

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ТУРИСТИЧНА АСОЦІАЦІЯ УГОРЩИНИ «КАРПАТИ-ТІСА»
КОШИЦЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (СЛОВАЧЧИНА)
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БОЛГАРСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТСЬКИЙ КОЛЕДЖ
ВИЩА ШКОЛА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
І СУСПІЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ХЕЛМІ (ПОЛЬЩА)
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ ЧДТУ

**Матеріали VIII міжнародної
науково-практичної конференції
«ТУРИСТИЧНИЙ
ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ:
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ»**

23 – 24 березня 2017 року, м. Черкаси

ТОМ I

Черкаси
2017

УДК 379.85:640.4(063)
ББК 65.433
М 34

Редакційна колегія:

Григор О. О., к.н.держ.упр., доцент;
Лазуренко В. М., д.і.н., професор;
Бушин М. І., д.і.н., професор;
Чепурда Л. М., д.е.н., професор;
Чепурда Г. М., к.філол.н., доцент

Відповідальний за випуск:

Мельникова Я. В.

М 34 Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 23 – 24 березня 2017 року, м. Черкаси [Текст]: у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. –Т. 1.– Черкаси: Видавець Чабаненко Ю. А., 2017. – 400 с.

ISBN978-966-493-297

Розглянуто актуальні питання стратегічного розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні і світі. Проаналізовано сучасні тенденції, проблеми державного регулювання та інтеграції України до світового простору в галузі туризму. Розкрито актуальні проблеми менеджменту та маркетингу, планування та прогнозування діяльності підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Проаналізовано науковий базис новітніх технологій в галузі туризму.

Для науковців, студентів, аспірантів та фахівців галузі.

УДК 379.85:640.4(063)
ББК 65.433

ISBN978-966-493-297-1

© Авторські тексти, 2017

ШАНОВНІ КОЛЕГИ!

Розпочинаючи роботу сьомої на Черкащині Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання», хочу щиро привітати на гостинній черкаській землі знаних науковців і фахівців галузі практично з усіх регіонів нашої держави, а також із близького й далекого зарубіжжя.

Слід зазначити, що інтеграція України у світовий економічний простір потребує значних змін у системі пріоритетів політики держави щодо розвитку прибуткових галузей економіки, однією з яких є туризм.

У сучасному цивілізованому, стрімкому і динамічному світі неможливо уявити людину без відпочинку. Збільшення тривалості вільного часу, поліпшення оплати праці, бурхливий ритм життя сприяють тому, що люди намагаються урізноманітнювати своє дозвілля, пізнавати нове, саморозвиватися та самовдосконалюватися, і туризм для цього є одним із важливих способів досягнення.

Утвердження України у світі як туристської держави неможливе без розвитку туристичної галузі в регіонах. Черкаська область, як і в цілому Україна, має потужні рекреаційні ресурси для розвитку національного та міжнародного туризму. У нас розвиваються дитячий, культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, екологічний, сільський (зелений), мисливський та інші види туризму. Черкащина є осердям держави у географічному розумінні (поблизу м. Шпола знаходиться географічний центр України), а також є серцем України в її історичному, політичному, духовному, культурному розвитку.

Хочу відзначити, що у роботі конференції беруть участь не лише вітчизняні, але й зарубіжні науковці різних галузей знань: економіки, менеджменту, маркетингу, технології і сервісу тощо. Це дасть змогу ретельніше підійти до розкриття проблем розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні, поділитися передовим досвідом щодо впровадження інноваційних технологій в галузі туризму.

Сподіваюсь, що за результатами роботи цієї конференції будуть визначені основні стратегії розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу з урахуванням національних інтересів України у контексті спільного європейського та світового економічного простору.

Бажаю успішної роботи всім учасникам VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»!

*З повагою,
ректор Черкаського державного
технологічного університету,
к. н. держ. упр, доцент О. О. Григор*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

УДК 338.48 – 44(1-87)

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Ченурда Л. М., д. е. н.,

*декан факультету харчових технологій та сфери обслуговування,
професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет*

Зміни на краще в економічній ситуації України та певні зрушення на шляху поліпшення матеріального становища населення створили об'єктивні передумови для розвитку сприятливого стосовно туристичної діяльності ринкового середовища. Позитивні результати дала й державна туристична політика, але в міжнародному туризмі ситуація залишається нестабільною: пожвавлення туристичної активності чергується із спадами, відтворюючи в цих коливаннях не тільки стан внутрішнього ринкового середовища, а й світової ринкової кон'юнктури, де імідж України залишається ще невизначеним.

Україну експерти ВТО визначають, як туристичну країну зі швидкими темпами зростання даного сегменту ринку. Згідно даних ВТО Україна посідала на початку економічної кризи 7 місце за кількістю туристичних прибуттів за рік, залишивши за собою Туреччину, Німеччину та Мексику. Світовими лідерами за даним показником є Франція, США, Іспанія, Китай, Італія, Об'єднане Королівство. Отже всі можливості у прийнятті іноземних туристів в Україні є, але незначні питомі грошові туристичні надходження не дають змоги достатньо отримати коштів від даної галузі. І це спричинило те, що відповідно до обсягів міжнародних грошових туристичних надходжень Україна не увійшла в десятку світових лідерів (США, Іспанія, Франція, Італія, Китай, Німеччина, Об'єднане Королівство, Австралія, Туреччина, Австрія).

«Пік» в'їзних потоків в Україну припадає на липень-серпень, оскільки основною метою приїзду в Україну іноземних туристів є рекреація і відпочинок (понад половину всіх відвідувань) та бізнес (майже 32 %). Водночас зростає чисельність туристів, які прибувають з курортно-лікувальною та спортивно-оздоровчою метою, хоча частка цих сегментів залишається порівняно незначною. Відповідно до мотивації потік іноземних туристів розподіляється й територіально: майже 66 % його спрямована на чорноморську зону (20 % – до Одеської області), 23 % – до Києва, і майже 7 % – до Львівської.

За останні три роки до України спрямовані туристичні потоки із 168 країн світу. Спостерігається зростання в'їзного потоку з країн СНД (особливо Казахстану, Молдови, Росії), з Туреччини, країн Африки, Східної Азії та Тихоокеанського басейну, з Південної Азії, що, на жаль, свідчить не стільки про туристичну привабливість України, скільки про використання туризму як міграційного інструменту. Зменшується потік з колишніх соціалістичних країн Європи (Чехія, Словаччина, Болгарія, Угорщина), хоча майже п'яту частину обмінів становить прикордонний обмін.

Зростає значення України як транзитної держави і це позначається на кількості одноденних відвідувачів, чисельність яких протягом останніх років стабільно росте, перевищуючи 50 % всіх відвідувань. Особливо зріс транзитний потік через Україну з країн СНД (Туркменістану, Таджикистану, Росії, Білорусі, Вірменії, Грузії, Казахстану).

Низька обізнаність про Україну як про туристичну країну у поєднанні з недостатньо розвиненою інфраструктурою є основними перешкодами в становленні України як країни провідного туристичного напрямку.

Аналізуючи туристичні потоки, слід зазначити, що 90 % його об'єму припадає на приватний туризм (рис. 1), а за країнами походження на країни СНД – 73 % (рис. 2).

Службова поїздка	0,7 млн. осіб	4 % потоку	зменшення на 10 % або на 84,5 тис. осіб
Організований туризм	1,2 млн. осіб	6% потоку	зменшення на 17 % або на 234,7 тис. осіб

Приватний туризм	19,2 млн. осіб	90 % потоку	збільшення на 4 % або на 700,4 тис. осіб
------------------	----------------	-------------	--

Рис. 1. Структура в'їзного турпотоку за мотивацією

Країни СНД	15,4 млн. осіб	73 % потоку	збільшення на 5 % або на 747,9 тис. осіб
Країни ЄС	5,3 млн. осіб	25 % потоку	зменшення на 7 % або на 393,4 тис. осіб
Інші країни	458,1 тис. осіб	2 % потоку	збільшення на 6 % або на 26,6 тис. осіб

Рис. 2 Структура в'їзного турпотоку за країнами походження

Змінюється мотиваційна структура туристичних подорожей українців за кордон – провідне місце займають поїздки з рекреаційною та екскурсійною метою. В ритміці виїзних потоків можна прослідкувати наявність двох «гарячих» сезонів – яскраво вираженого літнього та менш вираженого зимового. Потоки зарубіжного туризму замикаються переважно в межах Європи, хоча їх географія постійно розширюється. Серед регіонів Європи постійно популярні країни Західної Європи (особливо Франція, Німеччина, Велика Британія, Австрія, Швейцарія) та Середземномор'я (Італія, Іспанія, Туреччина, Греція). Водночас зростають, завдяки активній ринковій політиці країн-партнерів, туристичні потоки до країн Східного Середземномор'я (особливо на Кіпр) та Північної Африки (Єгипет, Туніс, Марокко). Структура виїзного турпотоку за мотивацією та країнами походження відображена на рис. 3 та 4.

Службова поїздка	0,9 млн. осіб	5 % потоку	зростання на 3 % або на 28,9 тис. осіб
Організований туризм	1,3 млн. осіб	7% потоку	зменшення на 10 % або на 147,5 тис. осіб
Приватний туризм	15 млн. осіб	88 % потоку	зростання на 15 % або на 2 млн. осіб

Рис. 3 Структура виїзного турпотоку за мотивацією

Країни СНД	8,3 млн. осіб	49 % потоку	зростання на 3 % або на 269,3 тис. осіб
Країни ЄС	7,7 млн. осіб	45 % потоку	зростання на 22 % або на 1,4 млн. осіб
Інші країни	1,1 млн. осіб	6 % потоку	зростання на 17 % або на 161,8 тис. осіб

Рис. 4 Структура виїзного турпотоку за країнами походження

Останні декілька років, українські туристи віддають перевагу таким міжнародним напрямкам, як Туреччина або Єгипет, які пропонують краще співвідношення ціни і якості. Але економічна криза і зниження рівня прибутків населення роблять внутрішній туризм усе більш привабливим.

УДК 338. 486. 3 = 111

ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ ТА ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНОГО ВИКОРИСТАННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

*Чепурда Г. М., к. філол. н. доц.,
завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет*

Основні аспекти взаємодії рекреаційно-туристичної галузі та навколишнього середовища мають певні проблемні питання взаємодії. Рекреаційно-туристичне природокористування надає прибуток, сприяє взаєморозумінню між різними культурами, зберігає історико-культурну спадщину і природні ресурси, сприяє інвестуванню в інфраструктуру, що в свою чергу дає соціальні і культурні переваги, проте деякі форми туризму і рекреаційної діяльності можуть спричинити негативний вплив на навколишнє природне середовище – руйнування ареалів цінних видів

рослин, деградацію ландшафтів, утворення відходів, сприяння конфліктам за можливості володіння ресурсами, такими як земельні, прісна вода, електроенергія. Важливо, що негативний вплив на навколишнє природне середовище ускладнює існування власне рекреаційно-туристичного сектора економіки, оскільки він, насамперед, залежить від стану довкілля, а зв'язок між відпочинком та навколишнім середовищем є двобічним.

До проблемних питань взаємодії рекреаційно-туристичної діяльності та навколишнього природного середовища ми віднесли прями локальні впливи діяльності, які залежать від їхньої концентрації в часі та просторі, тобто від сезонності. До таких впливів належать інтенсивне використання води та земель туристичними та відпочинковими об'єктами, споживання великої кількості енергії, зміну ландшафтів внаслідок будівництва об'єктів інфраструктури, забруднення повітря, утворення великої кількості відходів, ущільнення ґрунтів, пошкодження і руйнування рослинності, порушення спокою місцевих мешканців внаслідок шумового забруднення, зростання кількості туристів, що відвідують вразливі природні зони (парки, заповідники) внаслідок впровадження нових форм туризму (екотуризм, сільський зелений туризм), небезпечні природні явища (лавини) внаслідок вирубування значних площ лісів для провадження гірськолижних форм відпочинку. Крім зазначеного, гострою стає проблема так званого психологічного забруднення ландшафту, тобто постійне стирання його естетичних особливостей внаслідок неорганізованої забудови тимчасовими спорудами. Характер взаємодії туриста і природи залежить від форм туристичної чи рекреаційної діяльності і типу ландшафту, на якому здійснюється ця взаємодія [1].

Так бурхливий розвиток гірського туризму призвів до засмічення перевалів, місць для ночівлі, які практично ніхто не прибирає. Потік таких туристів за останні роки має хаотичний характер, а масовість сходжень на найвищі гірські вершини щороку збільшується, особливо це стосується найвищої точки України – гори Говерли, яка стала місцем «паломництва» до свята Незалежності України та інших державних свят. Наслідком таких масових сходжень є витоптування трави поруч із туристичними стежками, зруйнований підріст, ущільнений ґрунт, який починає

гірше пропускати вологу та повітря, непомітно змінюється мікроклімат приґрунтового шару, зменшується кількість комах, середовищем існування яких була витоптана трава. На стежках з'являються глибокі ерозії глибиною від 10 до 50 см. В останні роки набуло великого поширення катання на гірських лижах, що також негативно позначається на стані довкілля. Зручних та легкодоступних місць для катання не так багато, тому для підйому і спуску прорубують просіки для будівництва крісельних та бугельних підйомців. Такі траси створюють небезпеку ерозії ґрунту та явищ зсувів. Вирубування великих площ лісу, використання важкого обладнання для спорудження нових курортів, зміна форми схилів призводить до збільшення кількості лавин. На площах для катання лижники сильно утрамбовують сніг і таким чином порушують природний режим розвитку підснігової рослинності. Сліди важкого гірськолижного обладнання для функціонування підйомників викликають ерозію тонкого верхнього шару ґрунту, що впливає на рослинність, крім того надмірне удобрення трас влітку призводить до значної втрати біорізноманіття.

Гірськолижні види відпочинку також викликають проблеми з водо-постачанням та скидом або захороненням стічних вод. Як правило, турист який зупиняється в готелі, використовує на третину більше води, ніж місцевий житель. Проблеми з водо-постачанням підсилює виготовлення штучного снігу, яке потребує 1 м води на 2 м виготовленого снігу. Крім цього, штучний сніг дуже повільно тоне і таким чином зменшує час для весняного відновлення трав'янистих видів, пошкоджена внаслідок таких процесів трав'яна рослинність сприяє ерозії ґрунту, зменшенню поглинання води і здатності до утримання гірських схилів, збільшуються ризики селів та лавин. Проблема вивезення та захоронення відходів, зібраних на високогірних звалищах, є однією з найгостріших у зв'язку із складністю їхнього транспортування, іноді для цих потреб використовують гелікоптери. Також проблемним питанням є робота лижних підйомників, що потребують великої кількості електроенергії [2].

Одним із найбільш негативних впливів у галузі туризму та рекреації є регіональний вплив транспорту. На подорожі до місця відпочинку і від нього припадає 90 % споживання енергії

у рекреаційно-туристичному секторі. Загалом на відпочинковий транспорт припадає половина загального використання енергії в пасажирському транспорті і 11 % загального енергоспоживання транспортних систем, включаючи вантажні перевезення. Оскільки рекреаційно-туристична галузь зараз є пріоритетною загалом у світі, а її розвиток зростає швидше, ніж кількість загальних транспортних перевезень, то ймовірно проблеми, пов'язані з викидами від «туристичного» транспорту, також збільшуватимуться.

Сталий розвиток рекреаційно-туристичного природокористування та гальмування деяких інтенсивних методів освоєння нових територій для розвитку рекреації та туризму, коли з'являються перші негативні впливи на навколишнє природне середовище – є оптимальним шляхом виходу із складної ситуації. Загалом для України сталий розвиток може бути визначений як процес гармонізації продуктивних сил, задоволення необхідних потреб усіх членів суспільства за умови збереження й поетапного відтворення цілісності навколишнього середовища, забезпечення рівноваги між потенціалом природи та вимогами людей всіх поколінь.

Стале рекреаційно-туристичне природокористування – це ведення прибуткової діяльності в галузі рекреації та туризму, при якій вплив на навколишнє природне середовище не перевищує межі природного самовідновлення впродовж цієї діяльності. Необхідно збалансувати п'ять головних елементів для досягнення сталого туризму: економічний, задоволення туристів, соціальний, культурний, екологічний, крім того це потрібно зробити так, щоб жоден з цих чинників не був домінуючим. Альтернативою можуть бути пріоритетні «м'які» види рекреації та туризму, що не передбачають інтенсивного технічного втручання. Індустрія рекреаційно-туристичної діяльності за умови її раціональної організації, є екологічно безпечною та економічно ефективною галуззю, а її розвиток – одним із чинників сталого розвитку держави [3].

Мінімізувати негативний вплив рекреаційного господарства та відпочиваючих на природне середовище і його компоненти дозволить проведення в країні та регіоні заходів у наступних напрямках.

Наука: розробка стратегії сталого розвитку рекреаційних територій; проведення комплексних (екологічних, географічних, біологічних, економічних, соціологічних) наукових досліджень територій щодо можливостей і наслідків розвитку на них рекреаційної діяльності: вивчення особливостей територій щодо резервування рекреаційних ділянок, дослідження їх екологічної стійкості до впливу зовнішніх чинників, можливостей розвитку на них окремих видів рекреаційної діяльності, визначення її масштабів, розробка економічного механізму використання частки доходів від розвитку рекреаційної діяльності для охорони навколишнього середовища.

Освіта, виховання та агітація: екологічна освіта суб'єктів рекреаційної діяльності; пропаганда здорового способу життя у екологічно чистому середовищі; виховання почуття особистої відповідальності за стан довкілля, культури поведінки в природі.

Техніка і технології: розробка та використання безпечних в екологічному відношенні технологій виробництва рекреаційних послуг, утилізації відходів; удосконалення технологій природоохоронної та природовідновлювальної діяльності на рекреаційних територіях; використання на територіях відпочинку екологічно безпечних видів транспорту.

Організація і управління: моніторинг санітарного стану рекреаційних територій, обладнання та благоустрій рекреаційних територій; організація видалення та утилізації сміття; введення штрафних санкцій щодо порушників встановлених санітарно-екологічних норм організації та проведення рекреаційної діяльності, координація раціонального розміщення об'єктів рекреаційного господарства [4].

Розвиток рекреації зараз і в майбутньому ще більше буде пов'язаний з використанням значного простору. Це «вторгнення» має як позитивні, так і негативні наслідки. Позитивна сторона полягає, перш за все, в резервуванні значних просторів з мало зміненою природою виключно для рекреаційного використання чи з обмеженим промисловим, сільськогосподарським використанням. Це резервування розповсюджується перш за все на гірські і заболочені місцевості, а також приміські зони для розвитку щонедільної рекреації. З розвитком рекреації розвивається й ландшафтна архітектура, яка заснована на вивченні позитивного

емоційно-естетичного впливу ландшафтів на людину. Рекреаційне природовикористання, однак, характеризується і серйозними негативними наслідками для природних комплексів. Рекреаційні ресурси, як і інші ресурси, мають певні запаси. Можна говорити про їхню вичерпність, яка теоретично визначається порогом навантаження на них, вище якого ресурси або суттєво змінюються в сторону меншої привабливості, або ж деградують. Надмірна експлуатація ресурсів водночас приводить до їх знищення.

Масовий туризм, таким чином, становить практичну і наукову проблему відповідності охорони природи з принципом загальнодоступності цінних природних комплексів. В науковому плані ця проблема виражається в першу чергу поняттям рекреаційної ємності природних комплексів. В практичному плані вона означає, що в основі рекреаційного планування, проектування та експлуатації природних комплексів мають лежати науково обґрунтовані норми навантажень на природу.

Одна з основних об'єктивних причин деградації рекреаційних районів полягає у відставанні рекреаційної пропозиції від рекреаційного попиту, що приводить до територіальної надмірної концентрації рекреантів. Крім того існуюча практика визначення економічної ефективності капіталовкладень в рекреаційну галузь не враховує зміни в природно-територіальних комплексах, які наступають в результаті експлуатації їх зі сторони цієї галузі. На стадії проектування економічної ефективності капіталовкладень відсутні економічні стимули для охорони рекреаційних ресурсів.

Література

1. Climate Change & Tourism [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://sdt.unwto.org/en/content/climate-change-tourism>.
2. Ecotourism and Protected areas [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://sdt.unwto.org/content/ecotourism-and-protected-areas>.
3. Sustainable Development of Tourism [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://sdt.unwto.org/>
4. World Tourism Organization [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://unwto.org/>

УДК 911:2

СТАЛИЙ ТУРИЗМ ЯК СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

*Антоненко І. Я., д. е. н.,
професор кафедри туристичного та готельного бізнесу
Національного університету харчових технологій, м. Київ*

Наявні ознаки еколого-економічної кризи, що особливо почали проявлятися через споживацьке ставлення суспільства до природи в кінці ХХ – на початку ХХІ сторіччя, призвели до необхідності реформування соціально-економічної сфери, охорони, відтворення та використання природних ресурсів, зокрема прискорений розвиток туризму призвів до серйозних проблем у сфері екології, культури та соціального розвитку, особливо в місцях, масово відвідуваних туристами. Неконтрольований ріст туризму, обумовлений бажанням швидко отримати прибуток, часто призводить до негативних наслідків – збитку навколишньому середовищу та місцевим громадам. Все це змушує людство проявляти турботу про збереження природних, історичних і культурних цінностей. Тому не можна не відзначити ініціативи та рекомендації, що мали місце в недалекому минулому з питань охорони природи, раціонального природокористування, стало-го туризму. Це, зокрема, такі:

1. Резолюція ЮНЕСКО (1962 р.) – «Економічний розвиток і охорона природи», де зазначалося на необхідності цілісного розгляду сукупності довкілля, природних ресурсів, флори й фауни та необхідності органічного поєднання інтересів охорони природи та економічного розвитку.

2. На формуванні національних еколого-економічних стратегічних напрямків стало-го розвитку економік особливо відбилися рішення, що були прийняті на конференції ООН з довкілля і розвитку, що відбулася у 1972 р. у м. Стокгольмі, де прийнята програма ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП), а спеціальною Декларацією Конференції узагальнено принципи міжнародної співпраці з питань екології та охорони природного середовища як основи життєдіяльності людства.

3. Резолюція Генеральної Асамблеї ООН (1980 р.) «Про історичну відповідальність держав за збереження природи Землі для нинішнього і майбутніх поколінь», в якій закликалися держави і народи до вжиття заходів щодо скорочення озброєнь і поліпшення охорони довкілля.

4. Генеральна Асамблея ООН (1982 р.), де схвалена Всесвітня хартія природи, де було систематизовано міжнародно-правові принципи охорони навколишнього середовища та регулювання природокористування.

5. На Конференції ООН з довкілля і розвитку (Ріо-92), що відбулася в 1992 р. в Ріо-де-Жанейро основним досягненням вважається визнання того факту, що проблеми навколишнього середовища і розвитку не можуть розглядатися ізольовано, окремо одна від іншої. Основним результатом конференцій стало прийняття програмного документа «Порядок денний на XXI століття» (Agenda21) і Декларації з питань навколишнього середовища і розвитку [1 – 2], що стало початком впровадження радикального нововведення в сферу туризму – принципу сталого розвитку туризму, який був запропонований ЮНВТО.

6. У 1995 р. спільними зусиллями ВТО, Всесвітньої ради з подорожей та туризму і Ради Землі був розроблений документ «Порядок денний на XXI століття для галузі подорожей і туризму», де аналізується стратегічне й економічне значення туризму, містяться численні повідомлення про надмірні потоки туристів, про втрату деякими курортами їхньої колишньої популярності, знищення місцевої культури, транспортні проблеми й зростаючий опір місцевого населення напливу туристів.

7. 19-а спеціальна Генеральна Асамблея ООН (1997 р.), де наголошувалося на необхідності розробки та впровадження стратегії збалансованого розвитку всіх секторів економіки. Крім того, пропонувалося розробка національних стратегій збалансованого розвитку, які відбивали б обов'язки всіх зацікавлених країн з цієї важливої проблематики.

8. У 2000 р. відомі туроператори спільно з ЮНЕП (програма ООН із захисту навколишнього середовища), Комісією ООН з освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) та ВТО створили добровільне некомерційне партнерство «Ініціатива туроператорів для сталого розвитку туризму» (ТОІ). Учасники цього партнерства

визначають сталий розвиток як основу своєї підприємницької діяльності і спільно працюють для просування практики і методів, сумісних зі стійким розвитком.

9. У 2002 р. ЮНВТО спільно з ЮНКТАД розробила програму «Стійкий туризм – запорука подолання бідності».

10. У 2004 р. ВТО сформулювала концепцію сталого розвитку туризму. Принципи сталості відносяться до охорони навколишнього середовища, економічних і соціально-культурних аспектів розвитку туризму і між цими трьома аспектами повинен бути встановлений відповідний баланс, щоб гарантувати довготривалу стійкість туризму.

Отже, сталий туризм – сучасна концепція розвитку туризму, що ґрунтується на принципах концепції сталого розвитку. Це туризм, що задовольняє всі наявні потреби, але при цьому розвивається таким чином, щоб забезпечити аналогічними можливостями майбутні покоління. Ця радикальна інновація змушує працівників туристичної сфери і туристів змінити свої погляди на туризм та взаємини його учасників.

Вданий час здійснюється цілий ряд міжнародних програм з впровадження сталого туризму. Однією з них є Програма комплексного управління прибережними зонами, яка має статус кодексу і прийнята більшістю країн Європи, інтенсивно розвивається в Америці, актуальна для України. Мета програми: облік соціально-природних умов та організації життєдіяльності морського узбережжя.

В Україні останнім часом стали розвиватися такі види туризму як екологічний, сільський, екстремальний, пригодницький, соціально-відповідальний [3]. Філософія соціально-відповідального туризму полягає в тому, щоб обмінюватися культурними традиціями, консолідуватися на основі національної самобутності, знайомлячись з побутом місцевих жителів, їх звичаями. Тут важливо, щоб туристи вели себе як гості, яким люб'язно дозволили пожити в будинку, а не як господарі, яким всі навколо повинні прислужувати. У той же час місцевим жителям не слід ставитися до туристів як до непроханих гостей.

Для подальшого успішного впровадження принципів сталості у розвиток туризму необхідна консолідація зусиль всіх зацікавлених сторін на всіх рівнях, включаючи місцеві громади, туристів, представників туристичного бізнесу тощо [4], незаперечно

важливою є роль уряду. Україна власне лише формує сучасну інфраструктуру і має своєрідну перевагу – відразу розвивати туристичну індустрію на засадах сталості:

1) забезпечити оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, які становлять ключовий елемент розвитку туризму, підтримуючи основні екологічні процеси та допомагаючи зберігати природну спадщину та біологічне різноманіття;

2) поважати своєрідні соціально-культурні особливості приймаючих спільнот, зберігаючи властиву ним створену і сформовану культурну спадщину та традиційні звичаї, і робити внесок у взаєморозуміння різних культур і терпимість до їх сприйняття;

3) забезпечувати життєздатність довгострокових економічних процесів, враховуючи їхню вигоду для всіх зацікавлених кіл, які їх неупереджено поширюють, включаючи постійну зайнятість населення та можливість поступлення доходів і соціальних послуг для приймаючих спільнот і внесок у процес боротьби з бідністю.

Література

1. ЮНЕП, 1992: Спасти нашу планет. Проблемы и надежды. Состояние окружающей среды. – ЮНЕП, Найроби, 1992. – 814 с.

2. Програма дій «Порядок денний на XXI століття» / [пер. з англ.]: ВГО Україна. – К. : Інтелсфера, 2000. – 359 с.

3. Україна: прогрес на шляху сталого розвитку. Інформаційно-аналітичний огляд виконання «Порядку денного на XXI століття» / під ред. Б. М. Данилишина. – К. : ЗАТ «НІЧЛАВА», 2007. – С. 5.

4. Свірідова Н. Д. Концепція сталого розвитку туризму в сучасних умовах / Н. Д. Свірідова. – Культура народів Причорномор'я. – 2009. – № 176. – С. 166 – 168

УДК 338.48

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

*Басюк Д. І., д.е.н., доцент,
завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу
Національного університету харчових технологій, м. Київ*

Туристична дестинація – це територія, яка приваблює туриста, куди він здійснює свою подорож і де проводить певний час. Туристичні дестинації виділяються як центральний елемент в процесі формування та реалізації турпродуктів. Як зазначають фахівці ЮНВТО, дестинація – це фізичний простір, в якому відвідувач проводить час, не менший, ніж з однією ночівлею. Він (простір)включає туристичні продукти, такі, як послуги та атракції, туристичні ресурси в межах одного дня подорожі. Цей простір має фізичні і адміністративні кордони, які визначають спосіб управління ним, образи і перцепцію (сприйняття), що визначає їх ринкову конкурентоспроможність[1].

Кожна дестинація має свої особливості генезису, ресурсного та інфраструктурного забезпечення, туристичної спеціалізації та маркетингової діяльності, а також систему чинників обмеження туристичного потенціалу регіону. У потенційно привабливих туристичних територіях та розвинутих існують об'єктивні та суб'єктивні умови, що впливають на формування туристичної галузі: соціальні (умови життя людей, рівень культури, зайнятість населення); економічні, пов'язані зі створенням основи для розвитку туризму – транспортна, комунальна, ринкова інфраструктура, стан малого і середнього бізнесу, сформованість маркетингових комунікацій, стабільність зовнішньоекономічних відносин), правові, що стосуються розроблення та функціонування місцевих регуляторних актів у сфері туристичної діяльності, природні умови, екологічні чинники, які можуть обмежувати або, навпаки, створювати конкурентні переваги розвитку туризму в регіоні. Якісні та кількісні параметри земельних, кліматичних, водних та інших природних і соціальних ресурсів регіонів визначають просторове розміщення об'єктів

господарювання та формування функціональної структури як винограду – виробних підприємств господарства, так і винного туризму як специфічного напрямку туристичної галузі.

Тому комплексна стратегія розвитку туристичної дестинації регіону / міста / села повинна спрямовувати діяльність всіх суб'єктів громади на:

- оптимізацію використання існуючих, відновлення втрачених та створення нових об'єктів туристичної інфраструктури,
- збільшення кількості зайнятих в цій сфері,
- створення сучасного ринку різноманітних туристичних послуг на основі здорової конкуренції;
- налагодження корпоративних зв'язків між туристичними компаніями і підприємствами виробничої і комунальної інфраструктури,
- підтримку малого підприємництва в туристичній сфері;
- розвиток міжнародної транскордонної регіональної співпраці в галузі туризму;
- економічне стимулювання розвитку матеріальної бази туризму через залучення бюджетних та позабюджетних джерел, зокрема іноземних інвестицій для реконструкції і нового будівництва туристичних об'єктів;
- удосконалення системи інформаційного забезпечення туристичної індустрії, створення регіональної геоінформаційної системи;
- проведення активної рекламної діяльності, налагоджування ефективних маркетингових комунікацій, формування територіального туристичного бренду;
- удосконалення системи підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації туристичних кадрів; видачу дозволів та контроль за роботою фахівців туристичного супроводу.

