальшого використання туристичного продукту.
Категорія	Сутнісна характеристика категорії.
Туристичний бізнес	Діяльність підприємств і організацій, що беруть участь в процесі створення в'їзного туристичного продукту, спрямована на отримання прибутку за рахунок задоволення потреб іноземних туристів.

У загальному вигляді, в'їзний туризм можна уявити, як дефініцію, що включає комплекс основних елементів, кожен з яких виконує певну функцію і вимагає спеціального розгляду. Таким чином, в'їзний туризм, що розглядається як система, включає об'єктну систему: тобто туристичний продукт, тури, ринок і сам туристичний бізнес, що дозволяє оптимізувати і раціоналізувати туристично рекреаційний комплекс приймаючої території. Вона функціонує у взаємодії і взаємопроникнення з середовищною системою, що включає сукупність умов і факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, що складаються в процесі формування і подальшого використання туристичного продукту.

Системний підхід передбачає також дослідження ієрархії в процесах розвитку в'їзного туризму. Так, рівень у розвитку в'їзного туризму для певної території, як правило, визначається рівнем розвитку туристської сфери в цілому, яка в свою чергу визначається економічним і соціальним розвитком держави, території і самих туристських організацій. У зв'язку з цим доречно говорити про виявлення, виявлення певних відносин і станів, які формують і створюють туристичний продукт на новому рівні сьогоденної дійсності [2].

Характеризуючи процеси розвитку в'їзного туризму, необхідно розглянути їх з точки зору ідентифікації структурних елементів в їх взаємозв'язках і взаємозалежностях, а також їх тимчасових характеристик. Системний підхід дозволяє дати також не тільки кількісну, але і якісну оцінку в досягненні ступеня розвитку структурних частин туристичного продукту в системі в'їзного туризму за фактичними даними певного часового періоду, виявити ефективність і результативність діяльності туристичних організацій. Можливість вимірювання динаміки, яка відбувається в процесах розвитку в'їзного туризму, передбачені в системі критеріїв та показників, заснованої на принципах і методах, які характеризують масові явища і величини, які передбачають врахування наступних позицій [3]:

- виявлення тенденцій і сучасного стану розвитку в'їзного туризму;
- дослідження закономірностей і характеристика потоків в'їзного туризму;

- структуризація і диференціювання і оцінка закономірностей в розвитку в'їзного туризму по його і властивостям і якостям.

Так, виділяючи закономірності розвитку туризму і чинники його визначають, досліджують систематизацію принципів, методів і механізмів умов в його розвитку, обґрунтовують інструменти стратегічного розвитку туристичного бізнесу, не заглиблюючись в специфіку в'їзного туризму. З огляду на системність і закономірність у формуванні туристичного ринку, його структурних елементів, автор акцентує увагу на проблемах і особливостях розвитку в'їзного туризму, що забезпечують його ефективне функціонування, тим самим віддаючи пріоритетну роль інфраструктурної складової даного виду бізнесу.

Беручи до уваги особливості процесів розвитку в'їзного туризму в умовах формування сучасного економічного простору, в систему узагальнюючих показників, що характеризують їх зміна, на нашу думку, слід включити систему абсолютних і відносних показників, середніх величин, які відображають такий рівень розвитку явищ, де гасяться особливості кожної складової сукупності через випадкових обставин. Поелементний аналіз показників дозволяє структурувати процеси розвитку в'їзного туризму на основі розчленування їх на складові компоненти і виявити причинно-наслідкові зв'язки між ними. Необхідно також приділяти увагу не тільки фактичним змінам в динаміці показників, але і очікуваним станів у розвитку процесів в системі в'їзного туризму, які спрямовані на економічне зростання відносно окремого суб'єкта, так і регіону, і держави в цілому [2].

Отже, успішний розвиток в'їзного туризму має базуватися відповідному потенціалі, що випереджає ефективне використання відповідних ресурсів, що забезпечить збалансованість розподілу між основними напрямками і функціями і сприятиме отриманню синергетичного ефекту від з'єднання всіх ресурсів в єдину систему.

Таким чином, система в'їзного туризму може включати в себе, як мінімум, чотири основні підсистеми: виробничу; розподілу і реалізації туристичного продукту; підсистему, що сприяє розвитку в'їзного туризму; а також підсистему прогнозування і планування міжнародних туристичних потоків виходячи з раціональності структури туристично-рекреаційного комплексу території [6]. Виробнича підсистема відповідає за координацію і регулювання виробничих процедур в обслуговуванні іноземних туристів, за реалізацію намічених результатів і служить орієнтиром для вироблення необхідних управлінських дій.

На чолі виробничої підсистеми закладена основна мета, що забезпечує гармонійний розвиток системних процесів. Підсистема розподілу і реалізації турпродуктів містить кілька основних блоків, що визначають якість входу в систему і впливають на конструювання її каркаса. У складі даної підсистеми знаходяться: ресурсне забезпечення,

методичне забезпечення і правова база, яка формує процеси організації туру для в'їзного туризму. Основною функцією тут виступає функція координації та регулювання туристичних потоків, а також функція контролю поставок послуг для іноземних гостей. Окремими блоками виступають підсистема, що сприяє розвитку туризму і підсистема прогнозування і планування фінансових потоків виходячи з раціональної структури ТРК приймаючої території, кожна з яких відіграє особливу роль в процесі створення туристичного продукту в системі в'їзного туризму [5].

Підсистема, що сприяє розвитку в'їзного туризму, складається, з сукупності основних функцій як способів досягнення поставлених цілей, які представляють алгоритм для їх реалізації. Якісною основою даної підсистеми є блок, який відповідає за координацію, регулювання і контроль інформаційної інфраструктури. Підсистема передбачає також об'єднання інформаційних ресурсів, здатних забезпечити оперативне реагування на зміни у зовнішньому середовищі, і включає інформаційні бази даних, в складі яких маркетингова, виробнича і кадрова інформація, банк моделей і методик, програмні способи і інтегровані системи, що сприяють ефективному розвитку в'їзного туризму.

Висновки. Було доведено, що одним з пріоритетних напрямків при реалізації системного підходу може бути комплекс заходів, спрямованих на розробку довгострокових програм і траєкторій подальшого розвитку міжнародного в'їзного туризму як по країні в цілому, так і на певних туристських територіях.

Обґрунтовано, що міжнародний в'їзний туризм, ґрунтується на глибоких міжгалузевих зв'язках і складні взаємини, характеризується мінливістю і суперечливістю тенденцій в своєму розвитку, тому, його необхідно розглядати і аналізувати тільки в проекції системного підходу. Якщо не використовувати при цьому принципи комплексності, цілісності і структурності, то досить складно розробляти науково обґрунтовану концепцію розвитку в'їзного туризму. Таким чином, системний підхід дає можливість оптимізувати найважливіші сегменти виїзного туризму з метою отримання ряду системних ефектів як теоретичного, так і прикладного характеру, а також дозволяє представити їх розвиток в динамічному аспекті і структурувати складові елементи за їх функціональним призначенням.

Список використаних джерел

1. Довгань А. І. Стан та перспективи розвитку сучасної туристичної галузі. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/6807/1/Dougan.pdf> (дата звернення: 30.03.2021).
2. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: НУЦЗУ, 2017. 153 с.
3. Миронов Ю. Б., Свидрук І. І. Туризм як чинник економічного розвитку країни. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. Вип. 26(6). С. 255 – 262.
4. Неждомінов С. Regional Trends of the Tourist Flow in Ukraine. *International Journal of Innovative Studies in Sociology and Humanities*. 2016. Вип. 1(1). С. 12 – 18.

5. Орлова В. В. Особливості розробки прогнозів розвитку туристичної галузі. *Актуальні проблеми розвитку регіону*. 2012. Вип. 8. С. 223 – 227.
6. Смирнов Є. В., Смирнова О. П. Стратегічні імперативи розвитку туристичної галузі України. *Економіка та держава*. 2016. Вип. 8. С. 28 – 34.

Ю. В. Пивоварова, В. М. Зігунов

*Сумський державний педагогічний
університет імені А. С. Макаренка
pivovarova_yulya@ukr.net, zigynov.v@gmail.com*

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ ОТГ (НА ПРИКЛАДІ НЕДРИГАЙЛІВСЬКОЇ ГРОМАДИ)

В статті наведено доцільність формування стратегії розвитку туризму в ОТГ. Наведено основні туристські ресурси, які можуть стати опорними для розвитку туризму на території Недригайлівської ОТГ.

Ключові слова: *розвиток, туризм, потенціал, ресурси.*

В статье приведены целесообразность формирования стратегии развития туризма в ОТГ. Приведены основные туристские ресурсы, которые могут стать опорными для развития туризма на территории Недригайловской ОТГ.

Ключевые слова: *развитие, туризм, потенциал, ресурсы.*

The article presents the expediency of forming a strategy for tourism development in OTG. The main tourist resources that can become a support for the development of tourism in the territory of Nedrigailovskaya OTG are given.

Key words: *development, tourism, potential, resources.*

Постановка проблеми. В умовах динамічних змін зовнішнього середовища, глобалізації, загострення конкуренції, процесу децентралізації стратегія розвитку стає інструментом підтримки туризму, який базується на спеціалізації і здатності створювати цінність в економічному та культурному житті на високому рівні. Адже в сучасних умовах туризм являє собою одну з найрозвиненіших галузей світового господарства і форм зовнішньоекономічної діяльності та є найдинамічнішою галуззю у світі. Важливим та актуальним завданням сьогодення є окреслення проблем розвитку туристських дестинацій в ОТГ, розроблення теоретико-методологічних засад щодо формування стратегії їх розвитку, виходячи з наявних історико-культурних ресурсів та туристського потенціалу [1, с. 3].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок в теорію дослідження формування стратегій розвитку туризму зробили такі науковці як: В. Ф. Беседін, М. І. Долішній, О. О. Любіцева, Л. В. Мазнік, О. М. Невелєв, В. І. Пила, А. В. Сидорова, О. С. Чмир, І. М. Школа, Е. В. Щепанський та інші.

Мета роботи полягає в аналізі ресурсів для формування

стратегії розвитку туризму на території Недригайлівської об'єднаної територіальної громади.

Виклад основного матеріалу. Програма розвитку туризму в ОТГ повинна базуватися на основі таких нормативно-правових документів як: Конституція України, закони України «Про туризм», «Про курорти», розпорядженні Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008 року № 1088-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів» та передбачати вдосконалення реалізації державної політики у сфері туризму, збереження та подальший розвиток культурного та туристського потенціалу в громаді, збереження історико-культурних цінностей, масового відпочинку та культурного обслуговування населення.

В умовах процесу децентралізації коли в районах створені громади найважливішою проблемою є їх безупинний розвиток. Ефективним рішенням є створення та реалізація туристичних переваг з використанням наявних на території громади туристських об'єктів, історико-культурного потенціалу та природних ресурсів. Об'єднавши все це в стратегію та спільне бачення майбутнього розвитку території можна вивести депресивний регіон на новий, конкурентоспроможний рівень.

Взявши за основу дослідження Недригайлівської громади Роменського району можна сказати, що регіон хоч і депресивний, але має істотний запас історико–культурних ресурсів для розвитку туризму.

З 2018 – 2020 роки на території Недригайлівської селищної ради функціонувала «Програма розвитку туризму». Метою Програми було створення конкурентоспроможного туристичного продукту, оптимізація використання туристичних ресурсів, забезпечення зростання надходжень до місцевого бюджету, сприяння соціально-економічному розвитку громади [2].

На території Недригайлівської громади наявна історико-культурна спадщина: храми Андрія Первозванного та святої Катерини і Архистратига Михаїла в с. Хоружівка, Архангело-Михайлівська церква в с. Гринівка (в 1990р. внесена до зводу пам'яток історії та культури України й поставлена на державний облік з охоронним номером №298-СМ), церква Успення Богородиці в с. Костянтинів (в 1990р. внесена до зводу пам'яток історії та культури України й поставлена на державний облік з охоронним номером №300-СМ), Митрофанівський храм, пам'ятники останньому отаману Запоріжської січі Петру Калнишевському та Тарасу Шевченку в смт. Недригайлів, пам'ятник Мамонту в с. Кулішівка, музей-садиба Олекси Ющенка в с. Хоружівка, легендарні городища Попаш (біля Недригайлова), Безіменне (біля Костянтинова) та інші.

Громадська організація «Туристичний кластер «Посулля» – єдина в області, яка складається з людей, що займаються екотуризмом і розвитком туризму рідного краю.

Туристично-готельний комплекс «Старий млин», інформаційний центр

кластеру, пропонує туристам комплекс послуг.

Садиба сільського зеленого туризму «Козацька Січ» у селі Костянтинів створена родиною Кущів з метою збереження села, розвитку туризму.

Більше 5 тисяч експонатів з історії та культури Недригайлівського краю представляє Недригайлівський краєзнавчий музей – структурний підрозділ Державного історико-культурного заповідника «Посулля».

На території Недригайлівської селищної ради є всі умови для розвитку сільського туризму. Долучити до розвитку сільського зеленого туризму можна мешканців тих населених пунктів, де сьогодні є чудові природні місця.

Серед стримуючих факторів розвитку туристичної галузі Недригайлівської громади, на вирішення яких слід спрямувати основні заходи Програми, необхідно виділити:

- слабо розвинену інфраструктуру для організації перспективних видів туризму, зокрема незадовільним залишається стан автотранспортних шляхів, відсутність готельного комплексу, здатного прийняти велику групу туристів;
- відсутність сучасного, більш креативного комплексного туристичного продукту;
- низька інвестиційна та ділова активність місцевого бізнесу в туризмі;
- дефіцити кваліфікованих кадрів у сфері туризму;
- низька ефективність рекламно-маркетингової системи просування місцевого туристичного продукту на загальноукраїнський туристичний ринок;
- відсутність інформаційних стендів (інформації про основні туристичні атракції) на автошляхах, тощо.

Висновки. Виходячи з усього вище сказаного можна сказати, що територія Недригайлівської ОТГ має досить не поганий туристський потенціал для розвитку туризму на своїй території. Формування стратегії розвитку туризму допоможе регіону вийти з депресивного стану та стати привабливою територією для туристів не тільки з Сумської області, а й з інших областей України.

Список використаних джерел

1. Алексеева Н. Ф., Сакун Л. М. Регіональні аспекти стратегії розвитку туристичної індустрії. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/alekseeva.htm
2. Програма розвитку туризму на території Недригайлівської селищної ради на 2018 – 2020 роки. URL: <https://nedrygaylivska-gromada.gov.ua/programi-1523791347/>

Н. В. Попик, В. С. Павленко
Сумський державний педагогічний
університет імені А. С. Макаренка
ninaropyknw@gmail.com, vikap2989@gmail.com

ДЕЯКІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ЛІТЕРАТУРНИХ ЕКСКУРСІЙ У МІСТІ СУМИ

В даній статті розглянуті особливості створення літературних екскурсій та їх види. Стаття містить розповідь про правильність проведення екскурсій, про літературний туризм та про те, якими якостями повинен бути наділений екскурсовод.

Ключові слова: екскурсія, літературна екскурсія, екскурсант, екскурсовод, музей.

В данной статье рассмотрены особенности создания литературных экскурсий и их виды. Статья содержит рассказ о правильности проведения экскурсий, о литературном туризме и о том, какими качествами должен быть наделен экскурсовод.

Ключевые слова: экскурсия, литературная экскурсия, экскурсант, экскурсовод, музей.

This article discusses the features of the creation of literary excursions and their types. The article contains a story about the correctness of excursions, about literary tourism and about what qualities a guide should be endowed with.

Key words: excursion, literary excursion, excursionist, guide, museum.

Постановка проблеми: Сумщина зіткнулася із проблемою, яка з кожним роком набуває все більшої актуальності. Люди, які проживають в цьому місті не цікавляться своєю культурою та історією. Але такий вид пізнання як «літературні екскурсійні подорожі» не розвинений. Можливо, на це впливає не дуже якісна подача інформації, тобто екскурсоводи, не досить цікаво та якісно надають матеріал про літературну спадщину Сумської області. Тому ця проблема є актуальною під час розвитку регіонального туризму.

Аналіз актуальних досліджень і публікацій. Актуальні питання екскурсійної діяльності зазначено в працях переважної більшості екскурсологів, а саме: Б. Ємельянов, М. Покоłodна, І. Чагайда, С. Грибанова, В. Бабарицька, А. Короткова, О. Малиновська та інші. Їх наукові розвідки відзначають важливу роль та значення екскурсій.

Мета статті полягає в аналізі розвитку літературних екскурсій на Сумщині.

Виклад основного матеріалу. Екскурсія, як процес пізнання, являє собою предметно-чуттєву, практичну діяльність людини, тому включає в себе чуттєву і логічну частини. Розвиток емоційної сфери особистості під час екскурсії – обов'язкова умова успіху екскурсії. Процес пізнання починається з особистого контакту людини з об'єктом. Тому так важливо

самому побачити, відчути, пережити, випробувати позитивні емоції [3].

Серед різних форм існування екскурсійних турів, є одна дуже цікава, але обділена увагою сучасного літературознавства – літературна екскурсія. Досвід проведення різноманітних екскурсій показує, що літературна екскурсія цікава для багатьох екскурсантів, але вона носить специфічний характер [4].

За місцем проведення літературні екскурсії класифікуються як: міські, заміські та по літературним заповідникам. За змістом діляться на: літературно-біографічні або монографічні, історико-літературні, що розкривають певні періоди розвитку літератури, оглядові літературно-художні, що знайомлять з місцями, які знайшли відображення в творах письменника. Літературна екскурсія створюється в тому випадку, якщо в населеному пункті досить об'єктів, пов'язаних з життям і творчістю письменника або якщо в його творах описуються існуючі в дійсності місця.

Традиційно освітні літературні екскурсії проводяться в музеях, присвячених життю і творчості письменників та там, де вони народились у містах та селах.

Розглянемо підготовки екскурсій. При підготовці екскурсії робота починається зі збору текстового матеріалу, потім ведуться пошуки об'єктів. Маршрут літературно-біографічних екскурсій будується за хронологічним принципом: історико-літературні – по хронологічно-тематичним, поетико-текстові – за тематичним.

Матеріал екскурсії ділиться на загальний і локальний. Під загальним матеріалом розуміється матеріал, що відноситься до теми, а під локальним – матеріал, пов'язаний безпосередньо з життям і творчістю письменника. При створенні екскурсії необхідно знайти локальний матеріал, бо саме він пов'язаний із зоровими враженнями. Показуючи об'єкт, екскурсовод постійно повинен звертати увагу на його окремі деталі, пов'язуючи показ цих деталей з розповіддю про події, пов'язані з ними [1].

Щоб увага екскурсантів була прикута тільки на матеріал екскурсії, екскурсовод повинен перш за все, ввести своїх слухачів у стан зацікавленості, яке при найбільш вдалому поєднанні елементів показу і розповіді, може перейти в стан захопленості. Але стійка увага у екскурсантів виникає лише тоді, коли об'єкти показу і розповідь, наділені новизною, змістовністю, доступністю, а тема екскурсії – актуальна. Велика кількість навіть цікавої інформації призводить до ослаблення уваги, до появи так званих «криз уваги», з якими екскурсовод повинен навчитися боротися.

В літературних екскурсіях, часто в якості об'єктів огляду, включаються пам'ятники письменникам. Показ пам'ятників має особливості: показ пам'ятника слід вести тільки в літературному плані. Обов'язкові прийоми реконструкції та локалізації подій. На фотографіях і малюнках можуть бути зображені місця, якими вони були за життя письменника, портрети письменника і близьких йому осіб. Необхідно відвідування літературно-меморіальних

музеїв, де всі експонати пов'язані з життям і творчістю письменника.

В екскурсіях поетико-текстових відвідування музею небажано, бо в них дається не біографічний матеріал, а поетичний переказ творів письменника, в яких зображено місто.

У всіх літературних екскурсіях використовується цитування художніх творів. Цитати повинні бути невеликими (3-4 віршовані строфи, 6-10 фраз з прози), але яскравими та незабутніми. Використання в екскурсіях літературних творів обумовлює підвищені вимоги до культури мовлення, дикції екскурсовода.

Отже, що повинен пам'ятати і завжди враховувати екскурсовод в своїй роботі з екскурсантами – це культуру ораторської мови.

Е. А. Ножин визначає: «Культуру ораторської мови нерідко ототожнюють з поняттям правильного мовлення, тобто мови, відповідної загально-прийнятим мовним нормам. Але культура ораторської мови – це таке використання мовного матеріалу, яке забезпечує найкращий вплив на дану аудиторію в конкретній обстановці відповідно до поставленим завданням».

Проведення літературних екскурсій входить до Більш популярні вони для дітей шкільного віку, людей, які цікавляться мистецтвом. У нашому місці є багато музеїв і пам'ятників, зв'язаних із творчістю письменників та літературним мистецтвом. Одним із таких музеїв є будинок-музей Антона Чехова. Музей письменника Антона Павловича Чехова (1860-1904) в Сумах (район Луки), розташований в колишній садибі родини Линтварьових, де в період з 1888 по 1889 роки проживав письменник. Музей буде цікавий всім любителям історії та літератури, він занурює в атмосферу дачного життя, дозволяє поринути в чеховські часи, зрозуміти дух того часу. Ще один такий музей – це Сумський обласний художній музей імені Никанора Онацького. Він заснований у 1920 році художником та громадським діячем Никанором Харитоновичем Онацьким, як Сумський округовий художньо-історичний музей.

У місті Суми, в школі № 15 ім. Д. Турбіна відкрили Музей письменників Сумщини. 20 травня 2013 року відбулося урочисте відкриття цього Музею в стінах школи. На свято завітали відомі письменники-земляки О. В. Вертіль, О. П. Столбін, Г. Л. Єлишевич, Людмила Ромен, чиї імена назавжди увійдуть в історію письменництва не лише Сумщини, а й України [2].

Деякі вчені розглядають літературні екскурсії, як сучасний тип світського паломництва. Існують також екскурсійні маршрути, пов'язані з письменниками. Літературні екскурсанти особливо зацікавлені в тому, як місця вплинули на писемність і в той же час, як писало місце. Щоб бути літературним екскурсантом, потрібно мати любов до книг і допитливий образ мислення. У той час як більшість літературних екскурсів зосереджено на відомих творах, більш сучасні твори, написані спеціально для розвитку пізнавального туризму, називаються літературною фантастикою. Сучасна

туристична літературна фантастика може включати путівники в історії, що розповідають читачам, як відвідати справжні місця в вигаданих казках. Завдяки новітнім технологічним досягненням в області видавничої діяльності технології можуть дозволити літературні екскурсії. Це можна зробити на нових пристроях для електронного читання, таких як Kindle, iPad, iPhone, смартфони, планшети і звичайні настільні і портативні комп'ютери.

Літературні екскурсії, в структурі портфеля екскурсовода, можуть бути одним із ексклюзивних турів у пізнанні рідного краю та інших куточків України.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, літературні екскурсії – дуже цікава форма екскурсійної діяльності, яка дає не мало знань, але в наш час, на жаль, не дуже популярна. Моя думка на рахунок цього: потрібно розвивати літературні екскурсії, адже це один із найкращих способів культурного пізнання нового і велика перспектива для екскурсійного бізнесу.

Для розвитку літературних екскурсій на Сумщині потрібно заохочувати органи держави, та ограни місцевого самоврядування, а саме: людей до окультурнення, , щоб привернути увагу жителів міста і гостей, потрібно залучити інвесторів, щоб посприяли розвитку екскурсійної діяльності. Це стане великим плюсом для культурного розвитку Сумщини і екскурсійної діяльності міста Суми.

Список використаних джерел

1. Організація екскурсійних послуг у туризмі. URL: https://tourlib.net/books_ukr/korol-ekskurs.htm
2. Музей письменників Сумщини. URL: <https://zosh15.sumy.ua/muzej-pysmennykiv-sumshhyny/>
3. Організація екскурсійної діяльності. URL: <http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/25199/1/L12>.
4. Основи екскурсійного обслуговування. URL: <https://library.if.ua/book/38/2545.html>

А. М. Цимбалюк, І. С. Зігунова

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

Alinacimbaluk252@gmail.com, izigunova2017@gmail.com

ВІРТУАЛЬНІ ЕКСКУРСІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ

У статті розглядаємо питання розвитку віртуальних екскурсій в сучасності, а також всі переваги та недоліки цієї сфери. Значення віртуальної екскурсії під час пандемії, та яку роль грає віртуальна екскурсія в туристичній діяльності.

Ключові слова: туризм, віртуальні екскурсії, історія, розвиток.

В статье рассматриваем вопросы развития виртуальных экскурсий в современности, а также все преимущества и недостатки этой сферы.

Значение виртуальной экскурсии во время пандемии, и какую роль играет виртуальная экскурсия в туристической деятельности.

Ключевые слова: туризм, виртуальные экскурсии, история, развитие.

The article discusses the development of virtual excursions in our time, as well as all the advantages and disadvantages of this area. The importance of a virtual tour during a pandemic, and what role a virtual tour plays in tourism.

Key words: tourism, virtual excursions, history, development.

Постановка проблеми. Кінець ХХ – початок ХХІ століття завдяки розвитку інформаційних технологій він ознаменувався появою нової форми буття – віртуальної реальності. У світі їх налічується 2,7 мільярда. Користувачі Інтернету, чиє життя набуває більшої віртуальності та поглиблюється в режимі он-лайн. Відповідно до Програми ЮНЕСКО «Інформація для всіх», що здійснюється під егідою ООН, уже виникло так зване глобальне інформаційне суспільство, яке діє на базі інформаційних технологій та надає інформаційні послуги у світовому масштабі [8].

Мета статті – вивчення особливості та ролі віртуальної екскурсії як інноваційної форми екскурсійної діяльності під час пандемії.

Основними завданнями дослідження є вивчення особливостей віртуальної екскурсії як інноваційної форми екскурсійної діяльності.

Аналіз наукових досліджень та публікацій. Сам напрямок віртуальних екскурсій поширився нещодавно у зв'язку з початком пандемії. Тому важко назвати учених, які вивчали цей напрямок. У своєму дослідженні ми опиралися на електронні ресурси Шляхтини С., та багато інших.

Виклад основного матеріалу. Актуальність дослідження цієї теми пов'язана з величезним розвитком високих технологій в інформаційному просторі, і, як наслідок, розвитком масових комунікацій, також початком пандемії та введенням карантинних заходів, з якими турист не може відвідати інше місто і ознайомитись з його пам'ятками.

Глобальна мережа стала важливою частиною культурного життя в цілому і життя туристичних установ зокрема. За порівняно короткий період часу вплив віртуальної культури поширився на весь життєвий світ сучасної людини, включаючи і таке явище, як туризм. Ключовою особливістю сучасного світу є становлення віртуальної культури і розвиток віртуальних подорожей.

Віртуальні тури сьогодні є найпоширенішим і переконливим способом ознайомити туристів із визначними пам'ятками та історією міста.

Вони пропонують захоплюючі екскурсії та надають туризму ілюзорної присутності. На відміну від відео чи звичайної серії фотографій, віртуальний тур власників інтерактивних заходів. Під час поїздки ви можете збільшити конкретний об'єкт, оглянути, показати деталі або переглянути панораму в цілому. Все це можна зробити у правильному темпі та відповідно до нашого комфортного конкретного огляду.

Віртуальний туризм замінює реальні подорожі та справжній туризм. Ця

«туристична поїздка» є більш комфортною і зручною, безпечнішою, оскільки здійснюється в межах будинку. «Віртуальна подорож» відкриває величезні простори культурного простору, і єдиним засобом пересування в космічному просторі є комп'ютерна миша.

Можна виділити різні види віртуального туризму:

- Освітній;
- Розважальний;
- Пізнавальний
- Науковий;
- Екзотичний;
- Тощо.

Для кожного виду є свої види туристів: це можуть бути і екстремали, і колекціонери, і віртуальні ваганти тощо.

Кому потрібні віртуальні екскурсії?

– Віртуальні екскурсії можуть допомогти людям з обмеженими можливостями.

Людам з обмеженими можливостями важко подорожувати, тому віртуальні екскурсії будуть доречні.

– Людам з обмеженим бюджетом.

В нашій країні не кожна людини може дозволити собі подорож в інші місця. Тому що далеко не секрет, що будь-який відпочинок недешевий.

- Використання віртуальних екскурсій для реклами.

– Люди часто, перш ніж вибрати країну для відпочинку дивляться інформацію про країну в Інтернеті. А що може краще розрекламувати країну, чим віртуальна екскурсія, яка викликає інтерес і бажання побачити усе це на власні очі!

– І також, мабуть головна з причин на сьогоднішній день, це подорож в різні міста, та країни у зв'язку с пандемією [7].

Історія виникнення віртуальних турів

Віртуальні 3D-тури з'явилися не так давно. Коріння цього явища потрібно шукати в Німеччині. Наприкінці ХХ століття, коли людство готувалося вступити в нову еру свого розвитку, німецький студент Гельмут Дерш створив математичну модель представлення кулі на площинах з урахуванням геометрії об'єктів та яскравих відмінностей. Кажуть, що це сама модель 1998 року, яка стала прототипом сучасних 3D-панорам, популярність яких з року в рік зростала. Такі технології дозволяють використовувати певну кількість фотографій об'єкта, даючи можливість отримувати не просто панорами під кутом огляду 180 градусів, а справжню тривимірну модель, яку можна легко «повернути» в різні боки, а можливо і поширити у створеному віртуальному просторі, оцінюючи всі плюси і мінуси. Усе це тепер стало цілком доступним, а починаючи з десяти років тому, як не плід фантазії.

Це відноситься не лише до західної «історії успіху» віртуальних 3D турів. Хоча і, за різними оцінками, масовий розвиток віртуальних 3-D турів в Україні та Росії почався на 5-6 років пізніше, ніж в Німеччині і США, все ж вітчизняна ІТ-індустрія швидко скорочує своє відставання, а за деякими параметрами виходить на міжнародний рівень.

Ось вже десятиріччя, як технології створення віртуальних турів входять у нашу дійсність, піднімаючи, таким чином, планку в освоєнні нових цифрових висот .

Мало хто знає, що на карті Microsoft також є чудові панорами різних місць. І все це тому, що Google скористався сферичними інноваціями трохи раніше (2007, коли Microsoft представила цю технологію в 2009), і не помилився, розподіливши популярність та майже ексклюзивні права серед віртуальних відвідувачів на таких цифрових картах. Яндекс активно створює віртуальні екскурсії російськими містами. Завдяки Яндексу. Сервіс карт, тепер ви можете віртуально переглядати Москву або Санкт-Петербург. «

Посилання на віртуальний туризм розміщується в мережі користувачів. На цій основі спочатку формуються нестабільні мережеві спільноти без реєстрації їх статусу в Інтернет-просторі. З часом все більше користувачів зі схожими інтересами, а також пов'язаними з віртуальними турами, поступово відкриваються для великої кількості різних співробітників та груп у соціальних мережах.

Певна міра стійкості інформаційних зв'язків у мережевих співтовариствах із схожими інтересами відносно 3D турів та у перспективі до здійснення турів у віртуальній реальності (різній мірі в повному обсязі) веде до формування відповідних субкультур віртуального туризму.

Основними перевагами є наступні:

- Доступність – можливість огляду пам'яток всього світу без великих матеріальних і тимчасових витрат;
- «Краще один раз побачити, чим сто разів почути»;
- Можливість огляду у будь-який час;
- Можливість багаторазового перегляду екскурсії і інформації, що додається.

До основних недоліків можна віднести :

- Неможливо поставити питання в режимі реального часу;
- Залежність від творців - неможливо побачити те, що не включено в екскурсію;
- Обмеженість вражень [1].

Роль віртуальних турів у туристській діяльності

Технологія віртуальних турів стає незамінною у сфері туризму та подорожей. Вибираючи туристичну поїздку, кожен клієнт хоче ознайомитись з усіма умовами та отримати вичерпну інформацію про місце своєї майбутньої відпустки. Перевага віртуальних турів полягає в тому, що вони

дають чітке зображення об'єкта і дають глядачеві можливість дослідити будь-який куточок простору.

На відміну від звичайних фотографій, віртуальні екскурсії мають автентичне значення. Демонструючи зображення, ідентичне реальності, тривимірні панорами вселяють більше впевненості та знаходять клієнтів для придбання конкретного туристичного маршруту. Враження від побаченого будуть яскравими та повними. Кожен зможе на власні очі побачити, як переглянути номер у своєму готелі та вид з вікон.

3D-панорами, розміщені на сайті туристичного агентства, привернуть увагу багатьох клієнтів, підкреслять його прогресивність і турботу про клієнтів.

У віртуальних турів є як свої переваги, так і свої недоліки, про які кожен потенціальний турист повинен пам'ятати [3].

Висновки. Таким чином, створення віртуальних турів – це передова технологія, яка знаходиться на початку свого розвитку. Віртуальний тур – це ефективний маркетинговий інструмент, який дозволяє показати потенційному споживчому товару або послугі окремих користувачів. Це створює у глядача «ефект присутності» – яскраві візуальні образи, які запам'ятовуються і дозволяють отримати найбільш повну інформацію про товар або послугу.

Розвиток віртуальних турів в сфері туризму сприяє розширенню можливостей пізнавати світ без витрат коштів та часу, а також дозволяє донести інформацію про туристичний продукт до споживача в більш повному об'ємі.

Це призводить до того, виробник турпродукту має можливість якнайширше задовольнити потреби туриста та отримати максимальний прибуток.

Віртуальний тур – це нова і дуже ефективна послуга на туристичному ринку. Я вважаю, що це, безумовно, зацікавить велику кількість людей під керівництвом туристичних закладів, сайти яких вже використовують цю систему. Крім того, використання віртуальних турів дозволяє позиціонувати цей заклад як сучасну компанію, яка, швидше за все, відобразиться на ринку та створить інтереси клієнтів.

Список використаних джерел

1. Віртуальные туры. URL: <http://3d.kassabiletov.com.ua/>
2. Віртуальна екскурсія – ефект присутності на місці події. URL: <http://newreporter.org/2012/04/26/virtualnye-ekskursii-effekt-prisutstviya-na-meste-sobytiya/>.
3. Інформаційна довідка про віртуальні тури. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Виртуальный_тур.
4. Інформаційна довідка про використання віртуальних турів в туризмі. URL: <http://карпаты3д.com/primenenie.html#туризм,-путешествия,-индустрия-развлечений – Карпаты 3D>.
5. Інформаційна довідка про особливості створення віртуальних турів. URL: <http://www.panorama52.ru/primenenie> Panorama 52 – Panorama 52.

6. Шляхтина С. Программы для создания виртуальных туров. URL: <http://compress.ru/article.aspx?id=15669&iid=743>.
7. Программа ЮНЕСКО «Информация для всех». URL: <http://www.ifap.ru/ofdocs/unesco/program.htm>.
8. Sussmann S., Vanhegan H. Virtual Reality and the Tourism Product: Substitution or Complement? // Proc. Eur. Conf. Info. Sys. 2000. URL: <http://www.indjst.org/index.php/indjst/article/view/30515>.

К. В. Цуканова, Д. Р. Мозгова

*Сумський державний педагогічний
університет імені Макаренка*

katya094.ts@gmail.com, d.r.abramitova@gmail.com

СУЧАСНІ НАПРЯМКИ ТУРИЗМУ ТА ВПЛИВ КАРАНТИННОЇ СИТУАЦІЇ В КРАЇНІ НА ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК

За минулий рік туристичний бізнес зазнав дуже багато змін. Тепер, люди не можуть, як раніше, придбати тур і полетіти в певне місце. Вже рік, як перед кожною подорожжю потрібно вивчати правила в'їзду в обрані країни. Дана проблема вирішується постійним контролем цієї інформації. Хоч за рік туристи вже звикли до того, що можуть бути глобальні зміни, ця проблема є актуальною досі.

Ключові слова: туризм, карантин, криза, тури, відпочинок.

За прошлый год туристический бизнес получил очень много изменений. Теперь, люди не могут, как раньше, купить тур и полететь в определенное место. Уже год, как перед каждой поездкой нужно изучать правила въезда в выбранные страны. Данная проблема решается постоянным контролем этой информации. Хотя за год туристы уже привыкли к тому, что могут быть глобальные изменения, эта проблема актуальная до сих пор.

Ключевые слова: туризм, карантин, кризис, туры, отдых.

Over the past year, the tourism business has undergone many changes. Now, people can't, as before, buy a tour and fly to a certain place. For a year now, you need to study the rules of entry to selected countries before each trip. This problem is solved by constant control of this information. Although tourists have become accustomed to the fact that there may be global changes in a year, this problem is still relevant.

Key words: tourism, quarantine, crisis, tours, rest.

Постановка проблеми. Після введення карантинного режиму в Україні багато туристичних агенцій закривались. Довгий час кордони були закриті і люди не могли покинути країну. Через деякий час вони поступово відкривались, з'являлась можливість подорожувати в інші країни і так же поступово налагоджувалась ситуація з прибутком в агенціях. За цей період відбулось дуже багато змін в роботі туристичних агенціях та структура туристичних пакетів. Люди почали звертати увагу не тільки на ціну та час вильоту літака у конкретного туроператора, а ще й на наявність компенсації за ПЦР-тест, який зараз вимагають багато країн.

Метою даної статті є аналіз впливу карантину на діяльність туристичних агенцій та кількості подорожей людства в сучасних умовах.

На даний час є достатньо відкритих країн для того, щоб туристичний ринок не тільки міг функціонувати, а й для того, щоб агенції розвивались та могли представити кожному туристу бажаний ним відпочинок. Станом на сьогодні, зимові напрямки можна розділити на 3 типу:

- 1) пляжний відпочинок (ОАЕ, Єгипет, Домініканська Республіка, Танзанія, Мальдіви, Туреччина);
- 2) гірськолижний відпочинок (Туреччина, Україна, Болгарія);
- 3) екскурсійні тури (Туреччина).

Також, вже активно продаються тури по ранньому бронюванню на літо:

- 1) пляжний відпочинок (ОАЕ, Єгипет, Домініканська Республіка, Танзанія, Мальдіви, Туреччина, Болгарія, Чорногорія, Хорватія, Кіпр, Грузія)
- 2) екскурсійні тури (Туреччина, Сербія, Грузія).

Не зважаючи на те, що багато з доступних країн все ж таки потребують різні додаткові залучення туриста до підготовки подорожі, все одно туристи зважають увагу на інше:

1. В першу чергу туриста цікавить ціна відпочинку. Більшість українців намагаються отримати недорогий економічний відпочинок, так як важливим фактором розвитку туризму є соціальний та матеріальний стан населення [1, с. 86].
2. Туристи звертають увагу на якість готелю, його зірковість, харчування (багато вибирають концепцію «Все включено»), відстань до моря та якість сервісу. Деякі постійні туристи віддають перевагу відомим світовим брендам, такі як Rixos, Ritz-Carlton, Four Season, Maxx Royal та іншим.
3. В останнє туристи звертають увагу на наявність проходження тесту ПЦР на COVID-19 до певної країни.

Так, наприклад, прогнозувалось, що попит на відпочинок в ОАЕ значно знизиться після того, як країна ввела обов'язкове проходження тесту в Україні за 72 години, і другий безкоштовний тест в Дубаї. Але, емірати виявились достатньо популярним напрямком зимнього та весіннього сезону, як для бюджетних туристів, так і для VIP категорії.

Не дивлячись на те, що багато туроператорів компенсують вартість даних тестів, деякі туристи не бажають витратити свій час на це, або бояться результату. Наприклад, нещодавно був випадок, коли два туристи придбали туристичний пакет до Єгипту, але, після здачі тесту на Covid вони обидва отримали позитивний результат, хоча почувались себе добре. Навість на такий випадок у деяких туристичних операторів діють жорсткі правила повернення грошей за тур.

Також, багато туристів остерігаються, що можуть опинитися в країні відвідування з наявністю позитивної реакції на тест. Після здачі даного тесту в Дубаї потрібно чекати на результат на території готелю близько 8-12 годин, не виходячи за її межі, що є не зручним для туриста, тому, звертаючи увагу

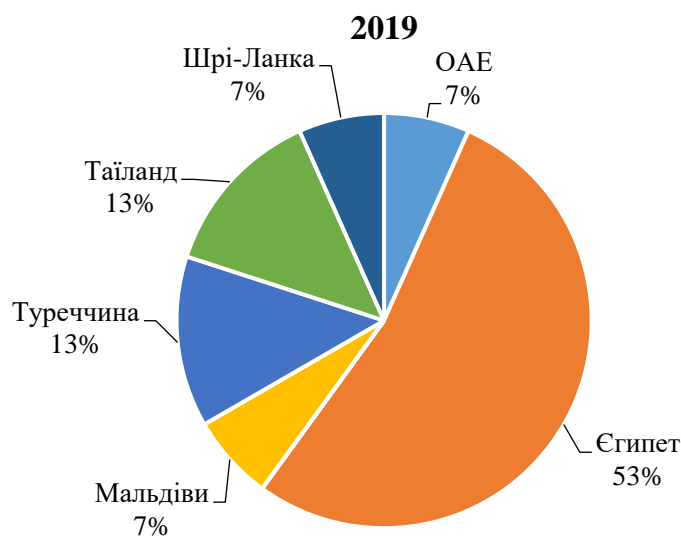
на такі обставини, туристи можуть віддавати перевагу іншим країнам.

В умовах коронавірусу кожна країна визначає умови для в'їзду, тому туристи розуміючи, що дані умови можуть змінитися у будь-який час, намагаються бронювати тури за короткий строк до вильоту. Отже, в цьому році раннє бронювання продається туристичними агенціями не дуже активно. Враховуючи обставини, що туристи не змогли організувати собі відпочинок починаючи з березня місяця, тому з вересня спостерігається наплив туристів, а отже і зростання продажу турів.

Після проведення аналізу кількості заброньованих турів у одній туристичній агенції у вересні 2019 року, вересні 2020 року та березні 2021 року, було встановлено, що вже восени 2020 року дана кількість вже майже вийшла на той рівень, що була до карантинних обмежень, а в березні 2021 року вже навіть стала кращою. Також, склад туристичного пакету значно розширився в 2020-2021 роках: туристи частіше стали обирати страховку від невіїзду та індивідуальний трансфер для своєї безпеки, збільшуючи цим вартість свого туру [3, с. 123].