При розробці стратегії туристичної дестинації необхідно чітко визначитись з цільовими групами споживачів, проаналізувати потенціал і перспективи різних видів туризму (культурно-пізнавального, ділового, етнічного, релігійного туризму, активного та екстремального відпочинку, що приваблюють вітчизняних і закордонних відвідувачів, врахувати ресурсні, виробничі, економічні, екологічні та інфраструктурні конкурентні переваги, оцінити ризики, можливості та загрози.

Література

1. UNWTO. Glossary of tourism terms. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticunwto/Statistics/Glossary_of_terms.pdf. – Назва з екрану.
2. Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник / Н. В. Корж, Д. І. Басюк. – Вінниця, 2017. – 322 с.
3. Машкович Е. А. Оценка понятия «туристская дестинация» в контексте современной туристики / Е. А. Машкович // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2007. – № 6 (56). – С. 89 – 92.
4. Ткаченко Т. І. Туристські дестинації: (теорія, управління, брендінг): монографія / А. А. Мазаракі, Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко та ін.; за заг. Ред. А. А. Мазаракі. – К. : КНТЕУ, 2013. – 388 с.

УДК 338.48

CASINOS AS AN IMPORTANT PART OF RECREATIONAL INDUSTRY: THE EXAMPLE OF THE UNITED STATES

By Aleksey Kornilow

Managing Director, BETEGY sp. z o. o., Warsaw, Poland

PhD student, Kozminski University, Warsaw, Poland

Introduction

Casino gaming industries in many countries have experienced substantial growth and expansion in the 1990 s. Much of this has been a direct result of explicit strategies adopted by state, provincial or national governments which believe that casinos can be an important catalyst in creating or otherwise stimulating growth and tourism within their borders. However, the success of using casinos as a growth strategy and a tourism strategy has been mixed. The actual impacts of casino developments and their contributions to tourism objectives have depended on a variety of circumstances.

The form of legal gambling that is most associated with tourism is casino gaming. Other popular forms of gambling – such as lotteries, wagering on racing, charitable gambling, and non-casino located gaming devices – cater predominantly to local markets and therefore have little direct impact on tourism or tourism development. On the other hand,

famous historic casino centers – such as Las Vegas, Monte Carlo, Sun City and Macao – have attracted visitors from neighboring or distant states or countries as their main source of business. Indeed, Las Vegas – which in 1997 attracted over 30 million visitors per year to its 105,000 hotel rooms and myriad casino and entertainment facilities – had become an ideal tourism destination resort, centered around casinos.

The article discusses economic and social impact issues that are implied by the ways casinos have been implemented, especially in light of the political and economic tensions casinos create under varying circumstances. The paper also finds possible futures that casino gaming might encounter in its various manifestations throughout the world.

Reasons for the spread of casinos

The spread of casinos in the United States and in other countries occurred for a number of reasons. First, lotteries had generally preceded permitted casinos and whetted government appetites by demonstrating the popularity and revenue generating potential of gambling. Lotteries also softened the public's attitude regarding the risks associated with gambling.

The major arguments against permitting «hard gambling» – such as casinos – center around three types of argument: links between gambling and criminal influences; claims of the immorality of gambling; and social consequences of problem and pathological gambling. The perception of linkages between casinos and crime has diminished in many countries over the past couple of decades as casino companies have become more mainstream and respectable. Furthermore, regulatory bodies have become more effective in fulfilling public policy mandates and in protecting a variety of public concerns.

Morality arguments against gambling have diminished in many jurisdictions, perhaps reflecting the weakened influence of organized religion in many societies. On the other hand, the issue of problem or pathological gambling remains as the most significant challenge which confronts permitted gambling, especially «hard gambling».

It is often the economic dimension that has been the driving impetus behind permitting most forms of gambling, especially casinos. However, the desired out-comes of economic development and tourism stimulation have not been universal. In order for significant economic stimulation to occur, a large proportion of custom must come from

outside the region where the casinos are located. Alternatively, casino facilities that cater primarily to locals will not have a substantial impact on growth unless they heavily draw business from local residents who would otherwise leave the region in order to gamble.

In general, most customers of urban casinos have not been tourists. Many new casino jurisdictions in the United States provide «casinos of convenience» which cater predominantly to residents of the area where the casinos are located. In such cases, there has been little net economic stimulation to the area, though the casinos themselves have been substantial revenue generators. The same pattern is observable with casinos in most other countries that have recently authorized casinos.

The long term future of casinos and other forms of «hard gambling» depends to a great extent on society's acceptance of gambling as a legitimate consumer pursuit. The last half of the 20th century has been characterized by a steady increase in the degree of acceptance of the general public in the activity of gambling, in spite of the fact that the other vices – alcohol, tobacco, illicit drugs – have been under increasing criticism and sanctions in much of the world.

Permitted gambling has been embraced more for the ancillary economic benefits it creates than for the customer demands that it fulfills. This perspective might be challenged in the future, however, as gambling becomes more localized and less tourist oriented. Furthermore, new technologies will increasingly bring gambling into the home – through the internet, through interactive television wagering systems – whether or not such activities are legally sanctioned. This could further erode gambling's role in tourism and increase public concerns about the wisdom of permitted gambling.

Thus, if permitted gambling continues to expand in society, then the role of gaming in tourism will likely decline unless gambling – especially casino-style – becomes part of a wider range of complementary entertainment offerings. This is a formula that has been well developed by Las Vegas, but not in many other locales. Usually, casinos become tourism generators primarily because of prohibitions of gambling in places where people live. As those prohibitions disappear, then much of tourism-based gambling will diminish as well.

The legislative explosion permitting casino gaming from the mid-1980s onward was a result of a variety of factors. First, many societies have cultivated more positive attitudes about the acceptability of

gambling in general. This is reflected in the United States by public attitude surveys that indicate a high proportion of Americans who believe that casino gambling is an appropriate form of entertainment for themselves, or if not for themselves, it is still appropriate for others. Second, governments and policy makers have been willing to utilize this controversial industry as a means to achieve broader ends. Third, there has been a substantial broadening of the base of customers for whom casino gaming has become an entertainment activity of choice. In the United States, over 142 million casino visits were made in 1996. Fourth, there has been a decline in the perceived and real influence of organized crime and other notorious elements in existing casino industries in the United States and abroad.

The future for casino gaming

In terms of public perception, casinos have quickly been transformed from pernicious dens of iniquity to major catalysts for addressing a wide variety of economic concerns. With the exception of Asia, most regions of the world have softened their stance on prohibition against casino gambling, and have instead attempted to use casinos to address various economic objectives, including tourism development, economic development, tax revenue generation, job creation, foreign exchange enhancement, and combating illegal gambling operations.

The clearest regional or national objective when considering casinos has been tourism development, primarily because of the phenomenal growth of Las Vegas in the 1980 and 1990s. However, Las Vegas has set a somewhat unattainable ideal because of its critical mass of destination resort casino complexes; the fact that it had a legal monopoly on casino gaming in America for so long; its infrastructure, especially the airport and freeway linkages; and its geographic position in the western United States – close to Los Angeles and the large population base of Southern California, but not too close. Other jurisdictions may desire to emulate the tourism successes of Las Vegas, but it is unlikely that any will approach Las Vegas, either in size, diversity, or in proportion of customers who are indeed tourists.

Furthermore, if jurisdictions choose to legalize urban casinos as well as destination resort casinos, then much of the potential demand for casino-style gambling will be siphoned away from the more tourist-oriented resort casinos by the more convenient urban ones. In order

for destination resort casinos to prosper, significant limitations need to be placed on casinos and casino-style gaming opportunities in population centres. Urban casinos and slot machines in bars and taverns (slot route operations) tend to draw a high proportion of their customers from the local area and thus, by definition, are not major tourist facilities. On the other hand, there are clearly economic and demographic trends in the industrialized world that strongly suggest a bright future for casino-style gaming industries, as long as legitimacy and political acceptance are present. Discretionary spending on entertainment based activities has grown significantly in the 1980s and 1990s, and casino gaming has proven to be a popular activity for those who enjoy thrill-seeking, but have grown too old to pursue physically challenging endeavours such as skiing or bicycling.

However, the proliferation of casinos has not occurred without detractors. In the United States, political controversy has followed nearly every state's attempt to introduce casino gaming in the 1990s. Various states, including Florida, Ohio, Pennsylvania and Texas, rejected substantial efforts to legalize casino gaming. A grass-roots coalition known as the National Coalition Against Casino Gambling led a strong backlash movement that was successful in persuading Congress to establish a National Gambling Impact Study Commission in 1997. Concerns about the morality of gambling, its effects on political corruption and criminal activity, and the spectre of pathological gambling and the damage it creates in its wake, have all been by-products of the public discussions that have surrounded the casino question.

There has been a clear dynamic at work with the spread of gambling. It has been legalized primarily as a means to achieve other «higher purposes» such as tourism development, partly because the activity itself is considered – especially by policy makers – to be of questionable merit. Justifications are not found in the demand for gambling from the general public, but rather in the economic spin-offs that are thought to occur when gambling is authorized, especially in markets where it is prohibited.

When casino gambling only existed in destination resort areas – Las Vegas, Monte Carlo, the Caribbean, Atlantic City – associated problems were buffered by distance from where most customers resided. However, trends of the last ten years have resulted in many jurisdictions in urban and suburban casinos as well as slot machines

widely placed in neighbourhood social gathering places. For better or worse, this has brought very attractive – and seductive – gambling very close to where many people live.

It remains to be seen whether such forms of casino-style gambling are a good idea overall, as the economic and social impacts are quite different among the various approaches. Nonetheless, economic pressures for expansions of the franchise to offer gambling will continue. Possible beneficiaries from newly legal gambling – Indian tribes, racetracks, bar owners, desperate cities, governments, declining tourist areas – will all push for the economic rewards that permitted gambling might bestow. However, what might work for any one of them cannot work for all of them, and many will be disappointed even if they get what they ask for, and especially if they all get what they ask for. In economist's jargon, economic rents can only exist as long as the supply of the commodity is constrained. If it is offered in a highly competitive environment, excess profits or rents are bid away.

This implies the ultimate winners in the spread of gambling might be consumers, but only if the negative externalities associated with gambling remain somewhat insignificant in the aggregate. If problem gambling really is as substantial as gambling opponents suggest, then the current course of expansion will lead to future regrets and perhaps future prohibitions. But if problem gambling is only a small part of the picture, or if it can be mitigated to the point that society will tolerate its dimensions, then the current directions are only problematic for the economic winners and losers, as is the case with any other commodity.

References

1. Christiansen, Eugene (1997), «The United States 1996 Gross Annual Wager», supplement to International Gaming and Wagering Business Magazine
2. Eadington, William R. (1998), «Casino Gaming-Origins, Trends and Impacts», in Klaus Meyer-Arendt and Rudi Hartmann (eds.), Casino Gambling in America: Origins, Trends and Impacts. New York: Cognizant Communications
3. Eadington, William R. (1998), «Contributions Of Casino Style Gambling To Local Economies», Annals of the American Academy of Political and Social Sciences, volume 556 (March), pp. 53 – 65 .
4. Eadington, William R. and Judy A. Cornelius (eds.), (1997), Gambling: Public Policies and the Social Sciences. Reno: Institute for the Study of Gambling and Commercial Gaming, University of Nevada, Reno.
5. Eadington, William R. (1995), «The Emergence of Casino Gaming as a Major Factor in Tourism Markets: Policy Issues and Considerations», in

Richard Butler and Douglas Pearce (eds.), Change in Tourism: People, Places, Processes. London: Routledge Kegan Paul.

6. Journal of Travel Research, (1996), Vol. XXXIV, Special issue on gambling. Number 3, Winter.
7. Leven, Charles, and Don Phares (1998), «The economic impact of gaming in Missouri», a study presented to Civic Progress, St. Louis, Missouri.
8. U.S. General Accounting Office, May, 1997. A Profile of the Indian Gaming Industry, GAO/GGD-97-91. Washington, D. C.
9. Gaming Board of Great Britain (1997), Report of the Gaming Board for Great Britain, 1996/97, The Stationery Office
10. Simonson, Robert J. (1998), «Recreation, Leisure, and Gaming Expenditures: Exceptional Long-term Growth Prospects», in William R. Eadington and Judy A. Cornelius (eds.), The Business Of Gaming: Economic And Management Issues. Reno: Institute for the Study of Gambling and Commercial Gaming, University of Nevada, Reno.
11. Thompson, William N., Ricardo Gazel, and Dan Rickman (1997), «Social and legal costs of compulsive gambling», Gaming law review, vol. 1, no. 1, pp. 81 – 89.

УДК 911.3

АНАЛІЗ РЕКРЕАЦІЙНИХ ТЕРИТОРІЙ (на прикладі США та України)

*Божук Т. І., д.г.н., доцент кафедри туризму
Національний університет «Львівська політехніка»
Петько Г., студентка Інститут екології,
природоохоронної діяльності та туризму
імені В'ячеслава Чорновола*

На даному етапі розвитку суспільства значення відпочинку у суспільстві і надалі має тенденцію до зростання. У зв'язку із можливістю реалізації цих потреб на значній кількості місцевостей, що володіють різноманітними природними багатствами, продовжують залишатися актуальними особливості їх організації та планування.

Дана тематика дослідження є надзвичайно актуальною, оскільки сучасні глобалізаційні процеси у галузі рекреації

характеризуються новими видами рекреаційних занять і, відповідно, потребують інноваційних форм і підходів до їх організації.

Мета дослідження полягала у проведенні аналізу сучасного стану рекреаційних територій України та США, їх аналіз за певним переліком критеріїв і визначенням у який спосіб спільних та відмінних рис, порівнянні інфраструктурного забезпечення, системи послуг та забезпечення ресурсною основою.

Підтримуємо думку професора О. Бейдика, який зазначає, що «рекреаційна територія – це складова земельного фонду, що використовується в туризмі, лікуванні та відпочинку; система взаємопов'язаних природних, природно-соціальних і соціальних компонентів, функціонування яких покликано забезпечувати рекреаційний попит населення» [1].

У науковій літературі знаходимо, що існують дві основні тенденції, які, головним чином, використовуються при формуванні рекреаційних територій:

1) розвиток урбанізованих рекреаційних територій на базі курортних населених пунктів або курортних агломерацій (курорти і курортні місцевості, приморські рекреаційні райони тощо);

2) розвиток рекреації на міжпоселенських територіях шляхом створення рекреаційних парків. В Україні базою для їх створення можуть бути природні національні та ландшафтні парки [2].

На нашу думку, до рекреаційних територій, які залучаються до використання для короткочасної чи тривалої рекреації, можуть належати:

- урбанізовані міжпоселенські (в сільських місцевостях),
- природно-рекреаційні,
- аграрно-рекреаційні,
- індустріально-рекреаційні,
- змішані ареали.

Об'єктами дослідження обрано рекреаційну зону озера «Світязь» (Волинська область, Україна) та рекреаційну територію озера Гал, а саме резорт «Maddens on Gull lake», що розташований у штаті Міннесота (США).

У процесі проведення порівняльного аналізу сучасного стану даних об'єктів використовувались такі критерії: наявність ресурсної бази, розвиток інфраструктури та системи послуг.

Кожна із рекреаційних територій має значний попит серед споживачів рекреаційних послуг, забезпечена наявними водними (озера) та рослинними ресурсами (насамперед хвойними і листяними лісами). Варто відзначити, що озеро Світязь перебуває у складі Національного природного парку «Шацькі озера», що регулює рекреаційну діяльність цього територіального комплексу [4, 5].

У ході аналізу інфраструктури було виявлено, що українська рекреаційна зона характеризується базами відпочинку, агросадивами, дитячим мотузковим парком, кафе, ринком із різноманітною сувенірною продукцією тощо.

Американська модельна ділянка відзначається значною кількістю і різноманіттям елементів, які, крім закладів розміщення (готелю та котеджів), закладів харчування (ресторану, кафе, піцерії, бару і пабу) і продуктового маркету, представлені тенісними кортами, полями для крокету, гольфовими полями, іподромом, спортзалом, басейнами (один відкритого типу і два закритого), дитячим табором (сезонного типу), конференц-залами [3].

Український рекреант має можливість плавати, засмагати, збирати гриби і ягоди, може кататися на човнах, конях чи велосипедах, розважатися у мотузковому парку і закладах дозвілля.

Серед рекреаційних занять, що користуються популярністю серед американських відпочиваючих, слід назвати гольф чи крокет, гру у теніс; катання на байдарках, човнах, катамаранах, водних лижах чи спеціальних дошках; конях; велосипедах; спа-процедури; риболовля, що і сформувало більш різноманітний перелік надання рекреаційних послуг.

Отже, у результаті проведеного аналізу виявлено максимальне використання наявних ресурсів території із відповідним рівнем розвитку інфраструктури та переліком послуг у формі єдиного комплексу, що властиве для рекреаційних територій США. Щодо пропозицій розвитку української рекреаційної території варто вказати на необхідність збільшення переліку послуг, розширення екскурсійної та анімаційної програм, що сприятиме формування нових елементів інфраструктури.

Література

1. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії / Бейдик О. О. – К. : Палітра, 1997. – 130 с.

2. Величко В. В. Організація рекреаційних послуг. Навч. посіб. / Величко В. В. – Х. : Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова, 2013. – 202 с.

3. Maddens on Gull lake : Головна сторінка [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу: <https://www.maddens.com>.

4. Влах М. Р. Рекреаційно-ресурсний потенціал Шацького національного природного парку та його використання / Влах М. Р., Поручинський В. І., Слащук А. М. // Наук. вісн. Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки.– 2007.– № 11, Ч. І: За матеріалами I Міжнар. наук.-практ. конф. «Шацький національний природний парк: регіональні аспекти, шляхи та напрями розвитку».– С. 233 – 238.

5. Зінько Ю. В. Культурна й природна спадщина Шацького національного природного парку як передумова розвитку сталого туризму [Електронний ресурс] / Ю. В. Зінько. – 2009. – Режим доступу до ресурсу:http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/natural/Nvnu/geograf/2009_1/R3/Zinko.pdf.

УДК 006.015.5:640.41:338.4

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Капліна Т. В., д.т.н., професор

Столярчук В. М., к.т.н., доцент

Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасний ринок підприємств готельної індустрії диктує жорсткі конкурентні умови, які вимагають від вітчизняних засобів розміщення високої якості послуг. При цьому науковці та практичні діячі звертають увагу на те, що нині в Україні готельні послуги суттєво відстають від світових стандартів [1, 2]. Але, разом із тим, вони відмічають і високий потенціал вітчизняних підприємств готельного господарства [1 – 3].

На нашу думку, реалізувати його можливо, перш за все, за рахунок створення відповідної нормативно-законодавчої та методологічної бази. Саме недооцінка важливості прийняття до уваги наукової складової розвитку готельної індустрії й призвела до низької якості вітчизняних послуг, недостатньої ефек-

тивності діяльності та низької конкурентоспроможності [4]. Для усунення існуючих проблем необхідно, перш за все, адаптувати напрацювання в споріднених до готельної індустрії сферах і розробити власну методологічну базу, яка б забезпечила вирішення специфічних галузевих проблем. Тому для підвищення якості готельних послуг на першому етапі пропонуємо провести глибокий аналіз існуючих принципів і підходів.

Загальні економічні закони розкривають внутрішнє існування, стійкі та постійно повторювальні причинно-наслідкові зв'язки в системі виробничих відносин готельної індустрії. А, як відомо, реалізація наукових законів відбувається за допомогою певних правил, які обумовлені принципами. Проведений нами аналіз дав можливість виділити низку правил, які забезпечують формування якості послуг готельно-ресторанного господарства та їх оцінку. Розглядаючи окремі із них, важливо зупинитися на їх сутності й значенні.

Досліджуючи принцип мобільності розвитку послуг Л. В. Соловйова [5] зазначає, що «... вони будучи специфічним продуктом ринкової економіки, розвиваються більш мобільно порівняно з продукцією інших секторів і галузей економіки». Пояснюється це швидким розвитком нових технологій, в тому числі інформаційних, які створюють високий рівень конкуренції в сфері послуг і потребують від їх виробників здійснення постійного моніторингу ринку технологій. У разі відставання від темпів розвитку технологій виробництва та надання послуг, їх виробники не будуть конкурентоздатними. На нашу думку, цей принцип беззаперечно необхідно враховувати й при формуванні якості готельно-ресторанних послуг, більше того, йому потрібно приділяти увагу ще на стадії проектування технології послуги. А при використанні певної технології на практиці доцільно здійснювати постійний моніторинг ринку технологій та оцінювати її відповідність і здатність забезпечувати кінцевий результат із урахуванням динаміки потреб споживачів. За умов виявлення незначних відхилень обов'язково необхідно проводити коригуючі заходи, а при суттєвих невідповідностях замінювати технологію на нову, більш конкурентоспроможну.

Нині виділяють ще один не менш вагомий принцип – мінливість сприйняття якості. Він обумовлений суб'єктивністю ко-

рисності послуги для споживача, на яку, в свою чергу, впливають багато чинників, зокрема психоемоційний стан споживача.

Проведені нами дослідження показали, що при оцінці якості послуг у готельній індустрії досить часто використовуються лише методики, які ґрунтуються на суб'єктивній думці (споживача чи персоналу засобу розміщення). Тому вважаємо за доцільне при розробці методології оцінки готельно-ресторанних послуг враховувати принцип мінливості їх сприйняття. Разом із тим пропонуємо кілька правил, які ґрунтуються на цьому принципі й дозволяють оцінити якість готельно-ресторанних послуг:

– використовувати методи оцінки послуг, які виявляють суб'єктивну думку однієї сторони (споживачів послуги – гостей засобу розміщення чи виробників послуги – персонал засобу розміщення) лише у випадку, коли в цьому є певна виробнича потреба й така суб'єктивна думка розглядається в якості предмету досліджень (слід зауважити, що на сьогодні досить часто не звертають увагу на суб'єктивність отриманих результатів досліджень);

– при проведенні дослідження якості готельно-ресторанних послуг будь-яким методом необхідно рівнозначно вивчати думку протилежних сторін щодо проблеми (наприклад, споживачів послуги – гостей засобу розміщення та виробників послуги – персонал засобу розміщення);

– використовувати комплексні методи чи кілька взаємодоповнюючих методів, які забезпечать різностороннє вивчення проблеми;

– при проведенні досліджень запрошувати незалежну сторону (наприклад, використання методу Mystery Shopping);

– при проведенні досліджень застосовувати експертні методи із залученням експертів – незалежних висококваліфікованих фахівців у певній вузькій сфері (при цьому слід зауважити хибність дій окремих науковців, які як таких експертів залучають персонал підприємства [5]. Вважаємо це недопустимим).

Одночасне врахування відразу кількох із запропонованих правил знизить суб'єктивність отриманих результатів. А чітке дотримання правил статистики при проведенні досліджень

і аналізі результатів забезпечить необхідну достовірність отриманих даних.

Отже, розвиток готельної індустрії, як сфери наукового пізнання, вимагає завоювання певного сегменту на ринку з визначеними конкурентними перевагами. Із огляду на це існує необхідність у детальній розробці наукової методології із урахуванням системи підходів, принципів, закономірностей і забезпечення сучасними методами дослідження, які відображатимуть специфіку готельної індустрії.

Література

1. Божук Т. І., Пенкальська С. Ю. Тенденції діяльності готельного господарства (на прикладі Туреччини та України) / Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: матер. VII Міжнародної науково-практичної конференції (24 – 25 березня 2016 р., м. Черкаси) [Текст] / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Т. 1. – Черкаси : Видавець Ю. А. Чабаненко, 2016. – С. 17 – 19.

2. Чепурда Л. М. Аналіз розвитку галузі туризму в Україні в 2015 році / Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання : матер. VII Міжнародної науково-практичної конференції (24 – 25 березня 2016 р., м. Черкаси) [Текст] / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Т. 1. – Черкаси : Видавець Ю. А. Чабаненко, 2016. – С. 4 – 6.

3. Теребух А. А. Оцінювання туристичних ресурсів / Туризм і гостинність: вчора, сьогодні, завтра: матер. III Міжнародної науково-практичної конференції (12 – 13 жовтня 2016 р., м. Черкаси) [Текст]:. – Черкаси : Видавець О. М. Третьяков, 2016. – С. 89 – 91.

4. Капліна Т. В., Столярчук В. М. Аспекти наукового пізнання готельного господарства / Туризм і гостинність: вчора, сьогодні, завтра : матер. III Міжнародної науково-практичної конференції (12 – 13 жовтня 2016 р., м. Черкаси) [Текст]:. – Черкаси : Видавець О. М. Третьяков, 2016. – С. 19 – 21.

5. Соловьева Л. В. Сфера услуг и ее влияние на качество жизни населения: теоретико-методологические основы, методический инструментальный оценки и концепция развития / Л. В. Соловьева // Дисс. докт. экон. наук 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством. – Белгород, 2008. – 325 с.

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ТУРИСТИЧНО ПРИВАБЛИВИХ МІСТАХ

*Коніщева Н. Й., д.е.н., професор, академік
Академія економічних наук України*

*Власов В. О., к.н.держ.упр.,
Донбаський державний педагогічний університет (м. Слов'янськ)*

*Ткачова С. С., к.е.н., доцент,
Харківський державний університет харчування та торгівлі*

Постановка проблеми. Важливою особливістю нових науково-методичних підходів до реалізації Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 р. є децентралізація державних повноважень шляхом їх передачі на місцевий рівень, підвищення ролі та функціональних можливостей міст як центрів економічного зростання. В цих умовах актуалізується пошук резервів та механізмів більш ефективного використання власних ресурсів для забезпечення динамічного соціально-економічного розвитку міста, підвищення рівня та якості життя населення [1, С. 86].

Одним з таких ресурсів має стати розвиток туристичного бізнесу, оскільки діяльність суб'єктів господарювання у даній сфері дозволяє швидко створювати нові робочі місця, поліпшувати інфраструктуру міста. В свою чергу, розвиток туристичного бізнесу може обумовити негативні наслідки з точки зору якості життя мешканців міста та експлуатації природних ресурсів. Спостерігається неефективне і нераціональне використання рекреаційних ресурсів, недостатнє збереження природно-заповідного фонду. Виникають проблеми з розміщенням, харчуванням, перевезенням туристів, організацією медичного та побутового обслуговування, поведінням з побутовими відходами, використанням паливно-енергетичних ресурсів, формуванням туристичної, транспортної, соціальної та інституціональної інфраструктури. Відсутні спеціалізовані структури, які б здійснювали аналіз туристичних потоків, їх організацію та координацію, а також надавали б комплекс туристичних послуг на території міста.

У зв'язку з цим особливої актуальності набувають питання організації туристичних, транспортних, інформаційних, фінансових, матеріальних потоків з урахуванням екологічних, технологічних, технічних, матеріальних обмежень; поліпшення якості обслуговування туристів та мешканців на всіх об'єктах міської інфраструктури (пошта, медичне обслуговування, торгівля, харчування, сфера розваг тощо); оптимізації навантаження готелів та інших місць розміщення.

Мета даного дослідження полягає у розробці пропозицій щодо створення у туристично привабливих та курортних містах спеціалізованих комунальних підприємств для суттєвого розширення переліку туристичних та готельно-ресторанних послуг і підвищення їх якості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження авторів свідчать, що для розвитку туристичного, курортного та готельно-ресторанного бізнесу необхідно формувати об'єкти міської інфраструктури на основі створення спеціалізованих комунальних підприємств. В першу чергу це стосується удосконалення інформаційного забезпечення розвитку сфери туристичного бізнесу в місті, як правило, у вигляді туристсько-інформаційних центрів. Кожен із бажаючих відвідати туристично привабливе місто зможе знайти на сайті туристично-інформаційного центру необхідну інформацію про об'єкти розміщення, харчування, сфери культури та розваг, запропоновані екскурсії, оптимальні транспортні маршрути, можливі види активного відпочинку тощо.

На базі туристично-інформаційних центрів доцільно створення геоінформаційних систем для збирання, зберігання, аналізу просторових баз даних про об'єкти розміщення туристів (готелі, хостели, табори, гуртожитки, приватні будинки); харчування (ресторани, їдальні, кафе, кафетерії, закусочні, буфети); парки транспортних засобів; автостоянки; об'єкти розваг, культури, туристсько-екскурсійної діяльності, туристичної та соціальної інфраструктури.

Другим важливим елементом інфраструктури туристично привабливого та курортного міста повинне стати спеціалізоване комунальне підприємство, яке має забезпечувати організацію руху потоків туристів, створення умов для їх проживання,

харчування, екскурсійного обслуговування. Воно потрібне для координації туристичних, транспортних, матеріальних, інформаційних, фінансових потоків з метою вдосконалення організації руху туристичних потоків як на території міста, так і на об'єктах з особливим режимом відвідування, підвищення якості туристичних і готельно-ресторанних послуг та розширення їх переліку.

Авторами даної публікації визначено такі напрями його діяльності:

- створення конкурентоспроможних туристичних продуктів з метою забезпечення максимального задоволення потреб різних груп населення; розробка екскурсійних природно-пізнавальних та туристичних маршрутів з врахуванням потреб молодіжного та дитячо-юнацького туристичного руху;

- впровадження системи електронної комерції (B2B – «бізнес-до-бізнесу») – програмні комплекси для здійснення комерційної діяльності між об'єктами туристичної інфраструктури в мережі Інтернет (наприклад, створення корпоративних сайтів підприємств, інформаційного порталу, проведення різного роду рекламно-маркетингових заходів, виставок, конкурсів та фестивалів, випуск електронних видань, інтернет-реклама);

- удосконалення процесів обслуговування туристів на основі підвищення ефективності організації процесів розміщення та харчування туристів, наприклад, незалежно від типу закладу ресторанного господарства та його соціальної адресності, комплекс послуг, який він надає, повинен відповідати загальним умовам: своєчасність надання; безпека та екологічність; культура обслуговування; естетичність; ергономічність і комфортність;

- поліпшення якості сервісу та рівня обслуговування туристів на основі впровадження інформаційних систем Fidelio, Amadeus, Galileo; системи електронної комерції (B2C – «бізнес-до-споживача») – програмні комплекси для здійснення електронної торгівлі між об'єктами туристичної інфраструктури та туристами; використання інформаційних технологій, які надають можливості для автоматизації повного циклу відносин зі споживачами туристичних послуг і забезпечують необхідні засоби для управління сферами маркетингу, продажів, сервісу;

- удосконалення системи договірної роботи з готелями, ресторанами, страховими компаніями, банками, розважальними

організаціями, а також процесів транспортного обслуговування туристів з використанням інтернет-технологій: вибір раціональних транспортних маршрутів, графіків перевезень та навантаження транспортних засобів; розробка оптимальних процесів матеріально-технічного забезпечення об'єктів розміщення та харчування, оптимізація їх навантаження [2, С. 295].

Реалізація пропозицій щодо створення вищеназваних спеціалізованих комунальних підприємств сприятиме формуванню єдиного туристичного простору міста, одержанню економічного та соціального ефектів за рахунок: підвищення ефективності управління туристичною інфраструктурою; економії витрат на обслуговування туристів на основі раціоналізації завантаження об'єктів розміщення, харчування та транспортування; розвиток матеріально-технічної бази для розміщення та обслуговування туристів; оптимізації руху туристичних, транспортних, матеріальних, фінансових та інформаційних потоків; зменшення часу на виконання замовлень туристів; підвищення рівня якості туристсько-екскурсійного та готельно-ресторанного обслуговування; поліпшення благоустрою території міст на основі залучення спеціалізованих організацій з метою вдосконалення діяльності об'єктів транспортної, туристичної, логістичної, інституціональної та соціальної інфраструктури; створення матеріально-технічної бази аварійної служби порятунку, призначеної для забезпечення безпеки туристів, придбання автотранспорту для санаторно-епідеміологічної служби, модернізації міських пляжів; підвищення ефективності використання природно-рекреаційних ресурсів, екологічного оздоровлення міста.

Як свідчить досвід, підвищення якості обслуговування клієнтів при наданні різного роду послуг сприяє не тільки підвищенню туристичної привабливості міста, а і покращенню якості життя мешканців. Так, завдяки розвитку партнерських взаємовідносин Слов'янської міської ради, виконавчого комітету та Донбаського державного педагогічного університету з Донецькою дирекцією УДППЗ «Укрпошта» розроблено пропозиції щодо підвищення якості надання поштових, адміністративних та туристично-екскурсійних послуг, а також активізації освітньої та виховної роботи серед молоді міста Слов'янська (3, С. 331).

Таким чином, наукова новизна результатів дослідження полягає у розробці пропозицій щодо створення в туристично привабливих та курортних містах спеціалізованих комунальних підприємств для здійснення організації та координації руху туристичних потоків, надання інформаційних та інших послуг у сфері туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Проведені дослідження свідчать, що створення спеціалізованих комунальних підприємств у туристично привабливих і курортних містах дозволить підвищити якість різного роду послуг та рівень обслуговування туристів, екскурсантів та мешканців, отримати додаткові надходження податків в бюджети різного рівня за рахунок створення нових робочих місць, розширення переліку туристичних та готельно-ресторанних послуг, удосконалення міської туристичної, транспортної, логістичної, інституціональної та соціальної інфраструктури, активізації туристсько-екскурсійної діяльності, підвищення туристичної привабливості території; покращити якість життя мешканців міста на основі поліпшення його соціально-економічного розвитку.

Література

1. Коніщева Н. Й. Підвищення ролі науки та освіти в забезпеченні соціального розвитку міста та економічного зростання в контексті інноваційної моделі розвитку / Н. Й. Коніщева, В. О. Власов, В. М. Воропаєв // Перспективні напрямки сучасної науки та освіти: збірка наук. праць (статей) факультету психології, економіки та управління, присвячена 160-річчю від дня народження Івана Франка. – Слов'янськ, 19 – 20 травня 2016 р. – Слов'янськ: ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет», 2016. – С. 79 – 86.

2. Коніщева Н. Й. Підвищення ефективності організації логістичних потоків процесів і послуг у туристичній сфері регіону / Н. Й. Коніщева, Н. В. Трушкіна // Вісник ДІТБ. – 2010. – № 14. – С. 294 – 304.

3. Коніщева Н. Й. Підвищення рівня якості життя в регіонах на основі вдосконалення взаємодії органів влади та місцевого самоврядування з національним оператором поштового зв'язку / Н. Й. Коніщева, В. М. Воропаєв // Проблеми та тенденції формування соціально-інноваційної політики сталого розвитку держави, регіонів, підприємств: колективна монографія / Під заг. ред. К. Ф. Ковальчука. – Павлоград : АРТ СИНТЕЗ-Т, 2014. – С. 311 – 332.

УДК 338.48

ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ МІСТА МАРІУПОЛЯ

*Любчук О. К., д.н.держ.упр., професор,
завідувач кафедри туризму*

Приазовського державного технічного університету

Ярченко Ю. В., к.і.н., доцент кафедри туризму

Приазовського державного технічного університету

На сучасному етапі функціонування національної економіки Україна проголошує туризм одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури, створює умови для туристичної діяльності. Проведений моніторинг ефективності діяльності туристичних агентств міста Маріуполя виявив недостатній рівень врахування світових тенденцій розвитку галузі, психології споживача туристичних послуг, сповільнення темпів розвитку в зв'язку з нестабільною соціально – економічною ситуацією. Знаходження та використання соціально-адекватних важелів впливу може сприяти становленню Маріуполя як туристичного центру з його неповторною історико-культурною спадщиною, джерелом поповнення державного та місцевого бюджетів, місцем загальнодоступного, повноцінного відпочинку та оздоровлення. У зв'язку з цим, вивчення туристичних послуг Маріуполя є дуже актуальним на сучасному етапі розвитку економіки міста та регіону, що впливає на ефективність та перспективи їх розвитку.

В Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року зазначається, що виконання Програми здійснюється шляхом пріоритетного розвитку туризму, зокрема Приазов'я, забезпечення раціонального використання територій курортів, удосконалення санаторно-курортного обслуговування і діяльності санаторно-курортних і оздоровчих закладів; створення сприятливих умов для формування конкурентоспроможного національного туристичного продукту; активізації розвитку пріоритетних видів внутрішнього туризму; забезпечення інфраструктурного облаштування та інформаційного забезпечення найбільш привабливих для

відвідування туристами об'єктів культурної спадщини та природно-заповідного фонду; розроблення та впровадження стандартів у сфері туризму та курортів, їх гармонізації з міжнародними та європейськими стандартами, здійснення контролю за їх дотриманням [1].

Маріуполь – найбільше місто на південному сході України в Донецькій області. Місто розташовано на північному узбережжі Азовського моря у гирлі річок Кальміус і Кальчик, є одним з найважливіших центрів металургії та машинобудування, найбільший морський порт України, освітній центр, кліматичний та грязьовий курорт. Розвиток курортної зони Азовського моря на основі благоустрою узбережжя є одним з пріоритетних напрямків розвитку Приазовського регіону. Навколо міста потягнулася смуга курортних селищ: Урзуф, Юр'ївка, Ялта, Білосарайська коса, Мелекіно, Виноградне, Приморське, Піонерське, Сопіно, Бердянське та інші.

На узбережжі Азовського моря розташовано 232 оздоровчих установ, в тому числі 15 дитячих, в яких щорічно оздоровлюється та відпочиває близько 300 – 350 тис. чоловік. На території району є неосвоені великі запаси лікувальної мінеральної води та лікувальної грязі, які можуть бути використані для цілорічного повноцінного лікування та відпочинку населення України та інших країн. У самому місті Маріуполі налічується 70 лікувальних, лікувально-оздоровчих та медичних установ.

Для становлення міста Маріуполя як туристичної дестинації необхідна наявність як туристичних ресурсів, так і сучасної туристичної інфраструктури, зокрема місця розміщення, харчування, розваг і високорозвинену транспортну систему; пам'ятки, які цікавлять туристів; інформаційні та комунікаційні системи, так як це необхідний інструмент інформування туристичного ринку. Для становлення міста Маріуполя туристичним центром південного сходу України необхідна організація кооперація регіональної та місцевої влади, з місцевими знавцями-краєзнавцями, місцевою бізнес-елітою та туристичними компаніями.

Одним з перспективних напрямків розвитку туристичних послуг в Маріуполі є екскурсійний та релігійний туризм. На даний час екскурсійна діяльність в місті розвинена недостатньо. Деякі туристичні фірми міста надають екскурсійні послуги, однак

ціни на них є високими для пересічного громадянина України. В місті проводяться тематичні екскурсії: «Вулицями старого Маріуполя», «Твої визволителі, Маріуполь», «Маріуполь за роки незалежності: 1991 – 2015 р.». Основними об'єктами оглядових екскурсій в Маріуполі є різноманітні архітектурні забудови, пам'ятники, парки. Маріуполь здавна відомий як місто переселенців греків. Чудотворну ікону Святої Марії, на честь якої був названий Маріуполь, переселенці вивозили з Криму з великою обережністю [2]. В Маріуполі здійснюють діяльність 59 релігійних формувань.

Крім історичних пам'яток та баз відпочинку на Азовському морі, Маріуполь може запропонувати туристам знайомство зі своєю промисловістю. Розвиток туристичної інфраструктури на промислових територіях являє собою особливий процес, який вимагає розвитку як науково-методологічних підходів до його організації, так і практичних рекомендацій щодо їх впровадження. Для активних відпочиваючих і туристів в Маріуполі свої послуги пропонують клуб кайтбординга або віндсерфінгу, пейнтбольні клуби. Клуб кайтбординга розташований на березі Азовського моря в 10 км від міста Маріуполя. Їм надаються можливості використання найсучаснішого спорядження для віндсерфінгу і кайтбординга від компаній Airush, RRD, Prolimit, SEVERNE. Також в Маріуполі розвинений пішохідний та велотуризм, скалолазання.

На основі проведеного кафедрою туризму ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (ДВНЗ «ПДТУ») моніторингу ефективності діяльності туристичних агентств міста Маріуполя в створенні іміджу у своїх клієнтів – споживачів туристичних послуг за критерієм «врахування потреб клієнта», зокрема за такими показниками: «комплексність туристичних послуг», «географія туристичних послуг», «довіра до турфірми», «популярність» було з'ясовано, що в місті Маріуполі туристичні послуги (турпослуги) надають 103 туристичних агентств, із них: 9 % надають комплексні турпослуги; 18 % пропонують географію турпослуг; 12 % викликають первісну довіру до турфірми; 22 % користуються популярністю серед споживачів.

Таким чином, проведений моніторинг дозволив виявити низький рівень врахування психології споживача туристичних послуг, що впливає на ефективність роботи турфірм. Місто Маріуполь та Приазовський регіон мають різноманітні

природні, рекреаційні, історичні, архітектурні та культурні ресурси для розвитку туризму та надання соціально-адекватного комплексу туристичних послуг. Становлення міста Маріуполя як туристичного центра передбачає створення розвинутої туристичної інфраструктури на основі раціонального використання природних, матеріально-технічних, трудових та інтелектуальних ресурсів; приведення якості туристичних послуг до міжнародних стандартів; залучення інвестицій держави, регіону, підприємницьких структур в туристичну сферу; удосконалення системи підготовки туристичних кадрів відповідно до світових тенденцій кадрової підготовки.

Література

1. Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-p>

2. Харабет В. В. Эллинистический мир. Хронология греков Украины / В. В. Харабет. – Мариуполь : ООО «ППНС». – 2016. – 388 с.

УДК 332.1

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ОСОБИСТОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

*Стрікаленко Т. В., д.мед.н., професор, професор кафедри ГРБ,
Д'яконова А. К., д.т.н., професор, завідувач кафедри ГРБ
Одеська національна академія харчових технологій*

Сьогодні тенденція розвитку інноваційних процесів у більшості закладах вищої освіти може бути визначена як екстенсивна модель «доганяючого» розвитку. Але ж ВИШі – це не лише повноправний член процесів інтеграції, в більшості випадків вони повинні бути каталізаторами інноваційних процесів в індустрії гостинності. При цьому важливо враховувати наявність подвійності інноваційних потоків у закладах вищої школи, тому що, по перше, ВИШі мають підтримувати концепцію «залучен-

ня ринком», тобто готувати кваліфікованих фахівців, що здатні працювати в ринкових умовах. З іншого боку, вища школа є представником концепції «формування ринку», а саме – розвитку інновацій всередині галузі освіти. Тому підготовка фахівців високого рівня має супроводжуватись постійною актуалізацією навчальних планів з урахуванням потреб життя і розвитку науки, підготовкою навчальних посібників нового покоління, а також інтеграцією освіти з практикою на підприємствах, в установах і організаціях.

Освітні програми у у ВИШах у своїй варіативній частині дають можливість для поглиблення знань, вмінь та навичок, що визначені змістом базових дисциплін. Це, в свою чергу, дозволяє більше враховувати регіональну специфіку і акцентувати увагу при навчанні на найбільш актуальні професійні компетенції. Загалом, інноваційна база закладів вищої освіти орієнтується на ряд принципів: розробка нормативних документів, що створюють базу для впровадження інноваційних методів, виконання в межах ВИШу науково-дослідних робіт, програм, інноваційних розробок, а також створення конкретних інноваційних задач, що їх формулює стан сучасного життя та, зокрема, галузь гостинності.

Формування соціальних компетенцій особистостей, що будуть працювати у галузі гостинності, не є основною задачею ВИШів, проте має враховуватись при викладанні усіх дисциплін та бути співзвучною із актуальними питаннями сьогоденного життя країни. На міжнародному рівні проблема компетентності відтворена у матеріалах ЮНЕСКО, зокрема, на симпозиумі у м. Берн (1996 р), де були сформульовані ключові компетенції адекватного вияву соціального життя людини в сучасному суспільстві [1]. Метою роботи було обґрунтування певних змін до курсу викладання навчального предмету «Курортна справа» майбутнім фахівцям індустрії гостинності з урахуванням важливості орієнтації студентів у вмінні ненасильницького вирішення конфліктів та виборі ефективної стратегії поведінки, адекватних засобів спілкування, прагнення до соціальної взаємодії та відданості етичним цінностям. Вважаємо це надзвичайно важливим з огляду на суттєві зміни повсякденного життя, у тому числі – людей, що приїждять на оздоровлення та лікування на курорти, відпочивають в санаторно-курортних закладах.

Актуальність проблеми посттравматичних стресових розладів (ПТСР) обумовлена не стільки її новизною, скільки суттєвим зростанням у світі саме в останні десятиліття кількості людей, що потерпають від психічних травм і насильства, техногенних катастроф та повіней, «бойового стомлення», «після-в'єтнамського / афганського / АТО-шого синдромів» і подібних нетрадиційних позначень таких розладів. І хоча, в цілому, ризик отримання травми є невід'ємною частиною існування людства, основні критерії ПТСР були визначені лише у 1980 р американським психіатром Марді Хоровітц.

Зацікавленість до ПТСР курортології як наукового напрямку, акцентованого на оздоровлення, реабілітацію та профілактику ускладнень хронічних захворювань (станів) також була сформульована саме в Америці – одній з перших країн, що зіткнулися з масштабними проявами цього стану у вигляді «post-Vietnam syndrome». Ідеологія лікування хворих із стресовими розладами в часи Першої світової війни була заснована у німецькій армії на створенні умов, що примушували солдат «бігти із хвороби на фронт», проте французькі фахівці вже використовували як прикладну техніку катарсису (З. Фрейд), так і методи курортного лікування (електро- та гідротерапію) [2].

В нашій країні сьогодні задля протидії ПТСР формується система трирівневої адаптації та реабілітації, в якій важливе місце посідають санаторно-курортне лікування та впровадження конкретних регіональних програм медичної реабілітації і лікування. І це досить важливо, тому що результати довготривалих зарубіжних досліджень свідчать, що, з урахуванням етапу курортного оздоровлення, близько 30 % хворих з ПТСР виліковуються, у 40 % залишаються незначні розлади, у 20 % – помірні і лише в 10 % стан не змінюється [2].

Інноваційність програм реабілітації та санаторно-курортного лікування ПТСР полягає в тому, що в умовах одного курорту (санаторію) є можливою розробка різноманітних комбінацій природних та преформованих лікувальних чинників, використання нових матеріалів і підходів, впровадження нових організаційних форм тощо. Апробація розробки і використання таких програм, поширених на курортах Східної Європи ((Угорщина, Чехія, Словенія, Польща), розпочата і в нашій країні (курорти Морщина,

Трускавця тощо). Як заключний етап реабілітації (після госпітального та амбулаторно-поліклінічного), санаторно-курортне лікування включає фізичний (кінезітерапія, теренкур, ЛФК) і психологічний аспекти (відновлення особистісного та соціального статусу, підвищення ресурсо- та стресостійкості, розвиток здібностей до самореалізації тощо), імунореабілітацію, ендекологічну реабілітацію, що сприяють ефективним адаптації та переходу із стану дистресу до еустресу, які підтримуються подальшою взаємодією фахівців та осіб з ПТСР. Саме тому мають надважливе значення рівень соціальних компетенцій, кваліфікації та обізнаності працівників індустрії гостинності з проявами ПТСР та особливостями поведінки і лікування їх на курортах (в санаторно-курортних закладах, пансіонатах тощо).

Оскільки важливими складовими підготовки у ВИШах фахівців галузі гостинності є навчальний процес і науково-дослідна робота студентів, з 2015 року при вивченні навчального предмету «Курортна справа» впроваджено поглиблене ознайомлення студентів з вченням про стрес, причини та прояви ПТСР, можливості і особливості реабілітації ПТСР на курортах України. На практичних заняттях студенти розробляють проекти програм реабілітації та санаторно-курортного лікування ПТСР – з урахуванням унікальності комплексу природних лікувальних чинників на конкретному курорті та можливостей їх використання для оздоровлення і відновлення дієздатності відпочиваючих. Результати такої роботи вже неодноразово обговорювались на наукових конференціях та мали позитивну оцінку аудиторії [3 – 5]. Адже поглиблене розуміння проблеми ПТСР поєднується як з розвитком соціальних компетенцій студентів, необхідних у повсякденні, так і з пошуком шляхів забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів курортного бізнесу (індустрії гостинності).

Література

1. Hutmacher Walo. Key competencies for Europe // Report of the Symposium Berne, Switzerland 27 – 30 March, 1996. Council for Cultural Cooperation (CDCC) a // Secondary Education for Europe Strsburg, 1997.
2. Медицинская реабилитация / Под ред. В. М. Боголюбова. Книга I. / Изд. 3-е, испр. и доп. – М. : БИНОМ, 2010. – 416 с.
3. Гинкул А. Программы реабилитации синдрома хронического утомления и ПТСР на курортах Украины. /Збірник наукових праць

молодих учених, аспірантів та студентів МОН України. – Одеса : ОНАХТ, 2016. – С. 247 – 249.

4. Моронг А. Курортные факторы в реабилитации ПТСР/ Там же. – С. 257 – 299

5. Симченко А., Гинкул А. Инновационные направления реабилитации лиц с ПТСР на курортах Америки и Европы. /Интеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності: зб. тез доповідей V Всеукр. міжвуз. наукової конф. студентів, аспірантів і молодих учених.– Одеса : ПП «Фенікс», 2016. – С. 77 – 79.

УДК 338.46:372.8+614.39

ІННОВАЦІЙНА СПРАМОВАНІСТЬ ПІДГОТОВЛЕННЯ КАДРІВ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

*Ляпіна О. В., к. х. н., доцент, доцент кафедри ТПВ, ТБтаР
Стрікаленко Т. В., д.мед.н., професор, професор кафедри ТПВ, ГРБ,
Одеська національна академія харчових технологій*

Туризм, що поступово стає однією з найпопулярніших форм проведення дозвілля, на сьогодні є і найбільш перспективною галуззю світової економіки, потенціал якої в Україні використовується вкрай недостатньо. У світовому національному доході туризм складає близько 10 %, і на його долю припадає майже 30 % світової торгівлі. Практично всі регіони України мають певну туристичну привабливість і повинні сприяти розвитку туристичної інфраструктури, проте через об'єктивні та суб'єктивні причини і ризики маємо відносну реалізованість цього потенціалу [1 – 3].

Інноваційні дії розглядають як інструмент обмеження ризиків і прискорення розвитку туризму. Відсутність чи недостатня кількість таких дій обумовлені, на наш погляд, двома причинами: традиціями неспішного розвитку туризму в минулі роки і відсутністю навичок пошуку і розробки інноваційних заходів у нових фахівців, що здобувають вищу професійну освіту сьогодні. Теоретико-методологічні основи освіти в галузі туризму в науковій літературі мають достатньо широке висвітлення [4 – 6 тощо].

Розвиток інноваційної діяльності у туризмі розглядають, переважно, спираючись на положення Світової туристської організації, у напрямках (1) створення нового або зміну існуючого продукту, (2) його позиціонування на ринку як ексклюзивного і освоєння нових ринків збуту, (3) впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності [7].

Вважаємо не менш важливою для розвитку інноваційної діяльності у туризмі проблему сервісного обслуговування туристів, тобто задоволення їх потреб в час подорожі, та можливість регулювання взаємодії між виконавцем і споживачем послуг. Так, незалежно від мети подорожі (туризм етнічний чи екстремальний, спортивно-оздоровчий чи лікувально-оздоровчий, екологічний тощо) клієнти туристичних агентств мають користуватись водою та природними водними об'єктами (елементами практично будь-якої рекреації – річками, морем, озерами). А для значної кількості туристів саме водні об'єкти є метою подорожі (бальнеологічне лікування і оздоровлення, СПА-туризм тощо). Складовою якісної роботи фахівців-туризмознавців, що оформляють путівки, супроводжують туристів в час подорожі (та навіть у потязі, на літаку чи морському/річковому судні тощо), має бути, на нашу думку, обізнаність із критеріями якості та безпечності різних вод, водним режимом протягом дня, побічними проявами недостатнього вживання води та особливостями різних фасованих вод. Доцільним вважаємо навести такий приклад: екскурсії до бутіка Анжело Лаурія, що оформлений як розкішний ювелірний магазин та є першим в Італії і в світі «водним магазином», викликають чималий інтерес у туристів. Адже, як стверджує власник цього незвичайного магазину А. Лаурія, «ми хотіли показати значення води та створити достойне її оформлення. Щоб ті, хто сюди заходить, одразу розуміли: вода – це не така проста річ, як вони, можливо, думали, і не можна її недооцінювати. Ми допоможемо підібрати воду до м'яса чи до риби, підкажемо, якою водою завершувати трапезу, а яку використовувати як аперитив...Ви відчуєте чітку кислотність у роті, у вас розіграється апетит, у вас почне виділятися шлунковий сік, що для аперитиву є головною задачею...». І в престижних ресторанах світу, разом з картою вин, вже подають карти мінеральних і столових вод, є вони і в деяких готелях.

Знання цих особливостей сприйняття та вживання води не може не сприяти підвищенню авторитета не лише екскурсовода чи супроводжуючих туристичну групу, але й туристичної фірми загалом. Евентивний (подієвий) туризм, що орієнтується як на видовища природного походження, так і на громадські, історико-культурні, релігійні чи мистецькі заходи, що проходять не систематично, також потребує періодичного сервісного, в тому числі – водного, забезпечення і обслуговування. Не менш важливою є екологічна складова вивчення водних об'єктів та джерел водопостачання, тому що саме туристи часом роблять певний внесок в їх забруднення, тоді як туристична галузь в цілому зацікавлена в сталому розвитку держави.

В одній з наших робіт [8] означено досвід викладання магістрів, що навчаються в ОНАХТ за фахом «готельно-ресторанна справа», дисципліни «Технологія питної води і водопідготовки для закладів готельного і ресторанного господарства», метою якої є засвоєння студентами теоретичних та практичних положень курсу. Зацікавленість магістрів цим курсом, як і викладене вище обґрунтування важливості знань «про воду» у фахівців туристичної галузі, дозволили рекомендувати вивчення водних проблем (екологічних, соціально-побутових, лікувально-оздоровчих та життєзабезпечуючих) для включення як варіативної дисципліни магістрам, що навчаються за фахом «Туризм».

Інноваційна спрямованість запропонованого курсу лекцій та лабораторних занять очевидні тому, що вони, по-перше, дозволять покращити не лише послуги сервісного обслуговування, рівень якого напряму пов'язаний з рівнем кваліфікації персоналу, та задоволення потреб туристів у подорожі, а також взаємопорозуміння між туристом і фахівцем (між споживачем і виконавцем), що сприятиме створенню репутації високої якості обслуговування туристів. По-друге, при викладанні предмету не повторюються розділи та дисципліни, які студенти вивчають протягом попередніх чотирьох років у ВИШі, тобто вони отримують змогу інноваційного погляду на вже вивчені дисципліни. Нарешті, додаткові знання «з проблем води», що їх можуть отримати туристи від фахово підготовленого супроводжуючого групи, можуть стати ще одним, дійсно «новим, інноваційним» продуктом діяльності суб'єкта туристичного бізнесу і сприятимуть зростан-

ню його конкурентоспроможності. На нашу думку, запропоновану інноваційну спрямованість підготовки кадрів для туристичної галузі можна вважати складовою комплексу інноваційних заходів розвитку туристичного ринку в сучасних умовах глобалізації.

Література

1. Цуцман І. Я. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні та світі // Стратегія розвитку туризму у XXI столітті у контексті вирішення глобальних проблем сучасності. Зб. мат-в міжнар. науково-практ. конф. 27 березня 2014 р., м. Львів. – Львів : ЛІЕТ, 2014. – С. 542 – 551.
2. Винниченко І. І. Розвиток вітчизняного туризму: до потреби врахування зарубіжного досвіду // Наукові дослідження для потреб туризму: Матеріали «круглого столу». – К. : ВГЛ «Обрії», 2006. – 68 с.
3. Дудка Т. Ю., Бондарина Л. В., Огородник І. О. Фактори підвищення якості туристичного обслуговування // «Готельно-ресторанний бізнес: інноваційні напрямки розвитку»: мат-ли міжнар. науково-практ. конф. 25 – 27 березня 2015р., Київ. – К. : НУХТ, 2015. – С. 206 – 207.
4. Щука Г. П. Організація практичної підготовки майбутніх фахівців туристичної індустрії // Вісник Луганського національного університету ім. Тараса Шевченка. Педагогічні науки. – Луганськ, 2009. – Вип. 10 (173). – С. 108 – 116.
5. Польова Л. В. Формування кадрового потенціалу у сфері обслуговування // «Готельно-ресторанний бізнес: інноваційні напрямки розвитку»: мат-ли міжнар. науково-практ. конф. 25 – 27 березня 2015 р., Київ. – К. : НУХТ, 2015. – С. 261 – 262.
6. Елютина Р. И. Профессиональное становление личности специалиста в сфере сервиса и туризма в процессе обучения в ВУЗе // Международное образование в интересах индустрии туризма: V Российско-китайский форум по подготовке кадров для индустрии туризма: Сб. статей и тезисов под ред. проф. А. Б. Косолапова. – Владивосток: Изд. дом Дальневосточного федерального университета, 2012. – С. 48 – 56.
7. Васильовська І. І. Інновації в індустрії туризму // «Готельно-ресторанний бізнес: інноваційні напрямки розвитку»: мат-ли міжнар. науково-практ. конф. 25 – 27 березня 2015 р., Київ. – К. : НУХТ, 2015. – С. 20 – 21.
8. Ляпіна О. В., Стрікаленко Т. В. Перспективи вивчення «проблеми води» майбутніми фахівцями готельно-ресторанної справи // «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: мат-ли VII міжнар. науково-практ. конф., 24 – 25 березня 2016 р., м. Черкаси – Черкаси : ЧДТУ, 2016. – С. 49 – 51.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ГОСПОДАРСТВА ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*Стрікаленко Т. В., д.мед.н., професор кафедри РГБ,
Одеська національна академія харчових технологій*

*Ярьоменко С. Г., к.г.н., ст. викладач
кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
Одеський національний економічний університет*

Одним з важливих чинників соціально-економічного розвитку країни є ефективне функціонування рекреаційно-оздоровчої галузі та сталий розвиток курортного господарства. Санаторно-курортні заклади, що забезпечують лікування і оздоровлення населення України, зважаючи на рекреаційний потенціал країни, цілком можуть бути конкурентними і привабливими на ринку курортних послуг. У сегменті лікувально-оздоровчого туризму Одеська область має сприятливе сполучення кліматичних та бальнеологічних характеристик, які відсутні в багатьох країнах Європи. Основними конкурентами закладів санаторно-курортного господарства (СКГ) Одеського регіону є підприємства Півдня України – Миколаївської, Херсонської та Запорізької областей, які розміщені на узбережжі Азово-Чорноморського курортного регіону. Отже, метою роботи було дослідити реальний стан рекреаційно-оздоровчої справи в цьому регіоні, визначивши переваги та недоліки у діяльності підприємств СКГ в названих областях, та розглянути напрями підвищення конкурентоспроможності цих закладів, зокрема, в Одеській області.

Алгоритм розрахунку усереднених показників конкурентоспроможності спеціалізованих закладів СКГ виконано з урахуванням рекомендацій [1, 2]. Спираючись на загальну схему визначення стратегічних напрямків розвитку курортної галузі (SWOT-аналіз). У роботі використані статистичні бюлетені та інформаційні ресурси Головного управління статистики Одеської області та Державної служби статистики України, документи Одеської обласної адміністрації [3 – 6].

Аналіз основних показників діяльності підприємств санаторно-курортного господарства на півдні України у 2015 р. свідчить, що Одеська область є лідером за рядом показників:

- за тривалістю перебування відпочиваючих (11.8 днів проти 10.8 в середньому по Україні та 7.6 – 9.8 в інших областях),
- за ефективністю роботи підрозділів сервісу, що надають додаткові доходи (224.41 тис. грн. проти 216.65 тис. грн., в середньому по Україні та 90.75 – 200.99 тис. грн. в інших областях)
- за показником забезпеченості лікарями на 1 тис. ліжок-місць (332 проти 43 – 128 в інших областях)
- за показником середньооблікової кількості середнього медичного персоналу на 10 тис. оздоровлених (917 проти 154 – 452 в інших областях) тощо.

Для унаочнення співвідношення конкурентних позицій підприємств санаторно-курортного господарства в досліджуваних областях використали теоретичний підхід М. Портера про конкурентні сили та побудували багатокутник конкурентоспроможності підприємств регіону (рис. 1; усі показники нормовані як відношення регіону до показника по Україні).



Рис. 1 Багатокутник конкурентоспроможності підприємств СКГ Азово-Чорноморського регіону

Аналіз представлених даних свідчить, що Одеська область має також високі показники середньої тривалості перебування,

вартості обслуговування з ефективною роботою сервісних підрозділів, що надають додаткові послуг, високим є і показник забезпеченості підприємств медичним персоналом та лікарями. Проте за показником продуктивності праці персоналу, середньою місткістю та коефіцієнтом її використання Одеський регіон відстає від Херсонського, що потребує проведення оптимізації (збільшення) завантаження підприємств СКГ регіону та підвищення ефективності роботи персоналу. Саме на впорядкування цих напрямків діяльності закладів СКГ спрямовані основні завдання «Програма розвитку туризму та курортів в Одеській області на 2017 – 2020 рр.» [5] і «Стратегії соціального та економічного розвитку Одеської області до 2022 року» [6].