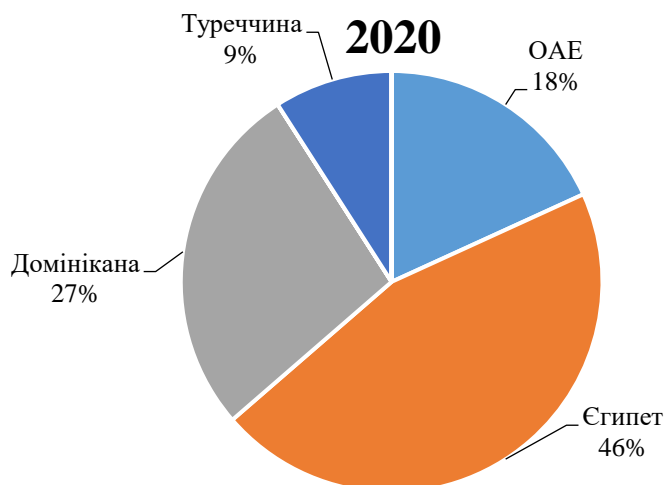
Кожна країна може зробити будь-які зміни по правилам в'їзду, але, не дивлячись на це, туристи вже готові до цього і не звертають на це увагу. Проте, є певна кількість людей, які бажають полетіти будь-куди, де не потрібно здавати тести. Але, все ж таки, після отримання останніх змін від Міністерства Охорони Здоров'я про те, що по поверненню з будь-якої країни до України обов'язково потрібно встановлювати додаток на телефон «Дій Вдома», туристи продовжують масово робити заявки на весну та літо.

На основі отриманих даних з туристичної агенції міста Суми було отримані дані по створенню заявок. Так, у вересні 2019 року менеджером досліджуваної туристичної агенції було заброньовано 15 заявок по світу, з них максимальний відсоток припав на Єгипет (53%), менше на Таїланд та Туреччину (по 13%) та найменший попит був на Шрі-Ланку, ОАЕ і Мальдіви (по 7%).

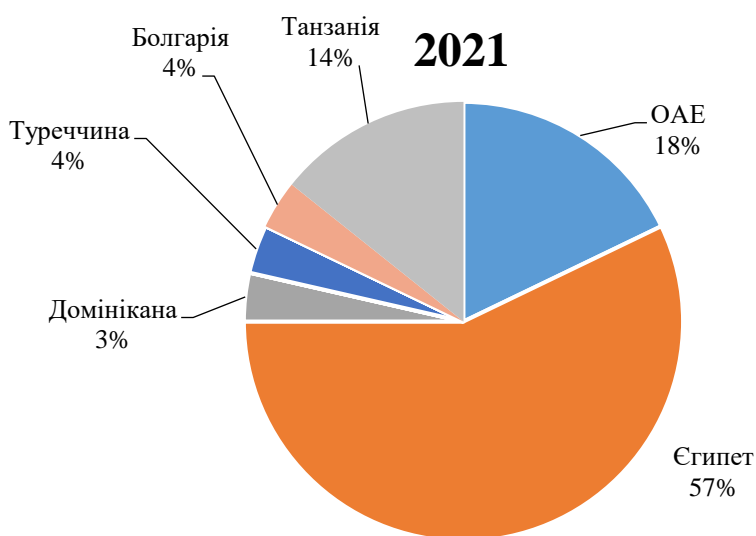


У вересні 2020 року ти же менеджером було створено 11 заявок. Це вказує на те, що хоча кількість доступних для українців країн для відпочинку значно зменшилась, люди все одно не відмовляються від подорожей, і так само активно бронюють різні тури.

Дані по вересню 2020 року можна побачити на діаграмі. Єгипет все також залишився популярним напрямком (46%), також Домініканська Республіка (27%), ОАЕ (18%) та Туреччина (9%). Багато країн закрили свої кордони для туристів, тому статистика значно змінилась.



Також, було зібрано актуальні дані за травень 2021 року, і встановлено, що зараз люди майже не звертають увагу на правила в'їзду та виїзду з країн, вони готові здавати один, два та навіть три тести за відпочинок, щоб потрапити до певної країни.



Так, наприклад, можна побачити, що попит на ОАЕ (18%) збільшився через зменшення цін по даному напрямку, і велика кількість тестів за тур не

вплинула на вибір даної країни. В березні активно розвивались гірськолижні напрямки Туреччина (4%) та Болгарія (4%), а також були часті бронювання до таких напрямків як Стамбул чи Каппадокія, на які туроператори давали приємні для людей ціни. Також додався новий популярний напрямок – Танзанія (14%), один із небагатьох, для в'їзду якого не потрібно здавати тести. Також, деякі з туристів зараз обирають Домініканську Республіку (3%) та Єгипет (57%).

Тому, не дивлячись на кризову санітарно–епідеміологічну ситуацію, на даний момент показники заявок на бронювання залишаються незмінним. На попит придбання турів впливають тільки сезонні зміни, а також свята та дитячі канікули [2, с. 120].

Висновок. У порівнянні з минулим роком, карантин на сьогодні вже не суттєво впливає на прибуток туристичних підприємств, а навпаки під час введення карантинних обмежень підвищує рівень бронювання заявок на туристичне обслуговування.

Список використаних джерел

1. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
2. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Атьтерпрес, 2003. 436 с.
3. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2007.

РОЗДІЛ 2

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ У КРАЇНАХ СВІТУ

З. А. Абдурахманова, М. Қ. Жолманова, А. С. Ахметов

Карагандинский университет Казпотребсоюза,

г. Караганда, Республика Казахстан

bakbergen_2000@mail.ru

РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕГИОНЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

В статье рассматривается анализ, оценка и перспективы использования рекреационного потенциала в Республике Казахстана.

Ключевые слова: *природные ресурсы, рекреация, потребность, туризм.*

The article deals with the analysis, assessment and prospects of the use of recreational potential in the Republic of Kazakhstan.

Keywords: *natural resources, recreation, need, tourism.*

По мере роста производительности труда в сфере материального производства, высвобождается больше свободного времени для удовлетворения потребностей человека. В свою очередь это ведет к повышению материального и культурного уровня населения страны, путем повышения спроса на интеллектуальные потребности, включающие путешествия с целью познания окружающего мира, общение с природой, знакомства с культурно-историческим наследием.

Потребности в интеллектуальном отдыхе соединяют в себе понятия «рекреация» и «туризм». Рекреация относится к такому избирательному виду деятельности, который становится необходимым условием нормальной человеческой жизни, средством компенсации напряжения, восстановления работоспособности. При этом высшей потребностью, которая должна удовлетворяться в первую очередь, является развитие духовного мира человека, его творческих способностей. Поэтому рекреация – это неотделимая часть развитого общества, составной элемент современного образа жизни. Он играет значительную роль в формировании ВВП, создании дополнительных рабочих мест, обеспечении занятости, оказывает огромное влияние на ключевые отрасли экономики: транспорт, связь, строительство, сельское хозяйство и определяет уровень социального развития регионов.

Туризм в свою очередь, являясь катализатором экономического развития, который обеспечивает высокое качество жизни людей на основе экологически целесообразного природопользования, также играет значительную роль в формировании ВВП и определении уровня социального

развития региона. Рационально используя историко-культурные памятники в сочетании с природными ресурсами, туризм способствует повышению уровня занятости населения (создание дополнительных рабочих мест), стимулирует рост производства и экспорт многих товаров и услуг.

Республика Казахстан имеет все предпосылки для развития туризма: выгодное географическое положение, обширная территория и разнообразные ландшафты, богатое историко-культурное наследие, традиции, радушное гостеприимство, великолепную гастрономию и относительно низкую стоимость трудовых ресурсов. Уникальная природа Казахстана привлекает туристов из многих стран, в числе которых Китай, Япония, Турция, Великобритания, Германия, США, Южная Корея и Франция. С каждым годом количество стран увеличивается, Казахстан становится популярным туристским направлением, что приводит к увеличению показателей въездного туризма.

В настоящее время изменилась экономическая, социальная и политическая системы, в условиях рыночной экономики существенно изменился подход к рекреации. Массовых миграций населения к бывшим конкурентным территориально-рекреационным системам практически нет.

В настоящее время вопросы развития туризма регулирует Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года, которая разработана в целях реализации Послания Президента Республики Казахстан Нурсултана Назарбаева народу Казахстана от 27 января 2013 года «Социально-экономическая модернизация – главный вектор развития Казахстана», Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010-2014 годы, Стратегического плана развития Республики Казахстан до 2020 года в части развития туризма, как одного из важных социально-экономических направлений [1].

В основе траектории концепции положен кластерный подход, где выделено 5 региональных кластеров: кластер «Астана», кластер «Алматы», кластер «Восточный Казахстан», кластер «Южный Казахстан», кластер «Западный Казахстан». Кластер «Южный Казахстан» включает в себя центральные и восточные части Кызылординской области, южную часть Южно-Казахстанской области и юго-западную часть Жамбылской области [2].

Южный Казахстан располагает всеми предпосылками для развития туризма: разнообразные ландшафты, богатое культурно-историческое наследие и радушное гостеприимство населения, объекты, включенные в список ЮНЕСКО, а также положение на трассе Великого шелкового пути (далее ВШП) создает привлекательность этого региона для рекреации. Здесь можно развивать паломнический туризм – в силу наличия священных мест в г. Туркестан, культурно-познавательный – по историческим городам ВШП, экологический – по местам глобальной экологической катастрофы Аральского моря.

В связи с этим актуальным являются вопросы выделения наиболее значимых рекреационных районов Южного Казахстана, которые реализуются при помощи государственных органов и районов, не вошедших в государственные программы по причине низкой оценки степени функциональной пригодности для организации туризма и отдыха.

Цель является проведения региональный анализ и дать оценку рекреационного потенциала территории Южного Казахстана, для полноценного развития туризма и отдыха.

Для реализации поставленной цели исследования необходимо выполнить следующие задачи:

- рассмотреть основные понятия, особенности и виды рекреационного туризма;
- проанализировать развитие туризма в Южном Казахстане;
- провести рекреационное районирование и ландшафтный анализ Южного Казахстана;
- обосновать потенциал развития курортно-туристской отрасли в рамках развития Алматинской агломерации;

Объект исследования: рекреационные районы Южного Казахстана.

Предмет исследования: анализ, оценка и перспективы использования рекреационного потенциала Южного Казахстана.

Анализ и оценка рекреационного потенциала Южного Казахстана были проведены на основе разработок ведущих научных школ в области рекреационной географии, где для решения исследовательских задач в большинстве применялся бальный метод.

Туризм представляет собой сложное социально-экономическое явление общественной жизни, которое необходимо исследовать комплексно системой наук. Одним из важнейших направлений исследования данной дефиниции является выяснение экономической сущности туризма [3].

Современная экономическая наука рассматривает туризм как системный объект изучения, что позволяет, с одной стороны, выявить его структуру с многообразием внутренних связей, а с другой – определить характер взаимодействия с внешней средой. Туризм – это совокупность отношений и единство связей и явлений, которые сопровождают человека в путешествиях.

Туризм как направление рекреационной деятельности одновременно является одной из самых наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Во многих странах мира, в том числе и в Казахстане туризм выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития так, как обеспечивает вливание дополнительных иностранных инвестиций в экономику страны, создает дополнительные рабочие места.

Таким образом, туризм является одним из эффективных средств удовлетворения рекреационных потребностей. Также туризм представляет собой один из видов рекреационной деятельности.

По определению российского ученого С. Е. Щеглова, туризм по своей природе социален, так как это деятельность людей в рамках развитого цивилизационного человеческого общества [4]. Поэтому для более детального рассмотрения туризма как вида рекреационной деятельности, необходимо классифицировать современные виды туризма, используя наиболее существенные признаки, характеризующие те или иные виды туризма. Исследователи туризма представляют различные классификации видов современного туризма. Нами представлена следующая классификация видов туризма.

1. В зависимости от национальной принадлежности:

- национальный (внутренний) туризм;
- международный (внешний) туризм.

2. В зависимости от потребностей:

- лечебный (медицинский) туризм;
- рекреационный туризм;
- спортивный туризм, может быть двух видов: активный и пассивный;
- экологический туризм;
- рекреационный экологический туризм;
- туризм с деловыми целями;
- конгрессный туризм;
- культовый (религиозный) туризм;
- посещение культурных сооружений в религиозные праздники;
- посещение святых мест с целью отпущения грехов;
- ностальгический туризм;
- транзитный туризм;
- самодеятельный туризм.

3. В зависимости от транспортных средств, используемых на туристских маршрутах, подразделяют на:

- туристы на собственном транспорте;
- транспортные туры на арендованном туристском транспорте;
- туры на личном транспорте туристов.

4. В зависимости от способа передвижения виды туризма подразделяются следующим образом:

- автомобильный туризм;
- железнодорожный туризм;
- авиационный туризм;
- теплоходный (водный) туризм. Морские маршруты бывают: круизные (пешеходные на арендованных судах продолжительностью более суток). Речные маршруты – с использованием судов речных пароходств;
- автобусный туризм;

- велосипедный туризм. Этот вид туризма доступен для использования достаточно ограниченному контингенту туристов;
 - пешеходный туризм.
5. В зависимости от средств размещения туристов различают следующие виды туризма:
- туризм в отеле, туризм в мотеле, туризм в пансионе, туризм в кемпинге;
 - размещение на туристской базе;
 - туризм во внегостиничных средствах размещения и т.д.
6. В зависимости от времени туризм подразделяется на:
- сезонный;
 - несезонный.
7. В зависимости от продолжительности путешествия различают два вида:
- продолжительный;
 - кратковременный (при кратковременном туризме путешествие осуществляется на срок до 5-7 дней).
8. В зависимости от состава группы различают следующие виды туризма:
- массовый туризм (путешествия туристов в составе группы);
 - индивидуальный туризм (данный вид туризма чаще всего реализуется в рамках делового, научного и оздоровительного туризма);
 - молодежный (студенческий) туризм;
 - детский (школьный) туризм.
- Молодежный и детский туризм получил свое развитие в значительной степени за счет туристских обменов как внутри страны, так и между различными странами. В большинстве ВУЗов реализуются программы по обмену студентами, что способствует развитию молодежного туризма.
9. В зависимости от организационных форм существуют:
- организованный туризм;
 - неорганизованный туризм;
 - клубный туризм.
10. В зависимости от определяющего принципа формирования цены на турпродукт различают следующие виды туризма:
- коммерческий туризм;
 - социальный (дотационный). К таким слоям относятся пенсионеры, студенты, категории низкооплачиваемых работников.

Исходя из представленной нами классификации, можно сделать вывод, что туризм как вид рекреационной деятельности многогранен и многофункционален. Его можно определить как добровольно совершаемые территориальные, экваторные или воздушные перемещения продолжительностью более суток, совершаемые с познавательной, оздоровительной, спортивной или иной неутилитарной целью. Все эти виды свободного

времяпрепровождения людей имеют важное условие – наличие соответствующей материально-технической базы и учреждений, обеспечивающих отдых и восстановление жизненных сил туристов.

Далее рассмотрим сущность рекреационного туризма, но прежде чем перейти к рассмотрению различных точек зрения на определение «рекреационный туризм», необходимо рассмотреть понятия «рекреация» и «рекреационная деятельность».

В советской географической литературе понятие рекреации нередко означало часть свободного времени, связанного с восстановлением сил человека на специализированных территориях, чаще за пределами основного места его проживания. Чтобы отдых стал рекреацией, нужно покинуть пределы своего непосредственного места проживания и переместиться в некое специализированное место, ориентированное именно на восстановление сил.

В литературе под таким специализированным местом неявно подразумевалась территориальная рекреационная система. Так, российские ученые в области рекреационной географии Н. С. Мироненко и И. Т. Твердохлебов понимают под рекреацией совокупность отношений и явлений, возникающих в процессе использования свободного времени для оздоровительной, познавательной, спортивной и культурно-развлекательной деятельности на специализированных территориях [5].

Под понятием «рекреационная деятельность», они определили «деятельность человека в свободное время, осуществляемая с целью восстановления физических сил человека, а также для его всестороннего развития и характеризующаяся, по сравнению с другими направлениями деятельности, относительным разнообразием поведения людей и самоценностью её процесса» [3].

В концепции другого ученого А. С. Орлова под термином «рекреация» заменяется понятие «отдых» и означает «специфическая биологическая и социальная активность субъекта, сопровождающаяся переживанием им рекреационного эффекта». Рекреационный эффект выражает сущность рекреации в двух аспектах:

- 1) в виде физиологических ощущений достижения регенерации организма (восстановление нарушенного равновесия между физическим и психическим состоянием индивида);
- 2) в виде психологического ожидания субъекта от рекреационной деятельности. На всех стадиях рекреации в сознании субъекта конструируются определённые образы деятельности, основанные на объективной реальности, которые вызывают субъективные переживания. Таким образом, складывается субъективный идеал отдыха [4].

Теоретики в области туризма И. В. Зорин и В. А. Квартальнов рекреацию определяют как расширенное воспроизводство сил человека

(физических, интеллектуальных и эмоциональных). В последующей работе И.В. Зорин под рекреационной деятельностью понимает деятельность, направленную на реализацию рекреационных потребностей; восстановление и развитие физических и духовных сил человека; его интеллектуальное совершенствование, характеризующую самооценностью не только результатов, но и самого процесса [5].

Рекреационный туризм - это передвижение людей в свободное время в целях отдыха, необходимого для восстановления физических и душевных сил человека. Для многих стран мира этот вид туризма является наиболее распространенным и массовым. Для развития этого вида туризма необходимы рекреационные ресурсы. Рекреационные ресурсы составляют важнейшую часть природного потенциала региона. Кроме этого, их роль в формировании и развитии современного туризма в регионе постоянно повышается, особенно с эколого-географической точки зрения [9].

Рекреационный туризм можно условно разделить на несколько типов:

1. Туристско-оздоровительный тип;
2. Познавательный-туристский тип.

Для каждого типа требуется свой вид рекреационных ресурсов. Под рекреационными ресурсами понимается сложная управляемая и частично самоуправляемая система, состоящая из ряда взаимосвязанных подсистем, а именно: отдыхающих людей, природных и культурных территориальных комплексов, технических систем, обслуживающего персонала и органа управления. В состав природных характеристик входят площадь и вместимость рекреационной территории, комфортность климата, наличие водных объектов, прежде всего бальнеологического свойства, эстетические особенности ландшафта и т.д. Оптимальное сочетание этих характеристик создает необходимую основу для развития рекреационного туризма.

Оценка рекреационных ресурсов производится на основе пофакторной оценки каждой из составляющих: рельефа, водных объектов и почвенно-растительного покрова, биоклимат, гидроминеральных и уникальных природных лечебных ресурсов, историко-культурного потенциала и др.), рассматриваемой с точки зрения использования её конкретным видом туризма.

Для первого типа это - климатические факторы, которые в сочетании с источниками минеральных вод и лечебными грязями создают благоприятные условия для формирования курортного комплекса. Для второго кроме вышеперечисленного – историко-культурный потенциал.

Рекреационные мероприятия первого вида можно назвать пассивными. К ним относятся солнечные и воздушные ванны в покое. Осуществляются они обычно в условиях пляжа. Люди при этом обнажены. Этот вид рекреации предъявляет жесткие требования к погоде.

Второй вид - активная рекреация: прогулки, спортивные игры и т.д. От пассивной рекреации активную отличает, во-первых, то, что физическая

активность обуславливает повышенную теплопродукцию. Во-вторых, во время активной рекреации люди обычно одеты. И хотя в этом случае обычно используется легкая одежда с уровнем теплозащиты 0,5-1,0 кло, в сочетании с повышенной теплопродукцией это делает комфортными более низкие температуры воздуха, чем для пассивной рекреации. Требования к погоде менее жесткие в сравнении с пассивной рекреацией [5].

Отметим, что существуют различные виды рекреационного комплекса приведенные в таблице 1.

Таблица 1

Виды рекреационных комплексов

№	Вид комплекса	Характеристика
1	Санатории	Лечебно–профилактическое учреждение, в котором для лечения и профилактики заболеваний используют главным образом природные факторы (климат, минеральные воды, лечебные грязи, морские купания) в сочетании с лечебной физкультурой, физиотерапией и рациональным питанием при соблюдении определённого режима лечения и отдыха. Санатории организуются как на курортах так и вне их, в местностях (пригородных зонах) с благоприятными климатическими, ландшафтными и санитарно–гигиеническими условиями (местные санатории). Вблизи от промышленных предприятий для работающих организуются санатории-профилактории.
2	Гостиницы для отдыха	Коллективные средства размещения, состоящие из определенного количества номеров имеющие единое руководство предоставляющие набор услуг (минимум – заправка постелей, уборка номера и санузла).
3	Пансионаты	Пансионат - разновидность гостиницы с полным обслуживанием жильцов, дом отдыха. Пансионаты, как правило, располагаются в живописных и курортных местах. Кроме жилых помещений пансионаты обычно имеют собственную охраняемую огороженную территорию со всей необходимой инфраструктурой: автостоянки, аллеи со скамейками, зелёные насаждения, столовые и кафе, спортивные и детские площадки и т.п.
4	Мотели	Небольшая гостиница расположенная возле автострад, ориентированная на постояльцев, путешествующих на собственном автотранспорте, вход в номера которой осуществляется с улицы . Как правило, мотели имеют всего один или два этажа, количество дополнительных услуг и типов номеров минимально, что соответствует низкой стоимости проживания.
5	Бальнео-лечебницы	Лечебно-профилактическое учреждение, либо специализированное отделение в медицинском или санаторно-курортном учреждении, специализирующееся на проведении бальнеотерапии (водных процедур: душей, ванн, промываний, орошений,

		ингаляций и др.) с использованием природных минеральных вод (морские, радоновые, ванны), искусственных минеральных вод и пресной воды (жемчужные ванны, ванны с аромамаслами).
6	Грязелечебницы	Учреждение, предназначенное для лечения больных грязевыми процедурами (грязевые аппликации и др.). Различают два типа грязелечебниц: с индивидуальными кабинками и с общим залом для отпуска грязевых процедур.
7	Курортные поликлиники	Учреждение обеспечивающее больных, лечащихся по курсовке, всеми видами лечебно-диагностической помощи с применением курортных факторов. В курортной поликлинике могут обследоваться и получать консультации больные, приезжающие на курорт без курсовок. В курортную поликлинику при необходимости в консультативной и лечебной специализированной помощи, отправляют из санатория.
<i>Примечание: составлено автором</i>		

Также необходимо рассмотреть основные виды рекреационной деятельности представленные в таблице 2.

Таблица 2

Виды рекреационной деятельности

№	Вид деятельности рекреации	Характеристика
1	Отдых	Отдых - состояние покоя, либо времяпрепровождение, целью которого является восстановление сил, достижение работоспособного состояния организма. Это время, свободное от работы и каких-либо интенсивных занятий.
2	Восстановление сил человека	Неотъемлемая часть, занятий спортом и физической культурой. Если бесконечно только нагружать себя, то рано или поздно придет утомление или еще хуже того – перетренированность. Для того, чтобы этого не произошло, необходимо своевременное восстановление сил организма.
3	Климатолечение	Климатолечение включает широкое использование природных факторов данной местности или особенностей климата курорта, проведение специальных процедур (воздушные, солнечные ванны) в лечебных и профилактических целях со строгой дозировкой их в зависимости от состояния здоровья и возраста детей, погодных условий. В зависимости от сочетания основных климатических факторов (температура воздуха, влажность, ветер, атмосферное давление и др.) различают климат приморский, горный, степной, лесной.

4	Грязелечение	Грязелечение (синоним пелоидолечение) - метод теплового лечения с применением грязей минерально-органического происхождения (пелоидов), а также грязеподобных веществ (глин, озокерита и др.). Грязелечение первоначально применяли только на курортах. В настоящее время широкое распространение имеет и внекурортное грязелечение с использованием привозной грязи.
5	Самостоятельный туризм	Самостоятельный туризм - это путешествие, совершаемое с полным или частичным отказом от услуг туроператоров и турагентов. При его организации путешественник самостоятельно формирует маршрут своего путешествия, а также выбирает и приобретает все его составляющие. Самостоятельный туризм может подразумевать статичное пребывание на курорте, организованное самостоятельно.
6	Сельский туризм	Сельский туризм (агротуризм) - сектор туристской индустрии, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов сельской местности и её особенностей для создания комплексного туристского продукта. Туристы некоторое время ведут сельский образ жизни, знакомятся с местной культурой и местными обычаями, принимают участие в традиционном сельском труде.
<i>Примечание: составлено автором</i>		

Таким образом, изучив различные научные взгляды относительно рекреационного туризма, можно сформулировать собственное определение: «Рекреационный туризм – вид туризма (оздоровительный), целями которого являются отдых, восстановление сил человека, лечение, занятие физической культурой. Цель рекреационного туризма - полноценный отдых и оздоровление человека средствами туризма.

Описание туристского потенциала по регионам Казахстана

Регионы Республики Казахстан	Описание туристского потенциала региона
Северный Казахстан Акмолинская область Павлодарская область Костанайская область Северо-Казахстанская область	Ландшафт, климатические условия региона располагают к различным видам туристского отдыха - автомобильному, велосипедному, водному. Курорты - Кокшетау, Баянаул, Муялды представляют отдых с лечением, заповедники Кургальджино и Наурзум интересны для любителей научного туризма.
Западный Казахстан Актюбинская область Мангистауская область Атырауская область Западно-Казахстанская область	Здесь находится Карагие - вторая по глубине впадина планеты, лежащая на 132 м. ниже уровня океана. Каспийское море, река Урал, полуостров Мангистау, Устюртский заповедник, древние и новые города, археологические памятники, древние торговые пути из Хорезма и Ирана - все это в западном регионе.

<p>Центральный Казахстан Карагандинская область</p>	<p>Озеро Балхаш - одно из самых больших озер мира, уникальный Каркаралинский горнолесной оазис, озеро Шайтанколь. Много памятных мест, где сохранились археологические и этнографические объекты. Это один из районов, связанных с освоением космоса.</p>
<p>Южный Казахстан Алматинская область Жамбылская область Кызылординская область Южно-Казахстанская область</p>	<p>По восточной и южной границам на сотни километров протянулись горные цепи Тянь-Шаня, хранящие в изобилии природные, исторические, археологические и культурные памятники. Сохранились руины древнего города Сайрама (Исфиджаб), мазары Абдул-Азиз-Баба, Карашаш-Ата. Особая достопримечательность - мавзолеев - Ходжа Ахмета Яссави, имеющий мировую известность, построенный во времена владычества Тамерлана. Здесь находятся руины древнего города Отрара, в котором была огромная библиотека, не уступавшая самым известным библиотекам древности - Александрийской и Карфагенской. Имеется заповедник Аксу-Жабаглы, мавзолеев Карахана и Шамансур, археологический памятник Аршыташ, мавзолеев Айша-Биби и Бабаджи-хатуи.</p>
<p>Восточный Казахстан Восточно-Казахстанская область</p>	<p>Музей редких минералов под открытым небом, археологические памятники, заповедники Маркакольский и Западно-Алтайский, озера Зайсан, Маркаколь, Рахмановские ключи, Себинские озера, Бухтарминское и Новоульбинское водохранилища, пещера Баукуыс, мавзолеев Енликее, мараловодческие хозяйства.</p>
<p><i>Примечание:</i> <i>составлено учеными Казахского Национального университета</i></p>	

Таким образом, развитие рекреационной деятельности в стране в целом проходит перманентно. Расширение спектра рекреационных услуг позволит Казахстану занять достойные позиции в туризме среди стран Центральной Азии. Для достижения цели по вхождению Казахстана в число 30-ти наиболее конкурентоспособных стран мира необходимо пересмотреть концептуальные основы туризма и рекреации. Следует уделить больше внимания стратегическим вопросам развития туризма и рекреационной деятельности, что должно быть выражено в следующем:

- разработка и внедрение поведенческой модели туристско-рекреационного гостеприимства, через координацию усилий государства, частного сектора и местных сообществ;
- разработка и продвижение единого национального бренда Казахстана как страны-лидера туризма;

- создание специализированной организации по продвижению Казахстана как страны туризма;
- разработка и внедрение единых рекреационных стандартов в деятельности ООПТ;
- внедрение общепринятых стандартов статистического учета Всемирной туристской организации (ЮНВТО);
- проведение регулярных маркетинговых исследований спроса и предпочтений клиентов целевых рынков и целевых групп туризма;
- создание интегрированной информационной базы туристско-рекреационной системы;
- разработка и реализация комплексного плана развития курортно-рекреационных зон Алтайского, Иле-Балхашского, Прикаспийского, Сарыаркинского регионов до 2020 года;
- расширение ассортимента туристского продукта и создание на его основе пакетных туров и цепочек обслуживания в масштабах страны и регионов;
- исследование и адаптация казахской культуры к требованиям туристско-рекреационного рынка, а также воссоздание новых мифов и событийных фактов;
- повышение прозрачности рынка туристских услуг.

Таким образом, только согласованные усилия государства, частного сектора, неправительственных организаций в сфере туризма, рекреации и местных сообществ на всех уровнях, приверженность и убежденность в реализации национальных стратегических целей туризма приведут к сбалансированному результату, который станет прочной основой для интеграции Казахстана в мировое туристское пространство.

Список использованных источников

- 1 Никитинский Е. С., Вуколов В. Н. Формирование индустрии туризма в Казахстане за годы государственной независимости. *Агентство Республики Казахстан по туризму и спорту, Казахская академия спорта и туризма.* Материалы международной научно-практической конференции. Астана, 2016, с. 215 – 220
- 2 Огиенко Н. А. Повышение качества обслуживания в гостиничной индустрии РК. *Казахстановедение: познавательные, оценочные и прикладные проблемы.* Материалы международной научно-практической конференции. Астана, 2015.
- 3 Накатков Ю. С. История туризма и гостеприимства Казахстана. Алматы, 2017.
- 4 Данные Казахстанской Ассоциации гостиниц и ресторанов (КАГИР). URL: <http://www.kagir.kz/>
- 5 Воронкова Л. П. История туризма и гостеприимства. Учеб. пособие. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2018.
- 6 Рахимбекова С. Перспективы развития гостиничного бизнеса в Республике Казахстан, Международная научно-практическая конференция, МБА, 2017.

З. А. Абдурахманова, М. Қ. Жолманова , Д. М. Сыздыкова
*Карагандинский университет Казпотребсоюза,
г. Караганда, Республика Казахстан
bakbergen_2000@mail.ru*

ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

В статье рассматриваются предпочтения казахстанцев в выборе посещений предприятий питания и развитие сервиса на предприятиях питания.

Ключевые слова: общественное питание, потребление продукта, сервис.

The article discusses the preferences of Kazakhstanis in choosing visits to food enterprises and the development of service at food enterprises.

Keywords: public catering, product consumption, service

Одной из первичных потребностей человека является принятие пищи. Это направление привлекает предпринимателей и инвесторов. Пищу можно принимать дома, в гостях и заведениях общественного питания. Культура и привычки принятия пищи – постоянно меняются и отражают текущее состояние экономического и культурного состояния в стране. Ежедневно, люди тратят несколько часов на принятие пищи. Например, когда экономическая ситуация в стране ухудшается, тогда люди стараются больше экономить. Изменяется продуктовая корзина. Уменьшается потребление мяса и мясных продуктов, молока и молочных продуктов, овощей. На постсоветском пространстве люди в основном питаются дома. Домой приглашают гостей и ходят сами. Когда экономика растет, потребление продуктов питания увеличивается, на рынке появляется больше предложений, готовых решить проблему питания самыми разными способами.

Сотрудники Института маркетинговых и социологических исследований Elim, провели социологический опрос в Казахстане: «Как часто мы посещаем заведения общественного питания» за 2018 год. В Казахстане официально на 2018 год гостиничным и ресторанным бизнесом официально занимаются 2,979 организаций. Надо отметить, что одна и та же организация может иметь несколько разных точек общественного питания или сеть. Еще 132 компаний занимаются доставкой пищи на заказ. Таким образом, общее количество юридических лиц, занятых в организации общественного питания, включая доставку пищи – составляет 3,109 организаций. 3,109 организаций в Казахстане официально занимаются гостиничным и ресторанным бизнесом. Из них, крупных всего 17 (9 рестораны и 8 гостиницы) и средних 51 (32 гостиницы и 19 ресторанов). Остальные – малые предприятия.

Сотрудниками Института маркетинговых и социологических исследо-

ваний Elim опрошено 500 человек по всему Казахстану. 47.2% женщины; остальные были мужчины. Основная возрастная категория респондентов от 20 до 45 лет. Сотрудники Института маркетинговых и социологических исследований Elim задали им несколько простых, но интересных вопросов. Как часто посещаете заведения общественного питания? Больше 65% респондентов посещают предприятия общественного питания 1 раз в неделю и больше. На вопрос какие предпочитают употреблять спиртные напитки. Выяснилось, что 47,5% казахстанцев не пьют совсем. От 1 до 3 раз посещают заведения общепита более 30% казахстанцев. Меньше 10% не посещают предприятия общественного питания и питаются дома. Как часто казахстанцы посещают заведения общепита (рисунок 1):



Рисунок 1. Динамика посещаемости казахстанцев заведения общепита

Результаты меняются в зависимости от региона. Например, в Астане, самое большое количество людей, которые посещают предприятия общественного питания более 5 раз в неделю. А вот в Караганде, больше 5 раз в неделю посещают заведения общепита в основном женщины. Что цените в заведениях общественного питания? Проанализировав ответы на этот вопрос, определили основной мотив казахстанцев при выборе заведения общественного питания: «Пусть порции будут маленькими, но качество еды должно быть на высоте» – 45%. Предприятия питания улучшая сервис, выясняют что именно необходимо повышать качество сервиса. Что казахстанцы ценят в заведениях общественного питания (рисунок 2).

В целях эффективности развития бизнеса в сфере общественного питания необходимо изучать рынки и определять текущую рыночную ситуацию: размер рынка; предпочтения потребителей; потенциал рынка; конкуренты; поставщики. Исследовать свою нишу, сегментировать клиентов, понять ключевые факторы успеха и разработать подходящую маркетинговую стратегию [2].

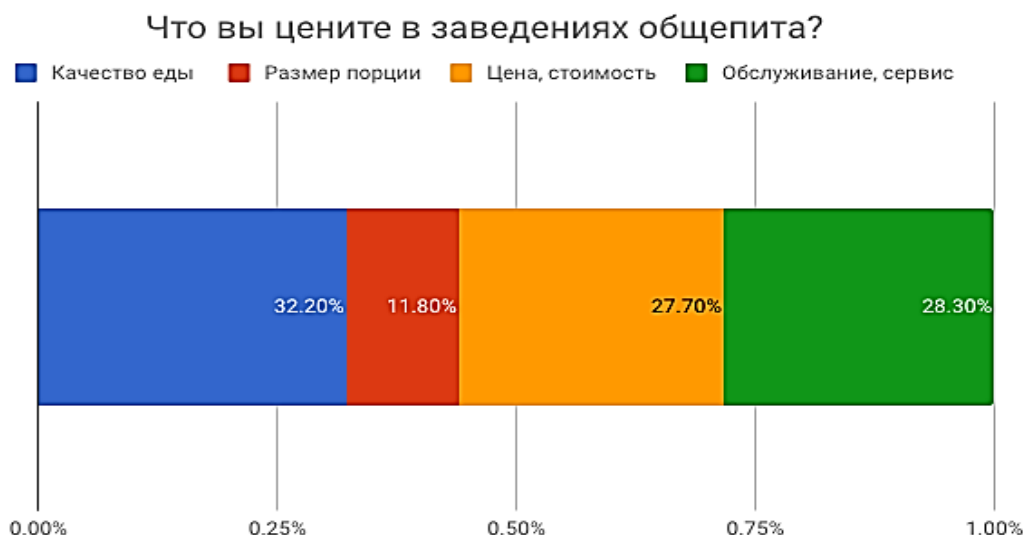


Рисунок 2. Ценности сервиса

В продвижение услуг предприятий питания зависит от различных особенностей: направления кухни, ценовой политики, дизайна торговых залов, месторасположения, качеством обслуживания и рядом других факторов. От них зависит посещаемость, количество постоянных клиентов и, в конечном итоге, объем продаж. Например, есть четыре основных способа развития ресторанного бизнеса: реклама, пиар, стимулирование сбыта и персональные продажи. Реклама может включать в себя следующие направления: наружная реклама, реклама внутри ресторана, интернет, почтовая рассылка, реклама в средствах массовой информации, сувенирная продукция.

Сотрудники Института маркетинговых и социологических исследований Elim провели опрос в Казахстане: «Эффективность рекламы и популярные соцсети в РК». Когда дело касается продвижения услуги, то возникает вопрос о том, какие медиаканалы эффективнее всего использовать в продвижение услуг. Тем более при открытии своего дела, надо планировать как можно меньше расходов. Для этого, существуют разные методы оценки эффективности того или иного медийного канала с точки зрения эффективности рекламы – какие действия предпринял человек после просмотра или под влиянием реклам.

Сотрудники Института маркетинговых и социологических исследований Elim провели опрос 500 экономически активных жителей Казахстана, в возрасте от 18 до 60 лет и задали несколько вопросов. Ядро аудитории – два возрастных сегмента от 21 до 25 и от 26 до 30 почти половина опрошенных. Почти все – 90,8% – это казахстанцы в возрасте от 21 до 45 лет.

Эту информацию можно использовать при разработке коммуникационной стратегии и медиа-планировании. Знание и понимание целевой аудитории и подбор подходящих медиаканалов для продвижения дадут конечную цель - потратить на поменьше, а получить побольше.

По вашему мнению какая реклама самая эффективная? Еще недавно, телевидение было одним из основных медиаканалов. На сегодня, среди казахстанцев, по эффективности рекламы, телевидение занимает 3-место (11,8%). Но все еще входит в ТОП-3 медиаканалов. Радио – медиаканал, ранее входящий в ТОП-3 по эффективности среди опрошенной аудитории, уступил 2 позиции и опустился на 5 место. На 1-м месте - социальные сети (53,5% соцсети + инстаграм). На 2-м - поисковый сервис Гугл. Добавим к ответам «соцсети» и «поисковый сервис Гугл» еще такие ответы как «интернет», мессенджеры и интернет-браузеры (сафари, опера, Mozilla) и увидим абсолютное доминирование использование цифровой среды среди опрошенной аудитории.

Какими социальными сетями пользуетесь больше всего? Проникновение социальных сетей за последние годы в Казахстане увеличилось. Например, если осенью 2017 казахстанский сегмент аудитории Фейсбук составлял 2,5 млн. человек, то уже через год, 2018 года, эта цифра достигла 5 млн. человек. Общее количество пользователей социальной сети по всему Миру за 2019 год насчитывалось более 3,48 млрд. человек.

Подавляющее большинство казахстанцев (82,5%) пользуется соцсетями. А именно, Инстаграм, WhatsAhh и Фейсбук. Около 10% пользуются Вконтакте. Самым популярным стал WhatsAhh. Им пользуются 77,5% казахстанцев. На 2-м месте Инстаграм. И на 3-м - Фейсбук. 9 % казахстанцев ответили, что не пользуются социальными сетями. Казахстанцы активно пользуются несколькими сетями одновременно.

С развитием возможностей глобальной сети потребители получили свободу открыто обсуждать услуги предприятий питания. В социальных сетях, медиа-ресурсах, блогах и других порталах положительные и отрицательные отзывы множатся с огромной скоростью, притом, что ранее основными средствами коммуникации являлись печатные СМИ, телевидение и радио. Многие крупные компании обращаются к разработке собственной репутационной программы по формированию положительного мнения о себе и выпускаемой продукции.

С использованием Интернета ситуация изменилась в пользу потребителя, информация о производителе и его конкурентах теперь доступна каждому, появились новые инструменты влияния на мнение клиентов: e-mail рассылки, отзывы на сайте и другие. На информационный фон компании сегодня влияют все больше источников, к традиционным СМИ присоединяются онлайн-издания, различные месседжеры, форумы и порталы. Интернет предлагает огромные возможности для выражения собственного мнения и донесения его до окружающих людей. Принцип взаимодействия «производитель – потребитель» выражается в том, что информация от производителя направлена на всех потребителей, но он уже получает точечную обратную связь от своего потребителя.

Теперь потребитель редко доверяет информации, которую распространяет сам производитель на выбранных им рекламных площадках. Он ищет отзывы, независимые мнения, спрашивает советы у своих друзей, количество которых в сетях измеряется даже не десятками, а сотнями и тысячами. Активное общение потребителей между собой создает репутацию компании без ее участия.

Работа с мнениями клиентов должна быть построена на основе мониторинга, ответной реакции и анализа. В работе с отзывами каждое предприятие интересуется вопросом о скорости ответа на поступившее сообщение. Определенного времени ответа на сообщение не может существовать, так как на время ответа влияют различные факторы: сообщение появилось в твиттере или на областном форуме, сообщение было опубликовано в прайм-тайм, сообщение написал топ-блогер и другие. Из всего этого и складывается понимание срочности ответа. Здесь, можно закладывать время для проверки и обработки информации.

Ответная реакция. Каждое предприятие питания выбирает собственную стратегию взаимодействия с потребителями. Надо, разработать политику реагирования предприятия на то, что происходит в сети. В целях поддержки лояльности клиентов, необходимо выбрать людей, которые будут давать корректные и оперативные ответы. Лояльность основывается на простом уважении к людям. Ведь узнать мотивы, которые побудили их написать сообщение в социальных сетях, невозможно. Очень важно рассматривать негативные сообщения не только как выражение отрицательных эмоций по отношению к бренду, но и в качестве конструктивной критики, дающей возможности для развития предприятия питания.

В целях создания обратной связи с потребителями в социальных сетях надо зарегистрироваться предприятиям питания на самых популярных площадках, где может появиться информация о ней. Аккаунты должны быть обязательно корпоративными, так как попытки работы с подставными аккаунтами всегда очень легко распознаются. Для любого возникающего в социальных медиа негатива должен быть выработан стандартный ответ. Он создается не только для того, чтобы уведомить аудиторию о том, что негативная информация принята предприятием, но и потому что компания хочет разобраться с проблемой и в дальнейшем устранить источник ее возникновения. Необходимо благодарить пользователей, которые положительно отозвались о предприятии питания, бренде, услуге. К сожалению, некоторые предприятия питания работают только с негативной информацией и забывают про огромные возможности позитива на сайте. Например, найти позитивно настроенных пользователей, предложить им сотрудничество (пригласить на мероприятие, предложить дополнительные скидки), в дальнейшем, с помощью них получить положительную информацию о выходах новых услуг, акций и других новостей предприятий питания.