Аналіз внутрішніх чинників, можливостей та несприятливих умов, що впливають на якісний розвиток СКГ та туристичної сфери регіону, виконаний авторами цих документів, дозволив сформулювати пріоритетними завдання розвитку та підтримки лікувально-оздоровчого туризму в Одеському регіоні, підвищення рівня професійної підготовки та перепідготовки фахівців даної сфери з метою підвищення якості обслуговування до міжнародних стандартів; забезпечення обслуговування іноземних відвідувачів, а також оптимізацію організаційно-управлінської структури туристично-рекреаційної галузі та створення центрів туристичної інформації, популяризація санаторно-курортного та оздоровчого продукту через засоби масової інформації. Не менш важливими є завдання щодо підвищення якості та конкурентоспроможності туристичного продукту і раціонального використання рекреаційного та туристичного потенціалів регіону.

Орієнтація на стратегію зміцнення/нарощування та розвитку санаторно-курортного господарства в Одеській області та лікувально-оздоровчого туризму в регіоні потребує розширення переліку санаторно-курортних та оздоровчих послуг. Перспективними для вирішення цієї задачі вважаємо пошуки шляхів збільшення сприйняття відпочиваючими цінності послуг санаторно-курортного лікування, що і є пошуками реального покращення роботи закладів СКГ [7]. Розробка спеціальних Програм санаторно-курортної профілактики, відновлювального лікування та медичної реабілітації, створених з

урахуванням особливостей одеських курортів, можливостей залучення різноманітних культурних, історичних та пізнавальних заходів, унікального місцевого колориту тощо, які практично неможливо відтворити в іншому місці, додасть певну ціну до їх цінності, а тому може сприяти підвищенню якості послуг СКГ, модернізації матеріально-технічної бази закладів та раціонального використання рекреаційного і туристичного потенціалів регіону.

Література

1. Галасюк С. С. Оцінка конкурентоспроможності підприємств готельного господарства Одеської області / С. С. Галасюк // Економіка. Управління. Інновації : електрон. наук. фах. вид. – 2014. – № 2 (12). [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_17.
2. Ведмідь Н. І. Санаторно-курортний комплекс: сервісне управління: монографія / Н. І. Ведмідь. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 536 с.
3. Головне управління статистики в Одеській області [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>
4. Колективні засоби розмішування в Україні у 2015 році: Статистичний бюлетень / Відп. за випуск О. О. Кармазіна. – К. : Державна служба статистики, 2016. – 200 с.
5. Програма розвитку туризму та курортів в Одеській області на 2017 – 2020 рр. Додаток до рішення Одеської обласної ради від 23 грудня 2016 р. № 285-VII [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://daiv.odessa.gov.ua/files/ved/text.pdf>.
6. Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року / Одеська обласна державна адміністрація. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://oda.odessa.gov.ua/ru/socialnoekonomchnij-rozvitok/strategya-ekonomchnogo-ta-socialnogo-rozvitku-odeskooblast-do-2020-roku/>
7. Голдратт Е. М. Цель-2. Дело не в везении. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 280с.

ТУРИЗМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

*Галасюк С. С., к. е. н., доцент кафедри туристичного
та готельно-ресторанного бізнесу
Одеський національний економічний університет*

Туризм є однією з небагатьох галузей економіки, спроможних швидше інших відновити обсяги своєї діяльності при створенні сприятливих умов. Розвиток туризму надає можливість багатьом країнам світу отримувати значні кошти до державного бюджету, підвищувати доходи суміжних галузей економіки завдяки мультиплікативному ефекту, покращувати стан інфраструктури туристичних дестинацій [1].

Туризм посідає особливе місце в системі галузей національної економіки. Як вид активного відпочинку він є однією з головних потреб населення та витрат на них. Підприємства, що обслуговують туризм, являють собою цілий сектор економіки, що охоплює як саме індустрію туризму, так і ті галузі господарства, які з нею пов'язані опосередковано. До них належать: транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, нафтопереробка, комунально-побутове обслуговування, харчова, легка, місцева промисловість тощо (близько 60 різних галузей і підгалузей економіки, які надають характерні, супутні та навіть неспецифічні для туристів послуги, якими вони, проте, можуть користуватися) [2].

Сучасний стан розвитку України характеризується кардинальною перебудовою господарського комплексу, основною метою якої є формування ефективної національної економіки та її регіональних сегментів. У контексті побудови соціально-орієнтованої моделі економіки до національних пріоритетів належить розвиток туристичної галузі, оскільки вона характеризується високою прибутковістю, швидкою окупністю інвестицій та виключно соціальною спрямованістю [3].

Потенційні туристичні можливості України безмежні, проте туристична галузь протягом тривалого часу відчуває на собі

вплив таких негативних чинників: відсутність послідовної державної політики у сфері туризму, стратегії та програми розвитку туризму і курортів; багаторазова трансформація центрального органу виконавчої влади у сфері туризму; нехтування міжнародним досвідом розвитку туризму; територіальні втрати та військові дії на території країни; нестабільність в політичному та економічному житті. Усі ці чинники негативно вплинули на потік іноземних туристів до України, який за останні роки зменшився удвічі. Як наслідок, відбулося значне скорочення питомої ваги туризму в структурі внутрішнього валового продукту України, у тому числі доходів від туристичних послуг та послуг готелів, туристичного збору, валютних надходжень, інвестицій у туристичну інфраструктуру, робочих місць [4].

Для динамічного розвитку туризму в Україні та його позитивного впливу на економіку держави нами рекомендовано здійснити низку заходів:

– Створити центральний орган виконавчої влади у вигляді Національної туристичної адміністрації (НТА), прямо підлеглої Кабінету Міністрів України. Саме така структура повинна займатися розробкою та вдосконалюванням нормативно-правової бази для організації туристичної діяльності, координувати взаємовідносини між міністерствами, відомствами й органами регіональної влади з питань розвитку туризму; налагоджувати зв'язки з іншими країнами та міжнародними організаціями щодо розвитку міжнародних туристичних обмінів, займатися просуванням національного туристичного продукту за рубежом, здійснювати інформаційне обслуговування туристичного бізнесу [5]. Характерними особливостями такої НТА в економічно розвинутих країнах є: активний пошук можливостей щодо узгодження інтересів держави та приватного бізнесу, центру та регіонів; отримання відносної самостійності в прийнятті рішень; розподіл на дві структури – «адміністративну» і «маркетингову» з поступовим переходом останньої на змішане фінансування – за рахунок коштів державного бюджету й самоокупності.

– Відновити ліцензування турагентської діяльності або запровадити на законодавчому рівні альтернативний механізм захисту прав споживачів та партнерів по бізнесу (наприклад, шляхом формування державного реєстру суб'єктів туристичної

діяльності для обов'язкового внесення до нього даних про турагентів; створення національного стандарту про вимоги щодо провадження турагентської діяльності).

– Змінити підходи до гарантування туроператорами своєї цивільної відповідальності перед туристами шляхом установа фінансових гарантій, розмір яких повинен залежати не тільки від виду туристичної діяльності, але й від обсягу надаваних туристичних послуг [6].

– Скасувати законодавчу норму щодо виключності туроператорської діяльності, згідно з якою туроператори не мають права надавати послуги з розміщення, харчування, перевезення та інші, що значною мірою впливає на погіршення якості обслуговування туристів та не дозволяє туроператорам отримувати додаткові доходи.

– Стимулювати створення громадських організацій, об'єднуючих туроператорів та турагентів, які спроможні впливати на розвиток туристичного бізнесу.

– Переглянути вимоги до категорій готелів та інших засобів розміщення туристів шляхом прийняття оновлених національних стандартів із готельного бізнесу, а також розробити нові правила провадження процедури категоризації [7].

Таким чином, запропоновані заходи мають сприяти підвищенню рівня ділової активності на ринку туристичних послуг, що призведе до економічного зростання як в цій галузі, так й в країні в цілому.

Література

1. Галасюк С. С. Модели государственного регулирования в сфере туризма / С. С. Галасюк // Научные исследования в сфере туризма: труды Международной туристской Академии. – М. : МТА, 2010. – Вып. 6. – С. 189 – 204.

2. Герасименко В. Г. Организация надання туристичних послуг: навчальний посібник / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк. – Одеса : Атлант, 2014. – 242 с.

3. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / за заг. ред. проф. В. Г. Герасименка. – Одеса : ОНЕУ, 2016. – 262 с.

4. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України»: Постанова Верховної Ради Укра-

їни № 1460-VIII від 13.07.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1460-19>.

5. Галасюк С. С. Необхідність удосконалення державного регулювання сфери туризму України / С. С. Галасюк // Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи: Зб. наук. праць. – К. : Тонар, 2007. – С. 67 – 73.

6. Герасименко В. Г. Ліцензування туристичної діяльності в Україні у контексті міжнародного досвіду / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк // Журнал європейської економіки. – 2011. – Том 10 (№ 4). – С. 402 – 414.

7. Галасюк С. С. Проблеми категоризації мотелів в Україні / С. С. Галасюк // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – Вип. 18. – Ч. 1. – Херсон : Херсонський державний університет, 2016. – С. 88 – 92.

УДК 378.1:379.85

УРБАНІЗОВАНИЙ ТУРИЗМ У ПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНАХ СХОДУ УКРАЇНИ

*Гурова Д. Д., к.г.н., доцент,
доцент кафедри «Міжнародного туризму»
Запорізький національний технічний університет*

Термін урбанізм закладає дві тенденції урбанізованого туризму через наявність двох наукових течій: як міський спосіб життя, явища якого висвітлюються в теоріях відомих урбаністів: екології урбанізму Р. Парка, способу життя Л. Уерта, економічних процесів і політичного процвітання еліти Д. Харвея і М. Кастельса, соціальної справедливості міста Д. Логана і Х. Молоча, генезису міських проблем Г. Генса і К. Фішера, соціопросторової перспективи М. Готдінера; та містобудування яке пов'язано з організацією архітектурного простору через необхідність постійного укрупнення: теорії розташування міст – транспортної зміни К. Кулія, функціональної спеціалізації міста, центрального місця міста, теорія концентричних кіл В. Крісталлера і А. Лема, секторальна теорія: Down-town та Inner-city Х. Хойта, багатоядерна теорія К. Харріса і Е. Ульмана.

Процес урбанізації вплинув і на розвиток туризму, через зміну у системі цінностей їх споживання, що вплинуло на зміну

концептуальних рівнів туризму від традиційних трьох «S» («Sun-Sea-Sand») сонце, море, пісок та популярного рівня трьох «L» («Landscape-Lore-Leisure») – пейзажі, традиції, дозвілля і до сучасної концепції трьох «E» («Extreme, Exotic, Energy») – екстрим, екзотика та енергія, адже туристська мода піднімає на пік популярності подорожі до територій, які ніколи не розцінювались як перспективні у туристському відношенні зокрема антропогенних та промислових ландшафтів [1].

Міжнародні організації вимагають шанобливого ставлення до матеріальних і нематеріальних цінностей спадщини, і до якості життя населення та стратегії втручання в історичні міста і урбанізовані території. Адже, міста як механізми споживання, як артефакт держави з властивим багатством і розкішшю з одного боку і крайньою убогістю – з іншого стали предметом створення туристської продукції ряду країнах Західної Європи.

Туристські фірми стали пропонувати тури по не афішованим місцям міста. А поряд став розвиватися туризм певних субкультур: фланірування, психогеографія, такер-диггерство, рурфінг, паломництво до десакралізованих релігійних об'єктів, пасивний і комерційний індустріальний туризм [2]. Варто зазначити, що такі види урбанізованого туризму небезпечні і навіть ризиковані і як такі, що сформовані певними субкультурами. Їх організація через вміст небезпеки доволі складна, але її відсутність породжує ще більше ризиків. Останнім часом в Україні активізувалися як теоретичні дослідження туристської сфери, так і практичні заходи щодо використання індустріальних ландшафтів, ознайомлення з витворами індустріальної архітектури, відвідування як функціонуючих, так і непрацюючих виробничих підприємств з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових інтересів.

Інновації Сходу України у розвитку урбанізованого туризму – це спроби переходу від промислової до «символічної» економіки, що створило умови для розвитку непромислового і промислового туризму завдяки зміні ставлення до депресивних міст як центрів економічного занепаду через конверсію типових непрацюючих, «законсервованих» підприємств, занедбаних промислових об'єктів та ландшафтів у: середовище соціокультурного розвитку для проведення спортивно-розважальних заходів та через відвідування діючих промислових об'єктів. Проте

такі ініціативи гальмується відсутністю необхідних юридичних процедур, рекламних заходів та зручної транспортної зв'язки, а головне через відсутність зацікавленості у промисловців, громадян та влади [3].

Вирішення проблеми у досвіді світової спільноти щодо залучення членів громади до участі в економічному розвитку території шляхом застосування такої соціальної технології, як соціальна анімація. Соціальна анімація набула популярності серед науковців, але не у практичному застосуванні, зокрема східних регіонів України. Хоча дієвість цієї технології беззаперечна. Так, у січні 2016 року студенти спеціальності «Туризмознавство» Запорізького національного технічного університету здійснили міську акцію «Індустріальний туризм у м. Запоріжжі».

Студентами було розроблено екскурсію. Ініціатива студентів була підтримана органами міської та обласної влади, що посприяло співпраці з КП «Запоріжелектротранс», якими було виділено трамвай і маршрут № 6 (маршрут: Цирк – завод «Кремнійполімер»). Ідея студентів мала на меті донести мешканцям Запоріжжя, які страждають від техногенного навантаження, необхідність знання і гордості за славетну історію міста, в якому вони проживають.

На жаль, більшість громадян міста не бачать перспектив розвитку промислового туризму у місті Запоріжжя. Мінімальний результат – набуття практичного досвіду студентами у створенні туристського продукту у нетрадиційних територіях міста, розширення інформації про промисловий туризм серед населення, залучення населення до пізнання історії місця проживання.

Активізувати громадськість можливо частішим проведенням промоакцій, популяризації промислового туризму у ЗМІ та соціальних мережах, роботі з пересічними громадянами по зміні їх ставлення до міста щоб реконструювати його образ у першу чергу у їх свідомості. Це сприятиме виявленню і формуванню із буденного життя громадян туристських атракцій, що будуть подані як цікаві місця що мають певні привабливі образи. Це дасть можливість містам старопромислових регіонів України, які мають достатню кількість вишів скласти основу провідних лідерів у застосуванні соціальної технології соціальної анімації для зміни ставлення промисловців, можновладців та

мешканців міста від суто промислового до туристського з нетрадиційними атракціями на базі урбанізованих територій та промислових ландшафтів через широке залучення пересічних громадян.

Література

1. Урбанізм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://glossary.ru/cgi-bin/gl_find.cgi?ph=%D3%F0%E1%E0&action=%CF%. – Назва з екрану.
2. Современные молодежные субкультуры [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://molodist.ru/95735.html>. – Назва з екрану.
3. Щодо перспектив розвитку промислового туризму на Сході України. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1561/>. – Назва з екрану.

УДК 338.48:21

РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*Дишко О. Л., к.пед.н, доцент кафедри туризму,
Академія рекреаційних технологій і права*

На сучасному етапі розвитку туристичної галузі Волинської області зростає науковий і практичний інтерес до релігійного туризму. Як відомо, релігійний туризм – це різновид туризму, пов'язаний з наданням послуг і задоволенням потреб туристів, які відвідують святі місця і релігійні центри, що знаходяться за межами звичайного для них середовища [2]. Зауважимо, що таке розташування може бути постійним (наприклад, для культових споруд) або тимчасовим (наприклад, місця проведення релігійних заходів: семінарів, фестивалів тощо).

Так, на території Волинської області знаходиться понад тисячу постійних історико-культурних та релігійно-паломницьких об'єктів (монастирі, церкви, каплиці, старовинні ікони, дзвіниці, цілющі джерела, окремі предмети культу тощо).

Велике значення для релігійного туризму Волинської області мають культові споруди сакрального типу. Передусім, це пам'ятки Луцька, зокрема, кафедральний собор святих апостолів Петра і Павла з монастирем езуїтів та підземеллями, що був збудований 1639 р. і презентує культуру Ренесансу. Нині він є діючим кафедральним собором римо-католицької церкви. Відомою релігійною пам'яткою Луцька є також комплекс монастиря та костелу Святого Хреста бернардинів, який звели у 1752 – 1755 рр. Сьогодні він належить українській православної церкві Київського патріархату (Свято-Троїцький кафедральний собор). Туристичний інтерес представляє монастир домініканців, споруджений 1390 р., сьогодні це духовна семінарія української православної церкви Московського патріархату. Об'єктом релігійного поклоніння є Покровська церква, яку збудували в середині XVII ст., яка зараз слугує кафедральним собором української православної церкви Московського патріархату. Як відомо, окрасою її була ікона Волинської Богоматері (XIII – XIV ст.). До культових споруд сакрального типу належить також монастир шариток XVI ст., де сьогодні розташовані курія Луцької римо-католицької єпархії та резиденція Луцького єпископа. Подібним релігійно-туристичним об'єктом є монастир бригідок (1624 р.), який перетворено на чоловічий монастир української православної церкви Київського патріархату. Однією з найвідоміших релігійних пам'яток, цікавих для туристів, є лютеранська кірха XX ст., що зараз належить християнам-баптистам.

Також на території м. Луцька є три сакральні споруди, які сьогодні не пов'язані з церковно-релігійною діяльністю. Це Вірменська церква (1427 р.), яка сьогодні є житловим будинком (вул. Галшки Гулевичівни, 12), синагога (1626 – 1629 рр.), яка використовується спортивним клубом «Динамо» (вул. Данила Галицького, 12) та монастир тринітаріїв (1729 р.), в якому зараз розташований військовий шпиталь (вул. Сенаторки Левчанівської, 4).

Разом з цим, туристичний інтерес представляють місця знищених сакральних споруд: караїмської кенеси XVIII ст., кафедрального костелу Святої Трійці (1427 р.), церкви Івана Богослова (1175 – 1180 рр.), костелу Святого Якуба (XVI ст.), костелу Марії Магдалини та монастиря боніфратів (XVII ст.).

Багато релігійно-туристичних об'єктів є в інших містах Волинської області. До найвідоміших з них належить Свято-Успенський

собор у м. Володимир-Волинському. У свій час він мав неабияке значення: 1156 р. правнук Володимира Мономаха, Мстислав Ізяславич, котрий був удільним князем у Володимирі, а пізніше великим Київським князем, збудував новий храм на честь Успіння Пресвятої Богородиці. Освячення храму відбулося після його розпису в 1160 р. Під храмом знаходяться 6 великокнязівських гробниць (зокрема князя Мстислава), 2 єпископські і багато гробниць інших знатних осіб. Однією зі святинь храму є древній Хрест-Голгофа XIV ст.

До сакральних споруд Володимир-Волинського також належать Василівський храм (ротонда) XII ст. (за однією з версій, збудований на замовлення князя Мстислава); костюл Святих Йоакима й Анни (1752 р.), збудований на місці дерев'яного храму 1554 р. (сьогодні є римо-католицькою парафіальною церквою); Миколаївська церква, зведена у 1780 р. (сьогодні є православною церквою Московського патріархату); кафедральний собор Різдва Христового (раніше Костел Розіслання Апостолів), зведений у 1770 р. (сьогодні є кафедральним собором української православної церкви Київського патріархату).

Визначною релігійною пам'яткою Волинської області є Зимненський святогірський монастир, який включений до ста найпривабливіших куточків України. Він розташований на території с. Зимне Володимир-Волинського району. Монастир побудований князем Володимиром Великим у 992 – 993 рр. Це найдавніший монастир Волині, його особливість полягає в тому, що він є монастирським комплексом оборонного типу. Туристичними об'єктами в Зимному є також Успенський собор із печерами, оборонні мури з баштами, Троїцька церква, трапезна, надбрамна дзвіниця, Миколаївська церква.

Туристичним об'єктом може бути не сакральна споруда, а предмети релігійного культу: ікони, мощі тощо. Це, зокрема, чудотворна Зимненська ікона Божої Матері, Тростянецька чудотворна ікона Богоматері «Одигітрія» та інші.

Предметом цікавості релігійного туризму можуть бути не тільки сакральні споруди, але й релігійні заходи: церковно-релігійні свята, фестивалі, семінари. Їхня особливість полягає у ситуативному туристичному інтересі і потребує спеціальних туристичних послуг. До таких заходів можна віднести традиційні свята православної і католицької церков у найвідоміших храмах області, які

відвідують віряни з усієї України та з закордону. Подібним заходом є фестиваль крішнаїдів, який відбувся влітку 2016 р. на озері Світазь. Отже, такі події можуть бути періодичними або разовими, і потребують пильної уваги з боку туристичних підприємств.

Таким чином, Волинська область має значний потенціал для розвитку релігійного туризму, який повинен стати одним із ключових у туристичній індустрії краю.

Література

1. Добинда І. П. Характеристика сакральних пам'яток Волинської області та їхнє територіальне поширення [Електронний ресурс] / І. П. Добинда – Режим доступу : <http://geopolitika.crimea.edu/arhiv/2014/tom10-v-2/094dobin.pdf>.

2. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму [Електронний ресурс] / М. П. Кляп. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/1373112043584/turizm/religiyiny_turizm_sakralniy_turizm_palomnitskiy_turizm_ezoterichniy_turizm.

УДК 338.488.2:640.43

ПОЗИТИВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

*Івашина Л. Л., к.т.н. доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет*

В Україні ресторанний бізнес можна вважати досить молодим сегментом на ринку в порівнянні з країнами Європи та Америки, але досить конкурентоспроможним. Раніше ресторани в нашій країні були для вузького кола споживачів, зараз же розвитком конкуренції, цей бізнес привабливим і для інвестицій, різними мережами ресторанів світу. Зараз можливо спостерігати різноманітність ресторанів по всій Україні, з різними кухнями світу, екзотичними, національними та традиційними.

Для споживачів ця тенденція є більш приємною, тому що з розвитком конкуренції, є вибір куди піти і який ресторан обрати,

який зможе запропонувати приємніші ціни, смачнішу кухню, вишуканіший інтер'єр. Для власників цього бізнесу зараз стає дедалі важче вгадати смаки споживачів та запропонувати їм саме те, що вони бажають. Але в загальному вигляді – це є позитивний розвиток такого сегменту бізнесу, як ресторанний бізнес, зараз всі заклади, в Україні розвиваються, тим самим задовольняють більшу категорію споживачів [1].

Воно дає економію суспільної праці завдяки раціональнішому використанню техніки, сировини, матеріалів; надає відвідувачам протягом робочого дня гарячу їжу, що підвищує їх працездатність, зміцнює здоров'я; дає можливість організації збалансованого раціонального харчування в дитячих і навчальних закладах [2].

Ресторанне господарство України одним із перших перейшло на ринкові відносини. Після приватизації підприємств змінилася організаційно-правова основа системи ресторанного господарства, почала діяти велика кількість приватних підприємств.

Заклади ресторанного господарства є переважно комерційними (ресторани, шашличні, вареничні, піцерії, бістро тощо), але водночас розвивається і громадське харчування: їдальні при виробничих підприємствах, вищих і загальноосвітніх навчальних закладах.

Невід'ємною складовою ринкової економіки є – конкуренція. Оскільки у відвідувачів з'являється можливість вибору, основними завданнями кожного підприємства є поліпшення якості продукції і послуг, що надаються. Запорукою успішної діяльності підприємства є якість наданих послуг, які повинні:

- чітко відповідати певним потребам;
- задовольняти вимоги споживача;
- відповідати чинним стандартам і технічним умовам;
- відповідати чинному законодавству та іншим вимогам суспільства;
- надаватися споживачу за конкурентоспроможними цінами;
- забезпечувати отримання прибутку.

Також не можна забувати, про всі норми та стандарти, які мають дотримуватися заклади ресторанного господарства, зараз це є одним з головних критеріїв для споживачів, раніше всі не так прискіпливо відносилися до обслуговування, формам подачі, інтер'єру, зараз же споживач є більш вибагливим, що змушує

підприємців цього бізнесу, більш суворо дотримуватися всіх поставлених стандартів, щоб позитивно вразити споживача.

Також для забезпечення розвитку ресторанного бізнесу потрібні добре підготовлені кадри, які в цьому бізнесі грають дуже важливу роль, так як всі враження про ресторан, наприклад, формується з його порогу, як тебе зустрінуть, як представлять заклад, меню закладу, буде залежати настроїв та враження від нього. Тому тенденція розвитку ресторанного бізнесу в Україні, також позитивно впливає на розвиток кадрів, підготовки спеціалістів у своїй справі, що є гарною тенденцією в наш час [3].

В Україні розвиток ресторанного бізнесу, має досить гарну тенденцію та позитивні перспективи, так як є багато культурних центрів, в яких важливо розвивати національні традиції, показувати культуру регіону навіть у ресторанні, підприємстві гостинності.

Розвиток ресторанного бізнесу, в наш час зачепив всі регіони. У майбутньому ця тенденція продовжуватиметься і всі ці позитивні зміни підуть на користь розвитку ресторанного бізнесу.

Література

1. Моніторинг ресторанного бізнесу // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://knowledge.allbest.ru/marketing>
2. Основи ресторанного сервісу // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://knowledge.allbest.ru/marketing/http://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0a65635b2ac78a4c53a89421206c37_0.html
3. Персонал ресторана // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://edu.dvgups.ru/METDOC/CGU/SOTS_KULT_SERVIS/OSN_INDUST_GOSTEPR/METOD/KON_L/WEBUMK/frame/9.htm

РОЗВИТОК КОНЦЕПТУАЛЬНИХ РЕСТОРАНІВ В УКРАЇНІ

*Малиновська О. Ю., к.г.н., доцент кафедри
країнознавства та туризму,*

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Сучасні туристи вимагають не лише комфорту під час своєї подорожі, а намагаються отримати різноманітний туристичний досвід. Харчування стає частиною такого туристичного досвіду і джерелом не лише фізичного, а й естетичного та інтелектуального задоволення. У зв'язку із посиленням конкуренції на ринку з'явилося поняття концептуального ресторану – закладу, в якому одна спільна ідея пронизує все – від організації і дизайну приміщення до меню, звукового супроводу, зовнішнього вигляду і манери поведінки персоналу, а також форми і методів обслуговування клієнтів. Їжа в такому ресторані не є головним акцентом, оскільки гості відвідують такі ресторани в основному заради спілкування, цікавих зустрічей і розваг, романтичних переживань та ностальгічних спогадів. Саме єдина концепція виділяє такі ресторани серед конкурентів, відображаючи зміст існування закладу, його філософію та впливаючи на формування стратегії позиціонування на ринку.

У світі вже давно діють незвичайні та цікаві ресторани: ресторани у темряві «Dans le Noir» (Франція, Велика Британія), льодові ресторани і бари (ОАЕ, Нідерланди, Канада, США, Польща), мережа закладів «Dick's Last Resort» у США з грубими декораціями та персоналом, ресторан «Обід на небесах» («Dinner In The Sky») у Бельгії, «Дім Хоббітів» («Hobbit House») (Філіппіни), підводний ресторан «Ithaa Undersea restaurant» (Мальдіви) та ін.

Одними з перших на ресторанному ринку України концептуальними ресторанами стали заклади мережі «Локаль» (з не менш відомою назвою «!ФЕСТ»), заснованої у 2007 р. у Львові [6].

Серед ресторанних концепцій, які представлені в Україні, можна виділити такі (деякі заклади можуть поєднувати в собі декілька концепцій):

1) монопродуктові ресторани – в таких закладах практично все меню присвячене стравам, приготованих на основі одного

продукту («Львівська майстерня шоколаду», «SmakoJAnе» – домашнє печиво, «Bobo Bar» – коктейлі на основі чаю, «Основний інстинкт» – бельгійський шоколад ручної роботи);

2) заклади з незвичним місцем розташування – на деревах («Скворечник» у Києві), на теплоході («Rosa Victoria» у Києві), в автобусі («Кофейбус» у Києві, «First Bus» в Одесі) та заклади, де ставка робиться на оригінальний інтер'єр та екстер'єр («Вагон-ресторан», «Соляна печера» у Києві, «Гасова Лямпа» у Львові);

3) антикафе, або не-кафе – заклади, де відвідувачі платять не за їжу та напої, а за час, проведений у закладі («BiblioTech», «5 кімнат» та ін. у Києві);

4) заклади, присвячені літературним та казковим персонажам, героям популярних художніх фільмів або мультфільмів («Друзі», «Мумі-Кафе», «Аліса Music Club», «За двома зайцями» у Києві);

5) заклади для любителів котів («Лапа» і «Toffycatspace» у Києві);

6) заклади, які демонструють сучасний та сміливий погляд на національну українську кухню та ресторанну культуру, ламаючи стереотипи про українську кухню («Шевченко» у Києві);

7) етно-ресторани та етно-кафе – заклади, які пропонують регіональну українську кухню, або кухні народів світу, з автентичних продуктів («Кіфлик» – закарпатська кухня, «El Mate la Boca safe» – ресторан з тематикою аргентинської матеїни у Києві, «Бабель Фіш» в Одесі);

8) арт-ресторани та арт-кафе – заклади, присвячені певному виду мистецтва, інтр'єр може бути оздоблений творами мистецтва; такі заклади є зручними майданчиками для різноманітних виставок і тематичних вечорів («Сто тисяч», «Шляпа», «Guitar Bar», рок-н-рол кафе «Шалена Мама» у Києві, літературний салон-кафе «Майстер і Маргарита» в Одесі);

9) заклади, стилізовані в дусі минулих епох або сучасних подій («Біля станка», «Петрович», в Києві, «Печки да Лавочки» – ресторан-музей контрабандистів в Одесі, «Криївка» у Львові);

10) заклади, де ставка робиться на цікаве обслуговування («Палата № 6», «Жадібний Лось», «Karusel Club» у Києві);

11) заклади з оригінальною сервіровкою та подачею страв (фан-бар «Банка» у Києві);

12) заклади із специфічною ціновою політикою («BeerЖа Bar 52» у Києві – ціни на напої змінюються в реальному часі,

залежно від попиту, «Під Золотою Розою» у Львові – немає цін у меню, відвідувач може торгуватися);

13) заклади для відвідувачів, які ведуть певний спосіб життя («Аюрведа кафе», вегетаріанське кафе «Eco Buffet» у Києві);

14) заклади, де акцент робиться на церемоніях та культурі вживання певних страв («Домик чайного мастера» у Києві) [за 1, 2, 3, 4].