В полном объеме получить необходимую информацию, и определить правильные выводы, скорректировать стратегии, рекламную политику и другое. Современные системы мониторинга способны выдавать огромное количество аналитических отчетов, таких как соотношение негатива и позитива предприятию питания и услуги, распределение аудитории по полу, возрасту и географии [2].

Список использованной литературы

1. Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет»
2. Официальный сайт «Института маркетинговых и социологических исследований Elim».

Є. І. Галушкіна, І. С. Зігунова

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

lizka.galushkina2002@gmail.com, izigunova2017@gmail.com

УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В ЧЕХІЇ

Ця стаття стосується сучасних умов та ресурсів пов'язаних з розвитком індустрії туризму в Чехії. Розглядаються туристські ресурси Чехії. Проаналізовано стан туристичної індустрії Чехії. Описано інфраструктуру туристичного ринку Чехії. Визначено закономірності географічної і просторової організації, розвиток туристичного ринку Чехії.

Ключові слова: *туризм, туристична індустрія, туристичний процес, інфраструктура, туристичний ринок, розвиток, Чехія.*

Эта статья касается современных условий и ресурсов связанных с развитием индустрии туризма в Чехии. Рассматривается состояние туристической индустрии Чехии. Проанализирована динамика развития туристического процесса Чехии. Описаны инфраструктуру туристического рынка Чехии. Определены закономерности географической и пространственной организации, развитие туристического рынка Чехии.

Ключевые слова: *туризм, туристическая индустрия, туристический процесс, инфраструктура, туристический рынок, развитие, Чехия.*

This article deals with current conditions and resources related to the development of the tourism industry in the Czech Republic. The state of the Czech tourism industry is considered. The dynamics of the Czech tourism process development is analyzed. The infrastructure of the Czech tourist market is described. Regularities of geographical and spatial organization, development of the tourist market of the Czech Republic are determined.

Key words: *tourism, tourism industry, tourist process, infrastructure, tourist market, development, Czech Republic.*

Постановка проблеми. Туризм – один з небагатьох видів бізнесу, що стійко розвиваються. Інтерес підприємців до туризму пояснюється рядом

чинників. По-перше, для того, щоб почати займатись туристським бізнесом не вимагається великих інвестицій. По-друге, на турист ринку цілком успішно взаємодіють великі, середні і малі (з великою кількістю персоналу) фірми. При цьому туристський бізнес дозволяє швидко обертати капітал, а так само (у сфері міжнародного туризму) отримувати вигоду за рахунок валютних операцій.

Мета роботи – дослідити умови та ресурси для розвитку індустрії туризму в Чехії.

На сьогоднішній день Чехія має досить розвинений туристичний ринок. З даними на 2019 рік Чехію відвідало 22 млн. туристів. Згідно з даними статистики, туристів цього року приїжджало в Чехію значно менше, ніж у попередні роки. Це було спричинено корона-вірусною хворобою, через яку багато країн закрили свої кордони. Загальними причинами недостатньої уваги іноземних туристів залишаються ще не завжди висока якість обслуговування і слабка пропаганда чеських визначних пам'яток за кордоном [1].

Країна має численні виходи джерел мінеральних вод.

Карлові Вари – неповторна область у живописній долині річки Тепла. Місто оточене лісистими пагорбами. Курорт знаходиться у Західній Богемії в 130 км від Праги. Карлові Вари сотні років зберігають свою привабливість не лише через цілющі мінеральні вод, алей завдяки привабливій природі і вишуканій архітектурі, великій кількості санаторіїв і готелів, вдало вписані у ландшафт.

Найвідоміше джерело Карлових Вар – «Шпрудель». Саме з цієї води робиться всім відома «карловарська сіль».

Маріанське-Лазне – наступний за розміром у Чехії курорт. Мальовниче містечко в Західній частині Богемії. Із землі тут б'ють п'ятдесят живильних джерел, облаштовані мальовничі парки. Він менший Карлових Вар, проте більш сучасний.

Курорт відвідували відомі особистості: вчені, письменники, композитори і політики з усього світу.

Серед цього чисельного списку можна виділити: Ріхард Вангер, Шопен, Гете, М. Гоголь, І. Гончаров, Марко Твен, Тургенєв, Дж. Кіплінг, Едісон, чеський композитор Дворжак.

Саме завдяки красі навколишнього середовища, чудовим комфортним готелям і, найголовніше – цілющим джерелам справедливо вважати цей курорт одним із кращих у світі [6].

Гірськолижні курорти Чехії – одні з кращих у Європі. До них відносять такі комплекси: Шпіндлерув Млин, Пец під Снежкою, Рокитніце над Ізероу. Ці місця – кращі варіанти не тільки для любителів екстремального катання, на їх території також знаходяться СПА, басейни, гірськолижні дитячі школи.

Рокитнице над Йзероу.

Розташування цього гірськолижного курорту досить зручне, поблизу невеликого містечка Крконош в західній частині країни. У комплексі є два лижні центри – Студени і Лиса Гора. Рокитнице над Йзероу пропонує прекрасні умови не тільки для тих, хто катається на лижах. Будь-який любитель катання на сноуборді знайде, чим зайнятись на курорті. Крім того, гірськолижному комплексу є траса, яка освітлюється в темний час доби, тобто кататися можна мало не до ночі.

Пець під Снежкою знаходиться в долині річки Упа. Місто отримало назву на честь гори Снежка, біля підніжжя якої і знаходиться. Гора Снежка – найвища гора в Чехії, її висота 1602 м. Гірськолижний курорт Пець під Снежкою – відмінне місце для відпочинку як для дорослих, так і для дітей, так як курорт досить великий. Всього є 11 трас, в тому числі і ті, що освітлюються вночі.

Шпіндлерув Млин – відомий гірськолижний курорт у всій Європі. Він знаходиться на висоті 715-1300 м над рівнем моря. На цьому курорті можна не тільки відпочити, а й подивитися на різні змагання із зимового спорту. У Шпіндлерув Млин є чимала кількість розважальних та спортивних установ, в тому числі 52 ресторани, 17 дискотек, нічні клуби, бари, кінотеатри, магазини, басейни, фітнес центри [4].

Культурно-історичний потенціал Чехії

Прага – столиця Чехії; великий мегаполіс і популярний туристський центр Європи, який щороку приймає понад 6 мільйонів гостей. У цьому елегантному і доброзичливому місті мріє побувати кожен, хто хоч трохи розбирається в красі архітектури і пиві. З давніх часів Прага вважається найпрекраснішим містом Європи, про це красномовно говорять її назви – «Злата Прага», «Кам'яна мрія», «Серце Європи», «Стобашенна». Прага – це вузькі вулички з бруківкою, дивовижний Карлів міст, маса унікальних пам'яток, незабутня чеська кухня.

Прага славиться чудовою архітектурою від готики і бароко до модерну, будучи одним з найкрасивіших і різноманітних (в архітектурному плані) міст Європи. У числі основних архітектурних пам'яток – 18 чудових кам'яних і сталевих мостів, що з'єднують береги Влтави. Один з найкрасивіших і найдавніших кам'яних мостів у світі – Карлів міст, твір середньовічної архітектури. Шедевром європейської готичної архітектури є собор Святого Віта, будівництво якого велось майже 600 років. Серед інших пам'яток архітектури виділяються: Тинський храм на Староміській площі, Староміська ратуша з астрономічним годинником, собор св. Петра і Павла на Вишеграді, Порохова вежа, Клементиум.

Відомої архітектурною пам'яткою є Танцюючий будинок - будівля в стилі деконструктивізму. Місто рясніє безліччю найкрасивіших фонтанів. П'ять центральних історичних районів Праги в 1993 році були включені в

число об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО як архітектурно-історичний заповідник

Прага має цілу розсип цікавих пам'яток. Тут і середньовічний Карлів міст – один з найстаріших кам'яних мостів у світі з двома мостовими вежами і скульптурами з піщанику, і найбільший в світі замок – Празький Град, і стародавня фортеця на пагорбі – Вишеград, і безліч готичних церков, барокових палаців і дивних скульптур [2].

Головні пам'ятки Праги.

Вишеград (чеськ. Vyšehrad) – стародавня фортеця (замок) і історичний район. Вишеград розташований на пагорбі над Влтавою на південь від центру міста. Звідси відкривається прекрасний вид на Прагу.

Вишеград включає кілька цікавих пам'яток. У стінах древньої фортеці знаходяться: новоготическая базиліка Святих Петра і Павла, залишки давньої романської базиліки, романська ротонда Святого Мартіна, Вишеградська кладовищі (місце поховання знаменитих діячів Чехії).

Базиліка святих Петра і Павла – головна архітектурна домінанта Вишеграду. Найгарніший неоготический собор, побудований в 11 столітті. Всередину можна потрапити абсолютно вільно і помилуватися на інтер'єр і цінні реліквії.

Карлів міст (чеськ. Karlův most) – найвідоміша пам'ятка Праги. Це середньовічний кам'яний міст через Влтаву, що з'єднує історичні райони Мала Страна і Старе Місто. Вважається одним з найстаріших подібних інженерних споруд в світі. Його почали експлуатувати ще в 1380 р. Карлів міст відомий безліччю прекрасних старих барокових статуй з піщанику, які зображують святих і відомих персонажів чеської історії. Скульптури були встановлені в період з 18 по початок 20 століття. Їх кількість – рівно 30 шт.

Порохова вежа (чеськ. Prašná brána) - велична готична вежа, побудована в 15 столітті. Порохова вежа розташована на площі Республіки. Біля воріт починається перша частина дороги, що веде до Празького граду. Висота порохової вежі 65 м. На висоті 44 м. Розташований оглядовий майданчик, на яку можна піднятися по гвинтових сходах. Перший камінь вежі заклали в 1475 році [8].

Празький Град (чеськ. Pražský hrad) – легендарна фортеця і замок, який довгий час перебував у центрі чеської держави. Розташований на пагорбі, яка тягнеться від Петршінській пагорба. З Празького Граду відкривається чудовий вид на Прагу. На півдні фортеця з'єднується з районом Мала Страна, на півночі обмежений Оленячим ровом.

Празький Град – це комплекс будівель, храмів і фортифікаційних споруд, розташованих навколо трьох головних дворів, площі Святого Георгія і Іржской вулиці. Головна архітектурна пам'ятка – величний собор Святого Віта і Золота вуличка [5].

Празький Град був заснований приблизно в 9 столітті і містить приклади більшості провідних архітектурних стилів останнього тисячоліття. Ця споруда вважається найбільшим замком в світі, тому його докладне вивчення займе багато часу. Найвідоміші пам'ятки Празького Граду:

- Собор Святого Віта, Вацлава і Войтеха (чеськ. Katedrála svatého Víta, Václava a Vojtěcha) – перлина готичної архітектури. Ця чудова церква є архітектурною домінантою Празького Граду і одним з головних сакральних пам'яток Праги. Кафедральний собор святого Віта почали будувати в 1344 році і завершили тільки в 1929 році. Ця церква – національна святиня Чехії, де покояться чеські королі, а також зберігаються королівські регалії.
- Золота вуличка – невелика старовинна вуличка з чудовою історичною атмосферою, забудована маленькими двоповерховими будиночками, вбудованими в арки кріпосної стіни. Золота вуличка утворилася в кінці 16 століття. Вважається, що тут жили алхіміки.
- Базилика Святого Георгія – одне з найдавніших будівель Праги, побудоване на початку 10 століття. Базилика має романський фундамент і бароковий фасад.
- Старий королівський палац – значне романське спорудження, в якому з 10 по 16 століття жили чеські королі [3].

Королівський сад, заснований в 1534 році, де розташовано кілька цікавих старих будівель: павільйон для гри в м'яч, королівський літній будинок з співаючим фонтаном і левиний двір.

Чеський Крумлов – це найвідоміша історична зона Південної Чехії, розташована в Шумавського передгір'ї, що славиться приголомшливим ансамблем готичних, ренесансних і барокових будівель. Чешскокрумловській град є самим великим у Чехії після Празького граду, він також занесений до списку світової культурної спадщини ЮНЕСКО. В ансамбль граду входять 40 будівель та палацових споруд, 5 внутрішніх дворів і сад.

Телч – місто на воді, моравська Венеція, планування якого обумовлена наявністю трьох штучних водосховищ та обвідним каналом – колишнім замковим ровом. Історичне ядро міста – старовинна фортеця, що зберегла свій вигляд з часів середньовіччя. Готичний замок на воді був заснований в XIII столітті, а сучасний вигляд будова набула при перебудові в XVI столітті. Основна будівля старого міста – палац із багатими інтер'єрами: Золотим, Блакитним, Театральним та Лицарським залами, капелою Всіх Святих, скарбницею і залом для бенкетів, оформленим в техніці сграфіто.

У містечку Індржихув Градец розташовується третій за величиною замкового комплексу в Чехії, побудований в XIII столітті на історичній кордоні між Богемією, Моравією і Австрією. Головна споруда комплексу – готичний палац з цінними картинами, костел святого Іоанна Хрестителя з рідкісними фресками і колишній мінорітській монастир. Місто славиться

щорічними фестивалями класичної музики (Concertino Praga) і фольклорної музики (Folková růže).

Брно – столиця Моравії і другий за значимістю і за величиною місто Чехії. Найвідоміший символ Брно – готичний град Шпілберг, силует якого зображений на чеських монетах. Град був заснований в XIII столітті на вершині гори Шпілберг.

Пльзень, четверте за величиною місто в Чехії, розташоване на заході країни, розкинулось в місці злиття чотирьох річок – Услави, Углаву, Радбузи і Мжі. Пльзень славиться такими пам'ятками: найвища церковна вежа в Чехії (103 м) - вежа кафедрального собору святого Варфоломія, власне сам собор з позднеготической Штернбергській капелою, Ратуша, підземелля, Музей Західної Чехії, третя за величиною в світі синагога в мавро-романському стилі.

Пльзень, як відомо, – столиця чеського пивоваріння, тут варять Пльзеньського пиво марок «Праздрой» і «Гамбрінус». Пиво виробляється за старовинною технологією, незмінною з позаминулого століття, а неповторний смак напою, за твердженням чехів, надає Пльзеньська вода, власний солод і унікальні умовами зберігання в підвалах [3].

Отже, Чехія достатньо багата на природно-географічні ресурси. Це звичайно ж бальнеологічні ресурси Карлових Вар та Маріанське Лазне. На території Чехії знаходиться багато історико-культурних пам'яток. Найпопулярніші з них розташовані в місті Прага. Цим фактом пояснюється особливість розвитку туристичної інфраструктури.

Список використаних джерел

1. Азар В. И. Экономика и организация туризма. М.: Экономика, 1993.
2. Друянов Б. М. Туристические маршруты по европейским городам и странам: Очерки. М., 2001.
3. Любіцева О. О. « Ринок туристичних послуг». К. « Альтерпрес»-2002.
4. Миштера Л. География Чехословакии. М., 1984.
5. Монро Д. Мир. Страны, народы, достопримечательности. М., 1999.
6. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія. Івано-Франківськ, 2001.
7. Чехословакия / под ред. А. С. Мильникова. М., 1985.
8. Якобсмаер В. Прага. М., 1996.

В. О. Дяченко, Я. В. Євтушенко

*Сумський державний педагогічний
університет імені А. С. Макаренка
nagrany13@gmail.com*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТУРИСТІВ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ

У статті розглядаються небезпеки які підстерігають туристів, форми загроз, аналізуються способи і методи нападу, а також пропонуються заходи по уникненню подібних інцидентів.

Ключові слова: міжнародний досвід, індустрія туризму, законодавство, ЮНВТО.

В статье рассматриваются опасности подстерегающих туристов, формы угроз, анализируются способы и методы нападения, а также предлагаются меры по избежанию подобных инцидентов.

Ключевые слова: международный опыт, индустрия туризма, законодательство ЮНВТО.

The article considers the dangers that lie in wait for tourists, forms of threats, analyzes the methods and techniques of attack, as well as measures to avoid such incidents.

Keywords: international experience, tourism industry, UNWTO legislation.

Постановка питання. Безпека в індустрії туризму на сучасному етапі пандемічної кризи дуже актуальною при організації міжнародних подорожей. Зараз перед туристськими операторами стає важливе завдання опанування напрацювань ЮНВТО щодо забезпечення безпеки туристів під час подорожей до різних країн світу, яка спирається на: Хартія туризму і Кодекс туриста, прийняті Генеральною асамблеєю UNWTO (Софія, 1986 р.), документи Гаазької міжпарламентської конференції (Нідерланди, 1989 р.), документи 9-ї Генеральної асамблеї UNWTO (Буенос-Айрес, 1991 р.), Глобальний етичний кодекс туриста, прийнятий Генеральною асамблеєю UNWTO в Сантьяго (Чилі, 1999 р.). Отже, аналіз міжнародного досвіду по забезпеченню безпеки у міжнародних подорожах допоможе в сучасних умовах діяльності туристських компаній України якісно організувати подорожі.

Аналіз останніх досліджень та публікації. Аналізу проблем забезпечення безпеки індустрії туризму Європи присвячені дослідження багатьох зарубіжних вчених: Гайдукевич Л. М. [1], Григорян Ц. А., Рябцев А. А. [2] в працях вітчизняних науковців, зокрема: В. М. Зігунова [3], В. Козинця [4] та інші. Не вирішеними проблемами забезпечення безпеки у міжнародних подорожах нам даний час є те, що пандемія висвітила не готовність багатьох країн світу вирішувати питання щодо збереження здоров'я туристів.

Мета статі є аналіз міжнародного досвіду щодо сутності забезпечення безпеки в індустрії туризму різних країн Європи.

Виклад основного матеріалу. Міжнародний досвід розробки заходів безпеки туризму вивчається Всесвітньою Туристичною Організацією (ЮНВТО). Як відзначається в Гаазькій декларації з питань туризму, «для того, щоб нормально функціонувати та розвиватися, туризм потребує безпеки для подорожей як національних, так і міжнародних, так і для їхньої власної власності [1].

Це може бути досягнуто через:

- розробки та проведення в житті норм безпеки для подорожей та туристських переглядів;

- інформування та просвітлення суспільності;
- створення конституційних рамок для вирішення проблем, пов'язаних з безпекою туристів, і, зокрема, в екстремальних ситуаціях;
- міжнародне співробітництво на двосторонньому, регіональному, субрегіональному, міжрегіональному та світовому рівнях.

При Виконавчій раді ЮНВТО в 1994 р. створений Комітет з питань якісного обслуговування туристів, який відповідає на питання безпеки подорожі. У тому ж році ЮНВТО провела дослідження 73 країн світу на тему «Безпека та захист туристів, туристичних об'єктів».

За ініціативою ЮНВТО літом 1995 р. в Естерунді (Швеція) проведена I Міжнародна конференція з питань безпеки туризму та зменшення ризиків при подорожах. Висновки обстеження свідчать: у 71% країн об'єкти та пам'ятки, відвідувані туристами, забезпечуються охороною з боку спеціальної туристичної поліції чи служби безпеки.

У більше ніж половині таких країн ця служба є частиною державної або муніципальної поліції. На туристичній поліції лежить також охорона пам'яток культури, навколишнього середовища, боротьба з наркотиками, надання інформації про туристів та охорона місцевих етнічних груп. Співробітники туристичної поліції в 41% країн навчаються іноземним мовам, в 26% проходять підготовку за спеціальними туристськими дисциплінами, в 37% країнах підтримують постійний зв'язок з туристськими фірмами та звичайною поліцією [2].

Міжнародна практика показує, що ряд державних видань надає відповідні рекомендації щодо відвідування тих чи інших країн та регіонів світу. Так, МВС Німеччини, Державний департамент США регулярно публікує список країн, в які поїздки не рекомендуються, а в ряді випадків забороняються.

Туристичні підприємства, що представляють основний елемент системи туризму, зобов'язані в першу чергу піклуватися про безпеку своїх клієнтів. Обираючи партнерів, місце призначення, планування будови маршруту, та інші елементи туру, туристичне підприємство не повинно забувати про забезпечення безпеки та безпеку майна туристів.

Надзвичайно недопустимим є розробка турів на місцях ведення бойових дій або прилеглих до них районів, у країнах, де спостерігається діяльність терористичних організацій, на місцях, де існує небезпека захворюваності на епідемічні захворювання або введений медичний карантин. Для ряду спеціалізованих турів, перш за все в активному туризмі, туристичне підприємство зобов'язано забезпечити забезпечення вищого контролю за станом здоров'я туристів. До таких турів відносяться: альпінізм, спуски по гірським річкам, екстремальний туризм, туристичні походи тощо. При організації поїздок у державі, де існує небезпека захворювання епідемічними хворобами, туристичне підприємство повинно здійснювати встановлюючи порядок вакцинації (щеплення) з видачами відповідних медичних сертифікатів.

Організація Охорони Здоров'я (ВООЗ) розробила «Дотримання до свідотства про щеплення при поїздках за межі», яке є практичним керівництвом для туристичних підприємств та самих туристів. ВООЗ випускає також «Епідеміологічний щорічник» та рекомендації, призводить до зменшення можливості розповсюдження небезпечних інфекцій у тому числі через туризм. К числу карантинних захворювань міжнародної значимості відносяться: чума, віспа, холера, жовта лихоманка. Існують певні медико-санітарні правила, що дозволяють уникнути небезпечних інфекційних захворювань, при подорожі [1].

Ці правила повинні бути в обов'язковому порядку видання в інформаційному листу туристів до початку поїздки. Крім організаційних заходів, туристичне підприємство зобов'язано проінформувати туристів про можливі небезпеки в тій чи іншій країні та про порядок дій у разі загрози їх безпеки або збереження майна. При виборі транспортних засобів туристична компанія повинна забезпечити безпеку транспортування туристів, надаючи для цього технічно виправданий транспорт, кваліфікованих водіїв, а в разі руху «колоною» забезпечити її супроводження дорожньою поліцією. При організації групових турів часто забезпечується супровід груп представників туристичних підприємств. Його завдання в основному зв'язуються із забезпеченням повноти виконання попередньо переглянутих програм. Разом з тим, наявність співробітника або представника туристичних підприємств у групі повинен розглядатись також зі сторони забезпечення вимог щодо безпеки життя та здоров'я туристів.

Адміністрація туристичних центрів зобов'язана дати забезпечення своєї діяльності заходів безпеки туристів та відпочиваючих, що знаходяться в цих центрах. Забезпечення безпеки повинно здійснюватися на випадок повороту пожежі, стихійних лих, масових захворювань та достатньою кількістю для запобігання або свідомості мінімуму результатів поведінки таких небезпек, внесення до екстреної евакуації туристів. Туристичні центри повинні мати систему внутрішньої безпеки, запобігання досягненню життєдіяльності, здоров'я та майна туристів. Крім цього адміністрація туристичних центрів повинна інформувати туристів про порядок їх дії у разі виникнення небезпек [4].

Національні органи з питань туризму різних держав Європи при розробці та здійсненні політики у сфері туризму повинні походити з того, що державний перегляд туристів гарантується їх безпекою та захистом майна. Забезпечення цих гарантій є одним з першочергових засобів у розвитку туризму в державній власності. Реалізація цих гарантій здійснюється шляхом прийняття відповідних законодавчих або нормативних актів, регулюючих та координаційних дій у цьому створенні всі зацікавлені знання, усього суспільства. Ще одним виготовленням засобів забезпечення безпеки в туризмі на національному рівні є захист власних громадян, виїзних в

туристичні подорожі за межами країни. Реалізація цього проекту здійснюється прийняттям відповідних правових актів, гарантування громадянам своєї країни захисту, як на національній території, так і за її межами. Крім правових актів до цього утворення необхідно відмітити міжнародні домовленості щодо правового та іншого захисту громадян, передбачаючи прийняття сторонами взаємних гарантій при забезпеченні безпеки громадянської сторони на своїх національних територіях. І у виключних випадках держави можуть застосовувати спеціальні сили та засоби для спасіння або евакуації своїх громадян за межами країни [3].

Аналіз міжнародного законодавства в області забезпечення безпеки туристичної діяльності показав, що в зарубіжних країнах діють законодавчі акти, встановлюються правові, соціальні та економічні основи організації туризму, визначається компетенція органів влади в регіонах туризму, права та зобов'язання господарських суб'єктів, щодо забезпечення безпеки в туризмі. Як правило у законах містяться правові норми, регулюючі забезпечення безпеки туристичної діяльності кожної країни Європи.

Однак підкріплення відповідальності державних органів у сферах забезпечення безпеки туристичної діяльності, створення заходів для підвищення рівня безпеки туристичної діяльності в національних законах країн Європи відрізняються. Звернемось до досвіду розмежування предметів ведіння та повноліття в розвинутих у туристичному відношенні державах світу.

Так, відповідно до статті 148 Конституції Іспанії питання розвитку та організації туризму, а також організація дозвілля відноситься до відання автономних повідомлень.

Стаття 117 Конституції Італії відноситься до видання законодавчих норм про туризм до компетенції обласних - автономних навчальних закладів із власними повноваження та функціоналами, які у своєму черговому порядку залежать від провінцій та комунальних послуг. Законодавчі акти, що видаються областями, не можуть протидіяти національним інтересам та інтересам інших областей. Закони Республіки можуть надати регіон правом видавати норми для проведення цих законопроектів у житті [2].

Більшість державних органів Європи мають спеціальні закони про туризм. У деяких країнах окремі положення щодо виявлення туристичних послуг регулюються також громадянським законодавством. Зокрема, в німецькому громадянському укладі містяться положення про договір про обслуговування туристів. Ряд країн Європи прийняв кілька законів у сфері туризму. На Мальті, наприклад, окремі закони регулюють надання гостинних послуг, визначають структуру та повноцінні органи публічної влади у сфері туризму, порядок надання послуг туристичних агентств, гідів-перекладачів, підприємствам розвитку, регулюють діяльність у сфері клубного відпочинку (таймшера).

У Швеції прийнятий закон, посвячений надання гарантій за туристичними поїздками, а також Закон «Про комплексні тури».

У Турції діє закон «Про підтримку туризму», який носить ярко виражений публічно-правовий характер і містить як заходи державної підтримки туризму, так і механізм їх реалізації. Особливо, закон визначає порядок використання нерухомості для туристичних цін, регулювання державних інвестицій у туристичну індустрію, встановлює правовий статус державного Фонду розвитку туризму, надає фінансові привілеї для інвесторів, регулює питання підтримки та функціонування ядерного туризму та ін. Подяка прийнятому цим законом, Туреччина в цей момент стала однією з розвинених у туристичному відношенні країн Європи.

В останній час найвища популярність придбає пригодницький туризм. У туристських походах завжди присутній елемент випадковостей, який впливає на умови подорожі і відповідно на стан туристів. Однак, якщо дозволено поставити собі завдання, щоб усунути будь-яку випадковість, щоб спробувати звести її до мінімуму повного можливо. Тому пошук конкретних шляхів вирішення проблем безпеки в активному туризмі повинен описувати детальний аналіз аварійних випадків, збір статистичних матеріалів, аналіз позитивних досліджень туристичної діяльності. При цьому, повністю копіюється передового досвіду зарубіжних рятувальних служб, таких як «Бергреттунгсдинст» в Австрії або «Бергвахт» в Німеччині неможливо.

Висновки та перспективи подальших наукових досліджень. Аналіз міжнародного досвіду по забезпеченню безпеки індустрії туризму показав, що в країнах світу є напрацьовані ефективні системи безпеки туристів під час їх різноманітних подорожей. В умовах нашої країни ми не можемо скопіювати використання системи забезпечення безпеки країн Європи, тому що у відсутні інституційна та інфраструктурна складова у національній туристській безпеці. Отже, пошук конкретних шляхів вирішення проблем створення ефективної системи забезпечення безпеки туристів у міжнародному туризмі для України є актуальними на даному етапі розвитку індустрії туризму країни.

Список використаних джерел

1. Гайдукевич Л. М. Безопасность у международном туризме и основные направления её обеспечения. *Национальная безопасность и стратегическое планирование. №1.* Изд.-во «ИИУНЦ Стратегія будущего» Санкт-Петербург. 2018. С. 32 – 37.
2. Григорян Ц. А., Рябцев А. А. Международный опыт обеспечения безопасности в туризме. *Журнал «Uropean researcher». № 1 (1).* 2010. С. 64 – 68.
3. Зігунов В. М. Безпека в туризмі: курс лекцій. Суми: Вид-во Сум ДПУ ім. А. С. Макаренка, 2012. 205 с.
4. Козинець В. М. Безпека життєдіяльності у сфері туризму: навч. посіб. К.: Кондор, 2006. 567 с.

Д. Зеленська, В. С. Павленко
Менеджер туристичної фірми м. Реховот.
Держава Ізраїль
vikap2989@gmail.com

СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЗВИТОК ПАЛОМНИЦЬКОГО ТУРИЗМУ В ІЗРАЇЛІ

У статті досліджено релігійно-паломницький туризм та розкрито відмінності між паломництвом і культурно релігійними турами. Автором досліджено особливості організації та проведення релігійно-паломницьких турів. Проаналізовано головні передумови та чинники для розвитку християнського паломництва в даній країні.

Ключові слова: паломництво, релігійно-паломницький туризм, туристична сфера, Ізраїль.

В статье исследовано религиозно-паломнический туризм и раскрыто различия между паломничеством и культурно религиозными турами. Автором исследованы особенности организации и проведения религиозно-паломнических туров. Проанализированы основные причины и факторы для развития христианского паломничества в данной стране.

Ключевые слова: паломничество, религиозно-паломнический туризм, туристическая сфера, Израиль.

The article examines religious and pilgrimage tourism and reveals the differences between pilgrimage and cultural and religious tours. The author researches the peculiarities of organizing and conducting religious pilgrimage tours. The main preconditions and factors for the development of Christian pilgrimage in this country are analyzed.

Key words: pilgrimage, religious-pilgrimage tourism, tourist sphere, Israel.

Постановка проблеми. Паломницький туризм у нашій державі в останні десятиліття розвивається досить інтенсивно. Чисельність туристів, які приїжджають з різних країн також постійно зростає. Їх приваблюють святині котрих в країні досить багато. За даними Всесвітньої туристичної організації, щорічно Ізраїль відвідує понад 300 млн. релігійних туристів і паломників, які залишають тут значні фінансові ресурси. Вони, за висновками експертів, приносять цій державі понад 3 млрд. дол. США щорічно [6]. Виходячи з цього можна сказати, що Ізраїль зацікавлений у розвитку релігійного паломництва, оскільки отримує від нього великі прибутки й має розгалужену систему надання релігійно-туристичних послуг, що потребує наукового вивчення.

Мета статті – вивчення особливостей організації та проведення релігійно-паломницьких турів в Ізраїлі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематикою дослідження паломницького туризму, почали займатися багато науковців, як зарубіжних, так і українських. Серед них можна назвати А. Александрову, А. Бабкіна, О. Бейдика, Т. Божук.

Виклад основного матеріалу. Релігійний туризм – це подорож мандрівника з метою не тільки побачити культовий об'єкт поклоніння, а й осягнути катарсис і таким чином здобути духовну цілісність. Згідно твердження А. Бабкіна, до різновидів релігійного туризму належать подорож (мандрівка атеїста, спрямована на осягнення інформаційно-культурологічних моментів пам'яток релігії) та паломництво (мандрівка глибоко віруючої людини, пов'язана з реалізацією глибоких внутрішньо психологічних релігійних аспектів) [1].

Паломницька галузь надає громадянам своєї країни культурно-духовні послуги. Даний вид туризму розглядається не тільки як подорож до священних місць, але і як прояв релігійної діяльності паломників [4]. Ізраїль можна сміло назвати релігійно-паломницьким центром. Адже на території країни сконцентрована велика кількість культурних й історичних, сакральних об'єктів, що приваблюють до себе великі потоки релігійних туристів.

Ізраїль – потужний культурно-релігійний паломницький центр трьох релігій християнства, іудаїзму та ісламу. Найпотужнішим релігійно-паломницьким центром держави є місто Ієрусалим – релігійно-паломницький центр, який концентрує на своїй території головні святині християнства, ісламу й іудаїзму. Це місто, нагадує православним паломникам про останні дні земного життя Ісуса Христа. Однак найголовнішим паломницьким маршрутом міста є «Віа Долороза» – Скорботний шлях, по якому Спаситель під тяготою хреста йшов на Голгофу. Зокрема, найбільшими паломницькими центрами на території країни є Віфлеєм – історичне місто «царя Давида», де народився Ісус Христос. Третім за значимістю містом для паломників є Назарет, де архангел Гавриїл сповістив Діву Марію про народження Богомладенця. Хеврон – місто, у якому містяться Печера Махпела (або Печера Патріархів), де поховані ізраїльські праотці Авраам, Ісаак, Яков разом зі своїми дружинами – Сарою, Ревеккою та Лією; Капернаум – це, за переказами, місце народження апостолів Андрея, Іоанна, Петра та Якова. Останнє часто називають містом Ісуса Христа, оскільки саме тут він проживав, коли покинув Назарет, та здійснив тут багато чудес.

Іудаїзм виникає приблизно в XI-X ст. до нашої ери на території сучасних Ізраїлю, Палестини і Лівану. Головним святом в іудеїв є Пасха. Її чин заповнений обрядами, присвяченими приходу месії і його предтечі Іллі.

Іудеї почитають суботу – день коли заборонена будь-яка робота, день який нагадує про останній день творіння. Святе місце для іудеїв – Стіна плачу. 2000 років тому в столиці давньоєврейської держави Ієрусалімі за наказом царя Ірода було збудовано храм, сьогодні від нього залишилась лише Західна стіна – Стіна плачу, яка є пам'яткою про зруйнування храму і держави. Сьогодні євреї з усього світу приїздять, щоб помолитися біля Стіни плачу.

Іслам є другою за чисельністю і значенням релігією на території сучасної держави Ізраїль. З VIII до середини початку XX століття іслам в країні абсолютно переважав. Для мусульман Єрусалим вважається третім за значенням священним містом після Мекки і Медіни [2].

Міністерство туризму Ізраїля в 2018 році витратило понад 35 млн. на оновлення та створення нових маршрутів, а також посилити підготовку гідів і безпеку паломників. Також, керівництво країни щорічно витрачає багато коштів на розвиток туристичної інфраструктури й забезпечення безпеки пересування туристів її територією. Уряд держави проводить низку важливих законодавчих ініціатив щодо стимуляції притоку паломників з інших регіонів і країн світу, як це було, наприклад, із ратифікацією договору про безвізовий режим між Ізраїлем й Україною, що набув чинності з 09.02.2011 р. За оцінками експертів, саме ця двостороння ініціатива між нашими державами привела до збільшення числа туристів, включаючи релігійних паломників, у п'ять разів.

Слід зазначити, що країна має добре розвинену систему готельно-ресторанного господарства. Проте паломники – це невибаглива група туристівдо, які потребують дешевого проживання, харчування та транспортного переміщення.

Також для обслуговування паломників Ізраїль має розгалужену транспортну систему. Загальна довжина залізниць у країні становить 890 км, а автошляхів – понад 14 тис. км.[3]. В Ізраїлі є три аеропорти міжнародного значення, а також декілька внутрішніх, що забезпечують потреби в перельотах всередині країни. Більшість авіаперевезень здійснюється через аеропорт ім. Бен-Гуріона в Ліді (Тель-Авів). Аеропорт м. Ейлат посідає друге місце за пасажирообігом, оскільки це місто – курортний центр країни, що розміщений на Червоному морі.

Активного розвитку останнім часом набирають ізраїльські залізничні дороги, що пронизують усі регіони країни. Залізничний вид транспорту набагато швидший, ніж автомобільний. Потяги слідуєть чітко за графіком та є комфортнішими за автобуси, проте основним недоліком залізничного транспорту в країні є невелика кількість зупинок і віддаленість їх від центрів міста. Автобусне сполучення в державі поділяється на міжміське та міське, яке на сьогодні займає основне місце серед громадського транспорту. Весь автобусний транспорт, за винятком міського, у м. Хайфа та Ейлат не працює в суботу, тобто рух його припиняється в п'ятницю вдень і відновлюється пізно ввечері в суботу.

Отже, Ізраїль – це потужний паломницький центр світового значення, який сконцентровує на своїй території найбільшу кількість найвідоміших релігійних святинь й приваблює до себе великі релігійні потоки туристів із всього світу. Досить потужно паломницький туризм впливає і на економіку країни, що в свою чергу стимулює розвиток, насамперед, самих релігійних

центрів, а також сприяє міжкультурному діалогу й збереженню миру в регіоні. Щорічно в Ізраїль із туристично-релігійною метою прибуває значна кількість іноземних туристів, для обслуговування яких функціонує система надання різнопланових туристично-обслуговуючих послуг. Головними релігійно-паломницькими центрами країни вважаються міста Іерусалим, Віфлеєм, Назарет, гора Фавор, річка Іордан та інші релігійно-паломницькі дестинації.

Список використаних джерел

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. 252 с.
2. Калінін Ю. А., Харьковщенко Е. А. Релігієзнавство. К.: 1995. С. 42-77.
3. Патійчук В. О. Особливості функціонування сучасної транспортної системи Ізраїлю. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Серія «Географічні науки». 2009. № 10. С. 102–108.
4. Сапелкіна З. П. Релігія і культура. Релігійний туризм : навч. посіб. Київ : Вид-во Акад. праці і соц. відносин Федер. проф. спілок України, 2012. 220 с.

А. Р. Соммер, Т. Н. Алексеенко

*Карагандинский университет Казпотребсоюза,
г.Караганда, Республика Казахстан
Mashrapov.sr@mail.ru, Alektania.61@mail.ru*

ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

В данной статье рассмотрены направления формирования модели туризма в Казахстане

Ключевые слова: *туризм, дестинации, модель, турист.*

This article discusses the directions of the formation of a tourism model in Kazakhstan.

Key words: *tourism, destination, model, tourist.*

Из 1121 объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО, пять относятся к Казахстану, три из которых являются объектами культурного наследия, а два – природного наследия. Но туризм - это не только исторические памятники и красивые места, это еще и развития инфраструктура, высокий уровень сервиса, обеспечение безопасности туристов во время путешествий и многое другое [1].

Новый импульс развитию туристской индустрии придало признание туристской отрасли в качестве одного из приоритетных секторов экономики в числе семи кластерных инициатив. В рамках развития туристского кластера в республике Казахстан были выделены приоритетные направления развития туризма, такие, как деловой, экологический, культурно-познавательный, а также экстремальный виды туризма.

Благоприятные тенденции в отечественной экономике, а также государственная поддержка отрасли, связанная с реализацией программы кластерного развития, позволяют предположить, что тенденция роста общего количества туристов сохранится.

Туризм в Казахстане пока не относится к числу высокоприбыльных отраслей и не является привлекательным инвестиционным направлением. В структуре ВВП страны услуги сферы туризма занимают всего 1,8%. Несмотря на это уже сегодня в сфере туризма отмечаются позитивные перемены. Только за последний год на 17% вырос объем услуг, предоставляемый различными компаниями сферы туризма, на 14% увеличился поток посетителей по въездному туризму, на 5,6% – расходы иностранных граждан в поездках по Казахстану. В стране растет число мест размещения туристов и объектов культурно-развлекательного назначения, появляются новые тематические выставки парки, развиваются туристские дестинации.

По данным Всемирного экономического форума, в 2019 году Казахстан занял 80-е место из 140 стран в мировом индексе конкурентоспособности в сфере туризма, улучшив показатель на 1 позицию по сравнению с 2017 годом.

Правительство Казахстана включив сферу туризма в число приоритетных отраслей экономики страны, также уделяет ее развитию большое внимание. Определены топ-10 туристских территорий в качестве ключевых направлений развития туризма:

- ведется работа по внедрению системы электронных виз «e visa»;
- разрабатываются меры по повышению безопасности туристов на территории страны и профессиональному их консультированию;
- реализуется инициатива «Kids go free» по обеспечению бесплатного авиаперелета детей до 16 лет при условии отдыха в каникулярное время на казахстанских курортах;
- определены топ-10 туристских территорий в качестве ключевых направлений развития туризма;
- ведется работа по внедрению системы электронных виз «e visa»;
- разрабатываются меры по повышению безопасности туристов на территории страны и профессиональному их консультированию;
- реализуется инициатива «Kids go free» по обеспечению бесплатного авиаперелета детей до 16 лет при условии отдыха в каникулярное время на казахстанских курортах[4].

Приоритетные дестинации, активное развитие которых закреплено государственной программой развития туристской отрасли РК до 2025 года:

- Горный кластер Алматинского региона – с потенциалом 2,5 млн. туристов в год.
- Озеро Алаколь – с потенциалом 2 млн. туристов в год.

- Щучинско-Боровская курортная зона – с потенциалом 2 млн. туристов в год
- Развитие пляжного туризма Мангыстау – с потенциалом 750 тыс. туристов в год.
- Баянаульская курортная зона – с потенциалом 450 тыс. туристов в год.
- Иммантау-Шалкарская курортная зона – с потенциалом 400 тыс. туристов в год.
- Озеро Балхаш – с потенциалом 400 тыс. туристов в год.
- Развитие туристской зоны
- Развитие MICE туризма в городе Нур-Султан – с потенциалом 1 млн. туристов в год.
- «Байконур» как развлекательного туристского хаба – с потенциалом от 250 до 500 тыс. туристов в год
- Развитие историко-культурного туризма Туркестана – с потенциалом, 5 млн. туристов в год [4].

Выделим текущие проблемы отрасли туризма в Казахстане. Перед Казахстаном ставятся глобальные цели в области туризма. При этом сфера туризма характеризуется тесным взаимодействием большого числа различных компаний.

В процессе предоставления услуг эти компании сталкиваются с рядом внутренних и внешних проблем, имеющих непосредственное влияние на эффективность их деятельности, причем без своевременного и грамотного решения которых, дальнейшее развитие отрасли будет весьма затруднительным. Наибольшее влияние на развитие сферы туризма, по мнению экспертов отрасли, оказывают две группы проблем: сервис услуг и кадры.

Сдерживают развитие туризма в стране отсутствие развитой транспортной инфраструктуры, низкое качество предоставляемого сервиса и дефицит квалифицированных кадров.

Развитие туристской инфраструктуры оказывает существенное влияние на конкурентоспособность туристских дестинаций и объем туристских потоков.

По состоянию на конец 2019 года в Казахстане насчитывалось 2095 гостиниц, 84 домов отдыха, 80 санаториев, 52 турбазы, 42 кемпинга и мотеля. Культурно-развлекательную программу туристам предлагают 250 музеев, 154 парков отдыха, 101 кинотеатр, 65 театров, 36 концертных организаций, 18 зоопарков и 3 цирка.

Что касается транспортной инфраструктуры, то на 1000 кв. км. территории страны приходится 35,3 км автомобильных дорог, из которых только 30,5 км имеют твердое покрытие. А объекты сельского или горного туризма в большинстве не обеспечены качественными подъездными дорогами.

В 2019 году Казахстан в мировом индексе конкурентоспособности в сфере туризма из 140 стран по уровню развития отдельных направлений инфраструктуры занимает с 65 по 90 места.

Понимая все это, отрасли, конечно же, имеется обеспокоенность текущим развитием туристской инфраструктуры в стране, так как это создает туристским компаниям серьезные трудности и проблемы по привлечению потока туристов.

Низкое качество предоставляемого сервиса туристских услуг, является второй по значимости проблемой отрасли. Даже при наличии хорошо развитой туристской инфраструктуры, отвечающей всем международным требованиям, низкое качество услуг на одном этапе, приведет к негативной оценке деятельности сферы туризма в целом. Поэтому вопросы повышения качества услуг в отрасли необходимо решать комплексно, начиная от маркетингового продвижения туристских дестинаций, до предоставления индивидуальных услуг по требованию туристов. Эксперты считают в первую очередь качество сервиса услуг зависит от профессиональной подготовки персонала отрасли.

Согласно последним данным ЮНВТО, пандемия привела к сокращению числа международных туристских прибытий в мире на 73% в 2020 году. Падение было еще более резким в Казахстане, где, по оценкам экспертов, сокращение в 2020 году составит более 80%, как и во многих странах Азии. Продолжали вводить строгие ограничения на поездки [1]. Это внезапное падение приостановило способность сектора стимулировать устойчивое развитие туризма в Казахстане.

Для решения основных задач развития туристической сферы считаем необходимым:

- создание условий для привлечения частного капитала, направленного на освоение природных, историко-культурных, рекреационных ресурсов территорий, реконструкцию и модернизацию действующих объектов туристско-рекреационной и курортной сферы;
- расширение международного сотрудничества в туристической и курортной сферах;
- расширение рекламно-информационного продвижения региональных туристско-рекреационных зон на внутреннем и внешнем рынках туристических услуг;
- совершенствование системы управления туристско-рекреационной отраслью на областном, районном, городском уровнях;
- обучение высококвалифицированных кадров в сфере туризма.

Для формирования модели развития туризма в Казахстане туристскому сообществу предстоит большая и сложная работа. Мировой опыт показывает, что в сфере туризма для эффективной деятельности нужна консолидация всех участников рынка. Государство органы, частные

компании и общественные объединения должны руководствоваться международными принципами организации туризма, развивая при этом собственную модель развития туристической индустрии в Казахстане.

Список использованных источников

1. UNWTO и статистика Казахстана / Модель прогноза // [ЭР]. Режим доступа: stat.kz
2. www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard
3. www.unwto.org/international-tourism
4. Закон Республики Казахстан «О туристической деятельности в Республика Казахстан» от 13 июня 2001 г.
5. www.kit.gov.kz [Электронный ресурс] Концепция развития индустрии туризма Республики Казахстан до 2025 года .

РОЗДІЛ 3

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

Т. В. Капліна, Л. І. Куш

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

kaplinatv58@gmail.com , lora.kushch59@gmail.com

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Досліджено сутність поняття «корпоративна культура», її складові елементи та принципи, що визначають базові правила її впровадження на підприємствах сфери гостинності; взаємозв'язок корпоративної культури та рівня конкурентоспроможності підприємства. Доведено, що розвиток корпоративної культури сприяє успіху індустрії гостинності, допомагає підприємствам готельного і ресторанного господарства стати конкурентоспроможними та ефективними на ринку послуг.

Ключові слова: корпоративна культура, індустрія гостинності, персонал, конкурентоспроможність підприємства, складові корпоративної культури.

Исследована сущность понятия «корпоративная культура», ее составные элементы и принципы, определяющие базовые правила ее внедрения на предприятиях сферы гостеприимства; взаимосвязь корпоративной культуры и уровня конкурентоспособности предприятия. Доказано, что развитие корпоративной культуры способствует успеху индустрии гостеприимства, помогает предприятиям гостиничного и ресторанного хозяйства стать конкурентоспособными и эффективными на рынке услуг.

Ключевые слова: корпоративная культура, индустрия гостеприимства, персонал, конкурентоспособность предприятия, составляющие корпоративной культуры.

The essence of the «corporate culture» concept, its constituent elements and principles that determine the basic rules of its implementation in the hospitality industry; the relationship between corporate culture and the level of competitiveness of the enterprise are researched. The development of corporate culture contributes to the success of the hospitality industry and helps the hotel and restaurant industry to become competitive and efficient in the services market is observed.

Key words: corporate culture, hospitality industry, personnel, enterprise competitiveness, components of corporate culture.

В індустрії гостинності корпоративна культура виступає як один із вагомих факторів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Корпоративна культура являється системою матеріальних і духовних цінностей, які взаємодіють між собою й відображають індивідуальність

організації, виявляється в поведінці, взаємодії та спілкуванні співробітників між собою та із зовнішнім середовищем. Корпоративна культура є субкультурою в рамках національної культури, оскільки має свою усталену систему цінностей, які приймають носії національної культури, тому вона підвладна закономірностям, властивим для культури в цілому. Корпоративну культуру можна розглядати як своєрідну ідеологію управління, націлену на підвищення ділової активності підприємства [1, с. 17].

Бурхливий розвиток готельно-ресторанної індустрії, підвищення рівня потреб населення до якості послуг в останні роки стали вимагати принципово нового змісту формування корпоративної культури.

Один із головних напрямів формування корпоративної культури готелів є надання послуг більш високої якості в порівнянні з конкурентами, послуг, що повинні задовольнити і навіть перевершити очікування гостей. Тому основу корпоративної культури формують такі принципи [2, с. 32-35]:

- *орієнтація на споживача*. Підприємство сфери гостинності передбачає поточні й перспективні потреби своїх гостей, виконує їхні побажання і намагається перевершити їхні очікування;
- *лідерство керівника*. Керівництво забезпечує єдність цілі й напрямку діяльності організації. Воно створює і підтримує внутрішню культуру, забезпечує повне залучення персоналу готелю до вирішення завдань організації;
- *залучення працівників*. Персонал усіх рівнів становить основу організації, повне залучення зумовлює найповніше використання їхніх здібностей;
- *підхід до системи якості як процесу*. Цілі готельного підприємства досягаються значно швидше тоді, коли діяльність і управління ресурсами здійснюється як процес;
- *системний підхід до управління*. Управління якістю ефективно у випадку всебічного розуміння проблем і ефективного менеджменту взаємопов'язаних процесів як системи підвищення ефективності організації при досягненні її цілей;
- *постійне підвищення результатів діяльності організації в цілому*, що розглядається як головна, незмінна ціль готельного підприємства

Корпоративна культура в сфері обслуговування концентрує і сприяє ініціативі працівників, впорядковує ділове спілкування і забезпечує сприятливий морально-психологічний клімат в колективі. Вона ґрунтується на колективних цінностях та визначає основні орієнтири поведінки співробітників готельно-ресторанних закладів, формуючи в них почуття відповідальності та причетності до цієї культури, що є необхідною умовою конкурентоспроможності кожного підприємства. Чим вищий рівень корпоративної культури, тим вищий престиж і конкурентоспроможність підприємства. Створення корпоративної культури ґрунтується на врахуванні джерел її формування (рис.1).

Корпоративна культура підприємств індустрії гостинності дає працівникам почуття мети і формує відданість своїй організації, відповідальності за все, що відбувається, усвідомлення важливості комунікацій, створює основу для стабільності, контролю та єдиного цілого. Вона відображає собою перелік складових елементів, які вирізняють одне підприємство серед інших та формують сприятливий мікроклімат, а також сприяють формуванню його гарного іміджу [3, с. 137].

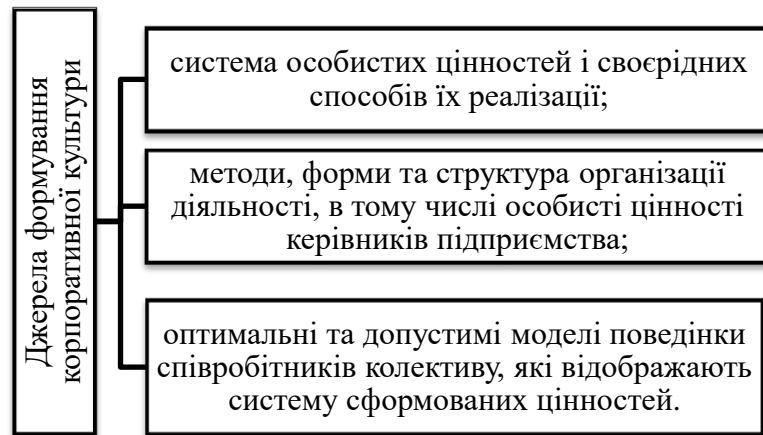


Рис. 1. Джерела формування корпоративної культури [авторський виклад]

До загальноприйнятих складових елементів корпоративної культури відносяться місія підприємства, основні цілі та стратегічне бачення, цінності, імідж, традиції, етичний кодекс, правила та норми поведінки (рис. 2).

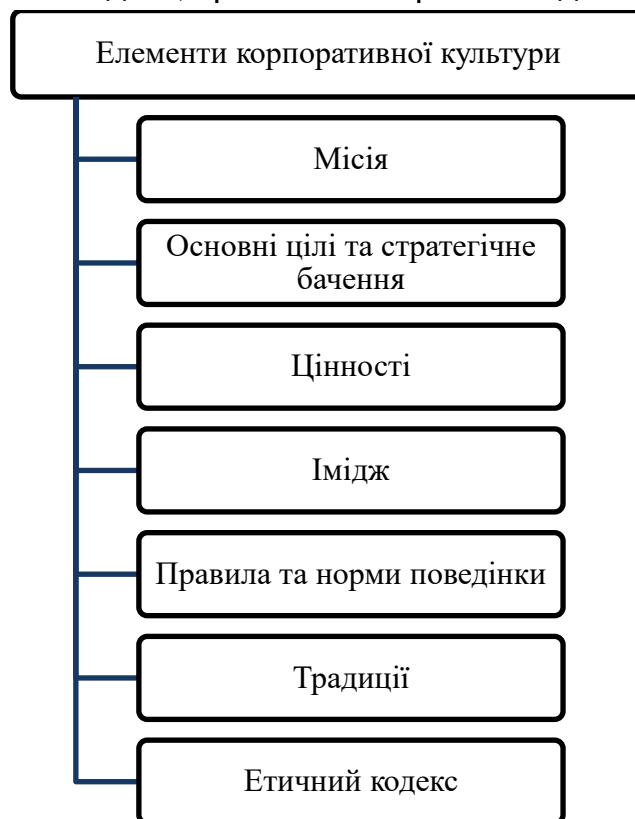


Рис. 2. Складові елементи корпоративної культури підприємства [авторський виклад]

Корпоративна культура є основною складовою індустрії гостинності, що підкреслює її індивідуальність і неповторність. Персонал сфери гостинності повинен розуміти: гостинність – це якість обслуговування, що базується на рівні підготовки фахівця, досвіді, навчанні й внутрішній культурі. Саме поведінка персоналу, рівень його професіоналізму має великий вплив на кінцевий результат роботи підприємства гостинності.

Розуміння свого місця кожним співробітником у діяльності готелю, створення якісного сервісу протягом всього ланцюга готельних послуг завдяки командній роботі персоналу, відповідальності за результати своєї роботи й забезпечення синергетичного ефекту від реалізації готельного продукту визначає дієвість інтегруючої функції корпоративної культури підприємства. Вона знаходить відображення в соціально-психологічному кліматі в колективі і знаходиться у тісному зв'язку з комунікативною функцією. Завданням останньої є встановлення конструктивних міжособистісних контактів між управлінським складом (топ-менеджментом) та лінійними працівниками готелю, прискорення обміну інформацією та економія часових витрат з доведення прийнятих рішень до персоналу. Саме ефективна комунікація та вчасна інформованість забезпечують ефективну взаємодію персоналу як на вертикальному, так і горизонтальному рівнях управління.

Характер корпоративної культури в індустрії гостинності описується системою ознак, визначених за декількома критеріями. Корпоративна культура:

- позитивна – фіксує значимість і важливість професійно-трудової діяльності фахівців сфери гостинності;
- негативна – відображає ситуацію, коли становище на конкретному підприємстві сфери гостинності в цілому є позитивним, однак для окремого співробітника з точки зору його саморозвитку та самореалізації – невігідним [4, с. 71].

Корпоративна культура підприємства повинна відповідати міжнародним та вітчизняним стандартам, а також стратегії розвитку підприємства. Наявність цієї відповідності дозволить створити найбільш сприятливі умови, за яких співробітники підприємства працюватимуть з високою продуктивністю, що, у свою чергу, підвищить рівень конкурентоспроможності підприємства, адже продуктивність праці є фактором, що впливає на ефективність діяльності підприємства. Висока продуктивність праці призводить до збільшення виробництва продукції, до покращення якості надання послуг, що і відображає зв'язок між конкурентоспроможністю і продуктивністю праці. Отже, ефективна та розвинена корпоративна культура дозволяє зменшити витрати за рахунок зменшення плинності кадрів на підприємстві, підвищити продуктивність праці, що призводить до підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Використовуючи дані сайту для мандрівників «Booking.com ukraine», було досліджено рівень сервісу в деяких засобах розміщення м. Полтава, який залежить від корпоративної культури та визначено найбільш конкурентоспроможні підприємства. Розподіл засобів розміщення за оцінками відвідувачів рівня сервісу наведено на рис. 3.

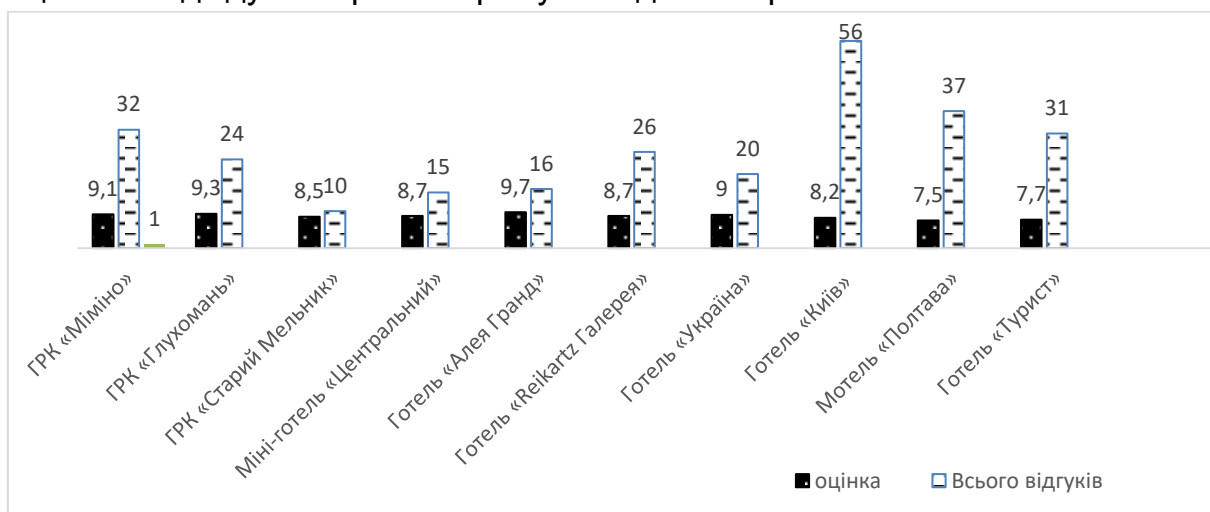


Рис. 3. Розподіл засобів розміщення м. Полтава за оцінками рівня сервісу [авторський виклад]

Основним індикатором впливу корпоративної культури на якість готельного сервісу з боку топ менеджменту є лояльність як до гостей, так і до персоналу. Лояльність до гостей має передбачати не тільки детально розроблені бонусні програми, а формувати у гостя бажання до продовження співпраці з готелем. Така співпраця може проявлятися у повторному відвідуванні готелю, позитивних відгуках на сайті підприємства й інших інформаційних туристичних платформах, рекомендаціях друзям і знайомим цього закладу або в мережі.

Лояльність до персоналу визначає його оцінку в очах керівництва, що відображається через індивідуальне заохочення або покарання, надання можливостей продемонструвати результати навчання, заохочення ініціатив та їх нагородження тощо.

Таким чином, корпоративна культура є елементом підприємства індустрії гостинності, яка дозволяє підвищити його конкурентоспроможність та забезпечити досягнення високої результативності роботи. В основі корпоративної культури лежать стратегічні цілі та цінності компанії, принципи та правила поведінки персоналу, як спосіб реалізації даних цінностей. Отже, персонал є носієм корпоративної культури готелю й гарантом високої якості сервісу.

Список використаних джерел:

1. Захарчин Г. М. Корпоративна культура: Навчальний посібник / За ред. Г. М. Захарчин. Львів: Національний університет «Львівська Політехніка», 2011. 317 с.

2. Полотай Б. Я. Розвиток корпоративної культури в індустрії гостинності. *Підприємництво і торгівля*. 2016. Вип. 20. с. 32 – 35.
3. Везезовська І. Г. Формування корпоративної культури та імідж готельного підприємства. *Науковий вісник ПУЕТ*. 2011. № 6 (51), ч.2. с. 136 – 140.
4. Солоха Д. В. Формування корпоративної культури підприємств готельного бізнесу. *Економіка і менеджмент культури*. 2014. № 1. с. 66 – 71.

Т. Є. Лебеденко, Г. С. Шунько, Т. П. Дубкова
Одеська національна академія харчових технологій
tatyanalebedenko27@gmail.com, annashunko@gmail.com,
7041751@gmail.com

ОРГАНІЗАЦІЯ ВИПІЧКИ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

В статті розглянуто проблеми українського та світового ресторанного бізнесу в період пандемії, проаналізовано як змінилися запити споживачів ресторанних послуг. Проведено оцінку борошняних хлібобулочних та кулінарних виробів з огляду їх впровадження в ресторанному бізнесі, як засіб утриматися «на плаву» за рахунок стабільності попиту, низької собівартості, використання місцевої сировини, зручності реалізації «на виніс». Проаналізовано цінний досвід країн Європи по вирішенню проблем ринку борошняних хлібобулочних та кулінарних виробів. Обґрунтовано можливість запропонувати клієнтам «оздоровлення» денного раціону за рахунок борошняних виробів, виготовлених з більш цінних сортів борошна, іншої сировини, використання заквасок та інших заходів. Показано, що за рахунок впровадження випічки можна долучитися до збереження культурної спадщини українців, довершити етнічне спрямування ресторану, організацію проведення календарних та сімейних свят.

Ключові слова: *ресторанний бізнес, випічка, якість, корисні властивості*

В статье рассмотрены проблемы украинского и мирового ресторанного бизнеса в период пандемии, проанализировано, как изменились запросы потребителей ресторанных услуг. Проведена оценка мучных хлебобулочных и кулинарных изделий с учетом их внедрения в ресторанном бизнесе, как средство удержаться «на плаву» за счет стабильности спроса, низкой себестоимости, использование местного сырья, удобства реализации «на вынос». Проанализированы ценный опыт стран Европы по решению проблем рынка мучных хлебобулочных и кулинарных изделий. Обоснована возможность предложить клиентам «оздоровления» дневного рациона за счет мучных изделий, изготовленных из более ценных сортов муки, другого сырья, использования заквасок и других мероприятий. Показано, что за счет внедрения выпечки можно приблизиться к сохранению культурного наследия украинский, усовершенствовать этническое направление ресторана, организацию проведения календарных и семейных праздников.

Ключевые слова: *ресторанный бизнес, выпечка, качество, полезные свойства*

The article highlights the problems of Ukrainian and world restaurant business during the pandemic, analyzes how had been changed the requests of consumers of restaurant services. Estimated the flour, bakery, and culinary products from the point of

view of their implementation in the restaurant business as a way to stay «afloat» due to the stable demand, low cost, using the local raw materials, ease of sale «takeaway». Analyzed the experience of the European countries in solving the issues of the market of bakery and culinary products. Explained the opportunity to offer customers «rehabilitation» of the daily diet through flour products made from more valuable varieties of flour, other raw materials, the use of leavens, and other measures. It is shown that with the introduction of baking it is possible to improve the preservation of the Ukrainian cultural heritage, to scale up the ethnic restaurant orientation by the organization of calendar and family holidays.

Keywords: *restaurant business, bakery, quality, useful properties*

В реаліях сьогодення в умовах пандемії коронавірусу ресторанний бізнес у всьому світі зустрівся з масою проблем, зазнав кардинальної трансформації поглядів на ефективні форми організації роботи закладів та моделі їх розвитку. В кожній країні значна частина ресторанів закрилась, скоротились попит та об'єми виробництва, упали прибутки. На перший план вийшло завдання «залишитися на плаву», пошуку нових механізмів, які б забезпечили збереження життєздатності ресторану та дали змогу швидко адаптуватися до нових динамічних умов бізнес-середовища [1; 2].

З подібним світовий ресторанний бізнес зустрівся вперше і тому ефективних теоретичних та практичних рекомендацій виходу з кризової ситуації від учених та професіоналів поки немає. В умовах введення карантину, обмежень по пересуванню населення, заборони масових заходів та скупчення людей, підвищених вимог до безпеки та санітарних правил організації роботи, приготування і реалізації харчових продуктів заклади ресторанного бізнесу виживають, обираючи різні як традиційні, так і креативні прийоми. Це впровадження таких заходів, як: робота відкритих майданчиків, ландшафтні проектні рішення для забезпечення соціальної дистанції; поширення формату «take away, take out» (страви з собою, на виніс), служби адресної доставки; оптимізація виробничих витрат, меню та послуг; ефективні перепрофілювання і складання виробничої програми; зміни форматів роботи зі споживачами шляхом використання інформаційних технологій, мобільних додатків для соціального маркетингу, Інтернет замовлення тощо [1; 3-6].

В період пандемії змінився і сам споживач послуг ресторанного бізнесу. З одного боку, залишається запит у постійних клієнтів на індивідуальний підхід з урахуванням їх унікальності, особливих вимог та іміджу. З іншого боку, збільшилися на 285 % потреби в продукції «на виніс», з'явився запит на ресторани, розташовані поблизу (в радіусі 1 км), використання мобільних додатків тощо. Ключовим моментом при прийнятті рішень клієнтів на користь закладу є довіра, що формується внаслідок його відкритості, впевненість у «безпечності при приготуванні та доставці». Крім того, споживач став більш вимогливим до відповідності ціни і якості продукції, віддає перевагу більш простим, традиційним, але повноцінним, корисним

для здоров'я, імунітету стравам, виробам та напоям [1; 3; 7]. До продукції, що має найбільш стійкий попит, а в періоди кризових явищ, негараздів він, навіть, зростає, відносяться хлібобулочні та борошняні кулінарні вироби. Саме тому випічка – це бізнес значно більш кризостійкий і для рестораторів його впровадження може стати засобом утриматися «на плаву».

Метою роботи стало дослідження вітчизняного і міжнародного досвіду організації випічки в ресторанному бізнесі, обґрунтування перспективних напрямків для збереження життєздатності закладів в умовах пандемії та подальшого розвитку.

Борошняні вироби – це обов'язковий елемент в щоденному раціоні більшості населення світу, вони здебільшого купуються, а не готуються самостійно, завжди присутні в замовленні відвідувачів закладів ресторанного господарства. Хлібобулочні вироби віднесені до групи з низьким «food cost», тобто з низькою собівартістю і можливістю отримання високих рентабельності та прибутків, навіть в кризові періоди. «Хороший хліб – це сама дешева форма розкоші», – говорить відомий майстер-пекар, хлібний сомельє Штефан Кллер з Німеччини [8].

Хлібобулочні, борошняні кулінарні вироби – це група продукції, зручна для реалізації «на виніс», завдяки широкому асортименту, особливостям органолептичних характеристик, більш тривалим термінам зберігання продукції, можливості їх реалізації в готовому вигляді або напівфабрикатів в охолодженому чи замороженому стані з можливістю простої доготовки в домашніх умовах. Це можуть бути більш традиційні хлібобулочні вироби, пиріжки, пироги, піца, млинці, пельмені, вареники з дріжджового, листового, прісного тіста, так і національні вертути, кулеб'яки, чабата, багети, маца, роліні, пахлава, баклава, манти, пончики, кекси.

З точки зору нутриціологів, хлібобулочні та борошняні кулінарні вироби разом з іншими продуктами із зернових знаходяться в основі харчової піраміди людини, є щоденним джерелом комплексу поживних та біологічно активних речовин (рослинних білків, вуглеводів, вітамінів групи В, РР, низки мінеральних речовин), вони великою мірою забезпечують організм людини енергією, чинять позитивний вплив на роботу шлунково-кишкового тракту та засвоюваність нутрієнтів денних раціонів, можуть проявляти ліпотропні, детоксикаційні, антиоксидантні, протипухлинні та інші профілактичні властивості. Саме ця група продуктів є перспективною і дієвою для «оздоровлення» денних раціонів, що стало основним трендом останні десятиріччя у всьому світі, а під час і після пандемії увага збереженню здоров'я тільки загострюється. При цьому цінність борошняної продукції, засвоюваність поживних і біологічно активних речовин, фізіологічна дія залежать від рецептури, виду та сорту борошна, використаних способів приготування тіста, додаткових заходів, особливостей теплової обробки та інших факторів [9].

Більш того, хлібобулочні вироби і технологія їх приготування для багатьох народів світу є синонімом національного багатства і добробуту, справдана їх називають святинєю і символом життя. Хліб і базові поняття про нього – це один з пунктів національної ідентифікації, невід'ємна частина національної культури і традицій [10]. Історія нашого народу тісно переплелася з традиціями вирощування та переробки зернових, що започатковано ще з Трипільської культури (VII тис. до н.е.), хлібні вироби, їх рецептура, технології виготовлення, форма, смак тощо стали невід'ємною частиною культури, традицій, обрядів. До цих пір міцні традиції обрядових хлібів до календарних та родинних свят: Різдвяних, хрестинних та весільних калачів; Святочних пиріжків; Великодніх пасок; весільних короваїв тощо [11].

Але, на жаль, з цивілізаційними процесами, глобалізацією, поширенням промислового виробництва хлібної продукції (з 30-х років ХХ ст.) та впровадженням інтенсивних технологій (розроблених у Великобританії, 1961 р.), пріоритетом яких стало скорочення витрат шляхом спрощення асортименту, використання більш дешевої або технологічно ефективнішої сировини, зменшення тривалості бродіння за рахунок збільшення дозувань дріжджів, внесення поліпшувачів, великою мірою синтетичної природи, автоматизації та механізації технологічних процесів, якість хліба знизилася, скоротилися терміни збереження свіжості. Як наслідок, з'явилися незадоволення населення, сумніви у безпечності виробів, відказ від продукції потужних виробників, які віддалені і великою мірою не відкриті для споживачів [10]. Українські промислові виробники хлібної продукції, що віддали перевагу прискореним технологіям, зустрілися з проблемою значного зниження об'ємів виробництва в 2,4 рази з 2000 р., про що свідчать офіційні статистичні дані [12]. При цьому чисельність населення зменшилась в 1,1 рази, тобто, очевидно, суттєва частина населення перейшла на споживання продукції від інших виробників [12; 13]. Це може бути так званий «тіньовий» сегмент ринку, який не підлягає статистиці: міні-пекарні, що працюють самостійно або при супермаркетах; випічка при закладах ресторанного господарства (кафе-пекарні, кафе-кондитерські, піцерії, пиріжкові, борошняні, кондитерські, кулінарні цехи при ресторанах, готельно-ресторанних, санаторно-курортних комплексах).

Цей шлях країни Європи пройшли в кінці минулого століття. Так, наприклад, до 1980-х років у Франції справжній хліб був рідкістю. Каплан С. відомий знавець французького хліба, був серед невеликої групи критиків і пекарів, які боролися з цією тенденцією через статті в газетах, телевізійні інтерв'ю з популяризацією прекрасного хліба, приготовлений за традиційними технологіями на заквасках. Найвідомішим був Пойлане Л., який готував хліб в одній з останніх чотирьох дров'яних печей, що залишилися в Парижі. Вже на початку 1990-х років, коли виробники зустрілися з вищезазначеними проблемами тривалого і суттєвого зниження попиту на їх

продукцію, рух «ретроінновації» (відновлення давніх традицій), розпочатий Капланом і Пойлане, набирає обертів. Пекарі стали використовувати органічне борошно і закваски, знижували використання дріжджів і поверталися до технологій тривалого бродіння. Французький уряд прийшов їм на допомогу в 1993 році, ухваливши, що «*baguette de tradition*» (фр. «традиційний багет») дозволено готувати тільки з борошна, води, солі і дріжджів – ніякі хімічні добавки не допускалися. Також декретом 1993 року стало регулюватися виробництво «*pain au levain*» (фр. «хліб на заквасці»), який вважається еталоном пшеничного хліба на заквасках спонтанного бродіння. Тривалість технології хлібопечення на заквасках була вкрай незручна для великих хлібозаводів, але дозволила дрібним пекарням розвиватися і конкурувати з масовими виробниками. Їх кафе-пекарні максимально наближені до своїх клієнтів, відвідування щоранку для кави з круасаном і придбання свіжої випічки є традицією [14; 15].

В Німеччині, де поєдналась і зберігається культура хлібопечення багатьох народів, асортимент хлібобулочних виробів нараховує понад 3200 сортів (в Україні до 1000 сортів з урахуванням продукції пекарень, міні-пекарень), для ефективного використання такого потенціалу і розвитку випічки в пекарнях, насамперед при підприємствах ресторанного господарства, з'явилась професія «хлібний сомельє». До його фахових компетенцій входить надання рекомендацій і контроль за приготуванням такого широкого і різноманітного асортименту продукції, оцінка правильності використаних технологій, дегустація і нормування критеріїв якості продукції, консультування при виборі хліба, правильності подачі до тих чи інших страв, а також просвітницька діяльність, популяризація борошняної хлібної та кулінарної продукції, її користі і важливості для здоров'я людини, просування національних асортименту, технологій та традицій. Більш того, хлібна культура Німеччини признана нематеріальною культурною спадщиною ЮНЕСКО [8; 16].

Взагалі в Європі, за доповіддю Європейської асоціації пекарів та даними Vimes Consulting (Великобританія) існує девіз «Випічка прямує в заклади ресторанного господарства, щоб наблизитись до споживача».

Проте в розрізі країн співвідношення між дрібними виробниками борошняної хлібної та іншої продукції, де і здійснюється її реалізація, та потужними хлібозаводами різне. Так, наприклад, у Великобританії, Нідерландах, Болгарії превалює продукція промислових підприємств – 80...87 % у загальному об'ємі на ринку. І, навпаки, в таких країнах, де розвинуто туризм, більша частка продукції виробляється маленькими кафе-пекарнями: в Греції 95; Туреччині – 88; Італії – 85; Іспанії – 59; Франції – 55 % хлібобулочних виробів [17]. При зрілому європейському хлібному ринку зростання об'ємів виробництва борошняної продукції щорічно складає 3,3 % і за прогнозами така тенденція збережеться до 2023 р. В Німеччині у 2018 р. ріст склав 3,0 %; у Великобританії – 2,9 % в рік [18].

Таким чином, впровадження випічки в ресторанний бізнес може стати механізмом зберегти життєздатність закладу в період пандемії і бути поштовхом для розвитку після її закінчення, прийом не втратити постійних клієнтів і набути нових, утримати персонал, полегшити запровадження роботи «на виніс», запропонувати механізми «оздоровлення» раціонів за рахунок виробів з цільнозмеленого борошна, борошна з інших злакових, бобових та інших культур, підтримати місцевих виробників сировини, долучитися до збереження та популяризації культурної спадщини нашого народу і не тільки в питаннях традицій приготування та обрядових заходів з використанням борошняних хлібобулочних та кулінарних виробів.

Список використаних джерел

1. Балацька Н. Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. *Економіка та управління підприємствами*. 2020. Вип. 42, с. 117 – 122
2. Sahila Ozdil. The Impact of the Coronavirus on the Restaurant Industry URL: www.morethanshipping.com/the-impact-of-the-coronavirus-on-the-restaurant-industry/
3. Ресторанний бізнес. Выживание в эпоху COVID. URL: bizrating.com.ua/20/articles/1328/index.html
4. Гросул В. А., Балацька Н. Ю. Модель оцінки можливостей розвитку підприємств ресторанного бізнесу України в умовах пандемії COVID-19. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського*. Серія: Економіка і управління. 2020. Том 31 (70). №3, с. 121 – 126
5. Захарин М. Жизнь во время COVID-19: влияние на ресторанный бизнес URL: bizrating.com.ua/20/articles/1328/index.html
6. Mushui Chen. Fast Food Industry in the Post-pandemic Era – A Case Study of KFC. Web of Conference. 2020. URL: www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2020/78/e3sconf_iseese2020_02005.pdf
7. Ryan Olohan. How restaurants can better assist customers during times of uncertainty. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-strategies/search/restaurant-marketing-strategy/>
8. «Хороший хлеб – самая дешевая форма роскоши», – говорит хлебный сомелье... URL: <https://pekarnja.com>
9. Юргачова К. Г., Лебеденко Т. Є. Хлібобулочні вироби оздоровчого призначення з використанням фітодобавок: Монографія. К.: К-Прес, 2015, 464 с.
10. Determining the efficiency of spontaneous sourdough for stabilizing the quality of bread products in bakeries and catering enterprises / Т. Lebedenko, V. Kozhevnikova, O. Kotuzaki [it. al.]. *Восточно-Европейский журнал передовых технологий*. 2019. №4(100), pp. 22 – 35
11. Творун С. О. Українські обрядові хліби: на матеріалах Поділля. Вінниця: Книгп-Вега, 2006, 92 с.
12. Статистичний щорічник України. 2019 р. / За ред. І.Є. Вернера. *Державна служба статистики України*. К.: Держстат, 2020, 465 с. URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm
13. Ніколаєнко С. М., Куліш С. Г., Янченко А. В. Аналіз виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні. *Приазовський економічний вісник*. 2020. Вип. 3 (20), с. 252 – 257
14. Time to Rise: Learning the Secret of Paris Boulangeries / S. Fromartz // Afar. 2012. URL: <https://www.afar.com/magazine/time-to-rise>

15. Pain au Levain // Cook's Info. URL: <https://www.cooksinfo.com/pain-au-levain> – 26.08.2018. – Title from screen.
16. German «bread sommelier» becomes UNESCO cultural ambassador // AllesGerman, German Lifestyle, Food & Culture. – URL: <http://allesgerman.com/german-bread-sommelier-becomes-unesco-cultural-ambassador/>
17. AIBI (2015). Bread Market Report 2013. AIBI, Association Internationale des Boulangeries Industrielles: Bruxelles. URL: <http://www.aibi.eu/wpcontent/uploads/draft-AIBI-Bread-Market-report-2013.pdf>
18. European bakery market, mature and transforming. URL: <https://integratedbakery.com/blog/european-bakery-market-mature-transforming/>.

А. Мадрімов, Д. Р. Мозгова

*Менеджер ресторану «Калинки», г. Хоризм, Республіка Узбекистан
1313lion13@gmail.com, d.r.abramitova@gmail.com*

СТАН ТА РОЗВИТОК РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УЗБЕКИСТАНІ

У статті розглянуто стан та розвиток ресторанного господарства Узбекистану. Автором досліджено основні фактори що впливають на розвиток ресторанного господарства даної країни.

Ключові слова: *Узбекистан, ресторанне господарство, кадри.*

В статье рассмотрены состояние и развитие ресторанного хозяйства Узбекистана. Автором исследованы основные факторы влияющие на развитие ресторанного хозяйства данной страны.

Ключевые слова: *Узбекистан, ресторанное хозяйство, кадры.*

The article considers the state and development of the restaurant industry in Uzbekistan. The author investigates the main factors influencing the development of the restaurant industry of this country.

Key words: *Uzbekistan, restaurant business, personnel.*

Постановка проблеми. Проблема розвитку ресторанного господарства в країні стоїть досить гостро. В першу чергу на це впливає відсутність навчальних закладів які б готували висококваліфікованих кадрів. Тому дане питання досить актуальне на сьогодні.

Мета даної статті: дослідити основні фактори що впливають на розвиток ресторанного господарства в даній країні.

У сучасному суспільстві ресторан перестав бути розкішю для середнього класу, як це було, скажімо, пару десятиліть назад. Зникли стереотипи і уявлення про те, що ресторан – це дозвілля партійної номенклатури і заможної еліти. Сам інститут ресторану перетворився на невід'ємну частину нашого життя і грає важливу соціальну роль у суспільстві.

Слід зауважити, що будь-який ресторатор Узбекистану на сьогоднішній день бачить проблему кадрів. У республіці немає жодного вузу, який готує

висококваліфікованих фахівців вищої ланки (менеджерів, шеф кухарів, PR-директорів) для «сфери гостинності». Звичайно ж, є ряд коледжів, що навчають студентів ресторанного бізнесу та готельного господарства, проте рівень освіти і кваліфікації тих, хто навчається в середніх спеціалізованих навчальних закладах залишає на низькому рівні. Виходячи з цього між новачками, котрі проходили спеціалізоване навчання в коледжі, і людиною, яка не має такої освіти, особливої різниці немає. Головна причина – відсутність належної практики і прикладних занять в навчальних закладах за профілем, низький рівень матеріально-технічної бази і відсутність кваліфікованих викладачів-практиків. Кожен з нас вирішує цю проблему по-своєму: хтось влаштовує професійні тренінги, хтось просто не приймає працівників без стажу, хтось прикріплює нових співробітників до більш досвідчених, а хтось вдається до мотивації шляхом штрафів та премій.

Ще однією проблемою в плані кадрів є відтік кваліфікованих фахівців в ресторанному бізнесі за кордон. Найважчим є той факт, що, як завжди, їдуть тільки кращі і висококваліфіковані працівники, впевнені в своїх силах та навичках.

Одна з гострих проблем – низькі стандарти в якості сервісу і виробленої продукції, а також відсутність добрих традицій в ресторанному бізнесі. Деякі ресторатори називають це «совковістю» і пережитком недавнього минулого. Стосуватися це може як самого ресторатора, так і будь-якого з його працівників. Проявляється це в недбалому ставленні до обов'язків, грубому поводженні з гостями ресторану, відсутності почуття відповідальності за виконувану роботу [2].

Третя проблема – недостатня кількість належних продуктів для виробництва якісної продукції та широкого асортименту пропонованих страв, а також відсутність професійного технологічного устаткування на ринку. Звичайно ж, існує ряд фірм і представництв, що пропонують обмежений вибір ресторанного обладнання (в основному російського, китайського та частково турецького виробництва), однак у зв'язку з певними митними бар'єрами і географічною віддаленістю виробників обладнання виявляється в кілька разів дорожче цін виробника на місцях, при цьому вибирати доводиться з убогого асортименту, представленого на складах в Ташкенті або по кілька місяців чекати замовленого обладнання

Величезною проблемою також залишається питання приміщень для відкриття нових ресторанів. Висока вартість нерухомості на сьогоднішній день – одна з основних причин, що перешкоджають подальшому розвитку ресторанного бізнесу в Узбекистані. Як відомо, ресторанний бізнес є дуже капіталомістким. Крім вартості нерухомості ресторатор також змушений здійснювати значні вкладення на реконструкцію і ремонт приміщення, придбання меблів, обладнання, інвентаря, текстилю і багато чого іншого, необхідного для здійснення нового ресторанного проекту. При цьому дуже

складним залишається і питання оренди приміщення, так як ресторатор змушений вкладати великі кошти на ремонт і реконструкцію орендованого приміщення і, на відміну від обладнання, він не буде мати можливості відшкодувати ці втрати в разі невдачі проекту або конфлікту з орендодавцем.

Але також слід звернути увагу і на позитивні зрушення, які мали місце в ресторанному бізнесі останнім часом.

По-перше, як уже говорилося, зростання якості життя і добробуту населення, що спостерігаються сьогодні, сприяють розвитку ресторанної справи. Адже послуги ресторану – це товар з дуже еластичним попитом. Не належить до товарів першої необхідності і дуже залежить від ціни пропонованого продукту та добробуту споживача. Відкритість країни та свобода переміщення уможливили ознайомлення споживача з міжнародними тенденціями в ресторанному бізнесі, що в свою чергу породжує попит на послуги і продукти в сфері гостинності на західному і європейському рівні.

Все це не могло не відбитися позитивним чином на розвиток даної сфери в Узбекистані. За останні роки були запуснені цілі мережі ресторанів і окремі проекти, які за якістю пропонованої продукції, послуг і рівнем сервісу не поступаються, а іноді і перевершують зарубіжні аналоги.

По-друге, за останні роки великі зрушення були зроблені в сфері малого та середнього бізнесу з боку уряду з метою лібералізації і подальшого його розвитку. На підставі Постанови Президента Республіки Узбекистан від 21 вересня 2005 року № ПП-186 «Про скорочення видів і спрощення дозвільних процедур для здійснення підприємницької діяльності» було скасовано положення, згідно з яким для здійснення діяльності в сфері громадського харчування потрібно отримання ліцензії на роздрібну торгівлю, також скасовано ліцензію на право торгівлі тютюновими виробами. Єдиною обов'язковою умовою для отримання залишилася ліцензія на право торгівлі алкогольною продукцією, але отримання такої ліцензії є міжнародною практикою. Цим же документом було скасовано всі обмеження на режим роботи підприємств торгівлі і громадського харчування, і регламентується він сьогодні тільки внутрішнім розпорядком [1].