У 1993р. у Франції засновником ресторанної мережі «Chantegrill» та ресторану «Mundaka» Даніелем Мажонші була заснована Премія «Пальмова Гілка» за кращу ресторанну концепцію серед молодих закладів харчування. Її вручає авторитетний міжнародний клуб професіоналів ресторанного бізнесу Leaders Club International. Конкурс був задуманий як змагання між ресторанами для того, щоб поширювати нові цікаві ідеї, які б сприяли розвитку ресторанного ринку [5].

З 1 жовтня 2015 р. цей конкурс проводиться і в Україні. Відбором фіналістів займається Leaders Club Ukraine (LCU) та запрошена експертна рада. Ресторан-переможець представляє Україну на Міжнародній «Пальмовій Гілці» [5]. Переможцями у 2015 р. стали такі заклади харчування України: «Золота Гілка» – ресторан «Любимый Дядя» (Київ), «Срібна Гілка» – «Тратторія Fabbrica» (Івано-Франківськ), «Бронзова Гілка» – ресторан «Хряк» (Чернігів). Завдяки інтерактивному голосуванню нагороду від читачів журналу «Forbes» отримав Театр пива «Правда» (Львів) [7].

Звичайно, не всі ресторани, які позиціонуються на ринку як концептуальні, можна дійсно вважати концептуальними, а наявність індивідуального стилю закладу ще не означає його концептуальність. Ресторанний бізнес дуже сильно залежить від впливу моди, а тому розвиток концептуальних ресторанів є закономірним і логічним. Успіх подібних проектів пояснюється створенням особливого психологічного простору, потрапляючи в який, відвідувач відчуває себе частиною вистави.

Література

1. Информационный портал – Кафе и рестораны Украины // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://derestoran.com/>

2. Информационный портал – Лучшие рестораны Украины // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.restoran.ua/>

3. Информационный портал – Рестораны, кафе, бары Украины // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://all-cafe.com.ua/>

4. Информационный портал – Ресторанчик. Все рестораны Киева // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://restoranchik.com.ua>

5. Кушать подано: кто получил ресторанную премию «Пальмовая ветвь» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/lifestyle/1403217-kushat-podano-kto-poluchil-restorannuyu-premiyu-palmovaya-vetv>

6. Холдинг эмоций «!Fest» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fest.lviv.ua/>

7. Leaders Club Ukraine // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://leadersclub.com.ua/>

УДК 338.482:338.242

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В КРУЇЗНОМУ ТУРИЗМІ

Мельник І. Л., к.е.н., старший викладач кафедри обліку і аудиту, менеджменту та маркетингу Київський університет туризму, економіки і права

Соціальна відповідальність в круїзному туризмі спрямована на збереження туристичних ресурсів природного характеру, задіяних у формуванні круїзного продукту. Флора, фауна, ландшафт річкових та морських акваторії визначають можливості розбудови круїзної інфраструктури географічного району, включаючи портове господарство, транспортну та комунікаційну системи тощо. При цьому, незважаючи на «високі бар'єри» для входу на ринок круїзного туризму, окремі компанії обирають стратегію сегментної спеціалізації, збільшуючи кількість маршрутів та круїзних суден, що працюють в межах одного району.

За даними Міжнародної асоціації круїзних ліній (CLIA) Карибський басейн та Середземне море є районами з найбільшим рекреаційним навантаженням на природні ресурси, загальною місткістю понад 50 % світового туристичного потоку ринку круїзного туризму [1]. Таким чином, сьогодні при диференціації пропозиції круїзного продукту компаніями здійснюють пошук інноваційних рішень щодо підвищення як комфортабельності суден, так і їх екологічної та енергетичної ефективності.

Соціальна відповідальність круїзних компаній розглядається ринком як невід’ємна ознака якості та конкурентоспроможності круїзного продукту. «Зелені технології», які ще десять років тому вважалися досить далекою перспективою, сьогодні стали базовими умовами при проектуванні кожного нового круїзного судна. Положення Міжнародної конвенції по запобіганню забруднення з суден постійно переглядаються для підвищення рівня екобезпеки водних ресурсів. На відповідність круїзного флоту даному міжнародному документу працює Європейська програма по підтримці екологічних проектів, яка впроваджує проект «Сталий круїз» («Sustainable Cruise») [2]. В межах проекту впроваджуються технології по скороченню та переробці відходів, а саме: зменшення використання тари та упаковки в усіх процесах, пов’язаних з організацією круїзних ліній; скорочення твердих побутових відходів та управління біорозкладними (органічні) відходами; переробка паперу, підвищення енергоефективності при організації даних робіт. Крім зазначених технологій круїзні судна обладнують енерго- та водозберігаючими приладами, панелями сонячних батарей, приладами для зменшення шуму, системами кондиціонування повітря, очистки стічних вод та переробки пального, комп’ютерними програмами, здатними проводити оцінку продуктивності роботи судна, покривають корпус нетоксичними фарбами, що зменшують тертя корпусу, проклеюють плівку на вікна для підвищення теплоізоляції внутрішніх приміщень тощо.

Реалізація програми соціальної відповідальності круїзними судноплавними компаніями передбачає не тільки удосконалення операційних процесів при наданні круїзного туристичного продукту. Необхідно визначити такі напрями:

– Планування маршруту круїзу для мінімізації витрат пального – реалізується при оптимізації відрізків часу руху суден та їх стоянок у портах, врахуванні кліматичних особливостей географічних районів, використанні виключно енергосистем міст при стоянці у портах (відключенні внутрішніх джерел живлення під час стоянки).

– Проведення екологічних семінарів та програм для туристів – реалізується у межах круїзної програми, зокрема, ознайомлення з роботою енерго- та водозберігаючих приладів, проведення екскурсії до лабораторій тощо.

– Проведення екологічних тренінгів для персоналу суден – передбачає ознайомлення з роботою всіх систем для інформування туристів про переваги подорожі.

– Застосування екотехнології у кабінах (каютах) суден – реалізується шляхом встановлення інтелектуальної програми на круїзну карту, що здатна підтримувати роботу системи життєзабезпечення кабіни (каюти) у оптимальному режимі.

– Використання екологічних принципів при роботі з партнерами – постачання продуктів харчування великими партіями для мінімізації відходів упаковки тощо.

– Співпраця з міжнародними організаціями та університетами з питань дослідження зміни клімату – реалізується через обладнання суден лабораторіями для моніторингу за природним середовищем, зокрема, для збору даних про якість води.

Для контролю за реалізацією зазначених напрямів на круїзних суднах введено посаду екологічного офіцера.

Отже, ключова мета соціальної відповідальності в круїзному туризмі – ощадливе використання ресурсів екосистем річкових та морських акваторій і сприяння їх відновленню.

Література

1. Cruise Lines International Association [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.cruising.org/

2. Проект Стійкий круїз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sustainablecruise.eu/>

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*Музичка Є. О., к.е.н., старший викладач кафедри
туристичного та готельного бізнесу
Київський національний університет харчових технологій*

В умовах складних кризових явищ, від яких національна економіка значно постраждала. Для підприємств туристичної сфери вкрай необхідно бути конкурентоздатними на світовому ринку. Для цього перед усім необхідно забезпечити максимально ефективну роботу персоналу, що власне й дозволяє зробити продумана політика управління персоналом, яка реалізується за допомогою відповідних програмних рішень. Отже все більшу значимість набувають сучасні технології управління персоналом на туристичних підприємствах.

Тому необхідно впроваджувати автоматизовані інформаційні системи на туристичних підприємствах. Під автоматизованими інформаційними системами розуміють цілеспрямоване і узгоджене використання технічних засобів інформатизації, програмних засобів, баз даних і людської праці в цілях управління підприємством [1, с. 11]. В даний час всі ці системи та технології умовно можна розділити на ERP-системи (управління і планування діяльністю підприємства), CRM-системи (управління взаєминами з клієнтами), фінансово-аналітичні системи, системи захисту інформації, довідкові системи, системи проектування і т.д.

Корпоративна автоматизована інформаційна система – це система автоматизації всіх основних бізнес-процесів організації та всіх видів обліку. У загальному вигляді, можна дати деякі основні ознаки цього поняття:

- відповідність інформаційним і управлінським потребам підприємства, його бізнесу;
- узгодженість з прийнятою системою управління і організаційною культурою підприємства;
- інтегрованість;

– Сформульована об'єктивна необхідність та концептуальні підходи до оцінювання персоналу в сучасній організації відкритість і масштабованість [1, с. 69].

Виділяють такі підходи до оцінки персоналу, як економічний, соціальний, за кінцевими результатами, за продуктивністю праці, за якістю життя, на основі балової оцінки та на основі оцінки трудового внеску. В результаті оцінки відбувається накопичення інформації, яка потрібна для управління людьми. Мотиваційна мета полягає в тому, що оцінка сама по собі є найважливішим засобом мотивації поведінки людей, так як адекватно оцінені витрати праці будуть забезпечувати подальше зростання продуктивності праці працівників.

Цілеспрямована та продумана інформаційна система дозволяє оперативніше виявляти відхилення у сфері управління персоналом, підвищувати ефективність управління мотивацією працівників, знижувати витрати робочого часу на реалізацію адміністративних та управлінських функцій у сфері управління персоналом.

Література

1. Васюхин О. В., Варзунов А. В. Информационный менеджмент: краткий курс. Учебное пособие. – СПб. : СПбГУ ИТМО, 2010. – 119 с.

УДК ([338.488.2:640.43]:793.22) – 021.321

ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ВЕСІЛЬНИХ БАНКЕТІВ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

*Назаренко І. А., к.т.н., доцент,
Заболотня К. А., асистент,
Зайченко Ю. В., студ. гр. ГРС-15
Донецький національний університет економіки
та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*

Однією із найважливіших подій у житті закоханих є весілля. Весілля – це незабутнє свято для подружжя, день коли «народжується» нова родина.

Статистичні дані свідчать, що з року в рік кількість одружень змінювалася, однак загальна тенденція до їх зменшення чітко спостерігається (рис. 1). Найбільша кількість шлюбів зареєстрована у 2011 році, а далі спостерігається тенденція до їх зменшення. Соціологи пов'язують це з економічною та політичною ситуацією в країні, зменшенням кількості населення, а психологи відзначають, що сучасна молодь відноситься до шлюбу не так серйозно, як раніше. Окремо слід відзначити стрімкий спад кількості зареєстрованих шлюбів у 2012 році, що пов'язано з забобонністю молодят, адже 2012 рік був високосний. Вважається, що шлюби укладені у високосний рік будуть невдалими.

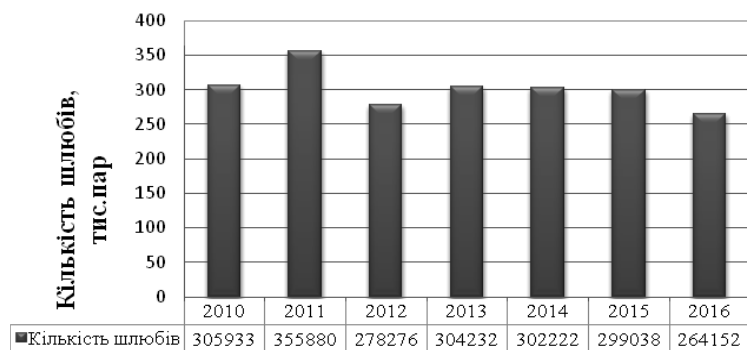


Рис. 1 Кількість шлюбів за 2010 – 2016 роки

Україна відноситься до тих країн, де ставлення до шлюбу та весільного банкету є досить серйозним, тому заздалегідь шиють або купують весільний наряд для молодих, досконало продумують святкове застілля.

На сьогоднішній день велика кількість молодят святкують весілля у закладах ресторанного господарства, адже це їх вивільняє від багатьох турбот, таких як приготування страв, святкове оформлення залу, замовлення столової білизни і т.д. Тому задача закладів ресторанного господарства полягає в організації найвищого рівня обслуговування, задоволення потреб гостей та створення відповідних умов для святкування.

Замовлення на обслуговування свят організують більшість закладів ресторанного господарства. Порядок оформлен-

ня замовлення на весільний банкет такий самий, як і на інші заходи. Із замовником погоджуються дата обслуговування, кількість учасників, місце проведення, оформлення залу, музичний супровід, надання додаткових послуг, меню, початок і закінчення обслуговування, попередня вартість замовлення та порядок розрахунку. Додатково із замовником обговорюють особливості обслуговування з урахуванням національних традицій, організацію місця для подарунків, час подачі гарячих страв і перерв, організацію чайного столу і т.д.

Для організації весільного банкету в закладі ресторанного господарства бажано виділяти два або три приміщення: одне – для зустрічі і збору гостей, а потім і для музичного супроводу свята, друге – для організації обслуговування банкету, третє – для організації чайного столу.

Процес обслуговування відбувається безпосередньо у банкетному залі, який зазвичай передбачають на 25 – 125 місць. У першу чергу розставляють банкетні столи. Загальна довжина столів визначається з розрахунку 60 – 80 см на одного гостя і 1 м – на кожного з молодят. При кількості гостей до 24-х столи ставлять в одну лінію, при більшій кількості – буквами Т, П і Ш. Ширина банкетного столу має бути 1,2 – 1,5 м при двосторонньому розсаджуванні гостей і 0,7 м – при односторонньому. Розміщення столів залежить від площі та форми залу, при цьому меблі розставляють так, щоб залишалися проходи для офіціантів і гостей шириною не менше 1,2 м

Для нареченого та нареченої відводять почесні місця у центрі столу, або окремих стіл, який накривають білою скатертиною і кріплять до неї гірлянди із зелені та квітів. На стіл перед молодими на вишитий рушник кладуть каравай, яким батьки зустрічали молодих.

Місця молодих виділяють також особливим сервіруванням. Зазвичай використовують такий спосіб сервірування: розставляють сервірувальні тарілки, на які ставлять закусокні, ліворуч – пірижкові, потім розкладають прибори, ставлять фужери і келихи для шампанського, кладуть полотняні серветки складені високими способами (нареченому – метрдотель, нареченій – корона, лілія або ін.) в останню чергу на стіл ставлять спеції, квіти. Форми і кольори фужерів, келихів для шампанського

і полотняних серветок молодих повинні відрізнитися від предметів сервіровки інших гостей.

Весільний банкет проводиться як банкет за столом із частковим обслуговуванням офіціантами, тому стіл, який призначений для гостей, сервірують закусочними і пиріжковими тарілками, приборами, серветками, двома видами бокалів (для горілки і вина), фужерами, а якщо шампанське наливають за столом, то й келихами для шампанського.

У меню весільного банкету включають широкий вибір холодних та гарячих закусок, напої, другі страви, фрукти та кондитерські вироби.

У процесі обслуговування, блюда із закусками рекомендується ставити під кутом до осі столу, паралельно одне одному в один або два ряди. Блюда з однією і тією ж закускою повторюють через 4 – 5 місць. По осі столу через рівні проміжки ставлять вази з фруктами. Для збереження якості і зовнішнього вигляду закусок їх ставлять на стіл за 30 – 40 хвилин до початку банкету. Пляшки з напоями ставлять групами по центру стола. Вина відкривають на підсобному столі заздалегідь, а потім ставлять на банкетний стіл, прикривши пробками; пляшки з водою не відкривають. Хліб офіціанти розкладають на пиріжкові тарілки.

Не слід перевантажувати стіл, виставляючи одразу всі закуски і напої, що включені в меню. Краще за погодженням із замовником подавати їх в міру необхідності.

Обслуговування весільного банкету також може бути організоване з подачею всіх закусок і напоїв офіціантами «в обнос». У цьому випадку стіл оформляють тільки предметами сервіровки та квітами.

Першими за весільний стіл сідають молоді. Шампанське можна подати за весільним столом, для цього офіціанти наповнюють келихи, що стоять на столі, або ж можна встановити їх на таці, наповнити шампанським, принести в зал і розставити на столі. При цьому один офіціант несе тацю, а другий бере келихи і розставляє їх перед гостями. Останніми наповнюють келихи нареченого, нареченої та їхніх батьків.

Через 1,5 – 2 години після початку банкету рекомендується зробити перерву на 35 – 40 хвилин. У цей час гості танцюють, а офіціанти підготовляють стіл – забирають використаний по-

суд, пляшки, замінюють тарілки і прибори, додають хліб, тобто готують стіл до подачі других страв. З других страв на весільному банкеті можна подати: свинину, фаршировану грибами, смажену картоплю з грибами, спаржу під вершковим соусом, рибу тушковану з овочами і т.д.

Приблизно через 40 – 50 хвилин робиться друга перерва, протягом якої офіціанти підготовляють столи до десерту. Якщо чайний стіл організовують в окремому залі, то після перерви гостей запрошують до цього залу. Там гостям пропонують гарячі напої (чай, каву), весільний торт та кондитерські вироби.

Після закінчення святкування весілля обов'язково треба розрахуватися за проведений банкет. Розрахунки здійснюються із застосуванням реєстраторів розрахункових операцій.

Підсумовуючи все вище сказане, відзначимо, що найважливіше у святкуванні весілля – це правильно організований весільний банкет. Запорука незабутнього весільного банкету полягає у гарно оформленому банкетному залі, організації найвищого рівня обслуговування, створенні відповідних умов для святкування весілля та задоволенні потреб гостей.

УДК([338.488.2:640]+338.48):005.334(477)

РЕГІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В М. КРИВИЙ РІГ

Назаренко І. А., к.т.н., доцент,

Заболотня К. А., асистент

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг*

Розвиток туристичного та готельного бізнесу в м. Кривий Ріг відіграє важливе соціальне та економічне значення: сприяє збільшенню місцевих доходів, створенню нових робочих місць, розвитку всіх галузей, які пов'язані з виробництвом туристичних послуг, соціальної та виробничої інфраструктури, активізує діяльність народних промислів, сприяє розвитку культури,

забезпечує зростання рівня життя місцевого населення. Але разом з тим, сучасні тенденції управління і жорстка конкуренція на ринку туристичних та готельних послуг міста вимагають широкого застосування стратегічного планування для розвитку даної галузі.

Окреслена проблема є основним практичним завданням Програми розвитку промислового туризму в м. Кривий Ріг на 2016 – 2020 роки. Саме м. Кривий Ріг має великий потенціал для розвитку туристичного та готельного бізнесу через наявність великої кількості промислових об'єктів різних напрямів економіки, найглибших в Європі шахт, найоб'ємніших кар'єрів, найбільших гірничо-збагачувальних заводів, найбільшого в Європі металургійного комбінату ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг». Вік найстаріших промислових об'єктів складає більше 100 років. З метою реалізації даної програми при комунальному підприємстві «Інститут розвитку міста Кривого Рогу» було створено координаційну раду та відділ промислового туризму, до яких увійшли представники міської ради, промислових підприємств, фахівці туристичної сфери, вчені та місцеві краєзнавці.

Аналіз сучасного стану туристичного та готельного бізнесу в м. Кривий Ріг показав, що станом на 01.11.2015 р. в місті налічується понад 74 суб'єкти господарювання, що здійснюють туристичну діяльність. З цього числа лише 4 суб'єкти мають туроператорську ліцензію, 3 з них здійснюють діяльність, пов'язану з бізнес-туризмом. Це – «Кривбастур», «SilkyWay» та «Рів'єра». Для решти суб'єктів туристичної діяльності основним напрямом є виїзний туризм за межі України.

Необхідною умовою розвитку туризму є ефективне функціонування готельної індустрії, що дає близько 60 % усіх доходів від туризму. До послуг туристів міста Кривий Ріг 10 закладів для розміщення: готель «Арена», готель «Reikartz Оптима Делюкс», готель «Вікторія», готель «Саксагань», готель «Центральний», готельний пансіонат «Таїті», готель «Дружба», готельний комплекс «Reikartz Аврора», готель «Reikartz Раціотель». Разом з тим, існуюча кількість цих закладів не може задовольнити потребу зростаючої кількості іноземних та вітчизняних туристів різних соціальних категорій.

У результаті проведеного дослідження було виявлено, що сучасний стан галузі туристичного та готельного бізнесу в м. Кри-

вий Ріг не відповідає його потенційним можливостям. Серед проблем, які має місто в розвитку даної галузі є:

- відсутність туристичних підприємств, що створювали б індустріально-туристичний продукт;
- недостатній рівень сервісу в закладах розміщення, харчування та розваг, невелика різноманітність пропозицій;
- низький рівень обслуговування, зумовлений відсутністю професійних екскурсоводів на індустріально-туристичних маршрутах;
- відсутність маркетингової та рекламної стратегії індустріального туризму на території міста;
- недостатня кількість туристичних операторів, які розробляють і стимулюють розвиток місцевого туристичного продукту; відсутність скоординованої системи дій з просування індустріально-туристичного продукту міста на ринок туристичних послуг України та світу;
- відсутність у більшості працівників існуючих туристичних агентств м. Кривий Ріг відповідної освіти за спеціальністю «Туризм», що особливо негативно впливає на розвиток внутрішнього в'їзного туризму.

Підводячи підсумки слід сказати, що для успішного розвитку туристичного та готельного бізнесу в м. Кривий Ріг необхідна побудова партнерських відносин між державою, навчальними закладами, підприємствами, міжнародними організаціями з метою розробки і реалізації державної політики, ефективної маркетингової стратегії для просування туристичних та готельних послуг, розвитку системи професійної підготовки та перепідготовки кадрів у галузі менеджменту туризму, екскурсознавства, готельного господарства, збільшення кількості туристів, які здійснюють ділові подорожі, підвищення якості послуг, що надаються в закладах проживання, торгівлі, ресторанного господарства та побутового обслуговування, залучення капітальних інвестицій у розвиток туризму. Це дозволить отримати додатковий прибуток, забезпечити робочі місця і дасть збільшення надходжень до бюджету й, відповідно, зростання добробуту та зайнятості населення, створення якісного туристичного продукту і формування конкурентоспроможної на внутрішньому та світовому ринках індустрії туристичних послуг завдяки ефективному використанню туристичного потенціалу міста.

КОНЦЕСІЯ ЯК АКТУАЛЬНА ФОРМА ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СФЕРІ ТУРИЗМУ

Карпенко Ю. В., к. е. н., доцент;

Животенко В. О., к. е. н., доцент

Полтавський університет економіки і торгівлі

Державно-приватне партнерство, як свідчить світовий досвід, є суспільно-необхідним механізмом взаємодії влади і бізнесу, конструктивні результати реалізації якого досягнуті в багатьох регіонах України. Не зважаючи на окремі позитивні приклади співпраці, Україна знаходиться ще на початковому етапі формування таких відносин, їхні моделі ще не набули характерних рис та ознак. Тобто потрібно визначитися, яким чином, через які механізми держава має впливати на процеси, які вона, в силу різних причин, не може контролювати повною мірою, або не може цього робити, але які вона із стратегічних причин мусить контролювати. При цьому важливо, щоб таке втручання призвело до підвищення ефективності використання поки що обмежених ресурсів туристичної галузі та слугувало формою для її подальшого розвитку.

У туристичній сфері одним із таких видів співпраці є розвиток кластерної моделі, що передбачає поєднання державних програм та приватних проектів в одній системній моделі, сприяє підвищенню рівня послуг, що надаються споживачам, залученню громади до вирішення соціальних проблем, ефективності використання коштів у регіонах. Метою таких поєднань є досягнення нового рівня конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг за рахунок скоординованих дій членів кластера.

Кластерний підхід у сфері туризму, який активізує підприємство шляхом концентрації ділової активності, сприятиме створенню робочих місць, доходів, поліпшенню якості туристичних послуг, життя населення на території його запровадження [1].

В Україні найпоширенішою правовою формою співпраці держави та бізнесу є концесія – надання з метою задоволення громадських потреб уповноваженим органом виконавчої влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного

договору на платній та строковій основі суб'єкту підприємницької діяльності права на будівництво та (або) управління (експлуатацію) об'єкта концесії, за умови взяття суб'єктом підприємницької діяльності на себе зобов'язань по будівництву та (або) управлінню (експлуатації) об'єктом концесії, майнової відповідальності та можливого підприємницького ризику [2].

Найпоширенішими типами концесійних угод в сфері туризму у світовій практиці є:

1) BOT (Build – Operate – Transfer): «Будівництво – управління – передача» – концесіонер здійснює будівництво й експлуатацію об'єкту протягом встановленого строку, після чого він передається у власність державі (дороги, тунелі, мости, аеропорти, стадіони та ін.);

2) BTO (Build – Transfer – Operate): «Будівництво – передача – управління» – концесіонер будує об'єкт, який передається державі у власність одразу після завершення будівництва, після чого він передається в експлуатацію йому на визначених умовах;

3) BOOT (Build – Own – Operate – Transfer): «Будівництво – володіння – управління – передача» – концесіонер будує об'єкт, здійснює його експлуатацію, володіє цим об'єктом протягом певного строку, після закінчення якого об'єкт переходить у власність держави;

4) ROT (Rehabilitate – Operate – Transfer): «Реконструкція – управління – передача». Ця правова конструкція аналогічна BOT, тільки замість будівництва нового об'єкта цією угодою передбачається реконструкція існуючого (занедбані пам'ятки архітектури які після реконструкції перетворюються на туристично-відпочинкові центри і т. п.).

5) BBO (Buy – Build – Operate) «Купівля – будівництво – управління» – форма продажу, яка включає відновлення або розширення об'єкту. Держава продає об'єкт концесіонеру, який його вдосконалює з метою ефективного управління (збиткові комунальні підприємства готельно-ресторанного бізнесу і т. п.).

Для того, щоб застосування даної правової форми співпраці було ефективним в сфері туризму, необхідно при формуванні даного типу угод, окрім наявності ефективної адміністративної структури, розвиненого приватного сектору, достатнього інвестиційного потенціалу.

По-перше, привести у відповідність до сучасних релій нормативно-правову, зокрема із Ст. 3. Закону України «Про державно-приватне партнерство» [3] – використання об'єктів соціально-культурного призначення вилучити обмеження щодо об'єктів, які можуть надаватися у концесію, а саме «за винятком тих, що розташовані у рекреаційних зонах». Мова іде не тільки про морське узбережжя, національні парки та заповідники, але і міські і замських парки. Як приклад, позитивний досвід співпраці в межах проекту державно-приватного партнерства Central Park Conservancy і Муніципального управління парків і зон відпочинку м. Нью-Йорк, щодо розвитку Центрального парку м. Нью-Йорк. Оскільки, дані відносини в Україні чітко регулюються, у відповідних законодавчо-нормативних документах про охорону довкілля та ресурсокористування, а наявність даного обмеження лише створює корупційну складову і стримує залучення концесіонерів в туристично-рекреаційний комплекс і будівництво об'єктів інфраструктури.

По-друге, з метою забезпечення дотримання прав, обов'язків держави і концесіонерів доцільно пільги на оренду певних рекреаційних ресурсів на термін дії концесії пов'язувати безпосередньо з об'єктом і умовами угоди; чітко зазначити в умові угоди вільного доступу до об'єктів рекреаційних зон умови користування, догляду та джерела, за рахунок яких інвестори можуть окупити вкладені кошти. Окрім, того питання щодо укладання подібного типу угод виносити на обговорення місцевих громад. Щоб уникнути випадків, наприклад, який відбувся з пам'яткою архітектури XVI – XVII ст. – Старосільський замок (с. Старе Село, Пустомитівський р-н, Львівська обл.), коли у 2010 р. його передали в концесію на 49 років. Концесіонер зобов'язався до 2012 р. вивести пам'ятку з аварійного стану, до 2013 р. – відновити одну з веж, до кінця 2015 р. – ввести об'єкт в експлуатацію, щоб об'єкт функціонував як туристично-відпочинковий центр. Але станом на кінець 2016 р. роботи так і не почалися і громада села вимагає скасувати концесію. Як свідчить, печальний досвід такі «горе» орендарі чекають на руйнацію пам'ятки або взагалі її знищують, для того щоб збудувати нову подібну історичного об'єкту, оскільки реконструкція завжди дорожче ніж будівництво.

По-третє, з метою сталого розвитку сфери туризму, не тільки надавати в концесію існуючу інфраструктуру, але і стимулювати будівництво інфраструктури – доріг, мостів, системи водопостачання та каналізації, електрифікації та газифікації, сучасних телекомунікаційних систем і т. п.

Таким чином, розвиток у сфері туризму України державно-приватного партнерства потребує свідомого використання європейського досвіду партнерства у різноманітних його формах. Для того щоб не тільки зберегти позитивні тенденції з розвитку туризму, але й поступально розвиватися надалі, необхідно об'єднати партнерські зусилля різних галузей національної економіки з метою пошуку найбільш оптимальних структур управління.

Література

1. Скляр Г. П. Державно-приватне партнерство в сфері гастрономічного туризму як інструмент модернізаційного розвитку економіки регіонів / Г. П. Скляр, Ю. В. Карпенко // Економічний вісник Донбасу. – 2015. – № 1 (39). – С. 98 – 104.
2. Про концесії: Закон України від 08.07.2011 р. № 3687-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/997-14>. – Назва з екрану.
3. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01.07.2010 р. № 2404-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>. – Назва з екрану.

ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ОБ'ЄКТІВ СФЕРИ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ЯК ПРОБЛЕМА УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЯМИ

*Рассадникова С. І., к.е.н., с.н.с., доцент,
старший науковий співробітник
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних
досліджень НАНУ, м. Одеса*

Основою розвитку туристично-рекреаційної діяльності є природно-ресурсний потенціал, різноманіття природних туристично-рекреаційних ресурсів, якість та унікальність довкілля, естетичність, комфортність та привабливість природних та природно-антропогенних ландшафтів. В сучасних умовах в Україні погіршується стан навколишнього природного середовища, підвищуються ресурсно-екологічні ризики для розвитку туристично-рекреаційної діяльності та збалансованого природокористування.

Глобальний характер та гострота ресурсно-екологічно проблеми відносять її к числу пріоритетних напрямів досягнення сталого розвитку в Україні, від рішення якої залежить якість життя населення та перехід на траєкторію економічного зростання країни. У зв'язку з сформованою ситуацією виникає потреба у поглибленому теоретико-методологічному аналізі та обґрунтуванню удосконалення системи управління інвестиціями в сфері туристично-рекреаційного природокористування.

Важливим напрямом формування ефективної системи управління є визначення та оцінка інвестиційної привабливості об'єктів в туристично-рекреаційному природокористуванні. Економічною теорією і світовою практикою як джерело рішення невідкладних екологічних питань важлива роль приділяється інвестиційному забезпеченню сфери рекреаційно-туристичного природокористування залученню вітчизняних і іноземних інвестицій, їхньому ефективному використанню. Для здійснення обґрунтованого вибору потенційним інвестором найбільш

перспективного напрямку вкладення інвестицій і формування ефективної стратегії інвестиційної діяльності, доцільним є в сучасних умовах визначення інвестиційної привабливості об'єктів в сфері природокористування.

Концептуальні основи формування інвестиційної привабливості у сфері природокористування як засіб ефективного використання та створення підґрунтя для досягнення сталого розвитку розроблені у цілому ряді наукових праць автора даного дослідження [1, 2, 3, 4]. Методологічні основи представлених наукових досліджень використовуються для вибору теоретичних підходів до розробки оцінки інвестиційної привабливості об'єктів в сфері туристично-рекреаційного природокористування.

Системний підхід до визначення інвестиційної привабливості природокористування дозволяє виділити і розробити алгоритм визначення інвестиційної привабливості об'єктів в сфері туристично-рекреаційного природокористування. Цій підхід достатньо дозволяє відобразити уявлення про процес формування інвестиційної привабливості в даній сфері.

Алгоритм визначення інвестиційної привабливості об'єктів в сфері туристично-рекреаційного природокористування передбачає послідовне та поетапне проведення оцінки, який включає наступні етапи оцінки:

1 етап. Розробка методологічної і методичної основи визначення інвестиційної привабливості природокористування.

2 етап. Формування системи впливових факторів і системи показників.

3 етап. Створення інформаційно-аналітичної бази даних для розрахунку інтегрального показника інвестиційної привабливості природокористування.

4 етап. Визначення коефіцієнта пріоритетності (вагомості) і -го показника в j -ій групі показників (факторів) для кожного із факторів впливу та окремого об'єкту сфери природокористування.

5 етап. Розрахунок інтегрального показника об'єктів інвестиційної привабливості природокористування.

Процедура оцінювання здійснюється наступним чином. Для оцінки інвестиційної привабливості природокористування вибрано N об'єктів. Оцінка того чи іншого об'єкту по I показникам коливається у діапазоні:

$$1 < A_{ij} < N, i = 1, \dots, I$$

Більш високий рейтинг A_{ij} об'єкту по показнику I , тим ближче значення A_{ij} до N . Кожний I показник характеризує той чи інший аспект одного із факторів об'єкту інвестиційної привабливості природокористування, володіє більш або меншою значущістю у процесі оцінки фактора. Необхідно здійснювати оцінку значущістю (рейтингу), пріоритетності і –го показника у загальної системи показників, які характеризують фактор. Така оцінка проводиться експертним методом.

Методичний апарат розрахунку інтегральної оцінки інвестиційної привабливості об'єктів для інвестицій у загальному вигляді може бути представлений:

$$R = \sum A_{ijn} \cdot \Phi_{ij} \cdot K_j \cdot L_j, (1)$$

де: A_{ijn} – рейтинг об'єкту природокористування по i –му показнику в m –ій групі показників (факторів);

Φ_{ij} – коефіцієнт пріоритетності (вагомості) i –го показника (факторів) в m –ій групі показників (факторів);

K_j – коефіцієнт пріоритетності m –ої групи показників (факторів) в загальній оцінці інвестиційної привабливості об'єкту;

L_j – коефіцієнт відповідності кількості показників в m –ій групі.

Запропоновані методичні підходи до оцінки дозволяють отримати комплексне уявлення про інвестиційну привабливість об'єктів туристично-рекреаційного природокористування. Додаткові критеріями виділення пріоритетних напрямів вкладення інвестицій в туристично-рекреаційне природокористування можуть стати показники:

– по-перше, технічний стан природоохоронних об'єктів, споруд (природоохоронних фондів), екологічної інфраструктури, природо зберігаючої техніки і технологій, обладнання для використання природних ресурсів та інше;

– по-друге, ефективності використання природних ресурсів, екологічної інфраструктури, природоохоронних об'єктів;

– по-третє, екологічного стану територій, природно-ресурсного потенціалу, рівня екологічного безпеки.

На основі представлених наукових підходів можливо отримати інформацію для потенційних інвесторів про потенційні результати інвестиційної діяльності, перспективні об'єкти для вкладення інвестицій в даній сфері природокористування з ура-

хування повернення вкладених ресурсів, для рішення питань диверсифікації інвестиційної діяльності.

Література

1. Рассадникова С. І. Концептуальні засади формування інвестиційної привабливості у сфері природокористування / С. І. Рассадникова // Економіка і управління. Науково-практичний журнал. Видання Національна Академія природоохоронного і курортного будівництва. – 2011. – № 6. – С. 79 – 89.

2. Рассадникова С. І. Базові принципи формування інвестиційної привабливості природокористування / С. І. Рассадникова // Економічні інновації. Випуск 40: Новаторські ідеї та сучасний досвід трансформаційних зрушень в економіці. Збірник наукових праць. – Одеса : Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2010. – С. 308 – 315.

3. Рассадникова С. И. Условия и факторы формирования инвестиционной привлекательности природопользования / С. И. Рассадникова // Економічні інновації. Випуск 37: Організаційно-управлінські інновації у природокористуванні та ресурсозбереження. Збірник наукових праць. – Одеса : Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2009. – С. 226 – 233.

4. Рассадникова С. И. Институциональные условия и перспективные направления формирования инвестиционной привлекательности в сфере природопользования / С. И. Рассадникова // Сборник научных статей «Institutionelle Grundlagen für die Funktionierung der Ökonomik unter den Bedingungen der Transformatio: Sammelwerk der wissenschaftlichen Artikel. Vol.1 – Verlag SWG imex GmbH, Nurnberg, Deutschland, 2014. – С. 73 – 76.

АКТУАЛЬНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Сидоренко І. О., PhD, доцент кафедри економіки підприємства та менеджменту Академія праці, соціальних відносин і туризму, м. Київ

В сучасних складних умовах виробничих і управлінських процесів, підвищеної нестабільності зовнішнього середовища, глобалізації та міждержавної інтеграції, особливого значення набуває формування на всіх рівнях (макро-, мезо-, мікро-) ефективною системи стратегічного управління тобто, передбачення майбутнього країни, регіону, галузі, підприємства. Це означає формування обґрунтованої довгострокової стратегії розвитку на основі глибокого осмислення визначальних економічних, технологічних, соціальних та інших перетворень у внутрішній та зовнішній діяльності країни, регіону, галузі, підприємства. Питання формування досконалого механізму стратегічного управління на основі стратегічних альтернатив розвитку, що відрізняються як засобами реалізації так і результатами в нестабільному середовищі є актуальним для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Сьогодні понад 85% будівель підприємств готельного господарства потребують реконструкції. Матеріально-технічна база більшості готелів України є неконкурентоспроможною, що не відповідає новим вітчизняним та міжнародним стандартам. Збільшення кількості побудованих підприємств готельного господарства на території України впродовж останніх років, не вирішить проблеми якості та конкурентоспроможності послуг. Підвищення рівня конкурентоспроможності, ефективності та стабільності діяльності підприємств сфери туризму, значною мірою залежить від формулювання ясних, науково-аргументованих і досяжних цілей, які реалізуються за допомогою системи техніко-економічних, кількісних та якісних показників. Сутність системи стратегічного управління як раз і полягає в розробці комплексної системи заходів їхнього досягнення, що інтерпретується як «стратегічний набір, потенціал».

В умовах ринку, нестабільність цілей підприємств туристичної сфери обумовлена: мінливістю попиту та пропозиції, купівельною спроможністю споживачів, спеціалізацією діяльності, місцем розташування, рівнем обслуговування, цінами на послуги тощо. Ці критерії є основою для визначення конкурентних переваг підприємства, іміджу та популярності у населення країни та зарубіжних гостей.

Сьогодні, однією з пріоритетних задач керівництва в системі стратегічного управління розвитком підприємств сфери туризму, стає формування й оцінка поточних і перспективних можливостей діяльності, тобто потенціалу. Це викликано, насамперед, необхідністю забезпечення ефективності функціонування і зміцнення конкурентоспроможності підприємства на ринку (див. табл. 1 та рис. 1).

Таблиця 1
Бальна оцінка позицій основних конкурентів ринку готельних послуг у центрі м. Києва

Критерії оцінки	Готель «Інтерконтиненталь» 5*	Готель «Хаятт Рідженсі Київ» 5*	Готель «Україна» 4*	Готель «Козацький» 2*	Готель «Хрещатик» 4*	Готель «Дніпро» 4*	Готель «Прем'єр палац» 5*
Спеціалізація	Готельні послуги, ранні послуги, дозвілля, бізнес-центр, SPA	Готельні послуги, ранні послуги, дозвілля, бізнес-центр, SPA	Готельні послуги, ранні послуги, дозвілля, бізнес-центр, SPA	Готельні послуги, ранні послуги, бізнес-центр	Готельні послуги, ранні послуги, дозвілля, бізнес-центр	Готельні послуги, ранні послуги, дозвілля, SPA	Готельні послуги, ранні послуги, дозвілля, спорт, бізнес-центр, SPA
Місце розташування	3	5	5	4	4	5	4
Номерний фонд	4	5	3	3	4	4	5

Послуги	5	5	4	3	4	4	5
Рівень обслуговування	4	5	3	2	4	4	5
Популярність серед населення	4	5	4	2	4	4	3
Сума балів	20	25	19	14	20	21	22
Частка ринку, %	8	15	23	5	18	18	13

В сучасних вітчизняних наукових публікаціях і виданнях питання сутності потенціалу, його структуризації, механізму формування та оцінки залишаються недостатньо висвітленими. Відносно розкриття змісту дефініції «стратегічний потенціал» серед науковців на даний час, не сформувалася єдина думка [1]. Дослідження автора свідчать, що потенціал підприємства розглядається з одного боку як абстрактна економічна категорія, яка є наслідком взаємодії всіх елементів економічних відносин не лише явних, а й прихованих, а з іншого – це економічна основа, реальна сила розвитку підприємства.

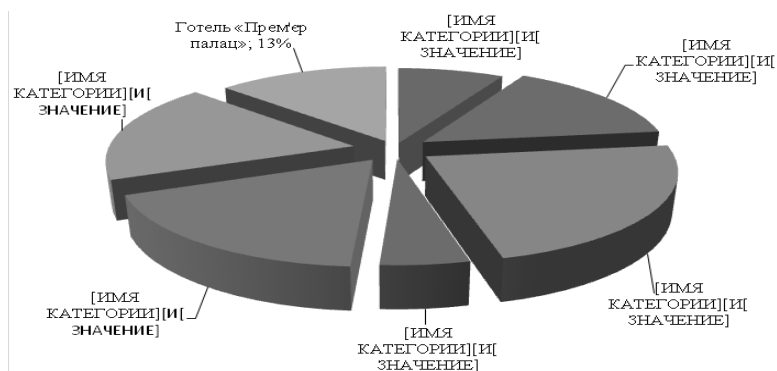


Рис. 1 Частка ринку послуг готельних підприємств, що знаходяться у центрі м. Київ, за 2015 р.

У широкому розумінні цей термін у вітчизняній економічній літературі трактують як можливості, наявні сили, запаси, засоби, що можуть бути використані, або як рівень потужності у будь-якому відношенні, сукупність засобів, необхідних для чого-небудь. Практично всі визначення тією чи іншою мірою стосуються комплексу ресурсів підприємства, з одного боку, та досягнення за їх допомогою поставлених цілей, з іншого.

Базовим питанням формування системи стратегічного управління розвитком підприємств сфери туризму є завоювання та утримання значних конкурентних переваг. Стратегічні конкурентні переваги забезпечують створення максимальної вартості капіталу суб'єкта господарювання. На перше місце виходять підприємства, які вміють вірно ідентифікувати власний «стратегічний набір, потенціал» та мобілізувати всі існуючі ресурси для досягнення поставлених стратегічних цілей. Найбільш важливими системо-утворюючими елементами процесу стратегічного управління є: товарна (виробнича, операційна) стратегія; стратегія взаємодії з ринками факторів виробництва; стратегія зниження трансакційних витрат; стратегія інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства; стратегія запобігання неспроможності (банкрутства) підприємства.

Крім того, керівникам підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу необхідно розширяти спектр досліджень. А саме, під час формування корпоративної стратегії розвитку і вибору бізнес та функціональних стратегій, слід ретельніше досліджувати фактори внутрішнього середовища, аби виявити та реально оцінити стратегічний потенціал. Особливу увагу з боку спеціалістів слід звернути на більш продуктивні стратегії, що переважно містять наступальні, аніж оборонні дії. На етапі реалізації портфелю бізнес-стратегій, керівникам доцільно затверджувати графік періодичних нарад із питань перспективного розвитку, які допоможуть донести до персоналу суть необхідних змін. На завершальному етапі оцінки, контролю та корегування, менеджерам підприємств слід звернути увагу на комплексні системи оцінювання ефективності обраних стратегій, які включають у себе як кількісні так і якісні показники. Такі системи оцінювання є доцільними, оскільки господарсько-фінансові показники не завжди здатні

у повній мірі описати усі ефекти від запроваджених стратегічних рішень і змін.

І наприкінці слід зазначити. Для відновлення рівня завантаження, готельним комплексам України необхідно переорієнтувати продажі зі східного ринку (країни колишнього СРСР) на західний ринок (країни Європи та Америки). Споживачі із західних країн, які звикли до якості послуг мережових готелів, більш вибагливі до рівня сервісу та якості продукції, але готові платити вищу ціну за послуги розміщення. Крім того, аби досягти успіхів у сьогоdnішніх умовах господарювання, керівники підприємств сфери туризму повинні формувати та запроваджувати у практичну діяльність, комплексну систему стратегічного управління потенціалом розвитку.

Література

1. Швець Є. В. Системний підхід щодо формування структури стратегічного потенціалу підприємства / Є. В. Швець // Вісник Нац. тех. ун-ту «Харківський політехнічний інститут». – 2007. – № 16. – С. 170 – 176.

2. Стратегическое управление и планирование: Информационный сайт: <http://www.stplan.ru>.

УДК 338.48 (1-22) : 316.42.2.

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ

*Табенська О. І., к.е.н., доцент
Вінницький національний аграрний університет*

Зарубіжний досвід свідчить, що сільський зелений туризм – популярний відпочинок у країнах Європи. Для забезпечення комфортності та якості послуг відбувається постійний моніторинг діяльності агроосель. В Україні існують певні проблеми у розвитку туристичного бізнесу в сільській місцевості, а саме: недосконалість законодавчої бази; недостатня підтримка з боку держави; слабка інформаційна та ринкова інфраструктури; якість професійної освіти; відсутність пільгового кредитування

та субсидій; психологічний бар'єр у спілкуванні; слабкість професійних громадських об'єднань.

Світовий досвід розвитку конкурентоспроможності держави, регіонів і підприємств довів ефективність використання кластерних технологій. Кластеризація набуває широкого визнання у світі як основний шлях розвитку конкурентоспроможності, стимулювання інновацій, залучення інвестицій, створення нових технологій.

Іноваційний кластер розвивається при постійному створенні й впровадженні новацій та високій інновативній здібності учасників кластера. Такі умови в інноваційному кластері забезпечуються наявністю в його структурі розвиненої дослідницької сфери, яка може бути представлена університетами і науково-дослідними установами, які мають бути включені до кластерноутворювального ядра [1, с. 63 – 67].

Вагомим аргументом, що сприятиме створенню туристичного кластера, може стати ідея співпраці на місцевому рівні, щоб конкурувати на глобальному ринку. Туристичні фірми є операторами ринку, реалізуючи власний продукт, вони використовують послуги інших видів бізнесу, що функціонують в індустрії туризму: готельного та ресторанного, перевезень, торгівлі, розважального та інших. Вони повинні між собою спілкуватись, не тільки укладаючи комерційні угоди, але й під час конференцій, семінарів, нарад, через створення професійних асоціацій, клубів. Адже представники всіх зазначених видів бізнесу і утворюють кластер туризму [2, с. 67 – 71].

Позитивним є досвід «Інформаційного семінару з актуальних питань організації та ведення бізнесу в сфері зеленого туризму», який започаткували Громадська організація «Вінницький бізнес клуб» та Департамент міжнародного співробітництва та регіонального розвитку Вінницької облдержадміністрації у місті Вінниці у грудні 2016 року.

На форумі були розглянуті актуальні питання розвитку галузі туризму: загальні тенденції розвитку зеленого туризму у Вінницькій області; особливості створення і ведення бізнесу у сфері зеленого туризму; технології популяризації зеленого туризму як альтернативного виду відпочинку; особливості оподаткування зеленого туризму; умови та механізми створення туристичного кластера. Проектна модель туристичного кластера «Вінниччина» відображена на (рис. 1.).



Рис. 1 Проектна модель туристичного кластера «Вінниччина»
Джерело: сформовано автором

Слід відмітити, що ефект кластера створюється завдяки синергетичному ефекту. Синергізм означає перевищення сукупним результатом суми факторів, що його складають. Синергетичний ефект надає можливість вирішити проблеми взаємозв'язку між різними видами діяльності одного чи декількох суб'єктів господарювання, щоб досягти більш високих результатів, ніж в разі автономних дій за певним видом діяльності окремого підприємства, яке функціонує у визначеній групі підприємств [3, с. 336 – 341].

За умови вірного розуміння синергія – це найвища форма діяльності в усіх сферах життя, істинна перевірка і маніфестація всіх звичок разом узятих. Ми створюємо нові альтернативи – те, чого раніше в нас не було.

Синергія – це цікаво. Творчість – це цікаво. Відкритість і спілкування здатні піднести нас до феноменальних висот. Можливості по-справжньому суттєвих здобутків, великого вдосконалення такі реальні, що вони варті того ризику, який таїть в собі справжня відкритість. Щойно люди зазнають справжньої синергії, це змінює їх назавжди [4, с. 288 – 289].

У статті досліджено переваги використання інноваційної моделі підприємницької діяльності, необхідність створення туристично-рекреаційних кластерів, синергетичний ефект зростання конкурентоспроможності кластера на туристичному ринку.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на вивчення законодавчої бази для сільського зеленого туризму; удосконалення професійної освіти господарів агроосель та персоналу; пільгове кредитування та надання субсидій, а також удосконалення діяльності професійних громадських об'єднань.

Література

1. Мазнев Г. Є. Інноваційні технологічні кластери: особливості та застереження / Г. Є. Мазнев // Економіка АПК. – 2013. – № 8. – С. 63 – 67. (Серія: Інноваційна діяльність та інтелектуальний капітал).
2. Ковальчук І. С. Проблеми та перспективи кластеризації туристичної галузі Закарпаття / І. С. Ковальчук // Науковий вісник Мукачев. держ. ун-ту. – 2014. – № 1 (4). – С. 49 – 58. (Серія 1: Економіка та управління).
3. Ніколаєв Ю. О. Туристичні кластери в Україні / Ю. О. Ніколаєв // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – № 4 (47). – С. 336 – 341.

4. Кові С. Р. 7 звичок надзвичайно ефективних людей / Стівен Р. Кові; пер. з англ. О. Любенко. – 2-ге вид., стер. – Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля, 2014. – 384 с.

УДК 640.45:338.48

ОРГАНІЗАЦІЯ ПОСЛУГ ХАРЧУВАННЯ НА ОСНОВІ ТРАДИЦІЙ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ

*Теодорович Л. В., к.г.н., доцент кафедри туризму
НУ «Львівська політехніка»*

Бізнес, пов'язаний з організацією харчування, є важливою частиною індустрії гостинності. Організація послуг харчування одна з найважливіших складових туристичних послуг. Правильно і цікаво організоване харчування – запорука успішної реалізації програми туру, а часто й основна мотивація туристичної подорожі мандрівника. Зберігаючи кращі традиції національної кухні, заклади ресторанного господарства є візитною карткою гостинності кожного міста й усієї країни, популярною формою проведення дозвілля та спілкування, ознакою престижу і добробуту. Безумовно, відвідування ресторанного закладу формує загальне враження про подорож, підвищує атрактивність туристичної дестинації, впливаючи таким чином на популярність та чисельність гостей.

На сьогоднішній день, в умовах глобалізації світового простору відбувається взаємне проникнення культур, традицій, а також кухонь різних народів. Практично в кожній країні знають італійські піцу та пасту, французькі соуси, японські суші тощо. Інтенсивно розвиваються нові напрямки приготування їжі та обслуговування. Динамічний розвиток цієї галузі зумовлює появу закладів ресторанного господарства різних типів та цінкових категорій, що дає можливість споживачам обирати підприємство ресторанної сфери, яке для них найбільше підходить за всіма критеріями.

Сучасна індустрія ресторанного бізнесу постійно поширюється та видозмінюється під впливом різних факторів внутрішнього

та зовнішнього середовища. Ресторанний бізнес, з одного боку, є одним із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого – середовищем з високим ступенем конкуренції. У всьому цивілізованому світі це один із найпоширеніших видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку; пошук нових та утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг. Одним з напрямків розвитку ресторанного господарства є поширення мережевих ресторанів – як вітчизняних так і зарубіжних операторів. Крім цього наш вітчизняний ринок широко представлений закладами «fast-food» та формату «Quick&Casual», основними характеристиками яких є стандартизація процесу виробництва і реалізації продукції, завдяки спільному меню та встановленню однотипного обладнання, висока технологічність виробництва, помірно ціни, швидкість та якість обслуговування відвідувача.

Складається враження, що нагодувати пересічного туриста з будь-якої країни світу зовсім нескладно. Але успіх ресторанної справи визначається здатністю задовольняти і передбачати потреби і очікування гостей. Завдання організації послуг харчування набагато складніше і містить в собі забезпечення цілого ряду вимог: безпеки та комфорту відвідувачів, санітарної, гігієнічної та екологічної безпеки, дотримання правил зберігання продуктів та технологій приготування страв та напоїв, високий рівень обслуговування тощо.

Приймаючи іноземних гостей, працівники підприємства громадського харчування все ж таки зобов'язані приділити максимальну увагу, врахувавши національні традиції, особливості і режим харчування, а також кулінарні інтереси. У кожній країні, у людей різних національностей є властиві їм смаки у виборі продуктів харчування, приготуванні страв, які характеризуються застосуванням різноманітних способів теплової обробки продуктів, технологічних прийомів, використанням спецій і приправ. Багато смаків, традицій та особливостей харчування визначаються віросповіданням народу. При цьому з раціону харчування можуть повністю або частково виключатися продукти тваринного походження, а прийоми їжі проводяться у визначений час. В процесі історичного розвитку країн, розширення економічних, торгівельних і культурних зв'язків, традиції харчування можуть

частково змінюватись, але основні їх особливості, які є характерними для даного народу, залишаються постійними. Саме тому, організовуючи харчування туристів різних країн, необхідно брати до уваги традиційні смаки кожного народу.

Українська кухня цікава та багатогранна. Вона перейняла деякі технологічні прийоми з кухонь сусідів, зокрема, обсмажування продуктів в олії, що властиво татарській і турецькій кухні. З німецької було запозичене мелене м'ясо («січеники»), а з угорської – використання паприки. Отже, серед різноманітних страв української кухні можна знайти страви, які задовольняють найвибагливіші смаки різних туристів. Крім цього, варто звернутись до давніх рецептів автентичної української кухні. Частувати гостей можна не тільки славнозвісними борщем, салом та варениками. Стародавні страви цікаві та корисні. Вони відрізняються екологічністю продуктів, простими рецептами та нескладними технологічними процесами. Цілий ряд українських страв можна приготувати в печі. Беручи до уваги той факт, що українці – народ релігійний, традиції дотримання християнського посту призвели до створення великої кількості різноманітних вегетаріанських страв. Тому цікавим напрямком розвитку ресторанного бізнесу може стати вегетаріанське та веганське харчування на основі традицій української кухні. Незважаючи на те, що на вітчизняному ринку чимало ресторанних закладів, які спеціалізуються на традиційній українській кухні, тільки деякі в меню включають страви з сочевиці, редьки, ріпи, гарбуза, пастернаку, різні каші, тобто ті продукти, які в минулому були звичними в раціоні наших пращурів.

Цікавою є ідея поєднання нових сучасних напрямків обслуговування на основі меню з українськими стравами, наприклад ресторану, що поєднує в собі технології «fast-food» і якість національної (або змішаної) кухні. Можна застосовувати ідею «free flow» («вільний рух»). Ознакою таких підприємств є приготування страв у присутності гостей, відсутність офіціантів, відкрита кухня. При цьому можна організувати майстер-класи з приготування страв, що сподобались відвідувачам.

Безумовно, сам процес харчування повинен супроводжуватись певним антуражем: відповідним інтер'єром, музичним супроводом, зовнішнім виглядом персоналу, витриманих в одному

стилі. Успіх залежить від багатьох складових, зокрема: основної концепції, меню, кухні, інтер'єру, додаткових служб, професіоналізму персоналу залу, рівня культури ресторанного сервісу загалом.

Незаперечним є той факт, що перспективи ресторанного бізнесу залежать перш за все від економічної ситуації в країні, але розвиток туризму, рекреації, а також професійної освіти в галузі туризму та ресторанної справи, постійне запровадження інновацій та креативних ідей підвищить глобальну та регіональну конкурентоздатність закладів ресторанного господарства України.

УДК 338.242.2

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ХОЛДІНГ ЕМОЦІЙ «FEST» У ЛЬВОВІ

Холявка В. З., к.е.н., доцент,

Філь М. І., к.т.н., доцент,

Коропецька Т. О., к.е.н. доцент,

Львівський державний університет фізичної культури

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

FEST – це мережа креативних ресторанів та проектів з оригінальними концепціями, заснована 2007 року у Львові. Сміливі проекти та їх професійна реалізація робить Компанію унікальною. Вже перший проект – ресторан «Криївка», приніс великий успіх по всій Україні та за її межами, за перший місяць роботи його відвідало більше 50 тисяч осіб.

На початку весни, 2007 року, десь на площі ринок у Львові, троє молодих підприємців, а в душі повстанців, були у стані непереборного бажання створити власну компанію, яка, перш за все, базуватиметься на принципах та цінностях, які вони поділяють. Один з них виступив в ролі інтегратора, оскільки зумів об'єднати різних людей разом, саме ним був Андрій Худо. Ідея і бажання були прийняті, затверджені і виправдані шалено швидко, що повною мірою свідчить про відсутність страхів та інтуїтивні вчинки, спровоковані довірою. Справи йшли правильними та

швидкими темпами. Вечори надихали бізнес-планами, а свідомі дні розставляли некоректні цифри по місцям, розроблялись логотипи, збиралась команда, створювалась компанія. Першим був літній ресторан «Біля Діани». Одразу після відкриття першого ресторану почалася робота над «Криївкою», яка відкрилася у вересні 2007 року. «Криївка» дала базис розвитку холдингу, тому що це була правильна ідея в правильний час.

У них мета творити унікальний простір позитивних емоцій та вражень, робити себе, місто та країну кращими.

Ціль компанії стати світовою компанією в ресторанному та шоколадному бізнесі.

Важливі цінності FEST унікальні та яскраві, пристрасні та небайдужі, патріотичні та відкриті – ми разом рухаємось вперед!

Заклади ресторанного господарства компанії FEST це такі як: театр пива «Правда»; реберня «Під Арсеналом»; ресторація-музей «Гасова лампа»; Дім легенд; Криївка; Фестиваль-ресторація «Лівий берег»; Львівська копальня кави; Львівська майстерня шоколаду; Перша міська пекарня сирників та штруделів «Львівські плячки»; Мазох-safe; найдорожча ресторація Галичини; П'яна вишня; перша Львівська грильова ресторація м'яса та справедливості; Галицько-жидівська кнайпа «Під золотою розою»; пошта на друкарській; струг, хліб та вино; відкрита кав'ярня «Біля Діани на ринку»; львівська кав'ярня «Брама»; Зеник митник.

Отже, 17 ресторанів на сьогоднішній день функціонують у Львові. В даний час, ми охарактеризуємо дослідження ресторану «Дім легенд».

«Дім легенд» це кнайпа, лише в твоїй уяві. Будинок сажотруса та його сім'ї, де живуть львівські легенди. Сажотрус та його сім'я збирають книги про Львів у своїй бібліотеці, пильнують львівських левів, стежать за рівнем води в Полтві і рахують чи хто не вкрав пару метрів старої австрійської бруківки. Саме тут офіційно пильнують за львівським часом, щоб годинникова стрілка не відставала і йшла точно по-львівськи.

Як коли треба почистити пару коминів, то сажотрус сідає на свого трабанта, припаркованого на даху і так обминає львівські корки. Вночі, коли сім'я засинає, легенди пильнують львівський смог з святоюрської гори.

«Дім легенд» – ресторан, у якому кожен зал на семи поверхах береже певну львівську легенду: час, бруківка, леви, погода...

Незвичайні рішення в декорі інтер'єру, славетна тераса на даху, на якій знаходиться старенький автомобіль.

Серед кімнат є наприклад, кімната ленди про закуту річку Львова – Полтву. Вона оберігається у кімнаті смороду та колектора. Тут представлені дивні рибини, які зараз плавають під Львівською оперою, апарат для поширення смороду у місті, схеми колектора, а також трансляція самої річки веб-камерою, встановленою безпосередньо у колекторі.

Ще можна побачити є схованку еталонної львівської бруківки, львівського часу та і тому подібних звиклих для Львова речей. Також кімнати Львівських книг, тобто книг про Львів та львів'ян, оберігається книга Львівської говірки, – це таке собі Міністерство інформації, Львівський вінчестер. І кімната контролю славетної Львівської погоди.

Щовечора на фасаді будинку відбувається піротехнічне шоу – з ударом годинника із метелевого дракона вилітають іскри.

Кухня ресторану – також набір оригінальних страв домашньої кухні Європи та України, зготвлена в печі та власні настоянки.

На рис. 1. показано саме поверхи ЗРГ та їх призначення. Згідно рис. 1. можемо розглянути призначення усіх 11-ти кімнат.

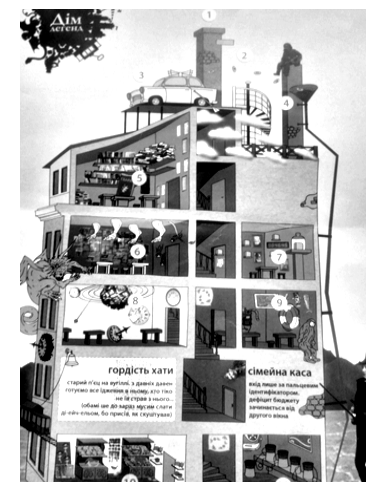


Рис. 1. Розріз кнайпи «Дім легенд»

Під цифрою 1 – вхід (в комин для огляду (найвища точка будівлі)); 2 – місце падіння дощу з грошей (парасоля видається, аби не було синяка від доляра, місце всесвітньо унікальне за своїм природнім явищем); 3 – повітряне авто (мануально-гребного приводу, модель «Емір» 1979 року. На ходу). 4 – пам'ятник сажотрусу (пам'ятник внесений до світової спадщини ЮНЕСКО та МАГАТЕ); 5 – бібліотека (усі книги про Львів, усі львівські газети собі міністерство інформації); 6 – кімната левів (повний аудит всіх левів міста, а їх понад 3000, інструменти догляду та лікування, запасні кавалки лев'ячих тіл); 7 – кімната львівського бруку (лічильник точної кількості бруківки в місці на цей час, еталон львівської бруківки, історична бруківка); 8 – кімната охорони львівського часу (усі львівські годинники та їх частини, тлумачення природи львівського часу, львівський глобус, маятник часу, апарат для корекції секунди); 9 – кімната пильнування закутої річки Полтви (схеми та карти, таємне вікно, риба, що ще зараз можна налапати під оперою); 10 – на згадку і щесте (кімната файних цяцьок, всі речі несуть кавалок львівської муніципальної магії); 11 – аудіозбірник (львівських звуків, аби послухати-треба притулити слюк до вуха).