Був полегшений порядок отримання готівкової виручки в банках, інкасується підприємствами громадського харчування для здійснення закупівель сільськогосподарської продукції на дехканських ринках. Як і всі підприємства малого і середнього бізнесу, підприємства сфери гостинності відраховують податки і здають звіти в податкову інспекцію і районні відділи статистики поквартально, а не щомісяця, як це було раніше. Звичайно, були деякі зміни законодавства, ускладнили роботу в сфері ресторанного бізнесу. До таких можна віднести застосування окремих спеціалізованих банківських рахунків для роботи з тютюною, винно-горілчаною продукцією та рослинним маслом нарівні з основним рахунком для здійснення іншої діяльності.

Говорячи про перспективи ресторанного бізнесу, головною тенденцією на сьогодні можна назвати створення ресторанних мереж. На нинішньому етапі розвитку сфери гостинності дуже складно утримувати окремих ресторан, забезпечувати його просування на ринку і боротися за споживача. Мережі виграють багато в чому: вони можуть дозволити собі масштабні рекламні акції, виграють на оптових поставках продукції, мають можливість наймати дорогих фахівців.

Головними перевагами мереж є можливість поділу фіксованих витрат на кількість ресторанів в мережі і географічна доступність ресторану для споживача з постійною якістю продукції і сервісу в тій чи іншій мірі.

Другою тенденцією є автоматизація обліку, контролю і касових процесів в ресторані. Нині споживачеві видають грамотно складений документ, обов'язково з логотипом ресторану і іншими реквізитами.

Ще одна тенденція в ресторанному бізнесі сьогодні – це активне використання інтернету і його ресурсів. Багато ресторанів мають свої інтернет-сайтами, здійснюють розсилку новин і особливих пропозицій своїм відвідувачам шляхом електронної пошти. Деякі ресторани приваблюють гостей наявністю безпроводного інтернету.

Отже, можна сказати, що не дивлячись на те, що країна має низький кадровий потенціал, для підготовки кадрів у даній сфері, все ж таки ресторанне господарство в країні розвивається. Ресторанне господарство розвивається завдяки створенню ресторанних мереж. Даний напрямок в країні стрімко розвивається.

Список використаних джерел

1. Роль и значение налога в корпоративных финансах.
URL: <http://znau.edu.ua/images/images-news>.
2. URL: <https://tripadvisor.mfa.gov.ua/>

О. В. Ткачук, О. Є. Геращенко, Т. Є. Лебеденко

Одеська національна академія харчових технологій

nik-name@ukr.net, tatyanaledenko27@gmail.com

«LOCAL FOOD» – ОСНОВА ЗДОРОВОГО МЕНЮ СУЧАСНОГО РЕСТОРАНУ

Стаття присвячена дослідженню української та інших локальних, автентичних кухонь Одеської області, їх аналізу з точки зору розробки здорового меню сучасного ресторану, можливості його урізноманітнити оригінальними, смачними, корисними стравами, тими, що здатні зміцнювати імунітет, позитивно впливати на здоров'я людини, а також продовжувати працювати під час карантину на місцевій сировині. Розглянуто можливість ресторанному бізнесу стати майданчиком для спілкування з питань збору інформації щодо традицій приготування національних страв, популяризації їх переваг з огляду смакових характеристик, користі для організму людини. Це

дозволить напрацювати для себе клієнтську базу та виконувати соціальну функцію по вирішенню проблеми дефіциту спілкування населення під час ізоляції, зняття стресових станів тощо.

Ключові слова: здорове меню, ресторан, локальна кухня, українська, Бессарабська кухня

Стаття посвячена дослідженню української і інших локальних, аутентичних кухонь Одеської області, їх аналізу з точки зору розробки здорового меню сучасного ресторану, можливості його різноманітності оригінальними, смачними, корисними стравами, які здатні зміцнювати імунітет, позитивно впливати на здоров'я людини, а також продовжувати роботу в час карантину на місцевих сировинних матеріалах. Розглянуто можливість ресторанного бізнесу стати платформою для обміну думками по питаннях збору інформації про традиції приготування національних страв, популяризації їх переваг з точки зору смакових характеристик, користі для організму людини. Це дозволить набрати клієнтську базу і виконувати соціальну функцію по вирішенню проблеми дефіциту спілкування населення в час ізоляції, зняття стресових станів і інше.

Ключевые слова: здоровое меню, ресторан, локальная кухня, украинская, Бессарабская кухня

The article is dedicated to the research of Ukrainian and other local, authentic cuisines of the Odesa region, their analysis in terms of developing a healthy menu for a modern restaurant, the way to diversify it with original, tasty, healthy dishes, which can strengthen the immune system, positively affect on human health and also continue working during quarantine on the local raw materials. Reviewing the opportunity for the restaurant business to become a platform for communication to collect the information on the traditions of cooking national dishes, popularization of their benefits in terms of taste characteristics, advantages for the human body. This will allow you to create a client base and perform a social function to solve the lack of communication issues during isolation, stress relief, and more.

Key words: healthy menu, restaurant, local cuisine, Ukrainian dishes, Bessarabian cuisine

Споконвічно здоров'я людини у системі людських цінностей посідає особливе місце, воно усвідомлюється як неоціненне благо, незамінна умова щасливого існування, добробуту і реалізації індивідуальної програми життя. В сучасному світі вважається, що в цивілізованому суспільстві ідеал здоров'я має стати найважливішим елементом загальнонаціональної ідеї. Конституцією України (ст. 3) здоров'я людини, її життя, честь, гідність, безпека визначено найвищою цінністю. Громадське здоров'я є основою сталого розвитку суспільства, запорукою прогресу у різнобічних сферах діяльності, а здоров'я дітей – це стратегічний потенціал держави. Тому розробка та інвестиції в програми оздоровлення нації є запорукою розвитку держави, її національної безпеки і конкурентоздатності у світовій спільноті [1-3].

В період пандемії увага до здоров'я, детермінантів його формування тільки загострюється. Медиками зазначається, що здоров'я можна розглядати як поєднання і взаємодія трьох складових: фізичного, психічного

та соціального станів. Таким чином, здоров'я являє собою багатогранне, динамічне явище, його формування та збереження залежить від комплексу складних взаємодіючих факторів і забезпечується тільки в повній фізичній, психічній, духовній та суспільній гармонії людини із навколишнім середовищем при раціональному поєднанні природних і набутих можливостей її організму. Відомо, що здоров'я людини практично наполовину обумовлюється способом життя, який характеризується, насамперед якістю харчування, природно-кліматичними чинниками, а також інтенсивністю фізичних навантажень з поєднанням повноцінного відпочинку, звичками, умовами побуту та праці, психічного стану тощо [2-4].

Під час карантину, коли повністю змінюються спосіб життя, умови професійної діяльності, фізичної активності, з'являються обмеження пересування на далекі відстані від дому, ізоляція і психоемоційні навантаження, тим більше потребують уваги такі питання: 1) харчування, що забезпечить збереження здоров'я, зміцнення імунітету, серцево-судинної та нервової систем; 2) помірних фізичних навантажень; 3) емоційного балансу, відчуття піклування, можливість спілкування, отримання відповідей на свої запитання, тривоги і проблеми, хоча б в дистанційному режимі [4].

В такі періоди важливо згадати, що споконвічно давало сили українцям, в чому міць нашої землі, культури і традицій і що може стати підґрунтям для стабільності і поштовхом для розвитку суспільства. А це, насамперед, традиції харчування і локальна кухня «Local Food». На прикладі Одеської області, яка на протязі багатьох віків є мультикультурним центром на переплетінні шляхів «з Азії в Європу», з «Півночі на Південь», вона розташована в західній зоні величного степового простору на березі Чорного моря, по ній протікають потужні ріки Дністер та Дунай з мальовничими берегами. Всі народи Одещини (на сьогодні майже 140 національностей і народностей), як носії своєї самобутньої етнічної культури, традицій, національної кухні і способу життя, в результаті складних історичних процесів, завдяки спілкуванню, взаємопроникненню, повазі, зумовили формування неповторних національного колориту, кухні та історико-культурних ресурсів [5-7]. Важливу роль виконують хлібобулочні, борошняні вироби, які є обов'язковою частиною будь-якого прийому їжі, невід'ємною складовою етносу і традицій багатьох народів і насамперед в Україні, де культ землі і землеробства є основним мотивом формування культури. Для народів, що населяють Південні райони Одеської області, українців, болгар, греків, гагаузів, молдован традиційно готувати хліб на «винних дріжджах», які виробляли в домашніх умовах під час збору і переробки винограду. В українських селах збереглися традиції приготування тіста з використанням також і хмелевих заквасок, з використанням цвіту акації та інші [7]. Борошно використовували як пшеничне високо очищене (вищого сорту), так і змелене з цілого зерна, а також борошно зі спельти, ячменю, кукурудзи тощо. Саме

ці спрямування і набули популярного тренду «ретроінновацій» для покращення якості борошняної продукції, посилення в неї затребуваних сучасністю оздоровчих, профілактичних властивостей [2].

Метою нашої роботи стало аналіз традицій харчування на прикладі Одеської області для обґрунтування роботи закладу ресторанного господарства у форматі «Local Food», як основа здорового меню, популярного в останні десятиліття і особливо актуального в період пандемії.

Цінність локальної кухні, на думку науковців, полягає у використанні місцевої сировини, переважно у свіжому вигляді. Вища корисність такої сировини зумовлена відсутністю суттєвих втрат поживних та біологічно активних речовин, що відбувається при тривалому зберіганні і транспортуванні. Більш того, головне природне багатство області її земельні ресурси, які представлені родючими чорноземами, що дозволяє вирощувати рослинну сировину з високим вмістом цінних поживних та біологічно активних речовин на відкритих ґрунтах, а не на синтетичних середовищах (типу гідропоніка). Це разом з географічним положенням, сприятливим кліматом дають можливість запропонувати широкий асортимент місцевих зернових, бобових культур, фруктів, овочів, ягід, винограду, зелені, у т.ч. лікарської і пряно-ароматичної сировини, і, як результат, продукти бджільництва. Достатньо високі показники і потенціал області для розвитку тваринництва (свинарство, скотарство, вівчарство, птахівництво), переробної (борошномельної, молочної, виноробної, ...) галузі як в промисловому масштабі, так і маленькому, крафтовому форматі. Більш того, як пріоритетний напрямок розвитку сільського господарства Стратегією розвитку Одеської області названо органічне виробництво та екотрансформація [8]. Все це позитивно позначається на харчовій цінності, технологічних властивостях сировини, продуктів її переробки, їх безпечності, оскільки відсутні / чи мінімальна обробка різними реагентами, необхідними для тривалого зберігання та транспортування.

Крім того, Одеська область має вихід в Чорне море, великі лимани, через її територію протікають дві потужні ріки – Дністер та Дунай, що вказує на доступність морської і річкової риби та морепродуктів, у т.ч. ендемічних чорноморських бичків, калкану, глоси, тюльки, кефалі, дунайського оселедця.

Крім того, сучасні наукові дослідження вказують про генетичну спорідненість організму людини до продуктів, що вирощені на місці її проживання, до страв, приготовлених за місцевими традиціями з використанням прийнятих рекомендацій та правил поєднання сировини в рецептури, способів ферментації та бродіння, механічної, теплової та інших видів технологічної обробки [9,10].

На території Одеської області відновлюють етнічні кухні та етнографічні поселення, «живі музеї», розробляють етнічні, гастрономічні, екологічні,

сільські тури українського, болгарського, гагаузького та інших народів. Це етно-еко хата «Білочі» (Кодимський район, с. Шершенці, 2012 р.) [11], концепція якої спрямована на ознайомлення та відчуття цінності української народної культури, зв'язку з землею, пращурами з можливістю скоштувати традиційні страви з домашніх продуктів, приготовлені на живому вогні, хліба і хлібних виробів із печі, зцілюючих напоїв та джерельної води.

Це «Куба-далеко» (Кілійський район, с. Приморське) [12], де разом з відпочинком біля моря можна скуштувати страви бессарабської кухні - липованської, молдавської, болгарської, гагаузької, прийняти участь в майстер-класах з виробництва домашнього сиру, ведення козячого господарства, пташиного двору. Комплекс відпочинку «Бессарабське подвір'я» (Ізмаїльський район, с. Стара Некрасівка) [13], складається з колоритного ресторану-корчми зі стравами справжньої бессарабської кухні (молдавською мамалигою, болгарським курбаном, липованською юшкою). Сільська садиба зеленого туризму «У Меланії» (м. Татарбунари) [14], «родзинкою» якої є проведення етнографічного весілля з весільним застіллям.

Бессарабське село «Фрумушика-Нова» (Тарутинський район, с. Весела Долина) [15] – це етнографічний музей під відкритим небом, де в традиційному стилі відтворено національні подвір'я народів, які проживали в 19-20 ст., – молдавське, українське, російське, гагаузьке, болгарське, єврейське, німецьке. На сніданок пропонують традиційну молдавську плацинду, на обід – страви з ягня, баранини, фазану по бессарабським рецептурам

В с. Розівка Саратовського району [16], де вирощували душисті сорти (чайні) рози та інші пряно-ароматичні рослини, можна продегустувати болгарські страви – курбан, баниця, свіжі овочі, бринза і молоде вино з можливістю ознайомлення з секретами виробництва, прослідкувати народження вина від виноградників до цехів по обробці і зберіганню виноматеріалів. Покуштувати продукцію і обід по-Бессарабськи можна в турі «Гастрономічні традиції Болградського району» з відвідуванням сирного заводу і дегустацією 6-8 видів сирів, бринзи, виноробні «Колоніст», м'ясного цеху «Балканська ястія» з дегустацією вина та м'ясних продуктів [17].

Але все ж, на думку сучасних нутриціологів, етнографів, рестораторів українська кухня вважається однією з найбільш корисних. Це неоціненний здобуток, культурна спадщина, чим потрібно пишатися, збирати, вивчати, зберігати та відроджувати в сучасних закладах ресторанного господарства [18-20]. Характерними рисами її є значне вживання борошняних виробів із різних видів борошна, з прісного чи кислого (збродженого, на хмелевих заквасках). Вироби з останнього позитивно впливають на мікробіоценоз шлунково-кишкового тракту людини, який великою мірою зумовлює її імунітет, а хміль заквасок проявляє антиоксидантні та заспокійливі властивості.

Основні способи теплової обробки – варіння, тушкування, запікання, у т.ч. глиняних горщиках в печі в найбільшій мірі дозволяють зберегти ароматичні, смакові речовини та цінні властивості, вітаміни. Багато рецептур страв з круп, овочів, коренеплодів (насамперед буряка), грибів, ягід, з молочних продуктів, яєць, про корисність яких відомо всім. Для приготування м'ясних продуктів, які споживалися не постійно, використовували більше свинину, сало та птицю, але на Півдні України і овече м'ясо. Традиційно щодня споживали гарячі супи, що нормалізує роботу організму в цілому. Для консервування використовували соління, квашення, що є більш природним способом зберегти продукт за рахунок ферментації і також забезпечує позитивний вплив на власну мікрофлору організму людини. З напоїв превалювали мед, квас, збитні, узвари, горілка з'явилася лише у XV столітті.

Отже, аналіз української та інших кухонь Одещини показав, що для ресторанного бізнесу їх впровадження під трендом локальної, автентичної кухні може стати можливістю продовжувати працювати під час карантину на місцевій сировини, без перебоїв у постачанні, дозволити урізноманітнити меню оригінальними, смачними, корисними стравами, тими, що здатні зміцнювати імунітет, позитивно впливати на роботу серцево-судинної та нервової систем. Крім того, ресторани можуть зайняти активну соціальну позицію, відкрити спілкування з використанням інформаційних технологій (через Інтернет, соціальні мережі, мобільні додатки) для збору рецептур, технологій приготування автентичних страв, вести просвітницьку діяльність щодо корисних властивостей тих, чи інших страв, окремих інгредієнтів, проводити майстер-класи по приготуванню з поясненням переваг застосовуваних способів технологічної обробки. Це може стати майданчиком для спілкування, напрацювання для себе клієнтської бази, з одного боку, а, з іншого, нести соціальну функцію по налагодженню спілкування населення під час ізоляції, зняття стресових станів тощо.

Список використаних джерел

1. Проект Національної стратегії формування здорового способу життя дітей та молоді на період до 2025 року (2018-2019). URL: <https://dismp.gov.ua/diyalnist/proektna-diyalnist/proiekt-natsionalnoi-stratehii-formuvannia-zdorovoho-sposobu-zhyttia-ditej-ta-molodi-na-period-do-2025-roku-2018-2019/>
2. Іоргачова К. Г., Лебеденко Т. Є. Хлібобулочні вироби оздоровчого призначення з використанням фітодобавок: Монографія. К.: К-Прес, 2015, 464 с.
3. Здоров'я людини як найвища соціальна цінність / О. П. Орлюк, Л. Ю. Малюга, Л. М. Сіньова [та ін.]. *Світ медицини та біології*. 2019. №3 (69), с. 133 – 136
4. Здоровий спосіб життя під час пандемії: чому це важливо та як розпочати? URL: <https://eba.com.ua/zdorovyj-sposib-zhyttya-pid-chas-pandemiyi-chomu-tse-vazhlyvo-ta-yak-rozpochaty/>
5. <https://orthopraxia.wordpress.com/2012/01/03>
6. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: Монографія / Під заг. редакцією В. Г. Герасименка. *Одеса: ОНЕУ*. 2016. 262 с.

7. Лебеденко Т. Є., Новічкова Т. П., Кожевнікова В. О. Національні традиції приготування хлібних виробів. Оцінка ролі та потенціалу в аспекті розвитку туризму в Одеському регіоні // Привабливість туристичного та дегустаційного бізнесу Одеської області: Монографія / за заг. ред. О. О. Меліх. К.: Друкарня «Хамалеон К», 2018. с. 75 – 103
8. Стратегія розвитку Одеської області на період 2021-2027 роки. Одеса. 2020. 116 с. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/05/strategiya-rozvytku-odeskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-roky.pdf>
9. Чорна Н. П. Якість продуктів харчування – запорука здоров'я нації. *Економіка та держава*, 2016. №2. с. 23 – 28
10. Рабін Ю. Генетичний код української кухні. Taste of Ukraine досліджує кухню Львова та Галичини. URL: <https://posteat.ua/obzory/genetichnij-kod-ukra%D1%97nsko%D1%97-kuxni-taste-of-ukraine-doslidzhuye-kuxnyu-lvova-ta-galichini/>
11. Етно-еко хата «Білочі». URL: http://www.bazi-otdiha.com.ua/company.php?id_company=1738
12. Приморське, міні-готель «Куба-Далеко». URL: <http://www.holiday.in.ua/gostoviy-dim-kuba-daleko-ukrainian/>
13. Комплекс відпочинку «Бессарабське подвір'я». URL: <https://zruchno.travel/ObjectEntity>
14. Сільська садиба зеленого туризму «У Меланії». URL: <https://www.budjak.com.ua/selskaja-usadba-u-melani.html>
15. Фрумушика-Нова, Бессарабське село. URL: <http://restplace.com.ua/uk/tourismplace/frumushyka-nova-bessarabske-selo.html>
16. Дегустаційний тур «Provence». URL: <http://www.ganezh.odessa.ua/degustacionnyj-tur-provence>
17. Гастрономічні традиції Болградського району. URL: <http://skygroup.in.ua/avtorskie-turyi/gastronomicheskie-traditsii-bol-gradskogo-rayona/>
18. Смоляр В. І. Формування і розквіт української кухні. *Проблеми харчування*, 2008, №1-2, с. 63 – 67
19. Волкова А. Науково-етнографічне дослідження особливостей технології страв української національної кухні. *Електронний науковий журнал. Траєкторія науки. Розділ 4. Виробництво і технології*. URL: <file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/4-61-1-PB.pdf>
20. Ресторатор Марк Зархін: Починається золотий вік української кухні. URL: <https://rau.ua/personalii/mark-zarhin/>

В. О. Шульга, Я. В. Євтушенко

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

sulgavaleria54@gmail.com, nagrany13@gmail.com

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БЕЗПЕКИ НАДАННЯ ПОСЛУГ ХАРЧУВАННЯ У ТУРИЗМІ

У статті здійснено аналіз проблеми безпеки надання послуг харчування у туризмі. Уточнено сутність поняття «безпека людини у галузі послуг». Зазначено основні параметри безпеки надання послуг харчування у туризмі: якість, гігієна, доступність, прозорість. Окреслено загальні вимоги надання безпеки харчування у туризмі. Акцентовано увагу на культурі обслуговування

та чинниках формування якості харчової продукції. У контексті проаналізованої проблеми зазначено перспективи подальших досліджень.

Ключові слова: безпека харчування, послуги харчування у туризмі, туризм, підприємства харчування, туристична галузь.

В статье проведен анализ проблемы безопасности предоставления услуг питания в туризме. Уточнена сутність поняття «безпеку людини в області послуг». Указаны основные параметры безопасности предоставления услуг питания в туризме: качество, гигиена, доступность, прозрачность. Определены общие требования предоставления безопасности питания в туризме. Акцентируется внимание на культуре обслуживания и факторах формирования качества пищевой продукции. В контексте проанализированной проблемы указаны перспективы дальнейших исследований.

Ключевые слова: безопасность питания, услуги питания в туризме, туризм, предприятия питания, туристическая сфера.

The article analyzes the problem of security of food services in tourism. The essence of the concept of «human security in the field of services» is specified. The main parameters of security of food services in tourism are indicated: quality, hygiene, accessibility, transparency. The general requirements for food safety in tourism are outlined. Emphasis is placed on the culture of service and factors shaping the quality of food products. In the context of the analyzed problem, the prospects for further research are indicated.

Keywords: food safety, catering services in tourism, tourism, catering, tourism industry.

Постановка проблеми. Світові тенденції розвитку туристичної індустрії зумовлюють активізацію сфери туристичних послуг як туризму у цілому, так і на рівні його окремих підприємств. Сучасні туристи очікують високих стандартів обслуговування, насамперед, розширення асортименту послуг: комплексності сервісу і його інфраструктури і, звісно ж, індивідуалізації під час його надання. У сучасних ринкових умовах культура сервісу і якість обслуговування набуває пріоритетного знання для будь-якої компанії.

Туризм виконує важливі соціально-економічні, культурно-екологічні, міжнародні та інші функції. На цьому тлі збільшується і кількість внутрішніх і зовнішніх загроз безпеці, які стають все більш руйнівними і менш передбачуваними. Безпека людини в сфері послуг визначається ефективним функціонуванням даної сфери, відсутністю в її межах різного роду погроз, шкоди для життя, здоров'я туристів, працівників галузі, а також для навколишнього середовища. Саме тому дотримання умов безпеки послуг харчування є необхідною умовою туристичного обслуговування.

Отже, проблема безпеки надання послуг харчування у туризмі, наразі, є вельми актуальною у туристичній галузі України і потребує подальшого вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Правові положення розвитку туристичної галузі визначено у Законі України «Про туризм», «Про безпечність та якість харчових продуктів», «Про захист прав споживачів»,

«Про стандартизацію» та інших постановах Кабінету Міністрів України щодо програм розвитку цього напрямку господарської діяльності.

Теоретичні та методологічні аспекти туристичної діяльності в Україні та світі викладено у наукових працях зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема Г. Балабанової, Л. Баумгартен, В. Курилової, Дж. Еванс, Дж. Харингтон, Л. Шульгіної та ін. У вітчизняній науковій літературі питання ефективності поліпшення менеджменту якості, управління якістю туристичних послуг, у тому числі й послуг харчування, досліджували такі вчені, як О. Баклан, О. Давидова, О. Любчук С. Мельниченко, М. Босовська, І. Писаревський, Н. Попіль, В. Редько, та ін.

Питання безпеки харчування в туризмі розглянуто у публікаціях вітчизняних науковців Г. Аванесової, Т. Дьорової, В. Зінченка, О. Осипової, С. Поповича, В. Федорченка, Г. Гарбар, П. Яновського та ін. Окремі відомості щодо надання послуг харчування та обслуговування пасажирів на водному транспорті містяться в працях В. Архіпова, М. Бучкарика, В. Сеніна, Н. П'ятницької та ін.

Водночас, аналіз джерельної бази наукових досліджень дозволив зробити висновок, що розробка проблеми безпеки надання послуг харчування у туризмі не набула цілісної системи і саме тому зазначена проблематика є вельми актуальною на сьогодні.

Мета статті: аналіз теоретичних аспектів безпеки надання послуг харчування у туризмі.

Виклад основного матеріалу. Туристичний продукт або послуга не може становити небезпеки для життя, шкодити здоров'ю та іншим життєво важливим інтересам і фізичної безпеки споживача (навіть якщо мова йде про пригодницький туризм). Нормативи безпеки і захисту зазвичай встановлюються законом (наприклад, правилами безпеки харчування) і повинні розглядатися в якості стандартів якості [4].

Ефективними засобами забезпечення якості та безпеки послуг у сфері туризму виступають стандартизація та класифікація об'єктів туристичної індустрії, які відповідно до Закону України «Про туристичну діяльність є одним із способів державного регулювання туристичної діяльності». Причому стандартизація об'єктів туристської діяльності – складова частина системи технічного регулювання. Враховуючи, що туризм у значній мірі являє собою сферу послуг, технічне регулювання тут в основному представлено стандартами (національними стандартами), застосовуваними учасниками туристичного ринку на добровільній основі. Разом із тим, безпека послуг у сфері туризму, (у тому числі і послуг харчування) не може бути забезпечена без дотримання і застосування правил пожежної безпеки, норм безпеки будівель і споруд, санітарно-епідеміологічних правил та інших обов'язкових вимог, які є частиною технічних регламентів [1, с. 158].

Застосування національного стандарту підтверджується знаком відповідності національному стандарту. Основними цілями стандартизації в туризмі є:

- підвищення рівня безпеки життя і здоров'я громадян, майна фізичних і юридичних осіб, державного і муніципального майна, об'єктів із урахуванням ризику виникнення надзвичайних ситуацій природного і техногенного характеру, підвищення рівня екологічної безпеки, безпеки життя і здоров'я тварин і рослин;
- забезпечення конкурентоспроможності та якості послуг організацій туристичної індустрії;
- сприяння дотриманню вимог технічних регламентів, тощо [3].

У національних стандартах *якість* у туризмі пропонується розуміти як *«результат процесу, що передбачає задоволення за прийнятною ціною всіх законних потреб, вимог і очікувань споживача щодо продуктів і послуг»* [2].

Відповідно до прийнятих на взаємній основі договірних умов такими основними параметрами якості є безпека і охорона, гігієна, доступність, прозорість, справжність і існування гармонії між відповідною туристською діяльністю і її людським і природним середовищем». «Результат» має на увазі досягнення і сприйняття якості в певний момент часу. Він неможливий без гармонійного і активного задіяння всіх факторів туристичного досвіду. «Результат» можна вимірювати за задоволеністю споживачів, а також соціальними, екологічними та економічними наслідками відповідної туристичної діяльності [0].

Гігієна означає, що на об'єкті розміщення повинні бути забезпечені безпека і чистота. Слід зазначити, що подібні вимоги більш важливі для закладів високого класу. Стандарти безпеки продуктів харчування (також часто встановлюються законом) повинні дотримуватися і бути єдиними для всіх точок громадського харчування, починаючи з вуличних торговців і закінчуючи розкішними ресторанами і бортовим харчуванням на авіалініях.

Доступність. Цей параметр вимагає усунення фізичних і комунікаційних перешкод і перешкод для обслуговування, щоб забезпечити за відсутності дискримінації користування основними туристичними продуктами і послугами всім особам незалежно від їх природних і набутих відмінностей, у тому числі інвалідам («забезпечення доступності туризму для інвалідів»).

Прозорість. Це важливий елемент забезпечення законності очікувань і захисту споживачів. Він пов'язаний із забезпеченням і передачею правильної інформації про особливості і склад продукту і його загальну ціну. Прозорість включає вказівку на те, що входить у ціну продукту.

Стосовно вимог безпеки харчування туристів слід зазначити, що воно організовується на підприємствах харчування, які повинні бути

сертифіковані в установленому порядку у межах системи УкрСЕПРО та згідно з діючими в Україні нормативними документами [4]. Це форми власності та відомчого підпорядкування, які надають послуги туристам. Незалежно від типу закладу, повинні виконуватись наступні загальні вимоги:

- персонал підприємств, де здійснюється харчування туристів, повинен виконувати вимоги державних документів та договорів (контрактів), укладених із туристичними підприємствами;
- туристичні підприємства забезпечують своєчасне замовлення та надання туристам харчування згідно з умовами туру та класу обслуговування (в тому числі дегустація, прощальні вечори, дорожні набори, тощо);
- харчування туристів організовується в підприємствах харчування при готелях, мотелях, кемпінгах, туристичних базах та комплексах. Залежно від характеру торгівельно-виробничої діяльності підприємства харчування поділяють на такі типи: кафе, бари, ресторани, буфет, їдальня. У випадках, коли в місцях розміщення туристів немає підприємств харчування, або ці підприємства не в змозі забезпечити харчування всіх туристів, що проживають у них, то харчування повинно бути організоване в іншому підприємстві яке відповідає всім вимогам, що передбачені класом обслуговування;
- підприємства харчування, які задіяні для обслуговування туристів повинні мати необхідні виробничі, торговельні та побутові приміщення, відповідне обладнання для приготування та реалізації (відпуску) їжі, та повинні відповідати екологічним і санітарно-гігієнічним умовам, правилам техніки безпеки та протипожежним вимогам;
- харчування туристів, згідно укладених договорів, може бути: 3-х разове – повний пансіон, 2-х разове – напівпансіон (сніданок і вечеря або обід), сніданок, «шведський» стіл;
- при обслуговуванні батьків із дітьми і дитячих груп у підприємстві має бути організовано 4-х разове харчування для дітей;
- при організації харчування туристів застосовується обслуговування офіціантами, комбіноване обслуговування та самообслуговування;
- при обслуговуванні офіціантами всі види послуг надаються на замовлення туристам через офіціанта;
- при комбінованому обслуговуванні поєднуються методи самообслуговування і обслуговування офіціантами;
- при самообслуговуванні туристи самостійно відбирають страви, вироби, напої з лінії роздачі або «шведського» столу, які розміщуються в залі;
- представник туристичної організації або служби прийому та обслуговування готелю повинен в термін, зумовлений договором (контрактом), подати підприємству харчування заявки на обслуговування групи туристів або туриста-індивідуала.

При виявленні недоліків у якості обслуговування, продукції харчування або недоважування підприємство харчування на вибір туриста зобов'язане:

- безкоштовно усунути виявлені недоліки;
- зменшити розмір оплати за продукцію (послугу);
- без додаткової оплати замінити на якісну страву або виріб, що відповідає технологічним вимогам (вдруге надати послугу).

За порушення санітарних вимог та правил, реалізацію продукції власного та імпортного виробництва, забороненої до випуску і реалізації як небезпечної для життя і здоров'я туристів, а також у випадках, що призвели до тяжких наслідків, підприємства харчування несуть відповідальність згідно з чинним законодавством [5].

Культура обслуговування в ресторанах (кафе) оцінюється за такими показниками:

- взаємовідносини обслуговуючого персоналу із споживачами, техніка їх обслуговування та режим роботи підприємства;
- зовнішній вигляд та особиста гігієна обслуговуючого персоналу;
- санітарний стан приміщень, столового посуду, столових наборів, столової білизни, спецодягу;
- оснащеність підприємства столовим посудом, столовими наборами, інвентарем, меблями;
- дотримання асортименту страв, напоїв і кулінарних виробів;
- оперативність обслуговування відвідувачів (20 хв. – оптимальний термін обслуговування з моменту надання меню, а за експрес-обслуговування – 20 хв. повне обслуговування);
- відповідність додаткових послуг, що надаються, регламентованому переліку.

Культура обслуговування оцінюється шляхом подвійної оцінки: з одного боку, за матеріалами контролюючих органів (експерти від турфірм, асоціацій, санепідемстанцій та ін.) і, з другого – за відгуками споживачів.

Як правило, оцінка здійснюється за кожним показником, виходячи з п'ятибальної шкали за лишком розміру зниження за встановленні порушення. Однак, підприємства можуть розробляти й власну систему оцінки, тобто 10 бальну.

Для визначення рівня якості обслуговування кожне підприємство розробляє розміри зниження оцінки обслуговування за всіма показниками. Наприклад, для такого показника як культура взаємовідносин обслуговуючого персоналу зі споживачами (неуважність під час зустрічі й обслуговування, відмова в допомозі вибору страв, нетактовність, грубість) – 0,5 бала.

Для визначення загального рівня культури обслуговування бальні оцінки з кожного показника додаються.

Показник якості продукції передбачає відповідність смаку, запаху, кольору, зовнішньому вигляду страв, виробів установленим вимогам до якості

готових страв, кулінарних і кондитерських виробів. Враховується також думка споживачів, що реєструється в бланках відгуків.

Якість харчової продукції та послуг формується під впливом цілої низки чинників: використання напівфабрикатів високого ступеня готовності;

- впровадження сучасних технологій, передового вітчизняного та зарубіжного досвіду приготування їжі;
- сировинна база, розвиток підсобних господарств підприємств ресторанної «індустрії»;
- розширення асортименту власної та закупівельної продукції;
- впровадження прогресивних форм організації праці, професійна підготовка спеціалістів, удосконалення системи матеріального заохочення працівників підприємств ресторанного господарства, тощо.

Для підвищення якості приготування їжі, на великих підприємствах ресторанного господарства організуються санітарно-технологічні харчові лабораторії. Працівники повинні щоденно проводити вибірккову перевірку якості продукції, дотримання норм закладання сировини та виходу готової продукції. Кухарям і кондитерам, які впродовж тривалого часу виготовляють якісну продукцію, надається право бракеражу готової їжі. Щоденно якість їжі оцінюється в балах і реєструється в спеціальному журналі.

Оцінка культури обслуговування та якості їжі потребує комплексного підходу.

Підводячи підсумок, можна сказати, що різні види підприємства громадського харчування дозволяють надавати послуги з організації харчування в досить широкому діапазоні обслуговування, асортименту реалізованої кулінарної продукції та номенклатури, що надаються споживачам послуг.

Отже, виходячи із результатів аналізу сучасних наукових досліджень, можемо зробити висновки про те, що виклики сучасної туристичної галузі вимагають ефективної організації виконання вимог безпеки харчування в умовах мінливого соціально-економічного середовища. Запити на туристичні послуги, у тому числі і на безпечне харчування, постійно підвищуються у туристів різних видів туризму і тому, головна задача всіх ланок туристичної індустрії – задовольняти ці запити у повному об'ємі.

Для подальшого наукового пошуку перспективними напрямками вважаємо подальше вивчення питань безпеки надання послуг харчування у туризмі, удосконалення системи надання послуг харчування та структуризацію її компонентів.

Список використаних джерел

1. Бабюк А. В., Макарова М. С., Рогозинський Л. В. Безпека харчування: сучасні проблеми: Посібник-довідник. Чернівці: Книги – XXI, 2005. 456 с.
2. Оливко О. А. Оцінка якості комплексного туристичного продукту. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. Київ: КНТЕУ, 2015. № 2(100). С. 58 – 63.

3. Попіль Н. В. Управління якістю туристичних послуг в умовах конкурентного середовища. Матеріали Міжн. наук.-практ. конф. студентів 119 та молодих вчених *Сучасні тенденції розвитку міжнародного бізнесу та туризму в Україні*. Тернопіль, ТНЕУ. 2015. с. 194 – 195.
4. Проект Тасіс в Україні «Створення механізму сертифікації та контролю стандартів сільськогосподарської продукції відповідно до вимог СОР-СФС» Відстеження та відповідальність у харчовому ланцюзі. Європейська комісія, 2005.
5. Толстова Є. Г. Безпека як основа якості послуг громадського харчування: Питання економіки і управління. 2016. № 1 (3). С. 54 – 56. URL: <https://moluch.ru/th/5/archive/22/572/>

РОЗДІЛ 4

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

В. А. Абаев

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный педагогический
университет им. А. И. Герцена», Санкт-Петербург, Россия*

Е. Ю. Кизиляева

*Государственное бюджетное общеобразовательное
учреждение средняя общеобразовательная школа № 98
с углубленным изучением английского языка
Калининского района Санкт-Петербурга, Россия
katya-kizilyaeva@rambler.ru*

Т. В. Барышникова

*Государственное бюджетное общеобразовательное
учреждение средняя общеобразовательная школа № 98
с углубленным изучением английского языка
Калининского района Санкт-Петербурга
tatyabarishnikowa@yandex.ru*

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ В ПРИРОДНОЙ СРЕДЕ

В статье рассматриваются вопросы обеспечения безопасности школьников в детско-юношеском туризме. При написании статьи авторы руководствовались личным опытом работы в области спортивного и детско-юношеского туризма.

Ключевые слова: *активный туризм, детско-юношеский туризм, безопасность в туризме, обеспечение безопасности школьников, школьники.*

The article deals with the issues of ensuring the safety of schoolchildren in tourism. When writing the article, the authors were guided by their personal experience in sports and youth tourism.

Keywords: *active tourism, children's and youth tourism, safety, safety of schoolchildren, schoolchildren.*

Организация и проведение различных туристских мероприятий для учащихся направлены на физическое развитие и укрепление здоровья школьников. Но нахождение в природной среде всегда связано с различными опасностями.

Данные вопросы актуальны для нас в связи с работой в секции «Юный турист» Отделения дополнительного образования детей ГБОУ школы 98.

В связи с тем, что в программу секции входят туристские мероприятия в природной среде. На теоретических занятиях до выездных мероприятий мы подробно изучаем различные опасности в туризме и способы их преодоления. В туристских походах различной сложности участники мероприятия сталкиваются с объективными и субъективными опасностями. Объективные опасности существуют независимо от участников мероприятия, они связаны с природой и геополитическим фактором. К объективным опасностям относятся климатические условия района похода. При внезапном похолодании туристы могут заболеть простудными заболеваниями. В связи с чем, необходимо предусмотреть теплую одежду для участников похода. При грозе возможно поражение молнией. Следует соблюдать правила безопасности - не прятаться от дождя под одиноко стоящими деревьями, не подходить к водоемам. От ливневых дождей должна быть предусмотрена специальная одежда - непромокаемый плащ и обувь, а также накидка для рюкзака. На случай жары необходимо предусмотреть легкую одежду с длинным рукавом. В сильную жару следует укрываться в тени деревьев, чтобы не получить солнечные ожоги и тепловой удар. Обязателен головной убор. Чтобы обезопасить группу от неожиданного ураганного ветра, который может вызвать падение деревьев, руководитель похода должен заранее предупредить МЧС о маршруте своего похода, чтобы при приближении урагана получить предупреждение по мобильному телефону и обратиться за помощью в МЧС для эвакуации школьников. При составлении маршрута похода следует избегать районов, где во время путешествия могут произойти разливы рек, подземные толчки, солнечные и лунные затмения [1; 2; 3].

К опасностям, связанным с природой, относится преодоление естественных препятствий: буреломов, травянистых и осыпных склонов, мелководных рек и ручьев, болотистых и заболоченных мест и др. Для чего требуются различные туристские знания, умения и навыки, приобретаемые на занятиях.

К природным опасностям также относятся биологические факторы: зоогенные, фитогенные и микробиогенные. Зоогенные факторы – это воздействия животных – укусы змей, укусы клещей, воздействия грызунов. Фитогенные факторы – воздействия растений. Микробиогенные – воздействия микроорганизмов. Биологические факторы опасности и меры предосторожности от них приведены в таблице.

Геополитические опасности создаются неблагоприятными социальными условиями. В походе необходимо соблюдать следующие меры предосторожности: населённые пункты лучше обходить, не привлекать внимания, при встрече с местным населением следует вести себя вежливо и доброжелательно.

Таблица – Биологические факторы опасности и меры предосторожности

Фактор опасности	Возможные последствия	Меры предосторожности
Укусы змей	Общая интоксикация организма (при укусе ядовитой змеи)	Нельзя замахиваться палкой на змею, резко двигаться и кричать. Пользоваться палкой при прохождении мест с высокой травой, раздвигая ее перед собой. Надевать высокую обувь и плотную одежду в местах с наиболее вероятными встречами со змеями. Выбирать для ночлега места с невысокой травой. При походе в местах удаленных от людей иметь при себе аптечку с противоядием. Проверить палатку и спальный мешок на наличие змей перед тем, как ложиться спать.
Укусы клещей	Заболевания, переносчиками которых являются клещи. (Наиболее опасное - энцефалит)	Держаться троп, не передвигаться под низкими кустарниками и по высокой траве. В местах, где наиболее вероятно могут обитать клещи, надеть высокую обувь, защитить одеждой тело, руки и ноги. Убрать волосы под головной убор. Желательна одежда светлого цвета. Проверять одежду и снаряжение на наличие клещей.
Воздействия грызунов	Природно-очаговые инфекции (общие для животных и человека).	Не использовать продукты, испорченные грызунами. Хранить продукты в местах недоступных для грызунов, в полиэтиленовых пакетах. Не брать в руки грызунов и их трупы. Не брать воду из стоячих водоемов. Не использовать сено из стогов, сложенных в лесу, для подстилки. Выбирать для стоянок поляну вдали от оврагов и кустов.
Растения, вызывающие раздражения кожи, ожоги Борщевик Сосновкого Крапива	Ожоги, волдыри, рубцы. При попадании в глаза можно ослепнуть Менее опасна. Ожоги, волдыри	Закрытая одежда. Не трогать руками указанные в таблице растения
Бактерии Вирусы Простейшие	Инфекционными заболеваниями Глистная инвазия.	Соблюдать правила личной гигиены. Мыть руки. Избегать воздействия клещей и грызунов. Не использовать воду из стоячих водоемов.

<p>Растения, оказывающие влияние на сердечно - сосудистую и нервную систему Ландыш Наперстянка Плоды и листья вороньего глаза</p>	<p>Токсическое воздействие на сердечно-сосудистую систему. Токсическое воздействие на нервную систему</p>	<p>Узнать какие опасные растения можно встретить во время похода, туристского слёта, соревнований по туризму и спортивному ориентированию. Не употреблять в пищу и не трогать неизвестные ягоды и растения. Не сжигать неизвестные растения. Т.к. их пары могут быть токсичны.</p>
---	---	--

Субъективные опасности – неправильные поступки участников похода.