Заклад щодня 0 21.00 за львівський часом надає послугу «легендарне шоу», що можна побачити як суне старий трамвайчик, єдиний, що їздить за графіком, і як львівський дракон плює вогнем.

Ця кнайпа також є соціальним проектом мережі «Фест» – частину офіціантів набрано з людей карликового зросту.

Авторами статті було проведено власне дослідження даного закладу.

Література

1. <http://lviv-online.com>
2. <http://www.fest.lviv.ua>

УДК 640:338.48

ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ

*Борсук О. М., викладач Миргородський
художньо-промисловий коледж імені М. В. Гоголя
Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка*

Війна та економічна криза, що разом линули на території України поступово знищують готельний бізнес. Багатотисячний потік іноземних туристів обернувся у тонкий струмок. Той же Державний департамент США на офіційному сайті опублікував повідомлення, у якому рекомендував американським громадянам уникати поїздок у Східну Україну. Причина – озброєні зіткнення між сепаратистами й українською армією, окупація російськими військовими Криму та їх перебування на сході країни. Окрім Донецької та Луганської областей, рекомендація поширюється на такі популярні серед туристів міста, як Харків, Херсон, Запоріжжя та Одеса.

Не можна сказати, що гості з Штатів склали значну частину туристичного потоку в Україну, однак заява Госдепу чітко перераховує основні причини тяжкої економічної ситуації в Україні та в готельному бізнесі в тому числі.

Найбільші втрати відчули столичні готелі. Заповнення Київських готелів значно понизилося на 40 відсотків у зрівнянні з минулим роком. «Середній показник заповнення головних брендіваних готелів в Києві (під з управлінням міських та міжнародних операторів) за минулий рік зіставив тридцять відсотків з середнім тарифом на номер у 190 доларів за ніч. Такий великий спад стався через капітальне падіння попиту зі сторони російського ринку.

Ще гірше ніж у Києві, ситуація з готелями на Сході. Закриті й так не численні готелі у Луганській області, на грані вимирання готельний бізнес у Донецькій області. У Донецьку з 45 готелів на початку 2014 року приймало гостей тільки чотири.

На фоні цього перспективним є розвиток окремої індустрії у Західній Україні, куди не спішно переорієнтовуються туристичні потоки з всієї країни.

Судячи за словами Дмитра Прохорова, виконавчого директора Асоціації «Зіркових готелей», готельний бізнес у Західній Україні перебуває зараз в найбільш вигідному положенні за зрозумілими політичними причинами. З 2013 року намітилась тенденція обвалу туристичної активності у столиці та на Сході країни. Спад ринку готельного бізнесу торкнувся й Західну Україну, але з меншою силою. На початок 2014 року заповнення готелів у Західній Україні впала у середньому на 15 відсотків. А виходячи із загальної ситуації це зовсім і зовсім непогано.

Економічна криза та ріст курсу долара не тільки не стали перешкодою для готельного бізнесу у Західній Україні, а й навіть навпаки. Різке скорочення туристичного потоку з Росії та Білорусі з лишком компенсували європейські туристи. Для останніх суттєвим аргументом також стало здешевлення гривні, а також фіксація вартості номерів та послуг серед більшості готелів.

На фоні кризи у столичних готелях львівські готел'ери відчують себе більш впевнено. Ситуація у Львові є прикладом для усього карпатського регіону. Сьогодні культурна столиця України завдяки системній роботі стає одним з популярних туристичних міст не тільки для українців, але й для іноземців. По даним прес-служби Управління туризму Львівської міської ради, в 2014 році місто відвідало 1,7 млн гостей. Завантаження готелів в період новорічних свят зіставила майже 100 відсотків. В більшій мірі це результат покращення якості обслуговування місцевих операторів – одразу чотири готеля Львова увійшли у ТОП-50 готелів України згідно рейтингу TripAdvsdor 2014.

Цю впевненість розділяє велика кількість туристичних комплексів в Карпатах. Скорочення туристичного потоку з Росії змусило операторів активніше працювати з українськими містами-мільйонниками, заради збереження гостей шукати баланс між ціною та рівнем сервісу.

Як довго триватиме криза в готельному бізнесі, важко передбачити. Зараз очевидно, що потенціал розвитку готельного бізнесу в Західній Україні достатньо високий. В більшій мірі, не дивлячись на політичні та економічні процеси в країні, популярність цього регіону серед туристів та операторів може зростати. І вже зараз експерти в один голос мовлять – Карпати мають усі шанси стати мейнстрімом українського туризму в найближчому десятилітті.

У якості висновку необхідно звернути увагу на те, що індустрія туризму у багатьох країнах формувалася десятками років, і буде продовжувати стабільно розвиватися, забезпечуючи робочими місцями велику кількість людей, що гарно впливає на державну економіку. В нашому стані туризм має шанс стати рушійною силою формування ринкового механізму ведення господарства й поступання значних коштів у бюджет. Саме тому уряду України необхідно з усією відповідальністю віднестися до створення благополучних умов для привертання коштів іноземних інвесторів, щоб розвивати й покращувати стан готельного ринку країни.

УДК 640.41

ПРОФЕСІЙНЕ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД

Бурса О. В., старший викладач кафедри менеджменту та комерційної діяльності Львівський інститут економіки і туризму

Загальновідомо, що ефективне функціонування підприємств готельного господарства визначає насамперед ступінь розвитку його персоналу. Якщо раніше основна увага приділялася розвитку й удосконалюванню технічного процесу, впровадження прогресивних технологій тощо, то в даний час значну увагу почали приділяти людському чиннику. В сучасному бізнесі не «гроші роблять гроші», а люди роблять гроші, причому не тільки і не стільки для себе, скільки для організації в цілому. А тому основну увагу в сучасному управлінні готельним підприємством слід приділятися управлінню персоналом, в тому числі і питанням його розвитку.

Безумовно, розвиток персоналу – це системно організований процес безперервного професійного навчання працівників для підготовки їх до виконання нових виробничих функцій, професійно-кваліфікаційного просування, формування резерву керівників та вдосконалення соціальної структури персоналу [1].

Розглядаючи навчання, як інструмент розвитку персоналу готельного підприємства слід виділити його види: підготовка, підвищення кваліфікації та перепідготовка. Серед методів розвитку та навчання працівників готельного господарства слід виділити наступні:

- методи підготовки й перепідготовки робітників, фахівців і керівників;
- методи підвищення кваліфікації за межами готельного підприємства;
- фірмові одноденні або тижневі семінари;
- конференції, групові дискусії;
- індивідуальні менеджмент-тренінги;
- модернізація, або методи вирішення проблем у процесі творчої дискусії;
- система методів сприяння розвитку та творчості (ділові ігри тощо) [2].

Найбільш розвинена практика проведення різних досліджень і застосування сучасних методик в галузі управління персоналом у Великобританії, США та Росії. Розвиток персоналу належить до одних з основних показників прогресивності суспільства та є вирішальним важелем науково-технічного процесу. Тому в країнах з розвинутою ринковою економікою все більше компаній здійснюють неперервний розвиток та навчання персоналу своїх підприємств.

На сьогодні професійне навчання співробітників стало одним з основних завдань ефективного управління персоналом у багатьох великих готелях та готельних ланцюгах. Комплексний підхід до неперервного навчання персоналу формується на основі потреб розвитку, а також необхідності виконання працівниками своїх поточних посадових обов'язків. Специфіка роботи працівників готелю визначає необхідність знання ними традицій, культури і поведінки споживачів, а також тенденцій розвитку світового готельного ринку. Персонал сьогодні стає найважливішим ресурсом готелю, яким потрібно грамотно управляти.

Процес навчання – безперервний процес, і він повинен стати частиною системи управління готелем. В результаті навчання службовці готелю набувають почуття гордості за належність до організації і задоволення від своєї роботи, а це

сприяє кращому обслуговуванню гостей. Вважається, що більш ефективним і економічним для фірми є підвищення віддачі від уже працюючих співробітників на основі їхнього безперервного навчання, ніж залучення нових працівників.

Для прикладу, найм одного співробітника і його навчання до потрібного рівня обходиться «Ritz-Carlton» приблизно в 20 тисяч доларів. «Ritz-Carlton» в будь-якій точці земної кулі гарантує кожному співробітнику 120 годин навчання в рік [3]. Керівництво готелю вважає таку підготовку як інвестиції, які окупляться. Для готелю важлива кадрова стабільність. Якщо гість приїжджаючи в готель кожен раз протягом півроку бачить одну і ту ж покоївку, він відчуває себе впевненим у якості сервісу. А у співробітника, який працює в компанії не перший місяць, з'являються перспективи кар'єрного зростання, що вигідно для обох сторін.

Керівництво готелю «The Ritz-Carlton» (Москва) в процесі набору персоналу відбирає найкращих, при цьому вкладаються великі кошти в якісну підготовку працівників, і на виході отримує найкращих професіоналів. Вони знаходяться на тій же висоті, що і гості, адже для гостей важливо контактувати з професіоналами. І репутація працює за принципом кругового циклу: якщо створюється хороша репутація через кращих співробітників, то буде легше знайти кращих співробітників завдяки хорошій репутації.

В основі роботи з персоналом мережі готелів Marriott лежить правило, прийняте на озброєння ще засновником імперії: «Подбай про своїх співробітників, і вони подбають про твоїх клієнтів». Саме співробітників організація вважає своїм основним капіталом [3]. У компанії розроблені і діють різні мотиваційні і стимулюючі програми для персоналу («Тиждень вдячності співробітникам», «Кращий менеджер року»). В готелях практикуються колективні виїзди персоналу на відпочинок, поєднаний з проведенням навчальних семінарів. Поряд з мотиваційними програмами, компанія дає можливість своєму персоналу навчатися і вдосконалюватися на робочому місці, а нові вакансії в готелях заповнюються, як правило, з числа співробітників. Керівництво готельної мережі надало перевагу внутріфірмовому навчанню персоналу, вважаючи його більш ефективним.

В готельній мережі діє система тренінгів: для нових працівників, для менеджерів, вузькоспеціалізовані тренінги. Персонал отримує можливість накопичувати знання, уміння та навички і перетворювати їх у досвід успішної діяльності в інтересах компанії.

Найбільша мережа розкішних готелів в Таїланді «Centara Hotels & Resorts» спільно з Міністерством праці Таїланду розробила програму навчання для молоді з бідних сімей, яка дає їм можливість отримати роботу в готелях «Centara Hotels & Resorts» [4]. Розроблена програма навчання передбачає п'ятимісячний курс, в який входять практичні і теоретичні заняття в області організації харчування та готельного господарства. Під час навчання студенти отримують добові гроші, триразове харчування і спеціальну уніформу. Для тих, хто найуспішніше закінчить курс, видається свідоцтво і можливість увійти в штат співробітників готелів мережі.

Нова програма навчання дозволить майбутнім співробітникам готелів отримати професійні знання і необхідні навички роботи, що в подальшому призведе до підвищення якості обслуговування і ефективної діяльності компанії на ринку готельного бізнесу.

Вкладення коштів в знання і навички співробітників – це прямі інвестиції в розвиток компанії. Проблема формування і постановки системи внутрішньофірмового навчання персоналу є, на сучасному етапі, актуальною для більшості готельних підприємств. Це обумовлено, перш за все, високим ступенем динамічності і невизначеності навколишнього середовища, що вимагає від співробітників постійного приросту компетенцій. Система навчання, таким чином, виступає особливим, найбільш гнучким і адаптивним ресурсом управління персоналом готелю, що забезпечує такий приріст.

Література

1. Котенко Р.М. Необхідність та передумови розвитку персоналу для підприємств готельного господарства. // Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції. «Індустрія гостинності в країнах Європи» – Сімферополь : ВіТроПринт, 2009. – С. 154 – 159

2. Ткаченко А., Марченко К. Професійний розвиток персоналу – нагальне завдання сьогодні // Економічний вісник Донбасу, № 1 (35), 2014. – С. 194 – 197

3. Виды обучения, и развития персонала гостиницы. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://studopedia.su/15_4461_vidi-obucheniya-i-razvitiya-personala-gostinitsi.html

4. «Centara Hotels & Resorts» вводит новую программу обучения будущих сотрудников отеля [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://prohotel.ru/>

УДК 338.48

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

*Герман І. В., викладач кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Черкаській державній технологічній університет*

Сьогодні міжнародний туризм набуває все більшого значення і стає предметом уваги з боку провідних спеціалістів світу. Зазвичай, міжнародна торгівля послугами розглядається невідривно від міжнародної торгівлі товарами, а під міжнародною торгівлею розуміють торгівлю як товарами, так і послугами. Таким чином, розвиток світового ринку послуг відбувається швидкими темпами. Одним із важливих аспектів, який посилює важливість міжнародного туризму для України, є постійна інтенсифікація попиту на туристичний продукт міжнародного ринку послуг. Зростання попиту на туристичні послуги та динамічність сучасної економіки спричинили появу та посилення надзвичайної конкуренції на міжнародному туристичному ринку [3].

У більш як у сорока країнах світу туризм є головним джерелом надходжень до державного бюджету. Традиційно як в цій, так і в багатьох інших сферах, Україна має величезний потенціал, але не має достатнього, належного, достойного регулювання, причому на різних рівнях. Україна має для цього абсолютно всі умови: і географічне розташування, і наявність величезної кількості культурних та природних заповідників, і відносно невелику, але розвинену туристичну інфраструктуру, яка на даний час налічує 4500 засобів розміщення, шість природних курортних

територій України, що мають унікальні природні лікувальні ресурси, – це Хмільник, Миргород, Бердянськ, Скадовськ та ін., сім культурно-архітектурних та природних об'єктів, які включені до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Тому, маючи такі природні і культурні можливості, безумовно слід приділяти галузі туризму найбільшу увагу, з точки зору формування і реалізації відповідної державної політики.

За даними статистичних джерел у 2013 році Україну відвідало 23 012 823 іноземних громадян, з них службові, ділові та дипломатичні поїздки здійснили – 350 224 чол., туристичні – 940 052 особи, у приватних справах – 16 795 240 чол., з навчальною метою – 23 813 чол., у зв'язку з працевлаштуванням – 9 102 особи, імміграція – 40 419 осіб, культурний та спортивний обмін – 4 853 973 особи. Кількість міжнародних туристичних відвідувань зростає з 582 мільйонів у 2014 році до 1,8 мільярда у 2030 році. Тобто ми маємо велику, перспективну галузь, яка повинна розвиватися швидкими темпами, з метою прийняття в Україні частину цього світового потоку туристів та забезпечити їм належний рівень послуг [1].

Причини значного коливання можуть бути різними, починаючи з високих цін на путівки, котрі значно зросли порівняно з минулими роками через стрімку девальвацію гривні, політичної ситуації в країні і закінчуючи погіршенням якості обслуговування споживачів у галузі туризму, а також більш привабливі туристичні пропозиції в інших країнах світу. Також негативно впливає на розвиток туризму в Україні напружена політична ситуація. Анексія Криму, події на сході та півдні України вже сьогодні спричинили зміни в структурі та об'ємах в'їзних і внутрішніх туристичних потоків. Окупація Криму призвела до втрати близько 30 % рекреаційно-туристичного потенціалу. Відповідно, частина українських туристів, яка надавала перевагу відпочинку біля моря, змушена їхати за кордон або відмовитися від такого виду відпочинку [4].

Незважаючи на те що в'їзний туризм стримують багато факторів: політична й економічна нестабільність, унаслідок цього скорочення маршрутів, відсутність необхідної матеріальної бази, антиреклама України на Заході, негативна інформація про суспільний і політичний стан в Україні та багато інших, країна все ж має передумови і потенціал у розвитку міжнародного туризму.

Багаті природні, історико-культурні, трудові ресурси здатні стимулювати інтерес у вітчизняних та іноземних туристів.

На наш погляд, позитивні умови для успішного розвитку туристичної сфери, приведуть до таких позитивних зрушень: економічне зростання; забезпечення новими робочими місцями; територіальний та інфраструктурний розвиток; розвиток міжнародних зв'язків; розвиток готельного-ресторанного бізнесу; створення умов для ознайомлення з національно-культурною спадщиною України; задоволення культурних потреб іноземних громадян та національних туристів; створення сприятливих умов для збільшення доходів сільського населення України завдяки розвитку сільського туризму [1].

Ще одним аспектом важливості розвитку туристичної сфери є те, що в багатьох країнах туризм є джерелом значних надходжень до державного бюджету. В Україні цей потенціал не є достатньо реалізований [3].

Для розвитку в'їзного туризму в країні необхідно створити відповідну маркетингову стратегію його стимулювання, яка сприяла б збільшенню кількості іноземних відвідувачів, дала б змогу краще використовувати наявний туристично-рекреаційний потенціал регіонів України та допомогла б створенню позитивного іміджу України на світовому ринку туристичних послуг. Так, наприклад, сьогодні Радою туристичних міст і районів розроблено іміджевий туристично-інформаційний проект UKRAINER для популяризації внутрішнього туризму та підвищення привабливості туристичної України, однак він потребує доопрацювання. Стратегія розвитку туризму на 2016 – 2020 рр. включає такі заходи, які сприятимуть формуванню туристичного іміджу України: реалізація маркетингової стратегії просування Національного туристичного продукту; створення і ведення іноземними мовами туристичного Інтернет-порталу Visit Ukraine, розробка, виготовлення та розповсюдження в Україні та за кордоном друкованої продукції, яка пропагує туристичні можливості України; презентація туристичного потенціалу України на національних та міжнародних виставково-ярмаркових заходах, конференціях, форумах.

На даний момент розвиток міжнародного туризму в Україні можна розглядати й в контексті проведення «Єврочачення-2017»,

що допоможе привабити іноземних відвідувачів та сприятиме розвитку туристичної інфраструктури. [4].

Виходячи з вищесказаного, слід обов'язково розробити та затвердити місцеві програми розвитку туризму та курортів, забезпечити інфраструктурне та інформаційне облаштування об'єктів культурної спадщини, створити інтерактивну пошарову базу даних, в якій у повній мірі буде висвітлена інформація про всі туристичні та рекреаційні ресурси України. Ця інформація має бути відкритою, мати доступний вигляд у туристичних інтернет-порталах, такі як Visit Ukraine, та представлена в єдиному форматі. Будь-який турист із будь-якої країни світу, зайшовши на цей портал, зможе отримати інформацію, яка йому потрібна.

Література

1. Бондаренко Л. Міжнародний туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку / Л.Бондаренко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5289>.

2. Парфіненко А. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища / А. Парфіненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2015. – Вип. 126. – Ч. 1. – С. 12 – 23.

3. Романюк С. Туристична галузь України: руїна чи низький старт? / С. Романюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://novosti-turbiznesa.info>.

4. Міжнародний туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wikipedia.org>.

УДК 338+379.85

ВИКОРИСТАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ КУЛІНАРНИХ ТРАДИЦІЙ У РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

Кампов Н. С., ст. викладач кафедри туризму і рекреації

Медвідь Л. І., ст. викладач кафедри туризму і рекреації

Мукачівський державний університет

Туризм стає важливою сферою світової економіки та потужним чинником взаєморозуміння між людьми, народами, країнами.

Саме тому серед основних питань туристичної стратегії є розвиток нових перспективних напрямів і видів туризму, в тому числі гастрономічного, адже харчування – природна потреба будь-якої людини. Крім звичайної і невід'ємної потреби, харчування в туризмі розглядається і як важливий елемент розваги та пізнання місцевої культури. Використання кулінарних традицій у туристичних комплексах є невід'ємним елементом гастрономічного туризму.

З огляду на це дослідження гастрономічного туризму, аналіз факторів його виникнення і поширення, регіональних особливостей розвитку набуває в наш час особливої актуальності.

Гастрономічний туризм надає змогу не тільки ознайомитися з кулінарними традиціями певної території, з матеріальною культурою народу, елементами його фольклору і традиційними способами виробництва продуктів харчування, а й доторкнутися до її історичного минулого. На відміну від інших видів туризму ознайомлення з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом кулінарної подорожі; просування місцевих господарств і виробників продовольчих товарів – невід'ємна складова будь-якого кулінарного туру. Даний вид туризму розвивається швидкими темпами і є популярним у Закарпатській області.

Організація гастрономічних турів сприяє відродженню національних кулінарних традицій Закарпаття, зокрема це і угорська, і словацька, і румунська, і ромська, і німецька, і чеська, і австрійська, і українська, і єврейська національні кухні.

Під час гастрономічних турів турист на Закарпатті може відвідати ресторани національної кухні (ромський ресторан – у м. Ужгород, словацький – у с. Сторожниця, угорський – у с. Велика Бийгань, австрійський – у с. Чинадієво, румунський – у смт. Солотвино), взяти участь в гастрономічних фестивалях (голубців, бограча, юшки, бринзи, тушкованого півня), у приготуваннях національних страв (майстер-класи, гастрономічна анімація).

Дослідження традицій етнічних кухонь присвячені роботи вітчизняних вчених Федорченка В. К., Басюка Д. І., Бусигіна А. П., Русанова І. В., Міцька М. А., Маслової Е., Комарницького І., Божук Т., Прокопчук Л. та ін. Використання національних кулінарних традицій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні знайшли відображення в роботах Шандора Ф. Ф., Гаврилка П. П., Сабадоша Г. О. та ін.

Гастрономічний туризм – вид діяльності, метою якої є знайомство з етнічною кухнею країни або регіону, основними продуктами, особливостями технології приготування страв, а також підвищення рівня знань із кулінарії [1, с. 128 – 132].

Закарпатська кухня стала настільки популярною, що в області створили навіть «Гастрономічний туристичний шлях», а фестивалів, на яких пропагують ті чи інші страви, можна нарахувати більше тридцяти. І якщо вірити у вислів про те, що шлях до серця лежить через шлунок, то можна зробити висновок: у Закарпаття закохуються всі, хто хоч раз сидів за щедрим столом цього дивовижного краю. Турист зможе скуштувати блюда української, угорської, словацької, циганської, німецької та єврейської кухні: місцеві словацькі гомбовці та кнедлики, німецькі мисливські ковбаски, ромську гурку, єврейський човлент, угорські лечо та бограч.

Гастрономічний туристичний шлях передбачає: відвідання національних ресторанів Закарпаття на вибір гостей (угорський, словацький, німецький, польський, ромський, гуцульський, румунський, єврейський, чеський та австрійський); участь у гастрономічних фестивалях упродовж року; ознайомлення з історією та рецептурою національної кухні відповідно до сезонів; участь у приготуванні національних блюд; участь у національних святах, пов'язаних з народною гастрономією; відвідання кращих винних дегустаційних залів Закарпаття (Ужгород, Берегово); дегустацію вина, сирів, меду, наливок, палинок, настоянок, виготовлених за традиційними національними рецептами народів Закарпаття.

Кулінарна книга Срібної землі ввібрала в себе мабуть найкращі рецепти кухонь всіх національних меншин, які тут проживають. Так, від закарпатських угорців ми запозичили бограч, гуляш, перкельт, пострікаш, лечо, рокот-крумплі, лоці печене, румуни Закарпаття познайомили нас з усіма видами токанів, закарпатські словаки – страпачки, карбонатки, бухти; чехи – кнедлики і сегединський гуляш, німці – шніцелі і старовинні рецепти яловичини по-швабськи, закарпатські євреї поділилися рецептом човленту, печінки по-європейськи, фаршированої риби, від ромів нам дісталася гурка, погачі, вим'я тушковане, смажені рубці. Є страви, які дійшли до нас із давнини, і не зустрічаються в жодному меню інших народів – підбивані пасулі, лопатки і ріпа,

дзьобачки. [2, с. 39]. Страви різних національностей пропонують в усіх районах Закарпатської області (таблиця 1).

Отже, розвиток гастрономічного туризму є дуже актуальним у Закарпатті, яке позиціонується як одна з провідних туристських дестинацій країни. Подальшій можливості розробки гастрономічних маршрутів в регіоні сприяють такі фактори: 1) етнодемографічна різноманітність (висока різноманітність, можливість поєднання декількох кухонь в одному маршруті, створюють благодатний ґрунт для створення незвичайних гастрономічних тур продуктів);

Таблиця 1
Національні кухні у закладах харчування Закарпатської області

Кухня	Особливості страв	Райони і ресторани для відвідування
Словацька	страпачки, карбонатки, джадки, стеранка, бухти, поливка часникова	ГРК «Камелот» (с. Кам'яниця Ужгородський р-ну), «Господа», «ItaliansnackPizza» (с. Сюрте Ужгородський р-ну), ресторан Унгарський (м. Ужгород)
Угорська	перкельт, пострікаш, бограч-гуляш, керезет, лечо, торгоня, банош, лоці-печене, чирке-пострікаш, шертеш-шонкаш, сегединський, боб-левеш та інші	Ресторани «Мисливська чарда» (с. Гать Берегівський р-н), «Family», «Золота пава» (м. Берегово), «Зелі», «Гелікон», «Кулоч» (Берегівський район)
Румунська	токанаку бринза, замаку-фасоле, інгрошалакухрибе, гивеч	Ресторани «Перлина Закарпаття» (с. ШаянХустський р-н), «Sagafredo», «Діана», «Золотая роза» (м. Тячево)
Єврейська	кугл, човлент, печінка по-єврейськи, гусак смажений	Ресторан «Чарда» (с. Пийтерфолво Виноградівський р-н), «Амур», «Бограч», «Графський двір» (м. Мукачево)
Гуцульська	домашні копченості, рибна юшка, голубці, бринза, банош, кулеша, терчіники, зупа, книглі	Ресторани: «Княжий двір», «Гагарін та бокораш» (Рахівський р-н)
Циганська	кров'янка та печінкова гурка, печінка по-циганськи, вим'я тушковане, реберця по-циганськи зі свинини	Ресторан «Романи яг» (м. Ужгород)

2) високопродуктивне і багатогалузеве сільське господарство (розвинений АПК дозволяє проводити не тільки різноманітну, а й екологічно чисту сільгосппродукцію; є потенціал стати лідером з виробництва біопродуктів; одночасно давні традиції заняттям сільським господарством служать основою для розвитку подієвого туризму гастронома); 3) сприятливі природно-кліматичні умови, в першу чергу, ґрунтово-кліматичні, які дають можливості для вирощування винограду різних сортів. Розробка гастрономічних турів дасть можливість Закарпатській області стати центром нового виду туризму.

Література

1. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д. І. Басюк // Наук. пр. НУХТ – 2012. – № 45. – С. 128 – 132.
2. Бусигін А. В. Як організувати кулінарний туризм / А. В. Бусигін // Туризм: практика, проблеми, перспективи. – 2011. – № 2. – С. 55.
3. Мицько М. А. Закарпатська народна кухня / М. А. Мицько. – Ужгород : Закарпаття, 1997. – 288 с.

УДК 378:658:338.48

МІСЦЕ ТУРИСТЬКО-КРАЄЗНАВЧОЇ РОБОТИ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

*Махлинець С. С., ст. викладач кафедри туризму і рекреації
Касинець О. В., ст. викладач кафедри туризму і рекреації
Мукачівський державний університет*

Ефективне проведення краєзнавчої роботи безпосередньо залежить від підготовки, яку отримав майбутній фахівець туризму у вищому навчальному закладі, рівня освіченості та особистісних якостей: їхньої загальної культури, етичності поведінки; наявності схильності до роботи туристами, мовленнєвої культури, духовних потреб; відсутності залежності від негативних звичок; високим рівнем розвитку спостережливості, пам'яті, мислення, волі; різнобічними пізнавальними інтересами

(захопленням літературою, музикою, образотворчою діяльністю рідного краю, спортом з певними успіхами та готовністю їх розвивати); наявності організаторських здібностей.

На актуальність дослідження вказують суперечності між: необхідним рівнем готовності майбутніх фахівців до краєзнавчої роботи та їх професійною підготовкою у світлі положень Болонського процесу; потребою впровадження інноваційних форм і методів краєзнавчої роботи зі студентами та можливостями реалізації цього процесу у вищій школі; необхідністю застосування в роботі сучасної вищої школи новітньої моделі та педагогічних умов формування готовності майбутніх фахівців туризму до краєзнавчої роботи.

Знання людини про її зв'язки з природою, світом і суспільством є необхідними для кожного фахівця, а особливо для фахівця туризму. У перші роки навчання студенти інтенсивно розвиваються, і в ці роки закладаються основи морального, естетичного, правового, екологічного, фізичного виховання, їхньої майбутньої самореалізації, свідомого й відповідального ставлення щодо особливостей власного становлення. Саме викладачі покликані ознайомити студентів із природними особливостями рідного краю, його історичним, економічним, культурним, політичним розвитком, сформуванню знання про туристичний потенціал, бажання постійно оновлювати та набувати нові знання про край, у якому проживаєш, зацікавленість до відвідування визначних місць. Ось чому набуває особливої актуальності проблема готовності майбутнього фахівця туризму не тільки до професійної діяльності, а й до краєзнавчої роботи.

Особливої актуальності краєзнавча робота набуває в наш час. Вона сприяє всебічному вивченню природно-економічних і соціально-історичних умов розвитку рідного краю. Виконання індивідуальних завдань краєзнавчого змісту формує в студентів, майбутніх фахівців сфери туризму, пізнавальний інтерес до краєзнавчих знань, а через них – і до історії рідного краю.

У навчальному процесі закладів, які готують фахівців з туризму туристично-краєзнавча діяльність є необхідною умовою високоякісної фахової підготовки фахівців, оскільки вона спрямована на формування краєзнавчої компетентності студентів.