1. Недостаточная теоретическая и практическая подготовленность юных туристов. Участники путешествия должны иметь необходимые туристские знания умения и навыки.
2. Нарушение дисциплины участниками. Юные туристы должны выполнять требования руководителя.
3. Нарушение правил безопасного поведения:
 - при постановке лагеря в полевых условиях (не учтён рельеф, пожароопасность);
 - при приготовлении и раздаче горячей пищи;
 - при обращении и переноске колющих, режущих предметов;
 - при сборе валежника и переноски лежащих брёвен, их пилке и рубке;
 - при выборе мест и купании в реках и водоёмах.
4. Нарушение правил дорожного движения при движении вдоль шоссе и переходе через него, переходы через дороги, железнодорожные мосты, мосты через реки.

Известный турист, заслуженный путешественник, многократный руководитель туристских походов и экспедиций со школьниками, И. Ф. Попов отметил важность того, что каждая туристская группа должна иметь определенный запас прочности руководителя и участников. Под прочностью он понимал общую и специальную физическую подготовку, хорошее владение техникой вида туризма, волевою, психологическую, тактическую и моральную подготовка туриста.

Для повышения безопасности в детско-юношеском туризме нами, совместно с профессорско-преподавательским составом НГУ им. П. Ф. Лесгафта, выделены наиболее актуальные меры, которые представлены ниже.

1. Усилить подготовку инструкторов детско-юношеского туризма.
2. Перед путешествием руководитель похода должен сообщить МЧС о запланированном времени и районе похода. Во время похода иметь связь. Ежедневно связываться с МЧС и сообщать местонахождение группы.
3. При совершении похода группой с большим количеством детей в путешествии должно присутствовать несколько инструкторов. Количество

- инструкторов в походе – не менее, чем один инструктор на 10 школьников.
4. Перед выездом школьники должны продемонстрировать руководителю свои туристские знания, умения и навыки, необходимые для участия в мероприятии.
 5. Юные туристы также должны иметь следующие знания.
 - 5.1. Как максимально обезопасить себя от воздействия биологических факторов опасности (укусов змей, клещей, грызунов, ядовитых растений и вредных микроорганизмов). Меры предосторожности указаны в таблице.
 - 5.2. Безопасное поведение, нарушение правил которого может привести к различным травмам.
 - 5.3. Оказание первой помощи.
 - 5.4. Правила дорожного движения при переходе мостов через реку, переходе шоссе, железной дороги и движении вдоль шоссе.
 - 5.5. Правильный выбор личного и группового снаряжения.
 6. Перед походом должны быть проведены тренинги на психологическую совместимость его участников.
 7. Дети, не имеющие необходимых знаний, умений и навыков, не допускаются к участию в туристских мероприятиях.

Список использованных источников

1. Абаев А. В., Фарбей В. В., Филиппов В. В., Скорохватова Г. Г., Кизиляева Е. Ю., Борисевич А. В. Организация и проведение туристских походов в образовательных учреждениях / Учебно-методическое пособие. Под ред. В.В. Фарбея – СПб, изд-во «Печатный элемент», 2018. – 143 с.
2. Д. С. Леженко, Т. В. Манченко БЕЗОПАСНОСТЬ В ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОМ ТУРИЗМЕ/ Колпинские чтения по краеведению и туризму. Материалы межрегиональной с международным участием научно-практической конференции 26 марта 2020 года / Отв. ред. Н. Е. Самсонова. С. И. Махов, Д. А. Субетто, В. Д. Сухоруков. Научный редактор: А. А. Соколова. В 2 частях. Часть I – СПб.: ЛОИРО, 2020. С. 265 – 268.
3. Федотов Ю. Н., Спортивно-оздоровительный туризм: учебник для студентов вузов / Ю. Н. Федотов, И. Е. Востоков; [под ред. Ю. Н. Федотова]. - [2-е изд., стер.]. - М.: Советский спорт, 2004. - 328 с.

ФАНСЬКІ ГОРИ ЯК ТУРИСТСЬКИЙ РЕСУРС ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ТУРИСТСЬКИХ ПОХОДІВ

У статті розкриваються особливості туристсько-рекреаційного потенціалу Фанських гір як місця проведення спортивно-гірських походів різної категорії складності. Аналізуються особливості фізико-географічного розташування гір, транспортного трансферу, інфраструктури району. Дається характеристика природних перешкод та вимоги до учасників груп туристсько-гірських походів різної категорії складності.

Ключові слова: туристсько-рекреаційний потенціал, спортивно-гірські походи, транспортний трансфер, інфраструктура, фізико-географічна характеристика району.

В статье раскрываются особенности туристско-рекреационного потенциала Фанских гор как места проведения спортивно-горных походов различной категории сложности. Анализируются особенности физико-географического положения гор, транспортного трансфера, инфраструктуры района. Дается характеристика природных препятствий и требования к участникам группы в туристско-горных походах различной категории сложности.

Ключевые слова: туристско-рекреационный потенциал, спортивно-горные походы, транспортный трансфер, инфраструктура, физико-географическая характеристика района.

The article reveals the specific features of tourist and recreation potential of the Fann Mountains as a place for sports and mountain hiking of various difficulty categories. The features of physical and geographical location of the mountains, transport transfer and infrastructure of the area are analysed. Natural obstacles and requirements for group members in tourist-mountain hiking tours of various difficulty categories are characterized.

Key words: tourism and recreation potential, sports and mountain hiking, transport transfer, infrastructure, physical and geographical characteristics of the area.

Актуальність теми дослідження. У сучасному світі є важлива тенденція стрімкого росту туристської індустрії, її швидкого розвитку, що в значній мірі впливає на національну економіку країн. Головними передумовами цієї тенденції є безперервне підвищення попиту на подорожі та порівняно високий рівень рентабельності даної сфери послуг (окрім періоду пандемії).

У зв'язку з підвищенням попиту на подорожі, екстремальні тури, походи, одним з високоперспективних видів туризму, як свідчить світова практика, є гірський туризм, який все більше притягує людей до подорожей, до екстремальних ситуацій під час сходження та перебування на природі. Одним з найкрасивіших місць для екстремального відпочинку та спортивного росту є Фанські гори, в яких гірський туризм динамічно розвивається і

може стати найважливішим фактором соціально-культурного розвитку даного регіону [2].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У вирішенні проблеми забезпечення привабливості туристського району – Фанських гір велику роль відіграє пропаганда історичних подій. У цих місцях побували персицькі царі, війська Олександра Македонського (є легенда, що березові посадки недалеко від озера Аллаудін, з'явилися після проходження війська Македонського). Тут пролягав шлях Тамерлана, Бобура та Марко Поло. Проходив Великий шовковий шлях по дорогах, прокладених над прірвою. Каравани везли китайський шовк, а у зворотньому напрямку – лазурит і рубіни з місцевих копалень. Привабливість району з лазурними озерами, незвичайними формами вершин, складністю маршрутів, дивували туристів, альпіністів, дослідників. У 1911 році дослідник Середньої Азії М. Л. Корженевський здійснив вперше сквзну подорож Фанськими горами. 30-і роки 20 століття В. Ф. Гусєв та А. С. Мухін, своїми дослідженнями відкрили для туризму новий прекрасний гірський район: провели уточнення карт району, відкрили нові перевали та зробили першосходження. «Будь-який альпініст або турист від новачка до майстра може знайти тут те, що буде йому цікаво і під силу»...[3]. Вивченням району, шляхів підйому на перевали та вершини гір займалися професор В.В. Немицький, Є А. Казакова.

Починаючи з 50-х років 20-го століття Микола Пагануцці мріяв «зробити цей край заповідником туризму та альпінізму, щоб рідкісна краса цих місць стала надбанням не однаків, а широкого кола туристів» [4]. Зроблена ним карта району, книга з маршрутами та схемами привернула увагу туристів до цього маловідомого регіону Паміро-Алаю. (Велика частина архіву М. Пагануцці знаходиться у Народному музеї історії альпінізму м. Суми). Він говорив, що «туризм – це не стільки уміння швидко і правильно поставити намет, скласти багаття і запалити його одним сірником, це стан душі людини, це пізнання величезного і прекрасного світу природи, це й осягнення себе самого, становлення особистості [5].

60-і роки – Ф. Рудольфович, професор П. Шульц вивчали район Фанських гір. В цей же час проводилося масове освоєння цього району альпіністами, першосходження на основні вершини, проходження складних стінних маршрутів з подальшим збільшенням кількості походів та сходжень.

Метою роботи є залучення туристів в гірський район – Фанські гори для спортивно-гірських походів різної категорії складності, знайомство з інфраструктурою району, маршрутами екстремальних сходжень на високі засніжені гори, кліматом, гідрографією, трансфером даного району.

Виклад основного матеріалу. Фізико-географічне розташування району сприяє розвитку туристської галузі – одного з найкрасивіших районів Паміро-Алаю. Туристський ресурс Фанські гори – вузол коротких високих

хребтів на північному заході Таджикистану, в районі перетину Гіссарського та Зеравшанського хребтів Паміро-Алаю. З півночі границя – приток річки Кнут-Дар'ї – річкою Артуч. З південного заходу і заходу – долини річок Вору і річки Арча-Майдан. З півдня, південного сходу та сходу – ущелиною річки Дукдон, долиною річки Саритаг, долиною Іскандер-Дар'ї та вузькою ущелиною Фан-Дар'ї.

Назву вершин Фанських гір поділяють на три групи. 1. Назви з нерозкритим смислове значенням: Фандар'я, Фан-Улла, Ганза, Зінах. Місцеві таджики вважають, що це назви від древніх народів цієї території. 2. Таджикиські назви, які мають переклад. Ягноб (льодова вода), Ахбасой (ущелина на перевал), Арча-Майдан (арчова площа), Бодхона (дім вітрів), Якка-Хана (один дім), Зіндон (в'язниця), Сангі-Сафед (білий камінь). 3. Назви, надані мандрівниками, альпіністами та туристами, – пік Енергія, гора Дождімерна, перевал Двойни. Є двойні назви – російське та таджицьке: Дождімерна – Куї-Чорбаї, Кирк-Шайтан – Сімоб. Місцеві назви часто охоплюють цілі території. Казноком називають вершину, перевал, річку та весь простір біля ущелини Казнок.

Транспортний трансфер гірського району складається дуже вдало, з декількох видів транспорту. З України найбільш швидкий – це аеропорт-трансфер. Наприклад: Київ – Анкара – Стамбул – Душанбе, Київ – Стамбул – Душанбе, Київ – Мінськ – Стамбул – Душанбе, Київ – Самарканд – Душанбе, Аеропорт трансфер – аеропорт, який відмічений у квитку та багажній квитанції, в якому пасажир робить пересадку, а також проводиться перегрузка багажу з воздушного судна одного рейсу на воздушне судно іншого рейсу для подальшого слідування за маршрутом перевезення. Для громадян України встановлений безвізовий в'їзд до Таджикистану. З Душанбе можна доїхати на початок маршруту походу тільки автомобільним транспортом. Фанські гори мають добру транспортну доступність, Душанбе – Педжикент (ринок для закупки продуктів) – гори. Можна доїхати до різних ділянок району для початку маршруту. Декілька варіантів: Душанбе – Педжикент – кишлак Газа – верхів'я р. Сармат – а/т «Артуч»; Душанбе – оз. Іскандеркуль; Душанбе – база «Вертикаль – Алаудін». У районі на даний момент працює дві бази. База «Вертикаль-Алаудін», зі сторони Алаудінських озер та база «Артуч», зі сторони Кулікалонських озер. З Узбекистану, з м. Самарканд, місцевим транспортом можна доїхати до границі, перейти пішки. На території Таджикистану доїхати до Педжикента і далі в гори.

Клімат Фанських гір сприяє розвитку туристської галузі. Клімат континентальний, зима, як правило, м'яка та сніжна. З лютого до травня на схилах велика лавинна небезпека. З червня до жовтня встановлюється суха, тепла погода. Це дуже сприятливий час для подорожей, походів, сходжень. Але зустрічається і дощова холодна погода в «сезон». Приваблива гідрографія району – велика кількість чарівних джерельно-

чистих озер, які мають різні кольори: сині, блакитні, зелені, темно- фіолетові, білі, чорні. Найбільш відомими озерами в Фанських горах є: Алаудинські, Кулікалонські, Алло, Іскандеркуль. У горах вода чиста та прозора. Її можна пити спокійно, не кип'ятити. Але біля пасовищ та нижче їх – воду рекомендовано кип'ятити.

Туристсько-альпіністські можливості району Фанських гір дуже сприятливі для проведення походів високих категорій складності. Перевали 1Б зосереджені поряд, групами, що не дає можливість прокласти прості маршрути походів (I, II к.скл.) так, щоб подивитися основні п'ятки району – озера. Походи II-III к.скл. теж мають свої обмеження з краєзнавчої точки зору. Велика частина перевалів це 2Б – 3Б категорії складності. Тому більшість туристів приїздять у Фанські гори для походів 4-5-6 к.скл. та альпіністських сходжень. Починаючи з походів «четвірок» можна планувати сходження на «п'ятитисячники» району. Для походів 5 к.скл. найбільш популярні сходження альпіністськими маршрутами 2А, 2Б. Наприклад: Чимтарга з перевалу Міралі (2Б); Велика Ганза з перевалу Седло Ганзи (2Б); Мала Ганза по схилу з перевалу Гусєва-Мухіна (2А). Для походів 6 к.скл. проводять сходження на вершини, наприклад: вершина Чапдара за маршрутом Усєнова, 5А через «сфінкс»; Велика Ганза по східному ребру, 5А комбінований, спуск по 2Б на сідло Ганзи.

Найвищу вершину району описав Н. В. Пагануцці. «Тут різким злетом підноситься до небес вершина Чимторга (5494м) – його найвища точка» [5]. У цьому місці утворюється потужний гірський вузол. На південь від Чимторги в Зєровшанському хребті підноситься вершина Енергія (5100м). Від неї на схід до гирла річки Іскандердар'я – Східний Фанський хребет. У Фанських горах багато стінних маршрутів. Унікальні стіни: північна стіна вершини Чапдара, стіна вершини Замок над льодовиком Ботхана. При плануванні походів треба враховувати те, що у Фанських горах є чотири замкнених внутрішніх районів: басейн Пасруда на північному сході; басейн Артучі на північному заході; басейн Вору на південному заході; басейн сі стоком до озера Іскандеркуль та Іскандердар'є на південному сході. Найбільш популярними є сходження на п'ятитисячними з Алаудінських озер.

При організації спортивно-туристських походів треба враховувати наявність загранпаспорту, страховки, виконання усіх вимог, прийнятих у Таджикистані у зв'язку з пандемією, вимоги до учасників походу відносно їх здоров'я (наявність захворювань, які протипоказані для перебування учасника на висоті вище 3000м).

Декілька маршрутів походів 5 категорії складності:

1. а/т Артуч 2150м – оз. Кулікалон – пер. Чукурак 1А 3150м (рад.) – пер. Алаудін (н/к,3721м) – оз. Алаудін – пер. Адамташ 1Б 4000м (рад.) – оз. Мутне – пер. Казнок В.1Б 4040м – р. Казнок – пер. Гусєва-Мухіна Зах. 2Б 4662м + Зеленоград 4615м – п. М.Ганза 2А 4946м (рад) – льод. Сурхоб

– пер. Адіджі 3А 4586м – пер. Єнисей 3Б 4600м – п. Хід Кентавра – пер. Хід Кентавра 3А 4923м – пер. Замок – оз. Мутне – пер. Дон 3А 4650м + пер. Міралі 3А5025м – п. Чімтарга 2Б 5489м (рад.) – р. П. Зіндон – оз. В. Алло – оз. Верх. Алло – пер. Блок 2, 3А 4520м – р. Ахбасой – р. Хавзак – сел. Сиритаг – оз. Іскандеркуль

2. а/б «Вертикаль-Алаудін» – оз. Алаудін – оз. Мутне – пер. Казнок Сх. (1Б, 4040) – р. Казнок – льод. Мала Ганза – пер. Гусєва-Мухіна Зах. + Зеленоград (2А, 4700), п. Мала Ганза (2А, 4958, радіально) – льод. Сурхоб – пер. Гусєва – Мухіна Сх. + Седло Ганзи + Траверсний (2Б, 4700) – р. Сувтор – пер. Сурх + Лінкор (1Б, 4400) – р. Норват – пер. Імат (3А, 4518) – льод. Імат – пер. Фанська Казка помилкова (3А, 4400, радіально) – р. Імат – льод. Сурхоб – пер. Хід Кентавра (3А п/п, п/в, 5000) – оз. Мутне – пер. Дон + Міралі (2Б-3А, 5060), п. Чімтарга (2Б, 5489, радіально) – р. Правий Зіндон – оз. Велике Алло – р. Лівий Зіндон – пер. Двойний (1Б, 4287) – р. Ахбасай – р. Арг – оз. Іскандеркуль.

Висновки. Фанські гори – мають високий туристсько-рекреаційний потенціал завдяки злагоженому транспортному трансферу та інфраструктури, прекрасному клімату, великої кількості вершин та перевалів різної категорії складності для проходження спортивно-гірських походів, первозданної краси району. Завдяки туризму приходиться пізнання історії, культури даного регіону, у кожного прокидається дух авантюризму та бажання пройти новий похід новими стежками.

Список використаних джерел

1. Балабанова М. Я. Классификация маршрутов на горные вершины. М.: Издатель И. В. Балабанов. 1999, 196с.
2. Безуглий В. В. Регіональна економічна і соціальна географія світу. К.: Видавничий центр «Академія», 2007. 688 с.
3. Мухин А. С., Гусєв В. Ф. Фанские горы. М.: Государственное издательство географической литературы, 1949, 152с.
4. Пагануцци Н. В. Фанские горы и Ягноб. М.: Физкультура и спорт, 1968. 136 с.
5. Пагануцци Н. По горным тропам. Душанбе.: Ирфон. 1983. 72с.

А. С. Безугла, Я. В. Євтушенко

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

Alinabezyglaya236@gmail.com, nagrany13@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ЕКСКУРСІЙ СПОРТИВНОЇ ТЕМАТИКИ

У статті проаналізовано розвиток видів спортивного туризму на території Сумської області. Автором детально досліджено ті види туризму що можуть розвивати екскурсійні спортивні маршрути. Проаналізовано соціально-економічні умови для розвитку туризму регіону.

Ключові слова: спортивний туризм, екскурсії, туристко-спортивний потенціал.

В статтє проанализировано развитие видов спортивного туризма на территории Сумской области. Автором подробно исследованы виды туризма которые могут развивать экскурсионные спортивные маршруты. Проанализированы социально-экономические условия для развития туризма региона.

Ключевые слова: спортивный туризм, экскурсии, туристко-спортивный потенциал.

The article analyzes the development of sports tourism in the Sumy region. The author has studied in detail the types of tourism that can develop excursion sports routes. Socio-economic conditions for the development of tourism in the region are analyzed.

Key words: sports tourism, excursions, tourist and sports potential.

Актуальність теми «Особливості створення екскурсій спортивної тематики на Сумщині» є досить перспективним для розвитку екскурсійної діяльності, а саме наявність численних пам'яток, привабливих туристичних маршрутів, збережені національні традиції та фольклор, архітектурні пам'ятки. Але існує ряд проблем, які потребують радикального вирішення. Тому дослідження сучасного стану і перспективи розвитку є досить актуальним питанням.

Метою статті є аналіз соціально-економічних умов та стан розвитку туризму області, дослідження туристко-спортивний потенціалу регіону для розробки спортивно екскурсійних маршрутів.

В період стрімкої розбудови української держави туризм стає одним з основних механізмів формування ринкової економіки. Даний вид господарювання спонукає надходженню значних коштів до державного бюджету, виступає однією з форм раціонального використання вільного часу, проведення змістовного дозвілля, вивчення історії рідного краю, залучення широких верств населення до пізнання історико-культурної спадщини.

Зважаючи на місце і роль туризму в житті суспільства, держава проголошує його одним із пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки.

Основною стратегічною метою розвитку туризму в Україні є створення конкурентоспроможного продукту на світовому ринку, який здатний максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні економічної рівноваги та історико-культурної спадщини.

Сучасний туристський ринок потребує нового підходу до організації екскурсійної діяльності як до одного з основних туристичних продуктів. Величезний історико-культурний потенціал нашої країни представляє необмежені можливості для туристсько-екскурсійної діяльності.

Туроператори, при створенні екскурсійного продукту, повинні враховувати споживчий попит і диференціацію обслуговування, свою унікальну марку. Створення цікавих і унікальних маршрутів веде до появи нових екскурсійних об'єктів, різноманітності продукту [2].

Велика частина молоді зацікавлена розважальними спортивними та активними екстремальними турами. При розробці цих турів можна запропонувати піші, велосипедні або автомобільні походи різного ступеня труднощі по різному рельєфу (в горах, по лісі, уздовж річки, по історичних місцях тощо); з урахуванням того, що Україна багата річками та озерами можна запропонувати водні тури на байдарках, човнах, катамаранах.

Серед молоді, поряд з активними спортивними турами, також популярні пізнавальні тури. З урахуванням цієї особливості доречно буде запропонувати комбіновані тури. Влаштуваючи похід по історичних місцях, в ході походу можна організувати різні конкурси та вікторини.

Враховуючи той факт, що серед молоді особливо популярні активні та пізнавальні тури, на практиці можна спостерігати утворення різних груп молоді, що влаштувають походи по гірських, заповідних, історичних місцях. Під час розробки активних молодіжних турів, туроператори повинні врахувати багато специфічних питань і провести професійну організаційну роботи. Доречно при розробці активних турів туроператорам звернутися до гідів активного супроводу.

В залежності від характеру туристичних продуктів, фірма може мати власну спеціальну матеріально-технічну базу і штатний персонал інструкторів, або ж повинен оформити угоду з професійними інструкторами про спільну роботу з метою реалізації активних молодіжних турів.

Спочатку потрібно визначити які види спортивних екскурсій будуть популярні на території Сумчини. До даного виду можна віднести прогулянки на конях, пішхідн, прогулянки на велосипедах, сплави на байдарках, лижні походи.

Водний туризм (морський туризм, річковий туризм, озерний туризм) – один з різновидів туризму, в основі якого подолання маршруту водною поверхнею. Розрізняють декілька підвидів водного туризму: сплав по річках, рафтинг, вітрильний туризм, каякінг, каньйонінг (подолання каньйонів без допомоги плаваючих засобів), віндсерфінг, вейкбордінг. Для проведення сплавів на байдарках, катамаранах і каяках на території Сумська області протікають такі річки як Псел, Сейм, Ворскла, Десна. Дані річки перетинають великі міста і це є великою перевагою для розробки екскурсійних маршрутів. Для даного виду туризму сезон розпочинається з марта і закінчується в жовтні. Він підійде як індивідуальним туристам так і організованим групам.

Велосипедний туризм – це популярний вид активного відпочинку, що має безліч різновидів: від невеликих прогулянок і екскурсій до складних велосипедних подорожей. Велосипедний туризм це подорожі на велосипеді,

один з видів спортивного туризму – масового і популярного спорту. Маршрути велосипедного туризму прокладаються в різній місцевості: по путівцях, по рівнинах і через гірські перевали. Для велосипедного туризму розроблені спеціальні конструкції велосипедів.

Пішохідний туризм – один з найпоширеніших видів спортивного туризму, основною метою якого є подолання групою туристів маршруту по місцевості з місця відправлення до місця прибуття за вказаний проміжок часу.

Пішохідний туризм сприяє фізичному та інтелектуальному розвитку людини, підтримці хорошої фізичної форми завдяки перебуванню в природних умовах навколишнього середовища. Маршрут пішого туризму може містити в собі програму фізичної чи спортивно-оздоровчої підготовки, ознайомлення з історією і культурною спадщиною населення регіону.

Лижний туризм – різновид спортивного туризму, що передбачає рух на лижних засобах пересування. Лижний туризм різноманітний: це і одноденні прогулянки по готових лижнях, і недільні переходи по засніжених цілинних лісах, це і багатоденні автономні походи, складні експедиції в горах або в Антарктиді чи Арктиці, скі-тури (позатрасове катання) на гірських схилах без підйомників і гірськолижних курортів, сноубординг, сендбординг, гелі-скіінг.

Кінний туризм – це подорож на конях по певному маршруту. Цей вид туризму можна класифікувати як підвид екологічного. На маршруті часто зустрічаються природні перешкоди, тому це не лише захоплююча подорож, але ще і деякий екстрим.

Кінний туризм в наш час набуває все більшої популярності. Напевно тому, що нам хочеться більшої близькості до природи, а не комфорту. Такий туризм благотворно впливає на здоров'я, якщо звичайно немає протипоказань. Даний вид туризму досить популярний на Западній Україні, але він може бути затребований і в Сумській області [3].

Отже, туризм на сьогоднішній день є важливим об'єктом вивчення. Туризм можна вивчати, як науку, займатися його вдосконаленням, так як він є суттєвим комплексом світового господарства. Розробка активних екскурсійних маршрутів, це щось нове і привабливе для суспільства. Сумська область дуже багата на спортивні туристичні ресурси. Все це спонукає до розробки спортивних туристичних маршрутів, які в подальшому можуть бути конкурентно спроможні на туристичному ринку.

Список використаних джерел

1. Квартальнов В. А., Сенін В. С. Организация туристско-экскурсионного обслуживания. Уч. пособ. М.: ЦРИБ «Турист», 1999. 220 с.
2. Основні напрями розвитку екскурсійної діяльності в Україні. Діловий Вісник. № 07 (122), 2005. С.24 – 31.
3. URL: <https://rakhiv-rda.gov.ua/storinka/kinnyy-turyzm>

ТУРИСТСЬКА СТЕЖКА ЯК ФОРМА АКТИВНОЇ РЕКРЕЦІЇ

В статті розглядається одна з форм масової туристської активності – трекінговий туризм, в якому найбільш масовим світовим туристсько-спортивним проектом є проект туристських стежок. Здійснено огляд найбільш популярних туристських стежок світу, системи туристських стежок Європи. Запропоновано включення України до цієї системи.

Ключові слова: туристська стежка, транс'європейські пішохідні стежки, трекінговий туризм, Транскарпатська туристська стежка.

В статье рассматривается одна из форм массовой туристской активности – треккинг-туризм, в котором наиболее массовым мировым туристско-спортивным проектом является проект туристских троп. Осуществлен обзор наиболее популярных туристских троп мира, системы туристских троп Европы. Предложено включение Украины в эту систему.

Ключевые слова: туристская тропа, трансъевропейские пешеходные тропы, треккинг-туризм, Транскарпатская туристская тропа.

The article considers one of the forms of mass tourist activity – trekking tourism, in which the most massive world tourist and sports project is the project of tourist trails. An overview of the most popular hiking trails in the world, the system of hiking trails in Europe. It is proposed to include Ukraine in this system.

Keywords: hiking trail, trans-European hiking trails, trekking tourism, Transcarpathian hiking trail.

Вступ. Світова пандемія коронавірусу кардинально змінила стратегію розвитку світового туризму від великого скупчення туристів в місцях масового відпочинку, на курортах та атракціях в бік застосування активних форм туризму, які здійснюються наодинці або невеликими групами в природному середовищі. На сьогоднішній день, таким найбільш масовим світовим туристсько-спортивним проектом можна вважати **проект туристських стежок**.

Виклад основного матеріалу. *Туристська стежка* – це пішохідна стежка або стежка з екологічним способом пересування контрольованої протяжності та незначними фізичними навантаженнями, яка має позначення на місцевості (маркування), обладнані місця зупинок, оглядові майданчики. Такі стежки зазвичай є самопутівними, що призначені для самостійних походів туристів за принципом: *рухатись – спілкуватись* (дивитись, слухати, відчувати) – *пізнавати*. Туристська стежка дає можливість вийти на туристський маршрут не тільки підготовленим спортивним туристським групам, а й туристам-аматорам, туристам-одинакам. Стежка не дає можливість заблукати – на ній є маркувальні позначки, вказівники руху з відстанями до визначених об'єктів, обладнані місця зупинок, прихистки від негоди, місця водопостачання, вказані безпечні відходи зі стежки. Усю

необхідну інформацію туристи отримують зі спеціальних буклетів з картосхемами та детальними описами, інформаційних аншлагів, пояснювальних стендів, маркувальних і вказівних знаків. Ці стежки враховують всі екологічні вимоги щодо мінімізації збитків, яких може бути завдано природному середовищу, а також вимоги безпеки туристів, що є особливо актуальним для національних парків та інших природоохоронних територій. Різновидами туристських стежок виступають екологічні стежки [1].

Туристська стежка – унікальна форма поєднання активної рекреації, пізнання, оздоровлення та відпочинку, спорту, екологічної освіти. Порівняно з іншими туристськими продуктами її створення вимагає значно менших початкових капіталовкладень, вона може бути доступною в будь-яку пору року, не надто протяжною, такою, щоб відвідувачі могли рухатися вздовж неї зі швидкістю власної ходи. Для зручності спостереження та відпочинку організовуються спеціальні природні оглядові майданчики та пейзажні галявини. Актуальність організації мережі туристських стежок на сьогодні полягає не тільки в їх потенційному економічному та природоохоронному зиску, а й в тому, що вони є чи не єдиним дієвим механізмом забезпечення середовищевідтворюючих та урбокомпенсаційних потреб жителів великих міст та найбільш доступною формою екологічної освіти.

Розвиток світових туристських стежок розпочався зі знаменитої Аппалацької стежки в США – першої в світі спеціально обладнаної пішохідної стежки, навіки вилученої з господарського користування для пішохідного туризму. Ідея стежки належить американському лісничому Б. Маккею. Незадоволений поведінкою містян в лісі, він задумався як організувати відпочинок людей на природі. Б. Маккей запропонував заснувати щось на кшталт «заповідника для пішоходів». У 1923 р. за планом Б. Маккея була розмічена перша невелика ділянка, після чого довжина стежки постійно зростала і остаточно сформувалася тільки у кінці ХХ ст. Становлення стежки збіглося з роками Великої депресії, коли президентом США був Ф. Рузвельт, який дав від імені уряду США зобов'язання – в межах Аппалацької стежки всі державні організації підзвітні Раді стежки. І відтоді, традиційно всі президенти США звітують перед Радою стежки про те, що вони зробили для її розвитку.

Аппалацька стежка (Appalachian trail) – це стежка, яка йде вершинами і хребтами Аппалачів. Протяжність стежки становить понад 3500 км від г. Катадін (1685 м) на північному сході до г. Спрінгер (1152 м) на південному заході. Стежка промаркована на місцевості відмітками у вигляді білих смуг. Приблизно через кожні 10-15 миль розташовуються шелтери – туристські притулки, де можна переночувати і сховатися від дощу. Поруч з шелтером завжди є місце, де можна поставити намет, розвести багаття. Джерела води обладнані трубами або спеціально поглиблені. Через більшість струмків й річок прокладені містки. На крутих схилах побудовані сходишки з крупних каменів. Все, що є на стежці, – безкоштовно [4].

Аппалацька стежка є глибоко соціальним проектом – вона облаштована силами туристських клубів на громадських засадах. Кожен клуб розробляв свій маршрут, а потім ділянки зістикувалися. Згодом туристські клуби почали отримувати доходи від продажу маршрутних карт, описів, буклетів, значків та іншої атрибутики. В наші дні за станом стежки стежать 30 туристських клубів. Аппалацька стежка – це, мабуть, найбільший в світі добровольчий проект. На сьогоднішній день стежка функціонує як єдиний господарський комплекс. Це найбільш прибуткове «підприємство» і найбільший роботодавець в США – місцевий бізнес заробляє на туристах більше 200 млрд. доларів на рік [4].

Згодом подібні стежки стали виникати в національних парках Америки. Найбільш відомі – Тихоокеанська стежка на західному узбережжі США та Континентальна стежка в Скелястих горах.

Міжнародна Тихоокеанська стежка (Pacific Crest Trail) – друга за довжиною стежка в США від кордону з Мексикою до Канади протяжністю 4286 км, включаючи 128 км набору висоти. Ідея Тихоокеанської стежки народилася в 30-х рр. ХХ ст., як відповідь на існуючу на східному узбережжі стежку через Аппалачі. З 1932 р. волонтери, федеральний уряд і тисячі місцевих організацій займалися «склеюванням» разом дрібних регіональних стежок, намагаючись уникати населених місць і проводити маршрут через атрактивні об'єкти гір і заповідників. Титанічна праця була офіційно оголошена закінченою у 1993 р., після більш ніж 60 років роботи.

Такі ж стежки стали створювати в інших країнах світу: Канаді, Франції, Великобританії, Швеції, Швейцарії, Кенії, Індії, Японії та ін. На сьогоднішній день, подібні стежки створені майже в усіх розвинених країнах Європи. Так у Великій Британії всі види діяльності вторинні по відношенню до туризму. Якщо 500 англійців підписалися під тим, що така-то територія їм подобається, місце викупується державою з приватної власності на користь туристів. Тільки в Англії прокладено 230 тис. км стежок, не рахуючи Уельсу і Шотландії. На всі гори заввишки більше 600 м відкрито доступ тільки для туристів. 19 маршрутів Англії, Уельсу і Шотландії загальною протяжністю 5 тис. км мають особливий статус – їх утримання фінансується центральним урядом. Описи і карти в масштабі 1:25000 для всіх стежок, видані спеціально для туристів, продаються повсюдно та викладені в Інтернеті. В Шотландії вся територія країни призначена тільки для туризму. Якщо господар маєтку не обгородив садибу так, щоб не псувати ландшафт, і не провів стежку в обхід, на його грядках дозволено ставити намети [3].

В Австрії близько 44 тис. км туристських стежок, побудовано 700 туристських притулків, більшість з них високо в горах. Для більшості стежок створені карти в масштабі 1:25000 і для всіх стежок карти в масштабі 1:100000. У Німеччині прокладено 200 тис. км маркованих стежок і побудовано більше 500 гірських хатин. В Норвегії крім 20 тис. км стежок

створено мережу лижних маршрутів з 450 гірськими хатинами. Всі стежки мають відмінні описи і карти англійською та німецькою мовами. Франція має мережу стежок протяжністю 178 тис. км. Для планування маршруту створені карти в масштабі 1:100000, для руху маршрутом – карти в масштабі 1:50000 і 1:25000. У Чехії створено мережу туристських стежок загальною протяжністю 37 тис. км в гірських районах Богемії та Північної Моравії, а також в Правчіцьких скелях. У Швейцарії розвинена мережа туристських стежок загальною протяжністю 60 тис. км. Всі вони добре промарковані і обладнані, мають карти і описи німецькою та французькою мовами. На півночі Швеції прокладені 1 тис. км стежок. Більшість з них через кожні 10-25 км мають хатини для ночівлі. Навіть Люксембург має 5 тис. км стежок. Польща в 90-ті рр. зуміла створити 65 тис. км стежок, при цьому 50% інвестицій на їх створення взяв на себе ЄС [3].

Все це дало можливість Європейській Асоціації пішохідного туризму (European Ramblers Association) розробити ряд тривалих пішохідних маршрутів Європою (Е-маршрути), що охоплюють майже всі європейські країни. До цієї організації входять національні асоціації пішохідного туризму (National Ramblers Associations), які відповідають за ділянки маршрутів, що проходять територіями їх країн. Тому, крім національних стежок функціонує 12 транс'європейських стежок, прокладених територіями декількох країн (рис. 1). Їх загальна протяжність більше 60 тис. км.

Стежка Е1 проходить з півночі на південь Європи від мису Нордкап у Норвегії до м. Салерно в Італії (7000 км) через Данію, Німеччину та Швейцарію. Маршрут Е2 – теж з півночі на південь, але західніше: через всю Великобританію до Середземноморського узбережжя Франції, через країни Бенілюксу (4850 км). Маршрут Е3 – від чорноморського узбережжя Болгарії через Угорщину, прикордонні райони Словаччини, Польщі та Чехії, Німеччини, Франції і до м. Сантьяго в Іспанії (6950 км). Один з найцікавіших піших маршрутів – Е4, який пролягає із заходу на схід від Гібралтару до Криту (11800 км), уздовж середземноморського узбережжя Іспанії та Франції, через Альпи Швейцарії, Німеччини та Австрії, Угорщину до кордону з Румунією. Далі слідує розрив в маршруті (в Румунії він ще не узгоджений). Маршрут Е4 продовжується в горах Болгарії, потім проходить територією материкової Греції з півночі на південь і захоплює о. Крит. Крім цього є ділянка маршруту Е4 на Кіпрі, між Пафосом і Ларнакою. Маршрут Е5 пов'язує Атлантичне узбережжя Франції та північ італійської Адріатики (2900 км). Маршрут Е6 – з самої півночі Фінляндії – Лапландії до Родоп (6300 км) через Швецію, Данію, Німеччину, Австрію, Словенію і після поромної переправи продовжується вздовж північного кордону Греції. Маршрут Е7 – від Португалії до Сербії (4330 км), Е8 – від Ірландії до Болгарії (4390 км). Цікавий прибережний маршрут Е9 (5200 км) пролягає вздовж узбережжя Португалії (з півдня на північ), уздовж Біскайської затоки Іспанії,

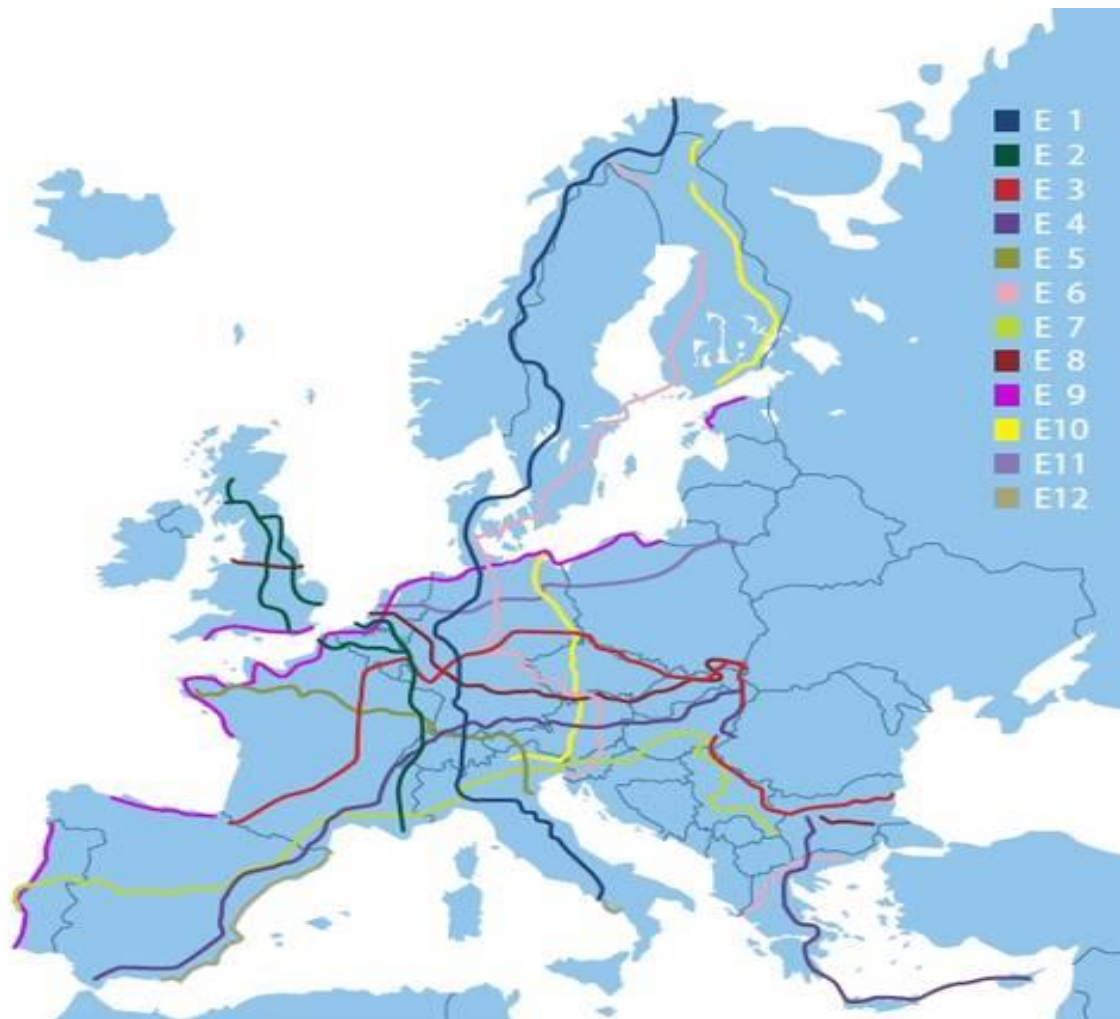


Рис. 1. Транс'європейські пішохідні стежки

- E1*** – Нордкап (Норвегія) – Салерно (Італія), 7000 км
- E2*** – Інвернесс (Велика Британія) – Ніцца (Франція), 4850 км
- E3*** – Сантьяго (Іспанія) – Несебр (Болгарія), 6950 км
- E4*** – Тарифа (Іспанія) – Ларнака (Кіпр), 11800 км
- E5*** – Поінт ду Раж (Франція) – Верона (Італія), 2900 км
- E6*** – Кілпіс'ярві (Фінляндія) – Александрополіс (Греція), 6300 км
- E7*** – Ел-Хієро (Португалія) – Нові Сад (Сербія), 4330 км
- E8*** – Дублін (Ірландія) – Свіленерад (Болгарія), 4390 км
- E9*** – Лісабон (Португалія) – Таллінн (Естонія), 5200 км
- E10*** – Нуоргам (Фінляндія) – Больцано (Італія), 2880 км
- E11*** – Шевенінген (Нідерланди) – Огороднікі (Польща), 2070 км
- E12*** – Сеута (Іспанія) – Салерно (Італія), 1600 км

Атлантичного узбережжя Франції, Бельгії і Нідерландів, є окремі ділянки у Великобританії (вздовж Ла-Маншу), німецьким і польським узбережжями, а також уздовж естонського узбережжя аж до кордону з Росією. Естонську ділянку поки не до кінця розроблено. Крім того, організатори хотіли б продовжити маршрут і Росією (Калінінградська обл.), і Латвією, але найближчим часом вони на це не розраховують. Маршрут E10 прокладений з півночі Фінляндії через Німеччину, Чехію, Австрію до італійського м. Больцано (2880 км). Маршрут E11 проходить трьома країнами – з Нідерландів через Німеччину в Польщу. І новий маршрут E12 прокладається від іспанського м. Сеута в Марокко середземноморським узбережжям Іспанії, Франції та Італії до м. Салерно (1600 км) [5].

В даний час Європейська Асоціація пішохідного туризму визначає 3 види туристських трас в межах Європи:

- великі туристські маршрути або GR – тури представляють собою мережу доріг і стежок, придатних для пішохідного туризму територією Європи в усіх напрямках;
- малі маршрути або PR – траси маршрутів є місцевими чи районними та їх шлях не перевищує 50 км;
- місцеві стежки або SL – це невеликі місцеві маршрути, які, як правило, не перевищують 10 км [5].

На основі створеної мережі туристських стежок потужно розвивається підвид пішохідного туризму – **трекінговий туризм** [2]. До туристських стежок відносять також маршрути для лижного, водного, велосипедного, авто- та мототуризму. Так, для європейських велотуристів створена мережа високоякісних туристських маршрутів EuroVelo, прокладена територіями багатьох країн Європи.

Висновки. Отже все більше країн світу розвиває цей напрямок активного туризму, створюючи мережу туристських стежок на своїх територіях. Відзначаємо, що більшість таких стежок припадає на розвинені країни світу – США, Канаду, Німеччину, Японію, Скандинавські країни, Альпійські країни, Австралію, Нову Зеландію тощо. Однак при цьому й економічно слабозвинені країни усвідомлюють той факт, що цей напрямок туризму, використовуючи природні рекреаційно-туристські ресурси територій, може приносити значну економічну вигоду. Тому у переліку країн, які вже розвивають мережу туристських стежок, представлені Перу, Болівія, Непал, Бутан, Йорданія, Уганда та ін.

В Україні ж, на сьогоднішній день, немає жодної туристської стежки європейського класу, через її територію не проходять транс'європейські стежки. При цьому на статус транс'європейської стежки могла би претендувати, на думку авторів, *Транскарпатська туристська стежка*, яка би пройшла територіями Чехії, Словаччини, Польщі, України та Румунії. Цей проект ще чекає своїх розробників.

Список використаних джерел

1. Колотуха О. В. Геопросторова організація спортивного туризму: Монографія. Кіровоград: ФО-П Александрова М. В., 2015. 448 с.
2. Колотуха О. В. Геопросторові особливості трекінгового туризму. *Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України»*. Збірник наукових праць. Кропивницький: ЛА НАУ, 2019. С. 111 – 119.
3. Колотуха О. В., Миргородська О. Л. Світові туристсько-спортивні проекти. *Краєзнавство. Географія. Туризм*. 2017. № 20 (889). Вкладка «Шкільний туризм». Випуск 10 (59). С. 5 – 11.
4. Офіційний сайт Аппалацької стежки. URL: www.appalachiantrail.org.
5. European Ramblers Association (ERA) – сайт Європейської асоціації пішохідного туризму. URL: era-ewv-ferp.com

І. Ю. Кульченко, І. С. Зігунова

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

agagan52@gmail.com, izigunova2017@gmail.com

ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРІВ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ МОЛОДІ ПО ЧОРНОГОРІЇ

В статті розглядається стан туристичної сфери в країні – Чорногорія. Досліджено актуальність активного туризму для молодого покоління в цій країні. Аналіз основних тенденцій розвитку активного туризму в Чорногорії. Вивчення особливостей організації турів для молоді по Чорногорії.

Ключові слова: туризм, Чорногорія, тури, активний відпочинок, туристи, курорт.

В статье рассматривается состояние туристической сферы в стране – Черногория. Исследована актуальность активного туризма для молодого поколения в этой стране. Анализ основных тенденций развития активного туризма в Черногории. Изучение особенностей организации туров для молодежи по Черногории.

Ключевые слова: туризм, Черногория, туры, активный отдых, туристы, курорт.

The article considers the state of the tourism sector in the country - Montenegro. The relevance of active tourism for the younger generation in this country has been studied. Analysis of the main trends in the development of active tourism in Montenegro. Study of the peculiarities of organizing tours for young people in Montenegro.

Key words: tourism, Montenegro, tours, active rest, tourists, resort.

Постановка проблеми. Якість активного відпочинку в значній мірі залежить від природних можливостей курорту. Саме тому активний відпочинок для молоді в Чорногорії стає все популярнішим. Адже ця країна може похвалитися високими горами, бурхливими річками і Адріатичним морем. Завдяки рідкісному поєднанню природних умов Чорногорія перетворилася в центр любителів самих різних видів активного туризму: від дайвінгу до гірськолижного спорту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тема організації турів активного туризму для молоді по Чорногорії не здобула розповсюдження в науковій літературі. Дослідження були опубліковані окремо по молодіжному туризму в працях: Мальська М. П. [8], Ільїна О. М. [4]. Чорногорію, як туристичну країну описували такі автори: Мальська М. П. [7], Романов А. О. [10], Істомін В. І. [5].

Мета роботи. Дослідження стану активного туризму для молоді в Чорногорії. Ознайомлення з головними туристичними об'єктами для цього виду туризму.

Виклад основного матеріалу. Відпочинок – це невід'ємна частина життя будь-якої людини. Після важкої роботи хочеться відпочити гідно, потім довго згадувати відпустку. Багато молодих людей вибирають саме активні види відпочинку. Чорногорія відмінно підходить для того, щоб добре відпочити, зарядитися енергією і отримати масу позитивних емоцій.

Чорногорія знаходиться на Балканському півострові, поруч з Італією і Хорватією. Море тут Адриатичне – чисте, але іноді прохолодне.

Найбільш відомими курортами Монтенегро є Будва і Котор. Ціни тут вищі за середні по країні. Популярна Будва, як і менш розкручені курорти Бечічі, Рафаїлович, Петровац і Світи Стефан, знаходяться на Будванской Рив'єрі. Знамениті Котор і Герцег (Херцег) Нові, а також майже невідомий Тіват розташовані в Которській затоці (тут туристів приваблює тепле море) [6].

У Чорногорії сприятлива атмосфера для заняття спортивним туризмом. Також тут можна вибрати відповідний вид активного відпочинку. Спортивний туризм в Чорногорії не обмежується походами по гірських схилах. Туристи можуть відвідати найбільші парки, національні заповідники, гірські масиви, але є й інші розваги, які зроблять ваш відпочинок більш активним і здоровим.

Фішка країни в тому, що на зовсім невеликій території сконцентрована величезна кількість природних красот.

Всупереч поширеним стереотипам, Чорногорія пропонує не тільки пляжний відпочинок. Тут є:

- красиві гори, озера і затоки, які не залишать байдужими любителів природних пейзажів;
- цікаві середньовічні городки з багатою і різноманітною історією;
- всесвітньо відомі церкви і монастирі, куди щодня приїжджають тисячі паломників;
- приголомшливо смачна і різноманітна кухня, яку точно оцінять любителі гастрономічного туризму;
- санаторії зі світовим ім'ям, де можна пройти лікувально-оздоровчий курс;

- безліч варіантів для активного відпочинку і повноцінних подорожей [9].

Велика частина молоді зацікавлена саме розважальними спортивними і активними екстремальними турами. При розробці цих турів у Чорногорії можна запропонувати піші, велосипедні та інші тури.

Говорячи про активний відпочинок, то тут його можна отримати в повному обсязі. Адреналін буде зашкалювати, а пам'ять про відпочинок залишиться на все життя. У Чорногорії є абсолютно всі умови для людей, що шукають пригоди. Взимку гори покриваються густим шаром снігу, що дозволяє провести відпочинок на лижах і сноуборді. Влітку велика частина екстремальних розваг пов'язана з водою, відпочинок може бути організований на річках або в море.

Активний відпочинок в Монтенегро не менше популярний, ніж морські купання, сонячні ванни і огляд визначних пам'яток. На узбережжі і в горах Чорногорії знайдеться захоплююче заняття на будь-який смак.

Шанувальникам рибної полювання варто відправитися на морську або озерну риболовлю. Човен, катер, яхту, а також все необхідне спорядження можна орендувати, а улов – приготувати відразу після прибуття в прибережному кафе або ресторанчику. У Чорногорії доступна рибалка на Скадарском озері і на Півській озері. Для шанувальників великого видобутку можлива рибалка з катера на велику рибу. Для таких туристів також буде цікаво спробувати риболовлю в Чорногорії з берега. Нічний вихід під ранкову риболовлю з крутих скель на хижака стане незабутнім враженням відпочинку.

Завдяки високій прозорості вод Адріатики, особливою популярністю серед чорногорських туристів користується дайвінг. Біля берегів диких пляжів є багато необстежених куточків, які чекають першовідкривачів і ваблять незнайденими скарбами. Затоплені судна і видове різноманіття морських мешканців роблять незабутнім кожне занурення.

Рафтинг – відмінний варіант для тих, хто бажає вивчити місцеву природу, занурившись в неї і ставши частиною команди сміливців. Спуск на надувному човні по каньйону Тара – це не просто плавання в бурхливих водах гірської річки, а справжня пригода, повне яскравих відкриттів і вражаючих видів. У подорожі можуть брати участь дорослі і діти шкільного віку.

Альпінізм та скелелазіння захоплюють енергійних людей, які бажають підкорити гірські вершини. Альпінізм та скелелазіння в Чорногорії - одні з популярних видів активного відпочинку і спорту. У цих горах підкорювачів вершин чекає безліч приємних сюрпризів – від красивих старовинних монастирів, льодовикових озер і печер до затишних сіл. Безумовно, в числі найулюбленіших туристами місць – гора Дурмітор, що знаходиться в однойменному національному парку. Національний парк Дурмітор

знаходиться з 1978 року під охороною ЮНЕСКО. У цих горах можна знайти маршрут різного рівня складності. Чудова природа (мальовничі ущелини, праліси, джерела, безлічі озер і легендарний Боботов Кук – найвища вершина на території Чорногорії), а також багато кілометрів маркованих гірських стежок роблять Дурмітор відмінним місцем для активного відпочинку туристів [1].

Незважаючи на величезну кількість гірських піків, Чорногорія славиться і рівнинами. На рівнинній місцевості можна потренуватися в спортивному орієнтуванні. Розроблено спеціальні маршрути для спортивного туризму, щоб мандрівники могли спокійно займатися своєю справою. Ніхто не завадить їм вивчати і досліджувати околиці. Активний туризм привабливий, коли є група для занять таким видом спорту. Можна вибрати відповідну екскурсію для туризму та спортивного орієнтування, і досвідчений інструктор все організовує [11].

Кінний спорт, прогулянки на квадрациклах і джип-сафарі дозволять поєднати огляд природних красот з драйвом і спортивними навантаженнями. Джип-сафарі в Чорногорії взимку являє собою різноманітні і незабутні подорожі на «позашляховиках» по всій території цієї гірської країни з неймовірно мальовничою природою. Велика частина маршрутів проходить по незаселеній місцевості з первозданною природою, що надає їм особливий шарм [3].

Розвивається в країні і велосипедний туризм – в національних парках Дурмітор, Біоградська гора і взагалі по більшості великих і не дуже гір прокладено чимало велосипедних маршрутів, а деякі активісти навіть відправляються на ознайомчі поїздки по всьому узбережжю на велосипеді, зупиняючись на ніч кожен раз в різних місцях. У Чорногорії практично в кожному місті без проблем можна орендувати велосипед: триденна оренда обійдеться, приблизно, в 30-40 євро + 100 євро потрібно буде залишити в заставу.

Прогулянки на яхті, водних лижах, катамаранах і каяках припадуть до смаку туристам, охочим відчувати свіжий подих морського бризу, поборотися зі стихією, побачити серце Адріатики.

Море в Чорногорії досить спокійне, великі хвилі, що викликають сильні качки, тут бувають вкрай рідко. Ви можете сміливо відправлятися в своє міні-подорож за штурвалом яхти. Під час такої прогулянки ви будете не тільки дихати ідеально чистим морським повітрям, а й отримаєте естетичне задоволення від побачених пейзажів. Ризик загострення морської хвороби тут вкрай низький завдяки спокійному і привітному морському простору.

Політ на параплані надасть рідкісну можливість оглянути чорногорське побережжя з висоти пташиного польоту. Туристам в Чорногорії пропонується зайнятися параглайдінгом разом з досвідченим інструктором. Даний вид активного дозвілля підійде і новачкам. Польоти на параплані в

Чорногорії проводяться в гірських районах, завдяки чому планерист в ході польоту може насолоджуватися мальовничими навколишніми пейзажами. Найулюбленишим місцем старту для гостей, відпочиваючих в Будві, є гора Браічі [12].

Гірськолижні курорти Жабляк і Колашин чекають енергійних туристів в зимовий час, коли спека йде і пляжі порожніють. Чорногорські траси лише трохи поступаються швейцарським, а розцінки тут на порядок нижче. Більш розвиненою інфраструктурою відрізняється Колашин. Він розташований недалеко від національного парку Біоградська-Гора. Жабляк же знаходиться на території національного парку Дурмітор.

Варто відзначити, що лижна зона Дурмітора розміщується на висоті 1400 – 1700 м над рівнем моря. На вершину під назвою Савін-Кук, висота якої дорівнює 2213 м, ведуть 5 підйомників. Крім того, в Дурміторі є 12 трас із загальною довжиною 10 км. Довжина найбільш відвідуваною траси становить 3500 м. Ще одним лижним центром є Б'еласіца-Езеріне. Він знаходиться в 8 км від Колашине. Цей центр має 2 траси (3 і 15 км). Вони пов'язані підйомниками. Б'еласіца-Езеріне підійде початківцям лижникам, адже спуски тут в більшості пологі. Проте, саме в цьому місці щороку проводиться кубок гірськолижників, відомий під назвою «Золота лисиця». Найкращим періодом для занять гірськолижним спортом є період з листопада по квітень [2].

Висновки. У Чорногорії існує безліч варіантів відпочинку: пляжний, сімейний, паломницький, спортивний, клубний, музейний, активний, пізнавальний та інші. Але все ж багато туристів молодого віку останнім часом віддають перевагу додати в свій відпочинок трохи екстриму і шукають відповідні місця, щоб спробувати щось нове і захоплююче, поборотися зі своїми страхами і цікавістю. Чорногорія відмінно підходить для того, щоб добре відпочити, зарядитися енергією і отримати масу позитивних емоцій.

Природа постаралася на славу, нагородивши Чорногорію прекрасними пейзажами і неповторним рельєфом. Організаторам активного відпочинку і самим відпочиваючим потрібно лише правильно розпорядитися ресурсами. Природні умови цієї країни дозволяють відпочивати тут цілий рік.

Список використаних джерел

1. Активный отдых в горах Черногории. URL: <https://atrek.ru/review/6055>
2. Активный отдых в Черногории. URL: <http://turizmik.ru/flow/idei-otdyha/post/aktivnyj-otdyh-v-chernogorii-6064/>
3. Джип сафари в Черногории. URL: <https://waytomonte.com/p-3388-jeep-safari-in-montenegro>
4. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. Москва: Финансы и статистика, 2000. 251 с.
5. Истомин В. И. Страны мира: справочник туроператора и туриста. Москва: Советский спорт, 2000. 224 с.
6. Куда стоит поехать в Черногории. URL: <https://tripmydream.com/montenegro/wheretogo>

7. Мальська М. П. Туристичне країнознавство. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009.
8. Мальська М., Худо В. Менеджмент туризму: Навчальний посібник. Львів: Вид. центр. ЛНУ, 2002. 314 с.
9. Путеводитель по Черногории. URL: <https://montenegro.in-facts.info>
10. Романов А. А. Зарубежное туристское страноведение. Москва: Советский спорт, 2001. 288 с.
11. Спортивный туризм и активный отдых в Черногории. URL: <https://open-balkans.com/events/sportivnyj-turizm-i-aktivnyj-otdyh/>
12. Экскурсии: Параглайдинг или парапланеризм – полёт на параплане. URL: <https://www.montenegro.com/aktivnyj-otdyh/paraglayding-ili-paraplanerizm-polet-na-paraplane-v-chernogorii>

Ю. С. Шелпова, І. С. Зігунова

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

yulia2907zzz@ukr.net, izigunova2017@gmail.com

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМБІНОВАНИХ РЕКРЕАЦІЙНИХ ТУРІВ У СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ

В статті розглядається специфіка організації комбінованих рекреаційних турів у Сумському регіоні та його потенціал. Перспективи організації даних турів є одним з пріоритетних напрямків туристичної діяльності. На даний час існує багато стримуючих факторів для розвитку туризму, та певних бар'єрів для споживачів тур продукту

Ключові слова: *комбінований рекреаційний тур, дозвілля, велосипедний, пішохідний, водний туризм.*

В статье рассматривается специфика организации комбинированных рекреационных туров в Сумском регионе и его потенциал. Перспективы организации данных туров является одним из приоритетных направлений туристической деятельности. В настоящее время существует много сдерживающих факторов для развития туризма, и определенных барьеров для потребителей турпродукта

Ключевые слова: *комбинированный рекреационный тур, досуг, велосипедный, пешеходный, водный туризм.*

The article discusses the specifics of the organization of combined recreational tours in the Sumy region and it is potential. Prospects for organizing these tours is one of the priority areas of tourism. Currently, there are many constraining factors for the development of tourism, and certain barriers for consumers of tourism products.

Keywords: *combined recreational tour, leisure, cycling, hiking, water tourism.*

Постановка проблеми. В силу свого географічного положення Сумська область не може стати областю масового в'їзду туристів з метою рекреації. Але маючи багатий культурно-історичний потенціал і гарні природні ресурси необхідно вдало побудувати стратегію, яка дозволить зробити

комбінований туризм найбільш дохідною складовою всієї туристичної галузі. Тому дослідження даної проблеми в нашому регіоні є актуальним.

Аналіз актуальних досліджень і публікацій. Даною проблематикою займалися такі автори: М. Крачило, О. Любіцева, В. Федорченко, В. Кравців, М. Мальська, М. Рутинський, С. Кузик, хоча публікацій з цією проблемою було недостатньо. Однак питання було висвітлено в статті Зігунова В. М. та Гладких Д. де велика увага була приділена тому, що Сумська область має незліченний природний потенціал та велику затребуваність, але відсутність туристичних інформаційних центрів та карт. Що є стримуючим фактором для розвитку галузі [1].

Мета статті дослідити проблеми та перспективи організації комбінованих рекреаційних турів.

Виклад основного матеріалу. Розвиток програм комбінованих турів є одним з пріоритетних напрямків туристичної діяльності. Унікальний і привабливий туристичний продукт, що сприяє максимальному задоволенню потреб клієнтів позитивно впливає на успіх комерційної діяльності на ринку туризму. Однак сьогодні існує мало досліджень, наукових робіт які розкривають сутність і перспективи комбінованих турів, саме на території Сумського регіону.

В силу свого географічного положення Сумська область не є і не може стати областю масового в'їзду туристів з метою традиційного літнього відпочинку. Проте, культурно-історичний, природний потенціал області величезний. Вдало побудована маркетингова стратегія, зосереджена на ключових напрямках туристичного ринку, дозволить зробити комбінований туризм найбільш дохідною складовою всієї туристської сфери.

У сфері туризму необхідно шукати і реалізувати нові підходи до надання традиційних послуг і формування нових видів туристського продукту. Необхідно перетворити туризм в прибуткову галузь економіки області. В такому випадку сформується розвинена туристична інфраструктура, що дозволяє задовольняти потреби громадян у різноманітних туристичних послугах. Для розвитку туризму також потрібно: створити умови для задоволення потреби населення в активному і повноцінному відпочинку, зміцнення здоров'я, залучення до історико-культурних цінностей.

Велика увага приділяється організації масового відпочинку і туризму для пенсіонерів, дітей, учнівської молоді, інвалідів та малозабезпечених сімей. Формування туристичного комплексу надають стимулюючий вплив на розвиток підприємств інших галузей економіки та малого підприємництва. Зберегти та відродити об'єкти культурно-історичної спадщини, а також створити умови для охорони, відтворення та раціонального використання рекреаційних ресурсів.

Наявність різноманітних туристично-рекреаційних ресурсів дозволяє розвивати практично всі види туризму, в тому числі екологічний, культурно-

пізнавальний, активний, сільський, а також лікувально-оздоровчий туризм.

В даний час розвиток туризму стримується багатьма факторами, серед яких можна виділити кілька основних:

1. Нерозвиненість туристичної інфраструктури.
2. Відсутність інвестування .
3. Невисокий рівень сервісу.
4. Проблеми в сфері торгівлі товарами та сувенірною продукцією для туристів. На місцях сувенірна торгівля розвинена слабо. Недостатньо розвинена система оплати товарів по кредитних картах.
5. Нестача кваліфікованих кадрів, політична і економічна нестабільність, загострення кримінальної обстановки і міжнаціональні конфлікти.

Туризм давно став невід'ємною необхідністю і частиною життя людини. Рано чи пізно вона відчуває потребу відправитися в подорож. Прагнення людини до різноманітності вражень набуває чітких обрисів, коли вона приходить до рішення провести вільний час поза домом, розраховуючи із зміною місць зняти нервову напругу і втому. Мотивація вибору (час, тривалість, напрямок, вид, витрати, характер діяльності) – найважливіша характеристика, що впливає на поведінкові ініціативи туриста при плануванні ним відпочинку, виборі, придбанні і здійсненні туру.

Адресність тур продукту є запорукою його реалізації. Розуміння мотивів потенційного туриста має величезне значення при плануванні, формуванні та організації процесу реалізації туристичного продукту.

Природно-кліматичні чинники туризму є дуже привабливими для туристів. До них відносяться рельєф, флора і фауна місцевості, які відіграють істотну роль у створенні певних видів туризму, особливо зимового, спортивного, велосипедного, водного та пішохідного. Особливу привабливість мають райони, де умови сприяють лікуванню і оздоровленню туристів, в тому числі курортні зони.

Основні фактори, що визначають поведінку споживачів, такі:

- Доходи споживачів туристичних послуг;
- Вартість пропозиції на послуги;
- Нецінові фактори

Для більшої частини населення бар'єрами до подорожі є:

1. Вартість туристичного продукту. Споживач діє в умовах обмежених фінансових можливостей і при складанні бюджету змушений насамперед враховувати інші витрати, предмети першої необхідності.
2. Дефіцит часу. Багато людей не можуть залишити справи заради подорожі.
3. Обмеження по здоров'ю. Стан здоров'я або фізичні вади не дозволяють людині покинути свій будинок, через що доводиться відмовитись від подорожі.

4. Життєвий цикл сім'ї. Батьки малолітніх дітей не подорожують часто через сімейні обов'язки або із-за можливих незручностей, пов'язаних з переїздом.
5. Дефіцит інтересу. Незацікавленість, як і незнання тих видів туристської діяльності і туристських напрямків, які можуть принести необхідну задоволення від поїздки.
6. Страх і безпека. Мандрівка передбачає зіткнення з «новим», що часто лякає туриста. Негативні публікації в засобах масової інформації про конкретні місцевості сіють в душі потенційного туриста страх і упередження щодо конкретного туристського напрямку [4].

Найбільші перспективи у комбінованих турів, які надають туристам можливості не тільки відпочинку, але можуть поєднувати в собі різні види туризму і різні види транспорту.

Наприклад, можуть бути цікаві тури, що містять в собі крім річкового, ще й елементи автобусного або велосипедного туризму по прилеглих територій. Комбіновані тури можуть поєднувати як спортивний туризм, так і гастрономічні тури з відвідуванням сільської місцевості, де може бути запропоновані страви національної кухні.

В ході аналізу природного рекреаційного потенціалу було виявлено ряд проблем, що стримують розвиток природо-орієнтованого туризму в Сумській області:

- Недостатньо освоєний природного-рекреаційного потенціал;
- Нераціональне використання природних рекреаційних ресурсів;
- Недосконалість нормативно-правовою базою в сфері використання і охорони природних рекреаційних ресурсів;
- Слабка розвиненість транспортної мережі;
- Відсутність розвиненої рекреаційної мережі в лісових зонах області;
- Відносно небезпечне екологічне забруднення території міста Суми та прилеглих територій;
- Невелика кількість мінеральних вод.

Виходячи з виділених проблем перейдемо до розробки рекомендацій щодо розвитку туризму в Сумській області [3].

- Необхідно провести комплексний аналіз на місцевості тих територій, які можуть бути освоєні під рекреаційні комплекси. Розробити нові напрямки туризму.
- Раціонально підходити до використанням рекреаційних ресурсів.
- Розробити регіональну цільову програму з розвитку туризму із залученням коштів з державного та обласного бюджетів.
- Розвивати транспортну інфраструктуру всередині регіону шляхом створення спеціальних автобусних маршрутів.
- Раціонально використовувати мінеральні джерела в рекреаційних цілях. Створювати сприятливі умови для відпочинку на мінеральних джерелах. Розробити регіональну програму захисту таких джерел.

- Створити новий вид туризму – екскурсії на підприємства національних промислів, де туристи мали б можливість не тільки подивитися але і взяти участь в процесі виробництва продукції. На фабриці «Художнє ткацтво» м. Кролевець, на підприємстві гончарства у с. Межиріч, Лебединського району і фабриці лозоплетіння у с. Боромля, Тростянецького району.

Зі слів президента Федерації спортивного туризму в Сумській області, Зігунова Василя Миколайовича: «Сумська область має багаті природні ресурси. Природа сприяє розвитку пішохідного, водного, лижного і велосипедного туризму. На сьогоднішній день наша область затребувана для проведення різних змагань зі спортивного туризму. Потенціал дуже великий. Проходять навіть пригодницькі перегони, туристичні фестивалі, одним з яких є «Стрекоза». Головною умовою якого є проведення дозвілля усією родиною, протягом 3 днів.

На території Сумської області проводиться найбільша кількість водних походів. Це сплави на байдарках і катамаранах. Згідно рейтингів перше місце посідає водний туризм, друге – велосипедний, третє – пішохідний. Маючи велику кількість заповідних місць, та національних парків, Сумщина має гарну основу для створення велосипедних маршрутів» [2].

А ось зі слів Дмитра Гладких, керівника туристичної фірми: «Дуже багато туристів їде за кордон. Але і в Сумській області є гідні об'єкти, які можна популяризувати. Однак для цього потрібні фінанси.

На Сумщині є цікаві екскурсійні об'єкти. Ландшафти в нас дуже живописні. Але цим треба займатися. Дуже важко залучити нашого туриста, а тим більше іноземного.

Необхідно створити туристичний інформаційний центр. У будь-якій країні, навіть в маленькому містечку, є туристичний інформаційний центр та карта, де вказані туристичні маршрути і визначні пам'ятки. Ця карта може бути невеликою, але вона повинна бути».

Висновки та перспективи подальших досліджень. Для розвитку комбінованих турів необхідно використовувати, як краєзнавчі так і природні ресурси. Для того, щоб розробити маршрут нового туру, необхідно знати які тури будуть цікаві туристам. З метою з'ясування переваг, побажань та можливостей потенційних покупців, у роботі проводиться маркетингове дослідження методом опитування.

Так ось, щоб підвищити популяризацію комбінованого рекреаційного виду необхідно перш за все сформувавши програму розвитку та етапи поступового впровадження їх в реальність. Таким чином, на території регіону можливо створити декілька цікавих та пізнавальних турів для різної категорії споживачів.

Список використаних джерел

1. Любіцева О. О. Методика розробки турів: Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
2. Збірник наукових праць. Суми: ФОП Цьома С.П., 2019. 182 с.
3. Електронний навчальний посібник «Екологічний туризм». URL: <https://dspace.ltsu.org/bitstream/123456789/1760/1/Sorokina.pdf>
4. Мотивація туризму і подорожей . URL: <https://ukrbukva.net/page, 14, 47717-Motivaciya-turizma-i-puteshestviy.html>

О. А. Шовкопляс

Сумський державний університет
o.shovkoplyas@mss.sumdu.edu.ua

ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНА ПІДТРИМКА СПОРТИВНОГО ПОХОДУ

У роботі розглянуто використання інформаційних технологій при організації спортивного походу. Особливої уваги серед усього комплексу попередніх заходів потребує підготовка засобів орієнтування і навігації. Наведено результати апробації мобільного застосунку OsmAnd, основними перевагами якого є навігація і автономні мобільні карти за відсутності інтернету.

Ключові слова: спортивний похід, засоби навігації, засоби орієнтування, інформаційні технології, мобільний застосунок OsmAnd.

В работе рассмотрено использование информационных технологий при организации спортивного похода. Особого внимания среди всего комплекса предварительных мероприятий требует подготовка средств ориентирования и навигации. Представлены результаты апробации мобильного приложения OsmAnd, основными преимуществами которого являются навигация и автономные мобильные карты при отсутствии интернета.

Ключевые слова: спортивный поход, средства навигации, средства ориентирования, информационные технологии, мобильное приложение OsmAnd.

The use of information technology in the organization of sports hike is considered. The preparation of orientation and navigation aids requires special attention among the entire complex of preliminary measures. The results of testing the OsmAnd mobile application are presented, the main advantages of which are navigation and offline mobile maps in the absence of the Internet.

Key words: sports hike, navigation aids, orienteering aids, information technologies, OsmAnd mobile application.

Постійне прагнення людей до відкриття світу та самопізнання сприяє розвитку усіх видів туризму. Для планування та здійснення туристичних подорожей широко використовуються інформаційні системи різного призначення: довідкові, рекомендаційні, системи прийняття рішень, системи супроводу подорожі тощо. У роботі розглянуто використання інформаційних технологій в активній туристичній діяльності.

Ще порівняно недавно туристи користувались для вимірювання довжини кривих ліній на топографічній карті тільки курвіметром, а для орієнтування на місцевості – компасом. Для радіозв'язку в групі та між групами і досі користуються раціями. Це пояснюється нестабільністю або повною відсутністю мобільного зв'язку поза зоною покриття. Але ультракороткі хвилі поширюються у зоні прямої видимості, чим обумовлюється обмежене використання рацій, наприклад, у невеликому районі в горах: «Як далеко бачиш – так і чуєш».

Бурхливий техніко-технологічний прогрес викликає зміни в усіх областях суспільного життя. За останні роки змінилась і комплектація нинішнього туристичного спорядження – з'явилися сучасні засоби зв'язку, орієнтування і навігації.

Федерація спортивного туризму Сумської області, в рамках участі у Першості світу з туристичних спортивних походів (проводиться Міжнародною федерацією спортивного туризму), планує провести спортивний похід 5 категорії складності у Фанських горах (район Паміро-Алай, Республіка Таджикистан). Серед усіх важливих заходів з організації та підготовки (визначення району походу, збір інформації про район, підготовка картографічного матеріалу та відповідних гаджетів; розробка маршруту; оформлення маршрутної документації; підготовка спорядження, продуктів харчування, медикаментів; загальнофізична та спеціальна технічна підготовка учасників тощо) зупинимось на підготовці засобів орієнтування і навігації.

Найкращим рішенням для орієнтування на місцевості є професійний GPS-навігатор, здатний приймати сигнал із супутника в найскладніших умовах. Туристичні навігатори GARMIN eTrex мають просунутий функціонал, підтримують системи GPS і ГЛОНАСС, у тому числі, в паралельному режимі, що підвищує точність позиціонування. Перевагою туристичних навігаторів є використання стандартних або акумуляторних батарей як джерел електроживлення. Високі технічні характеристики цих гаджетів обумовлюють відповідну їх ціну.

Розглянемо використання смартфона для навігації як більш бюджетну альтернативу. Для зарядки і підтримки автономної роботи телефона можна використовувати потужний накопичувач і зберігач енергії повербанк. Але його не вистачить на багатоденний похід. Тому для забезпечення постійної зарядки була придбана портативна сонячна батарея. Проаналізувавши наявні програмні рішення (Google Maps, Yandex.Navigator, Navitel Navigator, Maps.me, Sygic та інші) й досвід використання їх іншими користувачами, ми обрали мобільний застосунок OsmAnd [1], завантажили потрібні карти.

Апробація запропонованої ІТ-підтримки була проведена на перетятій місцевості у серпні 2020 року під час туристичного сплаву по річці Ворскла. До складу команди увійшло 7 учасників з різним досвідом сплавів річками. Трьом з них, які сплавливались по Ворсклі вперше, заздалегідь запропонували

ознайомитись із загальною інформацією та водним маршрутом на сайті Гетьманського національного природного парку [2], а для навігації використати OsmAnd на смартфоні. Більш досвідчені туристи, для яких місцевість була знайома, лише контролювали успішне проходження маршруту з використанням навігатора новачками.

Вигляд треку походу на мобільному телефоні показаний на рис. 1. Автономні карти дозволяють зорієнтуватися на незнайомій місцевості за відсутності доступу до інтернету. Високий рівень деталізації карти дозволяє ідентифікувати кожен вигін річки, помітити найменші дрібниці ландшафту.

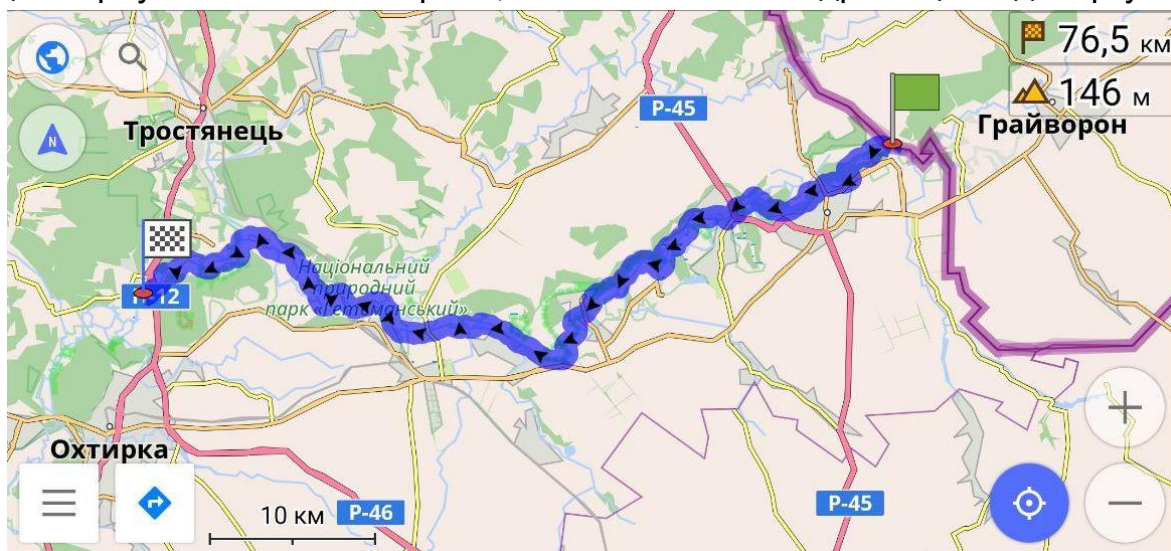


Рисунок 1. Трек сплаву Олександрівка – Климентове

Залежно від способу пересування обирається потрібний профіль (рис. 2).

Профили приложения

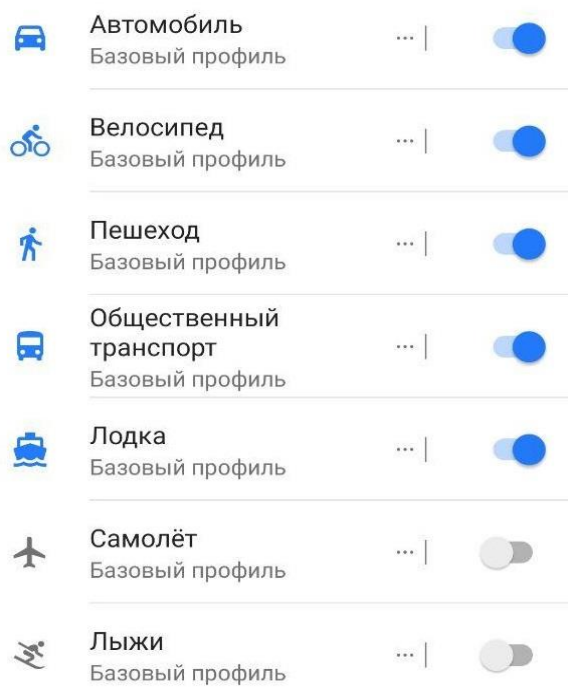


Рисунок 2. Налаштування профілів застосунка

Подальша апробація застосунку проводилась в Турції під час рафтингу по гірській річці Кеprüчай. OsmAnd зарекомендував себе як дуже практичний навігатор і в іншій країні: без використання інтернет-підключення, лише за допомогою супутникової системи навігації був отриманий запис треку (рис. 3).

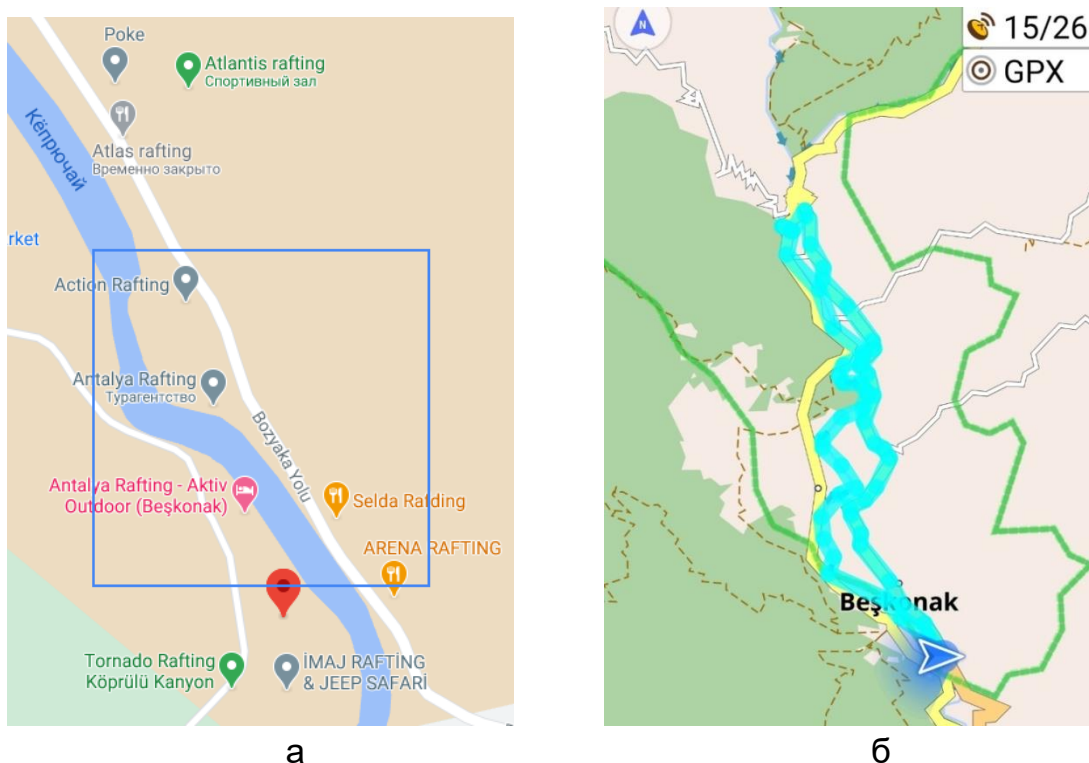


Рисунок 3. Google-карта (а) та записаний трек рафтингу програмою OsmAnd (б)

Таким чином, основними перевагами використання мобільного застосунку OsmAnd в активній туристичній діяльності є навігація і автономні мобільні карти.

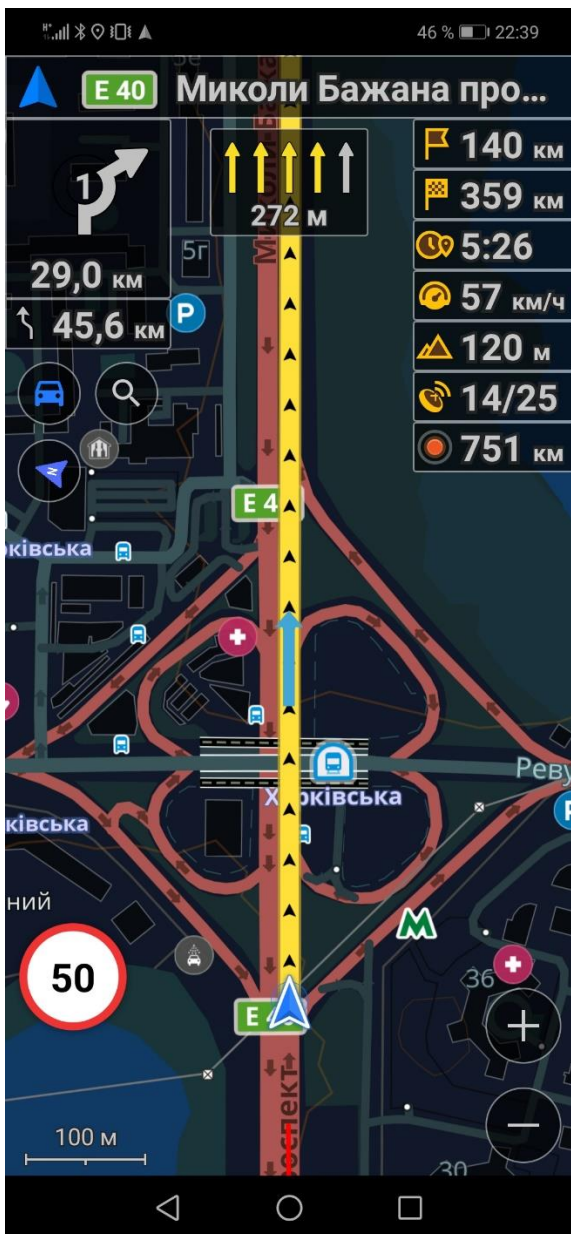
1. Навігація:

- робота в автономному режимі,
- покроковий голосовий супровід,
- підтримка проміжних пунктів маршруту,
- автоматична зміна маршруту при відхиленні,
- пошук місця за географічними координатами,
- автозапис треку.

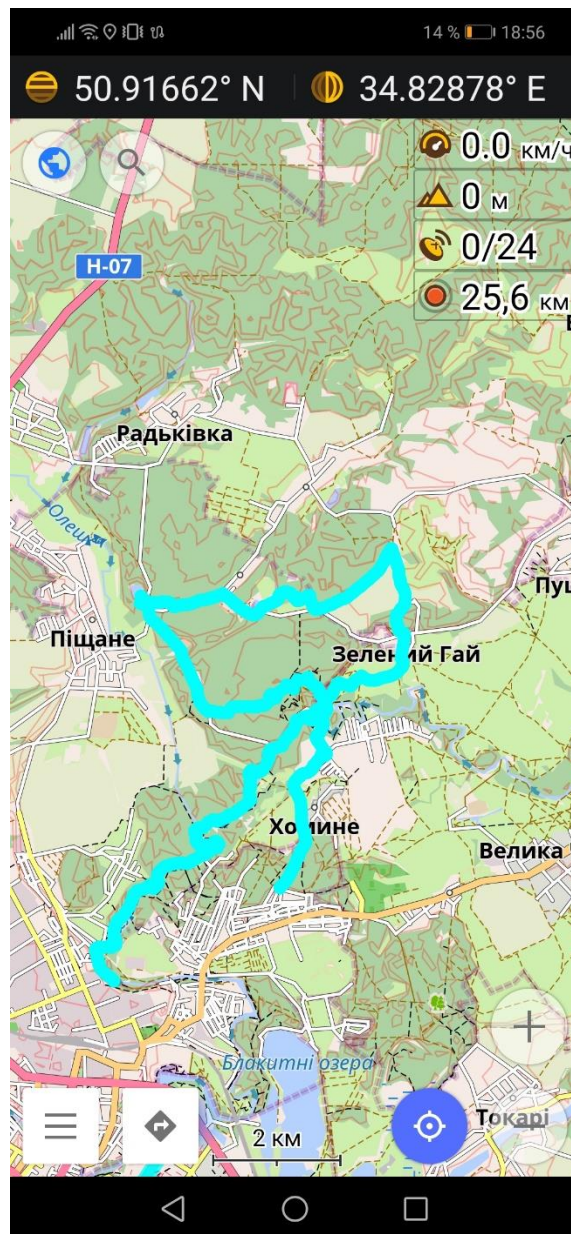
2. Перегляд карти:

- завантажені деталізовані карти будь-якого регіону світу,
- відображення місцеположення і орієнтації на карті,
- збереження важливих місць в обране.

Кarti підтримуються в актуальному стані (дані оновлюються кожного місяця з OpenStreetMap). І для автомобільної навігації (рис. 4а), і в пішохідному поході (рис. 4б) застосунок став надійною ІТ-підтримкою для нашої команди.



а



б

Рисунок 4. Київська автомобільна траса (а) та маршрут пішохідного тренувального походу в Сумському районі (б)

Застосування інформаційних технологій в активній туристичній діяльності істотно полегшують організацію та проведення походу. А у разі екстреної ситуації знаходження коротшого шляху до населеного пункту взагалі може стати життєво важливим. Та все ж, наскільки б не були досконалыми електронні прибори, вони можуть вийти з ладу, тому продублювати навігатор традиційною картою і компасом вважаємо обов'язковим.

Список використаних джерел

1. Offline Mobile. Maps & Navigation. URL: <https://osmand.net/>.
2. Водний маршрут річкою Ворскла/
URL: <http://getmanski.info/index.php/ukr/territories/stezhki/vodnij-marshrut/579-vodnij-marshrut-na-bajdarkakh-richkoyu-vorskla>.

РОЗДІЛ 5

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

Т. І. Божук

*Тернопільський національний педагогічний
університет імені В. Гнатюка
tbozhuk@gmail.com*

«КУРОРТОЛОГІЯ» – НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА ВІЛЬНОГО ВИБОРУ СТУДЕНТІВ

Розглянуто актуальність та навчально-методичне забезпечення на прикладі однієї із вибіркових дисциплін при підготовці фахівців освітнього ступеня бакалавр. Висвітлено програмні компетентності та результати навчання за тематикою змістових модулів.

Ключові слова: курортологія, вибіркова дисципліна, програмні компетентності, результати навчання, змістовий модуль.

Рассмотрены актуальность и учебно-методическое обеспечение на примере одной из выборочных дисциплин при подготовке профессионалов образовательной степени бакалавр. Отображены программные компетентности и результаты обучения в контексте тематики смысловых модулей.

Ключевые слова: курортология, выборочная дисциплина, программные компетентности, результаты обучения, смысловой модуль.

The relevance and educational and methodological provision are considered on the example of one of the elective disciplines in the training of specialists of the first educational level (Bachelor's degree). The program competencies and learning outcomes are highlighted on the subject of content modules.

Key words: balneology, elective discipline, program competencies, learning outcomes, content module.

Постановка проблеми, її зв'язок із важливими науковими або практичними завданнями. Вибіркова складова освітньо-професійної програми набуває все більшої актуальності у зв'язку із формуванням індивідуальної траєкторії розвитку здобувача вищої освіти. Це питання знаходиться під пильним поглядом як гаранта і групи забезпечення освітньо-професійної програми, так і експертів Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти. Саме тому так важливо зважати на побажання здобувачів вищої освіти, випускників і стейкхолдерів щодо формування переліку вибіркових дисциплін із врахуванням професійних компетенцій викладачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, на які посилається автор, пов'язаний із нормативними вимогами щодо забезпечення якості здобувачів вищої освіти та актуальними розробками в галузі санаторно-курортної справи.

Мета роботи полягає в тому, щоб на прикладі однієї із вибіркових дисциплін, що викладається у Тернопільському національному педагогічному університеті ім. В. Гнатюка, показати її структуру та навчально-методичне забезпечення.

Виклад основного матеріалу. Курс «Курортологія» належить до дисциплін вільного вибору студентів, що входить до освітньо-професійної програми «Професійна освіта. Сфера обслуговування» спеціальності «015.16 Професійна освіта. Сфера обслуговування» галузі знань «01 Освіта/Педагогіка». Покликаний формувати цілісне уявлення про санаторно-курортне обслуговування та лікувально-оздоровчий туризм, особливості та технології надання санаторно-курортних послуг; структуру і методики проведення комплексної характеристики діяльності санаторно-курортного закладу; комплексної оцінки лікувально-туристичного потенціалу регіонів світу.

Зміст дисципліни «Курортологія» розроблено на основі відповідних положень щодо підготовки фахівців у сфері обслуговування, норм та традицій вищої університетської освіти, а також профілю освітньо-професійної програми.

Метою викладання навчальної дисципліни є формування знань у майбутніх спеціалістів сфери обслуговування про курортологію як науку, санаторно-курортне обслуговування та лікувально-оздоровчий туризм, формування фахового світогляду щодо геопросторової організації та умов розвитку санаторно-курортної справи в Україні та країнах світу, а також необхідність забезпечити належний рівень підготовки майбутніх фахівців знаннями про специфіку та принципи функціонування закладів санаторно-курортного профілю, про особливості їх туристичного, економічного та соціального потенціалу.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Курортологія» є теоретична і практична підготовка майбутніх фахівців з питань: науково-методологічних засад організації санаторно-курортного обслуговування; специфіки, особливостей та технології надання санаторно-курортних послуг; структури і методики проведення комплексної характеристики діяльності санаторно-курортного закладу; комплексної оцінки лікувально-туристичного потенціалу регіонів світу.

Згідно із навчальним планом і робочою навчальною програмою, загальний обсяг курсу становить 5 кредитів (150 год.), з яких 70 год. припадає на аудиторну роботу (30 год. – лекції, 40 год. – практичні заняття) і 80 год відведено на самостійне опрацювання матеріалу. Підсумковою

формою контролю знань студентів є залік, який оцінюється за 100-бальною шкалою (у т.ч. два змістові модулі по 40 балів та ІНДЗ – 20 балів).

Викладання курсу «Курортологія» забезпечено навчально-методичною та науковою літературою [1, 2], конспектом лекцій та методичними рекомендаціями для виконання практичних, самостійних та індивідуальних завдань. На допомогу студентів викладачем розроблено електронне навчально-методичне забезпечення курсу в системі MOODLE [3].

Навчальна дисципліна дозволяє реалізувати такі програмні результати навчання, зафіксовані в освітньо-професійній програмі «Професійна освіта. Сфера обслуговування» спеціальності «015.16 Професійна освіта. Сфера обслуговування» [4] (Табл. 1).

Лекційний матеріал курсу входить до двох змістових модулів (Табл. 2).

Таблиця 1

Формування програмних результатів навчання

Індекс в матриці ОП	Програмні результати навчання
ПРН 7	Планувати, організувати, регулювати, добирати оптимальну стратегію колективної діяльності, міжособистісного спілкування та взаємодії для реалізації проектів у сфері обслуговування з урахуванням наявних ресурсів та часових обмежень.
ПРН 9	Застосовувати знання з основ організації та діяльності в сфері індустрії гостинності для забезпечення потреб сучасної людини та надання якісних послуг.
ПРН 17	Аналізувати й оцінювати туристичну, сервісну, соціально-культурну діяльність, світові ринки туристичних послуг, просування й доведення послуг до споживачів; уміти прогнозувати результати туристичної діяльності, кон'юнктуру світових ринків і номенклатуру послуг.
ПРН 24	Визначати основні вимоги до створення системи організаційних, соціальних, інфраструктурних, матеріально-технічних, технологічних та економічних інновацій у сфері обслуговування.
ПРН 25	Використовувати інноваційні методи і креативні технології в професійній діяльності, інноваційні форми обслуговування, сервісу і дизайну, сучасні виробничі технології та вміти надавати якісні послуги у сфері обслуговування.
ПРН 27	Аналізувати особистісно значущі світоглядні проблеми і суспільство; розуміти соціально-економічні процеси; уміти використовувати інструменти демократичної правової держави у професійній та громадській діяльності.

На практичних заняттях студенти аналізують бальнеологічні ресурси та лікувальні мінеральні води, грязі та озокерит на території України; характеризують бальнеологічні курорти в Україні і за кордоном; методи використання мінеральних вод на курортах; аналізують санаторно-курортні заклади; види масажу; знання щодо світових досягнень та інноваційних технологій в сучасній SPA-індустрії знання курортно-рекреаційних ресурсів України та світу в процесі організації лікувально-оздоровчого туризму тощо.

Таблиця 2

Навчальний контент

№ п/п	Теми	Результати навчання
Змістовий модуль I «Ресурсне забезпечення і класифікація санаторно-курортних закладів»		
1	Санаторно-курортна справа в системі охорони здоров'я та лікувально-оздоровчого туризму	знати ключові поняття і терміни курортології
2	Класифікація та порівняльний аналіз курортів	аналізувати існуючий рекреаційний потенціал України для розвитку санаторно-курортної справи
3	Курортологія як вид науково-практичної діяльності у складі санаторно-курортної справи	вивчати можливості використання курортних факторів з метою туризму, рекреації, лікування та профілактики на курортах
4	Типізація санаторно-курортних закладів	знати діяльність санаторно-курортної інфраструктури та послуги санаторно-курортного обслуговування
Змістовий модуль II «Особливості діяльності санаторно-курортних закладів»		
5	Організація діяльності курортного закладу	організувати роботу санаторно-курортних комплексів у відповідності до основних режимів і методів лікування на курорті
6	Санаторно-курортний продукт та санаторно-курортні послуги	застосовувати набуті знання при розробці лікувально-оздоровчих турів
7	Сучасна SPA-індустрія: стан та світові тенденції	впроваджувати досягнення та інноваційні технології в сучасній SPA-індустрії у процес надання послуг санаторно-курортного закладу
8	Лікувально-оздоровчий туризм та світові курорти	характеризувати тенденції розвитку лікувально-оздоровчого туризму в різних туристичних регіонах світу та України
Змістовий модуль III: індивідуальне науково-дослідне завдання на тему «Аналіз вітчизняних і зарубіжних курортів (за вибором)»		

Крім цього, студенти виконують ІНДЗ (змістовий модуль ІІІ), пов'язане із підготовкою презентації одного із курортів і доповідають.

Після завершення вивчення навчальної дисципліни студентам пропонується оцінити якість курсу, заповнивши відповідну Анкету-оцінку.

Висновки і перспективи подальших наукових досліджень у даному напрямку. На жаль, недостатня кількість годин, відведена навчальним планом для вивчення цієї дисципліни, не дає повною мірою під час занять очно ознайомитися із функціонуванням санаторно-курортних закладів у реальному світі. Продовжувати наукові дослідження і розвивати свої ідеї студенти зможуть під час підготовки курсових, бакалаврських і магістерських робіт.

Список використаних джерел

1. Божук Т. І. Рекреаційно-туристична дестинація для потреб лікування та оздоровлення (на прикладі курортів Львівщини). *Науковий вісник Чернівецького університету*. збірник наукових праць. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2011. Вип. 587–588. Географія. С. 172 – 179.
2. Божук Т. І. Порівняльний аналіз курортів Прикарпаття. Рекреаційний потенціал Прикарпаття. Матеріали міжнародної наукової конференції «Рекреаційний потенціал Прикарпаття: історія, сучасний стан, перспективи» (Івано-Франківськ, 16-18 грудня 2009 р.). Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника; голова редколегії Володимир Великочий; упорядник Володимир Клапчук. Івано-Франківськ : «Фоліант», 2009. (374 с.). С. 26 – 32.
3. Навчальна дисципліна «Курортологія» в середовищі Moodle. URL: <https://elr.tnpu.edu.ua/course/view.php?id=2808>
4. Освітньо-професійна програма «Професійна освіта (Сфера обслуговування)» за спеціальністю 015.16 Професійна освіта (Сфера обслуговування) першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (2020) URL: http://tnpu.edu.ua/about/public_inform/akredytatsiia%20ta%20litsenzuvannia/osvitni_prohramy/bakalavr/ipf/015.16_sfera_obslohovuvannia_2020.pdf.

О. А. Данілова

*Льотна академія Національного
авіаційного університету
olgad4435@gmail.com*

ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ ДО ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ

В статті розглядаються педагогічні умови формування готовності до проектної діяльності майбутніх фахівців з рекреаційного туризму. Зміст педагогічних умов формування готовності майбутніх фахівців з рекреаційного туризму до використання проектної діяльності визначено виходячи із структури готовності до такої діяльності, яка складається з мотиваційно-цільового, операційного, рефлексійного та креативного компонентів.

Ключові слова: *готовність до проектної діяльності, освітній процес, особистісно-орієнтоване навчання, педагогічні умови, майбутні фахівці з рекреаційного туризму.*

В статье рассматриваются педагогические условия формирования готовности к проектной деятельности, будущих специалистов по рекреационному туризму. Содержание педагогических условий формирования готовности к проектной деятельности будущих специалистов по рекреационному туризму к использованию проектной деятельности, определено исходя из структуры готовности к данному виду деятельности, состоящей из мотивационно-целевого, операционного, рефлексивного и креативного компонентов.

Ключевые слова: *готовности к проектной деятельности, образовательный процесс, личностно-ориентированное обучение, педагогические условия, будущие специалисты по рекреационному туризму.*

The article discusses the pedagogical conditions for the formation of readiness for project activities, future specialists in recreational tourism. The content of the pedagogical conditions for the formation of readiness for project activities of future specialists in recreational tourism for the use of project activities is determined based on the structure of readiness for this type of activity, consisting of motivational-target, operational, reflective and creative components.

Keywords: *readiness for project activities, educational process, student-centered learning, pedagogical conditions, future specialists in recreational tourism.*

Постановка проблеми. Сучасні процеси реформування системи вищої освіти передбачають оновлення освітньої системи в цілому, з метою забезпечення оптимального її функціонування. В цьому контексті перед закладами вищої освіти (ЗВО) постає першочергове завдання – забезпечення високопрофесійної підготовки фахівців, здатних забезпечувати процес розбудови демократичної держави. Проектна діяльність, на сьогоднішній день, є найбільш розповсюдженим видом науково-дослідної діяльності студентів.

Зв'язок із важливими науковими або практичними завданнями. Використання проектної діяльності в освітньо-виховному процесі забезпечує пріоритетність соціально-значимих знань і умінь, що найбільше реалізовує парадигму особистісно-орієнтованої освіти, тому що ці знання і вміння дозволяють молоді успішно реалізовуватись в обраній професійній діяльності. Враховуючи вищесказане, використання проектної діяльності в процесі підготовки майбутніх фахівців з рекреаційного туризму забезпечує підвищення якості освітнього процесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Поняття «готовність» має значну кількість тлумачень в психолого-педагогічній літературі. Готовність до певного виду діяльності, зокрема проектної, можна розглядати в якості специфічної психофізіологічної реакції та елементу включення в певний вид діяльності. З метою виявлення внутрішніх та зовнішніх умов, необхідних для формування готовності до проектної діяльності найкращим є другий підхід.

Формування внутрішньої готовності проявляється у вигляді високого рівня розвитку мотиваційних, пізнавальних, емоційних та вольових процесів особистості (колективу), який забезпечить успішність майбутньої діяльності [11, с. 64].

Під готовністю до професійної діяльності О. С. Анісімов розуміє володіння суб'єктом певними професійними знаннями, вміннями та навичками, наявністю спеціальних особистісних якостей, а також здібностей і можливостей ефективно її здійснювати, свідомо отримуючи попередньо змодельований продукт [1].

В дослідженнях І. Б. Готської готовність до професійної педагогічної діяльності розглядається в якості стійкої інтегративної характеристики особистості, що визначає можливості здійснення педагогічної професійної діяльності та забезпечує успішне виконання професійних функцій [3].

Досліджуючи педагогічні умови формування готовності студентів середніх спеціальних учбових закладів до проектної діяльності А. Е. Шейнбліт визначає готовність до проектної діяльності як характеристику особистості майбутнього професіонала, що включає знання, необхідні для виконання проектно-конструкторських робіт у взаємодії з особистісно-професійними та соціально значущими якостями [13].

Проаналізовані підходи до розуміння поняття «готовність» можна говорити про те, що більшість дослідників виділяють наявність знань, умінь та навичок в якості необхідної складової успішної діяльності, а також інтегративної характеристики особистості.

Мета роботи. У зв'язку з цим актуальності набувають дослідження педагогічних умов формування готовності до проектної діяльності майбутніх фахівців з рекреаційного туризму. Виходячи з вищесказаного, метою дослідження є аналіз педагогічних умов формування готовності до проектної діяльності у майбутніх фахівців з рекреаційного туризму

Виклад основного матеріалу. Останнім часом відбувається зміщення акценту освітньої парадигми із виключно орієнтованої на певний рівень знань на розвиваючу, що, відповідно, призвело до формування різноманітних концепцій особистісно-орієнтованої освіти. Спільними ознаками даних концепцій є орієнтація на засоби оволодіння науковою картиною світу, в якій студент виступає суб'єктом пізнання. Згідно особистісно-орієнтованого підходу кінцевою метою стає становлення унікальною, творчої, різносторонньо-розвиненої особистості. В дослідженнях В. А. Сластеніна підкреслюється необхідність «максимально стимулювати активний стан всіх основних структурних компонентів особистості майбутнього вчителя в їх єдності» [10, с. 120].

Розглядаючи структуру готовності, зокрема в психологічному аспекті, дослідники виокремлюють різні моделі, серед яких можна виділити наступні: трикомпонентну, чотирикомпонентну та п'ятикомпонентну. Трикомпонентна модель психологічної готовності передбачає виділення таких компонентів, як інформаційний, операційний та мотиваційний (В. М. Шалаєв [12]); психічний, технічний та фізичний (М. Г. Логачов [8]); функціональний, емоційний та особистісний (Е. М. Іванова [6]). Більш складну чотирикомпонентну модель,

яка включає мотиваційну, когнітивну, операційну та особистісну складові, виокремлює в своїх дослідженнях Л. М. Карамушка, М. В. Москальов [7]. П'ятикомпонентну модель пропонують Ж. Ю. Половнікова (мотиваційна, операційна, вольова, оцінна, функціональні складові) [9], О. В. Бикова (морально-психологічна, управлінсько-керівна, авторитарна, креативна, комунікативна складові) [2].

Виходячи із вищесказаного, ми розуміємо готовність до проектної діяльності в якості особистісної, інтегративної характеристики студента, яка включає знання, вміння та навички проектування та успішне їх застосування під час проектної діяльності під час освітнього процесу.

Готовність до професійної діяльності майбутніх фахівців з рекреаційного туризму, передбачає наявність наступних особистісних якостей:

- позитивне відношення до туризму, схильність до занять даним видом діяльності, яка трансформується в захоплення;
- наявність під час професійної підготовки до професійної діяльності сприятливих для її виконання психічних станів;
- певний запас знань, вмінь та навичок, що відповідає обраній професійній галузі знань;
- характерні психологічні особливості розвитку сенсорної та розумової сфер, які відповідають вимогам обраної професійної діяльності [3].

Дослідження формування готовності до професійної діяльності, передбачає виділення і її структурі основних компонентів. Так, в працях М. І. Дьяченко, Л. І. Кандибової, В. А. Пономаренко, мотиваційний, орієнтувальний, операційний, вольовий та оціночний компоненти готовності [4]. Л. М. Захарова пропонує розглядати чотири компоненти психологічної готовності, а саме: мотиваційний, цільовий, операційний та регуляційний [5].

Зміст педагогічних умов формування готовності майбутніх фахівців з рекреаційного туризму до використання проектної діяльності визначено виходячи із структури готовності до такої діяльності. Вона складається з мотиваційно-цільовий, операційний, рефлексійний та креативного компонентів. Компоненти готовності до проектної діяльності має рівні готовності: початковий або рівень теоретичних знань, середній або рівень психологічного налаштування, достатній або практичний, високий або креативний.

Отже, підготовка майбутніх фахівців з рекреаційного туризму до здійснення проектної діяльності передбачає формування особистісних якостей студентів. Основними компонентами професійної діяльності, з точки зору більшості вчених, є мотиваційний та цільовий. Використання в освітньому процесі проектної діяльності в цьому аспекті здійснює вплив на формування мотиваційної сфери майбутніх фахівців, трансформуючи структурні складові особистості: вольову, пізнавальну сферу, цілеспрямованість, здібності, характер. Проектна діяльність майбутніх фахівців є цілеспрямованим процесом, який забезпечує створення продукту діяльності та успішне

проєктування. Саме тому, готовність до проєктної діяльності має включати мотиваційно-цільовий компонент. Обов'язкове володіння засобами та прийомами проєктної діяльності, необхідними знаннями, навиками, вміннями, алгоритмами передбачає наявність операційного компоненту. Ще одним важливим компонентом є рефлексійний, який передбачає критичний аналіз розробленого проєкту, його оцінку під час колективного обговорення, та, як результат, оцінка власних можливостей. Окрім того, важливим компонентом є креативний, оскільки проєктна діяльність є винятково творчою за своєю сутністю.

Висновки і перспективи подальших наукових досліджень у даному напрямку. Отже, проведений аналіз педагогічної літератури дає можливість з'ясувати, що проєктна діяльність є найбільш розповсюдженим видом дослідницької роботи студентів. Вона розглядається як альтернатива аудиторній системі в закладах вищої освіти, при цьому не заміщаючи її повністю. Зміст педагогічних умов формування готовності майбутніх фахівців з рекреаційного туризму до використання проєктної діяльності визначено виходячи із структури готовності до такої діяльності, яка включає: мотиваційно-цільовий, операційний, рефлексійний та креативний елементи. Компоненти готовності до проєктної діяльності має рівні готовності: початковий або рівень теоретичних знань, середній або рівень психологічного налаштування, достатній або практичний, високий або креативний.

Перспективами подальших наукових досліджень у даному напрямку вважаємо наступні: обґрунтування функціональної структури проєктної діяльності для майбутніх фахівців з рекреаційного туризму; поглиблене розкриття виділених компонентів готовності до проєктної діяльності; оптимізація змісту педагогічних умов формування готовності майбутніх фахівців з рекреаційного туризму до використання проєктної діяльності.

Список використаних джерел

1. Анисимов О. С. Методологическая культура педагогической деятельности и мышления. Москва: Экономика. 1991. 415 с.
2. Бикова О. В. Формування готовності до професійної діяльності майбутніх офіцерів пожежної охорони автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. К.: 2001. 20 с.
3. Готская И. Б., Жучков В. М. Готовность к профессиональной педагогической деятельности как результат функционирования образовательной программы. *Наука и школа*. 2001. №5. С.18 – 23.
4. Дьяченко М. И., Кандыбова Л. А., Пономаренко В. А. Готовность к деятельности в напряженных ситуациях: психолого-педагогический аспект. Минск: БГУ, 1985. 206 с.
5. Захарова Л. Н. Психологические основы подготовки профессиональной деятельности / Дисс. ... докт. психол. н. Нижний Новгород, 1997. 458 с.
6. Иванова Е. М. Психология профессиональной деятельности: учеб. пособ. М.: ЛЭР СЭ (Per Se), 2006. 382 с.
7. Карамушка Л. М., Москальов М. В. Психологічні умови підготовки майбутніх менеджерів до управління змінами в організації: Монографія. К.: Просвіта,

2011. 200 с.
8. Логачов М. Г. Психологічна підготовка особового складу спеціальних підрозділів ОВС до дій в екстремальних ситуаціях: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.06. Харків, 2001. 16 с.
 9. Половникова Ж. Ю. Формування психологічної готовності співробітників охорони до здійснення професійної діяльності: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07. Київ, 1999. 16 с.
 10. Слостенин В. А. Педагогика / Под ред. В. А. Слостенина. М.: Издательский центр «Академия», 2002. 576 с.
 11. Современный словарь по педагогике / Сост. Рапацевич Е.С. Мн.: «Современное слово», 2010. 928 с.
 12. Шалаев В. М. Диференційний підхід до удосконалення професійної готовності курсантів ВНЗ МВС України на заняттях зі спеціальної фізичної підготовки. *Педагогіка, психологія та мед.-біол. пробл. фіз. виховання і спорту*. 2002. № 21. С. 74 – 82.
 13. Шейнблит А. Е. Педагогические условия формирования готовности студентов средних специальных учебных заведений к проектной деятельности / Автореф. дисс... канд. пед. наук. Калининград, 2000. 20 с.

О. С. Кулинич, В. М. Зігунов
Сумський державний педагогічний
університет імені А. С. Макаренка
elena.kulynych.13@gmail.com, zigynov.v@gmail.com

ГІРСЬКА ПІДГОТОВКА СПІВРОБІТНИКІВ ПІДРОЗДІЛІВ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

У статті визначається зміст професійної підготовки підрозділів спеціального призначення, яка проводиться з метою забезпечення їх готовності до виконання службово-бойових завдань при надзвичайних обставинах.

Ключові слова: спецпризначенці, гори, гірська підготовка, страхівка, гірсько-штурмова підготовка.

В статье определяется содержание профессиональной подготовки подразделений специального назначения, которая проводится с целью обеспечения их готовности к выполнению служебно-боевых задач при чрезвычайных обстоятельствах.

Ключевые слова: спецназовцы, горы, горная подготовка, страхівка, горно-штурмовая подготовка.

The article defines the content of professional training of special forces, which is carried out in order to ensure their readiness to perform combat missions in emergencies.

Key words: special forces, mountains, mountain training, insurance, mountain assault training.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Підготовка співробітників спеціального призначення передбачає систему заходів, спрямованих на закріплення і оновлення

в плановому порядку необхідних знань, умінь і навичок, що є вкрай важливою проблемою для вивчення якої потрібне вирішення наукових та практичних завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми, показав, що такі науковці, як А. Б. Абазов та Ш. Г. Арадахов та інші присвятили різним аспектам гірської та висотної підготовки багато уваги.

Мета статті. Проаналізувати гірську підготовку для співробітників спеціального призначення.

Особливе значення в підготовці співробітників спеціального призначення має базова підготовка, яка закладає основу фізичної та техніко-тактичної підготовки і служить не тільки фундаментом вдосконалення, але і є одним з основних факторів безпеки. Однак в даний час рівень методичної підготовленості інструкторів і тренерів знизився, і, як наслідок, знизилася якість підготовки [3].

Аналіз програм підготовки спецпризначенців показує, що час, який відводиться на освоєння умінь і навичок подолання одних і тих же перешкод в різних видах туризму, в різних навчально-тренувальних центрах може відрізнятись на 30-50%, відрізняється також і послідовність освоєння окремих технічних прийомів і дій. Немає єдності думок фахівців і в питанні оцінки рівня фізичної, технічної і тактичної підготовки [5].

В ході дослідження стану проблеми були виявлені наступні протиріччя:

- між потребою в підвищенні якості підготовки і відсутністю єдиних поглядів фахівців до визначення змісту і методики, яка забезпечує необхідну базову підготовку;
- між існуючими системами базової підготовки в різних видах туризму, зумовленими їх спеціалізацією, можливістю інтеграції і змін цих систем, і недостатньою теоретико-практичною розробленістю підходів в реалізації цієї можливості;
- між необхідністю формування у спецпризначенців на етапі базової підготовки знань, умінь і навичок, що забезпечують не тільки спортивне вдосконалення, але і безпеку, і відсутністю науково обґрунтованих змісту і методики базової підготовки.

Виділені протиріччя визначили актуальність дослідження і стали основою для постановки наукової проблеми теоретико-методичного, змістовного та організаційного забезпечення процесу базової гірської підготовки.

Економічне і політичне положення, характерні для країни сьогодні, висувають нові вимоги, які потрібні для підготовки співробітників спеціальних підрозділів України. Специфіка їх діяльності не обмежується проведенням спеціальних операцій тільки в масштабах міста: все більше спецоперацій по ліквідації або затримання злочинців проводиться в гірничо-лісистій і гірській місцевості, що, в свою чергу, вимагає наявності у

співробітників певних навичок і вмінь роботи як в міських умовах, так і в умовах гірської місцевості [2].

За останні роки змінився рівень складності завдань, визначених для спеціальних підрозділів, внаслідок чого відбулася трансформація якості гарного спорядження, почала активно застосовуватися нова екіпіровка і амуніція, що, безумовно, відбилося на характері роботи співробітників спецпідрозділів. У статті розглядаються питання безпеки і техніки страхівки, які є найважливішими елементами забезпечення безпеки співробітників-висотників спеціальних підрозділів при проведенні спеціальних операцій в різних умовах [4].

Висотно-штурмова підготовка - це сукупність прийомів і способів, що дозволяють виконувати службово-бойові завдання всередині об'єктів, по зовнішній вертикалі будівлі або в інших важкодоступних місцях. На практиці – це вміння виконувати службове завдання або вести бойові дії на тих напрямках, звідки злочинець не очікує удару, тим самим досягаючи максимального ефекту; вміння проникнути в найбільш важкодоступні місця об'єкта [2].

Для отримання першого рівня початкової фасадної підготовки співробітнику спеціального підрозділу необхідно досягти певного рівня майстерності і володіти високими показниками фізичної підготовленості. Крім того, співробітник повинен засвоїти певний обсяг знань і придбати технічні навички при пересуванні на важкодоступних ділянках будівель і конструкцій, вивчити найпростіші мотузкові системи, альпіністські вузли і з'єднання, досконально знати заходи безпеки при роботі на висотних об'єктах, страхівки і самострахівки, відпрацювати способи посадки і екстремальної евакуації співробітника з позиції [1].

Головними елементами забезпечення безпеки пересування на висотних будівлях та інших конструкціях є правильна посадка співробітника, навішування мотузок, страхівка і самострахівка. З метою забезпечення безпеки співробітників спеціального призначення використовується індивідуальна страхувальна система.

Навчання практичним навичкам висотної підготовки в реальних умовах має передувати ознайомлення співробітників з призначенням і пристроєм спеціального альпіністського спорядження, загальними поняттями пересування по вертикальних схилах.

Гірничо-висотна підготовка співробітників підрозділів спеціального призначення - це спеціальна технологія заняття вигідних позицій і виконання поставлених завдань на об'єктах, розташованих в гірничо-лісистій місцевості, на промислових або інших будівлях і об'єктах, при яких дістатися до місця виконання бойових завдань можна тільки з допомогою підйому або спуску по мотузці або за допомогою інших альпіністських методів пересування і страхівки.

Нерідко в процесі проведення спеціальної операції при вогневому контакті співробітники підрозділів спеціального призначення для порятунку свого життя змушені шукати укриття або займати певну позицію в будівлі (наприклад, на даху). На тих об'єктах, де відсутні звичайні технології доступу, виникає необхідність використання технології гірської підготовки і промислового альпінізму [4].

Актуальність теми дослідження в даний час обумовлена тим, що, на сході нашої держави проводиться операція об'єднаних сил (ООС) і обстановка в окремих суб'єктах регіону залишається складною. А так як на заході країни розташовані гори, то виникає питання про вдосконаленні гірської і альпіністської підготовки співробітників спецпідрозділів України.

При практичному застосуванні отриманих знань в реальній обстановці співробітники спецпідрозділів нерідко стикаються з труднощами різного роду. Тому відомості про навички і уміння, моделі поведінки в різних ситуаціях, наведені в спеціальній літературі і зокрема в цій статті, вимагають закріплення на практиці. Також важливою складовою успішного проведення спецоперації є вміння знаходити правильні рішення, які приходять з досвідом, нерідко здобуваються при драматичних обставинах.

В даний час тактика наших підрозділів полягає у веденні пошуку, блокуванні противника і його знищенні. Для виконання подібних завдань залучаються дрібні підрозділи (взвод, посилене відділення спеціального призначення або група розвідників) при вогневій підтримці сил і засобів, що знаходяться в розташуванні старших начальників.

Перед виходом необхідно ретельно вивчити район дій. По-перше, оцінити місцевість, вибрати і визначити складність маршруту, характерні орієнтири для руху. По-друге, призначити місця привалів, ночівлі, визначити можливі майданчики для посадки літака. Маршрут руху, висоти, на яких має бути виконане завдання, характер місцевості, орієнтири необхідно донести до всього особового складу. Виконавши дані заходи, командир повинен побудувати бойовий порядок і довести до кожного солдата, як він повинен діяти при зустрічі з противником.

Навчання людей поведінки в горах - древнє і шановне ремесло, яке перетворилося завдяки людській винахідливості, сучасному спорядженню, точним картам і спеціальним пристроям в серйозний бізнес. Очевидним стає і та обставина, що людство не перестає вдосконалювати свої навички дій в умовах постійно мінливого середовища [3].

Планування спеціальної операції повинно ґрунтуватися на найбільш ефективному варіанті проникнення. В основі прийняття рішення повинен лежати аналіз в першу чергу таких обставин: наявність вікон, дверей та інших місць можливого проникнення, можливість або неможливість безшумного пересування тощо. В результаті такого аналізу особовий склад групи повинен знати:

- можливі способи, що дозволяють проникнути в будівлю через встановлені місця: використання ключів; використання спеціальних інструментів; використання склорізів. Розташування місць можливого проникнення по відношенню до злочинців;
- можливість того, що злочинці почують, як тактична група намагається проникнути в будівлю;
- якщо група буде виявлена злочинцями, то чи зможе вона: нейтралізувати злочинців, не піддаючи небезпеці життя заручників; захистити себе від вогню злочинців; починать негайний штурм через той вхід, звідки здійснюється проникнення;
- якщо групі вдається успішно проникнути в будівлю, то чи зможе вона: нечутно стати на вигідну для штурму позицію; в разі виявлення почати негайний штурм з великою ймовірністю успіху; зустрівши на своєму шляху перешкоду, таємно відступити або зайняти бойову позицію на цьому етапі.

Тільки тренування на реальних об'єктах можуть показати ступінь підготовленості та боєготовності групи, відповідно організація таких тренувань має першорядне значення для професійної підготовки співробітників спецпідрозділів [5].

Висновки і перспективи подальших наукових досліджень. Основу методики на етапі базової підготовки гірських туристів повинні в основному складати пов'язані методи тренування, що дозволяють формувати і удосконалювати техніку гірського туризму одночасно з розвитком необхідних фізичних якостей, за умови дотримання принципу посильних труднощів. Основним змістом тактичної підготовки є рішення ситуаційних завдань. Причому складність цих завдань в процесі підготовки повинна зростати, а час, що дається на їх рішення скорочуватися.

Перспективою подальших досліджень є розробка, створення та експериментальна перевірка ефективності методики базової гірської підготовки співробітників підрозділів спеціального призначення.

Список використаних джерел

1. Абазов А. Б. Основные узлы и соединения в альпинизме : учеб. пособие. Н., 2014.
2. Гірська підготовка. URL: <https://www.mil.gov.ua/news/2018/10/02/girska-pidgotovka-pidrozdlu-sso>
3. Гірничо-альпіністська підготовка. URL: <https://mydocx.ru/5-18396.html>
4. Кашевник Б. Л. Аварийно-спасательное снаряжение для работ на высоте с использованием основ и приемов техники альпинизма. М., 2008. 184 с.
5. Магомедов Р. Р. Педагогическая система многолетней подготовки спортсменов в горном туризме : дис. М., 2002. 570 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

- Абаев Владимир Александрович**, доцент Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена»
- Абдурахманова Зулпаруза Амирбековна**, магистр, старший преподаватель, Карагандинский университет Казпотребсоюза
- Адаменко Аліна Володимирівна**, Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Алексееенко Татьяна Николаевна**, доцент кафедры туризма и ресторанного дела Карагандинского университета КАЗПОТРЕБСОЮЗА
- Андросов Євгеній Васильович**, Студент магістратури 1-го року навчання спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Ахметов Асхат Съезбекович**, магистр, преподаватель кафедры «Туризм и ресторанное дело» Карагандинский университет Казпотребсоюза
- Барышникова Татьяна Владимировна**, педагог дополнительного образования, учитель физической культуры Государственного бюджетного общеобразовательного учреждения средней общеобразовательной школы №98 с углубленным изучением английского языка Калининского района Санкт-Петербурга
- Безугла Аліна Сергіївна**, студентка 3-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Божук Тетяна Іванівна**, доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри географії України і туризму Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка
- Василенко Ярослава Василівна**, студентка магістратури 1-го року навчання спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Галушкіна Єлизавета Іванівна**, студентка 2-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Герашенко Олександр Євгенійович**, студент 1-го курсу, СВО «Бакалавр» Одеської національної академії харчових технологій
- Гладкий Олександр Віталійович**, доктор географічних наук, професор, акад. НАН ВО України, професор кафедри туризму та рекреації Київського національного торговельно-економічного університету
- Глобенко Анастасія Олександрівна**, студентка 3-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Готько Дмитро Вікторович**, студентка 2-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Данілова Ольга Анатоліївна**, аспірантка Льотної академії Національного авіаційного університету
- Денищенко Людмила Вікторівна**, старший викладач кафедри міжнародної економіки і туризму Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля

- Дубкова Тетяна Павлівна**, викладач кафедри готельно–ресторанного бізнесу Одеської національної академії харчових технологій
- Дяченко Віталій Олександрович**, студент 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Євтушенко Ярослав Васильович**, викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Жоламанова Молдір Қаирқанқызы**, магістр, преподаватель, Карагандинский университет Казпотребсоюза
- Зеленська Дарія**, менеджер по туризму, г. Реховот, Израиль
- Зігунов Василь Миколайович**, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Зігунова Інна Сергіївна**, кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Калашніков Дмитро Сергійович**, студент 3-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Капліна Тетяна Вікторівна**, доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри готельно–ресторанної та курортної справи Вищого навчального закладу «Полтавський університет економіки і торгівлі»
- Кизиляева Катерина Юрьевна**, педагог дополнительного образования, учитель физической культуры Государственного бюджетного общеобразовательного учреждения средней общеобразовательной школы №98 с углубленным изучением английского языка Калининского района Санкт-Петербурга
- Ковган Анна Олександрівна**, студент 3-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Колотуха олександр Васильович**
доктор географічних наук, доцент, завідувач кафедри туризму та авіаційних перевезень Льотної академії Національного авіаційного університету
- Ксенофонтова Марина Миколаївна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Кулинич Олена Сергіївна**, студентка магістратури 1-го року навчання спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Кульченко Ігор Юрійович**, студент 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Куц Лариса Іванівна**, старший викладач кафедри готельно–ресторанної та курортної справи Вищого навчального закладу «Полтавський університет економіки і торгівлі»
- Лазня Дар'я Юріївна**, студент 3-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Лебеденко Тетяна Євгеніївна**, доктор технічних наук, доцент, завідувач кафедри готельно–ресторанного бізнесу Одеської національної академії харчових технологій

- Литвиненко Даніл Олександрович**, студент 2-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Мадрімов Алібек**, менеджер ресторану «Калинки», г. Хоризм, Республіка Узбекистан
- Македон Вячеслав Владиславович**, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри міжнародної економіки і світових фінансів Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
- Миргородська Олена Леонідівна**, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та авіаційних перевезень Льотної академії Національного авіаційного університету
- Мозгова Дар'я Ростиславівна**, кандидат економічних наук, старший викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Павленко Вікторія Сергіївна**, викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Перадзе Ніно Гелаївна**, студент 2-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Пивоварова Юлія Володимирівна**, студентка магістратури 1-го року навчання спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Попик Ніна Володимирівна**, студент 3-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Сыздыкова Динара Мулдагалиєвна**, магістр, преподаватель кафедри «Туризм и ресторанное дело» Карагандинский университет Казпотребсоюза
- Соммер Алихан Русланович**, студент групи Тур 18-2 Карагандинского университета КАЗПОТРЕБСОЮЗА
- Ткачук Оксана Вікторівна**, асистент кафедри готельно-ресторанного бізнесу Одеської національної академії харчових технологій
- Цимбалюк Аліна Миколаївна**, студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Цуканова Катерина Вадимівна**, студентка магістратури 1-го року навчання спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Шелспова Юлія Сергіївна**, студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Шовкопляс Оксана Анатоліївна**, кандидат фізико–математичних наук, викладач кафедри комп'ютерних наук: секція ІКТ Сумського державного університету
- Шульга Валерія Олександрівна**, студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Шуньо Ганна Сергіївна**, кандидат технічних наук кафедри готельно-ресторанного бізнесу Одеської національної академії харчових технологій

Наукове видання

ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Матеріали

III Міжнародної науково-практичної конференції

14 – 15 квітня 2021 року

Комп'ютерна верстка *С.П.Цьома*

Підп. до друку 29.04.2021.

Формат 60x84/16. Гарнітура Arial.

Папір офсетний. Друк офсетний. Ум. друк. арк. 11,45.

Ум. фарб.-відб. 11,45. Обл.-вид. арк. 10,93.

Тираж 100 пр. Вид. № 52.

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.