Професійну підготовку майбутніх фахівців туристичної галузі вивчали М. Ахмедова, І. Булигіна, О. Земскова, І. Зорін, Л. Івлева, В. Квартальнов, А. Конох, Л. Кнодель, Л. Лук'янова, О. Любіцева, Н. Наумова, Я. Олійник, Л. Поважна, Л. Титова, І. Томілов, О. Фастовець та ін. Проблему практичної підготовки студентів майбутніх фахівців туристичної галузі розглядали такі відомі вчені як В. Федорченко, Н. Фоменко, М. Скрипник, Г. Цехмістрова, М. Фіцула та ін. Теоретико-методичні засади освітнього краєзнавства розглядали у своїх працях О. Барков, В. Борисов, М. Мілонов, А. Даринський, Ю. Кононов, М. Костриця, К. Стровев та інші. Дослідженням в області туристичного краєзнавства присвячені роботи П. Шищенко, О. Дмитрука, О. Обозного, М. Костриці та ін.

Ефективне проведення краєзнавчої роботи безпосередньо залежить від підготовки, яку отримав майбутній фахівець туризму у вищому навчальному закладі, рівня освіченості та особистісних якостей: їхньої загальної культури, етичності поведінки; наявності схильності до роботи туристами, мовленнєвої культури, духовних потреб; відсутності залежності від негативних звичок; високим рівнем розвитку спостережливості, пам'яті, мислення, волі; різнобічними пізнавальними інтересами (захопленням літературою, музикою, образотворчою діяльністю рідного краю, спортом з певними успіхами та готовністю їх розвивати); наявності організаторських здібностей.

Туристично-краєзнавча діяльність органічно увійшла в навчально-виховний процес підготовки фахівців туризму в Мукачівському державному університеті. Метою і завданням туристсько-краєзнавчої діяльності зі студентами в процесі їх теоретичної та практичної підготовки є вивчення туристських ресурсів України в регіональному аспекті, формування наукового світогляду, розвиток творчого мислення та індивідуальних здібностей студентів у вирішенні практичних завдань, розвиток ініціативи, здатності застосовувати теоретичні знання у практичній роботі, розширення теоретичного кругозору і наукової ерудиції майбутніх фахівців.

Краєзнавство належить до нового типу міждисциплінарного знання, що закладається в процесі викладання як дисциплін гуманітарної так і дисциплін професійної підготовки, і включає

в себе географічні, історичні, економічні, демографічні, біографічні, фольклорні, літературознавчі, соціологічні, екологічні, музеєзнавчі, бібліографічні аспекти. Об'єднуючим компонентом є те, що вся ця інформація стосується однієї місцевості. Взаємодія у краєзнавчій роботі різноманітних видів людського знання і діяльності сприяє поступовому формуванню науково-теоретичного ядра краєзнавства у тісному зв'язку із загальнокультурною просвітницькою роботою.

Об'єктами краєзнавчого вивчення є пам'ятки історії та культури, пов'язані з історичними подіями в житті краю, розвитком суспільства і держави – твори матеріальної і духовної творчості, які становлять історичну, наукову, художню чи іншу культурну цінність: пам'ятки історії, пам'ятки археології, пам'ятки містобудування і архітектури, військово-історичні пам'ятники і пам'ятники оборонного зодчества, пам'ятники етнографії, пам'ятки мистецтва, документальні пам'ятки тощо.

Складовою частиною краєзнавства є вивчення мистецтва краю, в тому числі і народної творчості. Об'єктами мистецтвознавчого краєзнавства служать всі види мистецтва, як професійного, так і народного: архітектура, література, живопис, графіка і скульптура, декоративне і прикладне мистецтво, а також особистості художників, письменників, живописців, акторів, режисерів, музикантів, архітекторів тощо.

Об'єктом краєзнавчого вивчення є літературне краєзнавство, графічне мистецтво, скульптура, пам'ятки монументального мистецтва, образотворче мистецтво тощо.

Краєзнавче вивчення місцевих архітектурних особливостей будується за таким планом: вивчення типів архітектурних споруд, їх планів, конструкцій і форм, характерних для краю; характеристика місцевих будівельних матеріалів і техніки; аналіз призначення архітектурних споруд; висновки про причини виникнення і часу будівництва архітектурних пам'яток (зв'язок з історичними умовами); опис найбільш колоритних та цікавих з точки зору туриста архітектурних пам'яток.

Таким чином, краєзнавча робота є невід'ємною складовою навчально-виховного процесу, входить до складу навчальних програм підготовки фахівців з туризму. Аналіз їх змісту, методології та методики викладання свідчить, що використання кра-

езнавства носить системний характер і тісно переплітається з позааудиторною роботою.

Література

1. Бусигін А. В. Як організувати кулінарний туризм / А. В. Бусигін // Туризм: практика, проблеми, перспективи. – 2011. – № 2. – С. 55.
2. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д. І. Басюк // Наук. пр. НУХТ – 2012. – № 45. – С. 128 – 132.
3. Мицько М. А. Закарпатська народна кухня / М. А. Мицько. – Ужгород : Закарпаття, 1997. – 288 с.

УДК [338.488.2:640]:009.412'06

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

*Коренець Ю. М., ст. викладач
Зубенко О. А., асистент*

*Донецький національний університет економіки і торгівлі імені
Михайла Туган-Барановського (ДонНУЕТ), м. Кривий Ріг*

Сучасні тенденції та умови функціонування світової економіки диктують нові пріоритети та напрями розвитку: провідні галузі промисловості, які у минулому були лідерами, стають аутсайдерами і навпаки. Однією з галузей, що вирвалася у лідери за останні роки, є індустрія гостинності, основою якої виступає готельний бізнес. Сталий поступальний розвиток і стабілізація ринкових відносин ставить перед науковим і підприємницьким співтовариством завдання пошуку напрямків по створенню умов економічного зростання за рахунок збільшення виробництва конкурентоспроможних товарів і послуг на основі комплексного використання внутрішніх ресурсів, в тому числі рекреаційного-туристичного потенціалу. Для 38 % країн туризм – головне джерело доходу, а для 83 % країн туризм є одним з п'яти основних джерел доходу.

Інтенсивний розвиток даної сфери надає нові робочі місця, додаткові надходження до бюджету, формує позитивний туристичний імідж окремих регіонів та країни в цілому, тому визна-

чення тенденцій розвитку готельного господарства є актуальним для сьогодення.

Індустрія гостинності переживає період безпрецедентних трансформаційних змін після кількох десятиліть, які, ймовірно, збережуться і в майбутньому. Це зумовлює зміну поведінки клієнтів та сприяє виникненню нових типів клієнтів. Крім того дуже швидко змінюються і технології, які встигають охопити електронну комерцію і електронний туризм. Індустрія гостинності сьогодні працює в дуже динамічному середовищі, яке створює тиск для підвищення конкурентоспроможності і вимагає більш ефективного управління взаємовідносинами з клієнтами через Інтернет-взаємодії, маркетинг та надання послуг. Крім того в ХХІ сторіччі відбулися швидкі зміни у характері і структурі глобальних ринків. Цінності і етика також змінюються в напрямку сталого та відповідального туризму. Концепція відповідального туризму вплинула на споживчий попит, на певні види туристичних продуктів і досвід фахівців певної галузі. Міжнародні організації такі, як UNWTO, WTO, GATS та інші набули набагато більшого впливу, ніж будь-коли раніше. Крім того, сучасні клієнти не є пасивними одержувачами послуг, вони добре проінформовані та освічені. Зазвичай, клієнти добре проінформовані про об'єкти та послуги, перш ніж вони досягають туристичних напрямків.

Так, основними сучасними тенденціям в області розвитку готельної індустрії можна вважати:

1. Поширення сфери інтересів готельного бізнесу на продукти і послуги, які раніше надавалися підприємствами інших галузей. Так, великі корпорації, такі як «Marriott» і «Holiday Inn», істотно розширили свою діяльність за рахунок надання різних видів послуг (харчування, зв'язку, дозвілля, транспорту та ін.).

2. Зростаюча демократизація готельної індустрії, яка в значній мірі сприяє підвищенню доступності готельних послуг для масового споживача.

3. Розвиток нових видів туризму, зокрема екологічного туризму, основною ідеєю якого є глибокий зв'язок людини з природою, стимулює будівництво готелів в екологічно чистих регіонах, формування «зелених» поверхів і номерів у звичайних

міських готелях. При облаштуванні цих номерів застосовують екологічно чисті матеріали, звертаючи особливу увагу на економію природних ресурсів і мінімальне вторгнення у природне середовище.

4. Глобалізація і концентрація готельного бізнесу. Ця тенденція проявляється у створенні великих корпорацій і готельних мереж. Такий підхід дозволяє готельним підприємствам перегрупуватися та залучити додаткові ресурси для розвитку свого бізнесу.

5. Глибока персоніфікація обслуговування і повна концентрація на запитах і потребах клієнтів. Для вирішення цих завдань в готелях створюються спеціальні служби. Так, в готелях корпорації «Marriott» були створені спеціальні служби дворецьких. У готелях «Redisson» формуються спеціальні корпоративні програми навчання персоналу, такі, як «Yes I Can!», орієнтовані на створення особистої зацікавленості всіх службовців компанії в відмінному обслуговуванні.

6. Широке впровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій, що дозволяє проводити глибоку і системну економічну діагностику.

7. Впровадження нових технологій в ділову стратегію готельних підприємств, зокрема широке використання мережі Інтернет з метою просування готельних продуктів і послуг.

Висновок: таким чином, можна сказати, що тенденції розвитку індустрії гостинності спрямовані, в кінцевому підсумку, на вирішення основних завдань таких, як: залучення стабільної клієнтської бази через уміння знайти свого клієнта; пошук і створення нових шляхів розвитку: постійне оновлення власної політики з урахуванням готельних і туристичних послуг, які знаходяться у стані динамічного розвитку.

Література

1. Бондаренко Л. Міжнародний туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку / Л.Бондаренко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5289> .

2. Міжнародний туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wikipedia.org>.

УДК 338.448.2(477:477.46)

ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ У ГОТЕЛЯХ

*Мариненко С. І., старший викладач кафедри
фізичного виховання та здоров'я людини
Черкаський державний технологічний університет*

*Мариненко Г. П., старший вчитель
Черкаська гімназія № 31.*

Надання готельних послуг є актуальною для готелів в умовах ринкової економіки і конкурентності повинні забезпечувати якість послуг. Інвестиції у модернізацію будуть доцільними тільки тоді, якщо готель надаватиме якісні послуги, що користуватимуться попитом у споживачів. Отримання прибутку є результатом високої якості обслуговування. Воно включає сукупність властивостей і ступеня корисності послуг, що зумовлює здатність якнайповніше задовольнити потреби туристів, тобто це відповідність наданих послуг очікуваним або встановленим стандартам. Тому стандарти, їхня реальна форма і зміст є критерієм якості обслуговування у готелі. Критерій оцінки якості наданої послуги для споживача – це ступінь його задоволення, тобто відповідність між отриманим і очікуваним. Критерієм ступеня задоволення туриста є його бажання повернутися і порадити обраний ним готель своїм друзям і знайомим.

Якщо привабити нового клієнта можливо рекламою чи розкішним інтер'єром, то вдруге він прийде завдяки професійній роботі персоналу, високій якості обслуговування, помірним цінам [1].

Оптимальне співвідношення, ціна/якість, готельних послуг є визначальним у забезпеченні високого іміджу і підвищенні конкурентного статусу готеля на ринку. Якість послуги – це вся сукупність її особливостей, ознак і характеристик, що спираються на її здатність задовольнити заявлену або очікувану потребу клієнта [2].

На якість обслуговування впливають:

– Стан матеріально-технічної бази, зручне планування та якісне облаштування приміщень готелю, оснащення його громадських приміщень і житлових номерів комфортабельними меблями,

устаткуванням, сучасного кухонного обладнання, комплектів білизни, дотримання у належному стані територій і т.д.

– Прогресивна технологія обслуговування. Вона включає прибирання приміщень номерів, реєстрацію і розрахунок з клієнтами.

– Науково-технічний прогрес, управління, планування, розвиток матеріальної бази готельного господарства.

– Високий професіоналізм і компетентність обслуговуючого персоналу його уміння і готовність чітко, швидко і культурно обслуговувати гостя, проявляти турботу, знання іноземних мов, висока культура спілкування.

– Управління якістю обслуговування, дотримання санітарно-гігієнічного порядку, навчання персоналу.

– Надання додаткових туристичних послуг, пов'язаних із потребами туриста, створення умов для розваг з урахуванням особливостей контингенту туристів, забезпечення побутовими послугами, фізкультурно-оздоровчі послуги, культурно-масові. Науково-технічний досвід свідчить, що необхідним інструментом гарантії відповідності якості послуг вимогам нормативно-технічної документації є сертифікація.

Важливою умовою дотримання постійно високого рівня якості обслуговування є контроль, вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду, нових форм обслуговування. [3]

Досить ефективним і об'єктивним методом контролю за якістю є анкетні опитування туристів.

Висновок. Покращення якості обслуговування готельного господарства має важливе значення.

Висока якість обслуговування клієнта забезпечується високим професіоналізмом обслуговуючого персоналу, станом матеріально-технічної бази, прогресивними технологіями обслуговування, надання додаткових послуг.

Запорукою успіху готельного господарства є менеджмент якості обслуговування, розробка і впровадження стандартів обслуговування, контролю врахування вимогів клієнтів.

Література

1. Круль Г. Я. Основи готельної справи: навч. посіб. / Г. Я. Круль. // – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 128 с.

2. Мунін Г. Б. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посіб. / Г. Б. Мунін, А. У. Змійов, Є. В. Мамарцев. // – Київ : Ліра 2005. – 320 с.

3. Роглев Х. Й. Основа готельного менеджменту: навч. посіб. / Х. Й. Роглев // – К. : Кондор, 2005. – 405 с.

УДК 332.1:338.48

ДИНАМІКА ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

*Тищук І. В., викладач кафедри туризму та цивільної безпеки
Луцький національний технічний університет*

Сьогодні сільський зелений туризм є одним з найпопулярніших видів туризму, оскільки єднання з природою, чисте повітря, зміна обстановки, екологічне харчування в даний час приносять більше задоволення аніж відпочинок біля моря.

З огляду на це, актуальності набуває дослідження сучасного стану та перспектив розвитку сільського зеленого туризму в областях України, зокрема аналіз динаміки агросадиб за областями та визначення основних проблем та перспектив подальшого функціонування агросадиб в Україні.

Як було знайдено, кількість агросадиб в Україні потребує постійного уточнення оскільки, достовірних джерел інформації про реальний стан розвитку сільського зеленого туризму не існує (таблиця 1).

Таблиця 1
Динаміка розвитку сфери сільського зеленого туризму в Україні

Рік	Кількість садиб, од	Площа садиб, м ²		Кількість розміщених осіб	Середня місткість садиб, місць
		усього	у тому числі житлова		
2013	285	65986,2	29987,7	49948	12,6
2014	233	71208,4	23556,7	39311	13,5
Відхилення 2014 до 2013 (+,-)	-52	5219,2	-6431	-10637	0,9

Джерело: [1 – 3]

Проведені дослідження на основі оприлюдненої інформації статистики органами Державної служби статистики України, щодо розвитку сільського зеленого туризму за 2013 – 2014 роки показують негативну тенденцію, оскільки загальна кількість садіб по країні (фізичні особи підприємці), які надавали туристичні послуги в 2014 році, зменшилась на 52 одиниці проти 285 у 2013 році і становить 233 садоби. Зокрема, загальна площа їх збільшилась на 5219,2 тис. м² і становила – 71208,4 м², водночас у 2014 році на 6431 м² зменшилась житлова площа і становила – 23556,7 м². Щодо кількості розміщених осіб, то у 2014 році вона зменшилось на 10637 і становила – 39311 осіб. При цьому зросла середня місткість агро-садіб, що надавали туристичні послуги, до 0,9 місця. Результати дослідження, які були зроблені в розрізі окремих регіонів, показали досить неоднозначну ситуацію. Тобто, під час дослідження сільського зеленого туризму як підприємницької діяльності в Україні у 2014 році не враховувались показники діяльності суб'єктів господарювання, які розташовані на території Криму, а також дослідження показали, що у певних областях, а саме: Запорізькій, Одеській, Харківській та Херсонській припинили агротуристичну діяльність 6 садіб, що в свою чергу призвело до зникнення цих районів з карти туристичних маршрутів зеленого туризму по Україні. Спостерігаємо також тенденцію до зменшення садіб і у таких областях, як: Івано-Франківська, Львівська, Закарпатська, Чернівецька, Тернопільська, Хмельницька та Черкаська (табл. 2.)

Таблиця 2

Сільський зелений туризм за регіонами України у 2013 – 2014 роках (фізичні особи підприємці)

Область (регіон)	К-сть садіб, одиниць		Середня місткість садіб, місць		К-сть розміщених, осіб		Площа садіб, кв.км			
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	усього		у т. ч. житлова	
							2013	2014	2013	2014
Україна	285	233	12,6	13,5	49948	39311	65926,2	71208,4	29987,7	23556,7
АР Крим	1	-	4	-	16	-	126,8	-	95,6	-
Вінницька	1	1	12	12	30	40	80,0	80,0	48,0	48,0
Волинська	2	2	15	15	2751	3097	1052,0	1052,1	213,0	213,1
Дніпропетровська	1	1	12	9,0	50	48	386,9	126,4	65,6	76,0

Закарпатська	8	7	19,1	20,6	1628	1356	2200,8	11141,0	1234,7	1186,0
Запорізька	1	-	6	-	8	-	60,0	-	27,0	-
Івано-Франківська	184	163	10,6	12,7	22935	16903	27259,6	25076,9	16083,4	14761,9
Кіровоградська	2	2	7	7,0	712	1151	13200,0	13200,0	133,7	134,2
Львівська	36	23	13,5	13,9	8316	5227	9838,6	6678,4	5234,3	3364,8
Миколаївська	-	1	-	15,0	-	19	-	300,0	-	100,0
Одеська	7	-	13,1	-	1566	-	1090,0	-	469,0	-
Полтавська	3	3	9,7	9,7	172	477	428,0	428,0	310,0	310,0
Тернопільська	4	3	18,3	21,3	1755	1804	507,4	399,9	371,3	286,6
Харківська	2	-	59	-	378	-	2528,4	-	2162,0	-
Херсонська	1	-	65	-	200	-	450,0	-	380,0	-
Хмельницька	6	5	20,8	23,8	4302	2728	1716,0	1653,0	870,0	820,0
Черкаська	9	5	6,9	6,6	289	281	900,0	531,5	551,0	292,5
Чернівецька	16	15	21,9	16,8	4720	5207	3936,6	2816,2	1659,0	1552,7
Чернігівська	1	2	10	18,5	120	973	225,0	7725,0	80,0	410,9

Джерело: [1 – 3]

Щодо оцінки кількості туристів, які скористалися послугами сільського зеленого туризму у розрізі областей, серед лідерів є Івано-Франківська (2013 рік – 22935 особи, 2014 рік – 16903 особи), Львівська (2013 рік – 8316 осіб, 2014 рік – 5227 осіб) та Чернівецька (2013 рік – 4720 осіб, 2014 рік – 5207 осіб) області. Оскільки характерним показником під час дослідження стану підприємництва у сфері сільського зеленого туризму є кількість агросадіб, розміщених осіб та доходи від надання послуг, важливо вказати і на те, що географічне розташування регіону природні умови також має вагомим значення. Так, дві агросадоби Волинської області у 2013 році надали послуги 2751 туристові, до прикладу: 9 агросадіб Черкаської області відвідали 289 туристів [1 – 3]. Це свідчить про те, що Волинська область має усі умови для розвитку цього виду діяльності. Також розвитку сільського зеленого туризму сприяють проведені заходи під назвою «Волинь туристична, які об'єднали зусилля та ресурси Рівненської, Волинської, Тернопільської, Житомирської та Хмельницької областей задля створення спільної туристичної пропозиції на базі території історичної Волині [4].

Як було встановлено, основною проблемою, що стримує процес розвитку як сільського зеленого туризму, так і туризму зокрема, є:

- зміна, ускладнення політичної та соціальної ситуації;
- недостатня підтримка з боку держави туристичної галузі, що в свою чергу впливає на соціальну та економічну ситуацію в країні, тому що саме за належної державної підтримки сільського зеленого туризму на його рівень розвитку можна спрямувати як зовнішні, так і внутрішні інвестиції;

На нашу думку, така ситуація тимчасова, і для того, щоб сільський зелений туризм розвивався в подальшому та сприяв поліпшенню соціально-економічної ситуації сільських територій, необхідно:

- підтримувати відповідні якості послуг та формувати його позитивний імідж на ринку пропозицій;
- забезпечити системне надання консультаційної допомоги суб'єктам сільського зеленого туризму з питань його розвитку;
- вдосконалити туристичну інфраструктуру та ефективно використовувати рекреаційні ресурси;
- забезпечити туристичну галузь висококваліфікованими спеціалістами.

Література

1. Туристична діяльність в Україні у 2012 році : Статистичний бюлетень. – К. : Державна служба статистики України, 2013. – 272 с.
2. Туристична діяльність в Україні у 2013 році : Статистичний бюлетень. – К. : Державна служба статистики України, 2014. – 272 с.
3. Колективні засоби розміщування в Україні у 2014 році : Статистичний бюлетень. – К. : Державна служба статистики України, 2015. – 200 с.
4. Дейнега О. В. Перспективи сільського зеленого туризму в підвищенні конкурентоздатності країни та регіону/ Дейнега О. В., Почтовюк А. Б. // Зб. тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Перспективи розвитку сільського та екологічного туризму в Україні». – м. Березне, 2016 р. – С.156 – 158.

УДК 338.48

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

*Глушко В. О., аспірант
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг*

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

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного 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. Перспективним і одним із самих динамічно розвинених сегментів, як туристичного, так і ресторанного видів у сучасних умовах можна назвати «гастрономічний туризм». Цей новий вид туризму має більші перспективи розвитку, а організація «гастрономічних турів» сприяє відродженню національних кулінарних традицій.

Аналіз фахової літератури свідчить про активне науково-практичне опрацювання проблеми гастрономічного туризму в Україні. В дослідженнях А. Бусигіна, Е. Маслова, І. Комарницького, В. Федорченка, Д. Басюк, Т. Сокол, Т. Божук, Л. Прокопчук, Т. Шпараги, В. Бойко, О. Любіцевої, Ф. Шандора, Г. Волкової, М. Баштової висвітлюється історико-культурний контекст розвитку цього виду туризму, особливості створення регіональних туристичних продуктів на основі національних кулінарних традицій. Окремі фахівці розглядають гастрономічний туризм як вид хобі-туризму (І. М. Школа), тематичного туризму (Т. Г. Сокол,

З. С. Каноністова), спеціалізованого туризму (В. К. Федорченко, І. М. Мініч). В. Антоненко, Д. Басюк в своїх працях доводять важливість розвитку даного виду діяльності в окремих регіонах України.

Важливість гастрономічного туризму полягає в здатності розмежувати ціннісно-смысловий універсам культури окремих народів і в такому ракурсі постає, як один із засобів активізації крос-культурної комунікації, саме є проявом міжкультурних контактів і як такий сприяє встановленню багатовекторних комунікаційних зв'язків. Внаслідок різноманітних культурних контактів відбувається обмін ментальними, духовними і матеріальними цінностями, досвідом на міжособистісному, етнічному, державному та загально-цивілізаційному рівнях.

Україна має всі можливості для розвитку гастрономічного туризму та туризму в цілому, але подальший розвиток туристичного ринку країни гальмується через низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури; невідповідність засобів розміщення світовим стандартам; незадовільний стан доріг; незадовільний стан пам'яток історично-архітектурної спадщини, що не підлягають використанню для туристичних потреб; незабезпечення професійними кадрами в галузі туризму і рекреації; недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази в галузі туризму тощо. Усі ці проблеми диктують необхідність створення повноцінної політики розвитку туристичного ринку та насамперед впливають на кількість в'їзних туристів.

Сприяння в організації гастрономічних подорожей може стати чинником підтримки туристичного інтересу, що забезпечує збільшення тривалості перебування туристів; додатковим напрямом бізнесу для домашніх господарств, невеликих виробництв продуктів харчування. Цього можливо досягнути за рахунок:

1. Сприяння розвитку об'єктів, що складають інтерес для туристів і поціновувачів української гастрономічної культури, – відомих підприємств харчової промисловості, ресторанного господарства, домашніх господарств.

2. Підтримки діючих та ініціювання створення нових об'єктів гастрономічного туризму: дегустаційних залів, музеїв гастрономії, етнічних селищ та містечок, а також спеціалізованих атракційних заходів та туристично-екскурсійних маршрутів, що будуть спри-

яти створенню конкурентоспроможного місцевого туристичного продукту, підвищенню туристичної привабливості регіону.

3. Розвитку туристичної інфраструктури – закладів розміщення, харчування, розваг, а також підприємств роздрібно торгівлі та сфери послуг.

4. Розвитку інформаційних комунікаційних систем, які забезпечуватимуть інформування туристичного ринку про гастрономічний мікрокластер та виступатимуть важливим маркетинговим інструментом формування туристичного попиту.

5. Спрямування зусиль влади, бізнесу та місцевої громади на підтримку об'єктів гастрономічного туризму, формування гастрономічних атракцій і подій, які б привертала увагу внутрішніх і міжнародних туристів, а також приватно-публічне партнерство у просуванні місцевого туристичного продукту, активізації системи маркетингових комунікацій, використання інструментів бренд-менеджменту територій та міст.

6. Розроблення програм кулінарних турів тематичної спрямованості з використанням місцевої сировини, продуктів харчування та напоїв, знакових закладів ресторанного господарства, які підкреслюватимуть автентичність національних традицій у кулінарії.

7. Розширення географії та популяризація проведення тематичних кулінарних фестивалів, свят, відвідування міжнародних професійних виставок та конференцій, для того, щоб ознайомлення з національною кухнею стало головним елементом у програмі перебування туриста.

8. Вивчення кращого міжнародного досвіду розвитку гастрономічного туризму у сфері виноробної та харчової промисловості, ресторанного господарства, впровадження сучасних екологічно чистих технологій вирощування сільськогосподарської сировини та виготовлення продукції.

9. Популяризація України на світовому ринку, як перспективного туристичного напрямку.

Аналіз літератури, публікацій та мережевих ресурсів, вказує на недостатню кількість інформації щодо проведення, місцезнаходження та подій в гастрономії України, отже є актуальним створення національного проекту «Українська національна кухня» з метою популяризації національних гастрономічних традицій, у рамках якого необхідно створити:

а) Національний реєстр закладів ресторанного господарства, які б відповідали високим стандартам обслуговування та пропонували страви авторської високої кухні, у тому числі національної;

б) гастрономічний путівник українськими регіонами, визначними закладами ресторанного господарства;

в) календар гастрономічних фестивалів, семінарів та конференцій;

г) перелік майстер-класів національних гастрономічних традицій для науковців та практиків;

д) тематичний сайт, який дасть можливість інтенсифікувати інформаційні комунікаційні процеси.

Таким чином, розвиток гастрономічного туризму в Україні є пріоритетним напрямком національної економіки, культури та туризму взагалі, важливим фактором підвищення міжнародного престижу країни, джерелом соціально-економічного розвитку регіонів, важливою умовою збереження історико-культурної спадщини. Основною проблемою розвитку гастрономічного туризму є відсутність фінансування з боку держави і підтримці за рахунок законів і програм. Виконання дій у комплексі щодо перспектив розвитку гастрономічного туризму в Україні сприятиме зростанню кількості іноземних туристів, а також збільшенню обсягів внутрішнього туризму.

УДК 338.48

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ АГРОТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Дуга В. О., аспірант

Херсонський державний аграрний університет

В сучасних економічних умовах ключовим завданням агротуристичних підприємств є забезпечення високої ефективності своєї діяльності. Тенденції в економіці України викликають необхідність по-новому сприймати ресурси, що використовує підприємство. У формуванні туристичних послуг роль людських

ресурсів є визначальною. Особливо значимим для розвитку підприємств агротуристичного бізнесу є людський капітал – знання, вміння, навички, досвід та творчі здібності господарів агроосель, що використовуються ними у процесі діяльності. Людський капітал – це обсяг накопичених людиною знань та здатність їх використовувати в подальшому. Це найцінніший ресурс, він єдиний з-поміж інших ресурсів має здатність до оновлення та удосконалення [2; 5].

Основною запорукою соціально-економічної ефективності агротуризму є не тільки освітній, а й культурний рівень господаря агрооселі, його вміння якісно обслуговувати гостей. Він повинен мати спеціальні знання і вміння використовувати їх у повсякденній діяльності агротуристичного підприємства [1].

Господарі агроосель повинні знати:

– історію своєї родини, села, навколишньої місцевості, культурні та дозвіллі об'єкти регіону;

– стандарти якості послуг у сфері агротуризму;

– вимоги до санітарно-гігієнічних норм утримання агрооселі;

– особливості облаштування території, інженерно-технічного забезпечення кімнатного фонду;

– норми ділового спілкування, правила спілкування з гостем, способи вирішення складних ситуацій;

– екологічні проблеми регіону, екологічні норми ведення бізнесу;

– особливості агротуристичної діяльності, найбільш перспективні напрями його розвитку;

– яким чином впливає агротуризм на економічний і культурний розвиток регіону, на екологічний стан території тощо.

Господарі агроосель повинні вміти:

– залучати клієнтів, надавати послуги гіда, перекладача, продумати екскурсійні маршрути по селу та околицях;

– виконувати бухгалтерські й фінансово-господарські функції;

– вести переговори з контролюючими органами та органами державної влади;

– забезпечувати санітарно-гігієнічний стан приміщень, обладнання та інвентарю в належному вигляді;

– використовувати маркетинг як надійний інструмент досягнення успіху на ринку;

- успішно рекламувати свою агрооселю на українському та європейському ринку;
- створювати комфортні умови для проживання за прийнятну ціну;
- забезпечувати якісне надання послуг для туристів з обмеженими можливостями;
- аналізувати наявні ресурси свого господарства, власні можливості та уподобання туристів;
- виважено підходити до питання ціноутворення і дотримання співвідношення «ціна-якість»;
- передбачати можливі проблемні ситуації, вирішувати їх;
- підтримувати добрі стосунки з сусідами;
- забезпечувати культуру харчування, тематичного, інформативно-пізнавального, анімаційного простору;
- ефективно будувати процес рекреаційного обслуговування гостя, організувати повноцінне дозвілля;
- спрямовувати свої дії в напрямку комфорту, безпеки, взаємоповаги тощо.

Господар агрооселі разом з сім'єю повинні повністю віддаватися справі, бо тільки в такий спосіб ведення бізнесу результати від діяльності будуть позитивними. Він повинен бути організованим, дипломатичним, привітним, ввічливим, націленим на специфічні запити гостя, комунікабельним, креативним, не боятися експериментувати. Знання іноземних мов також бажане. Чим краще господар володіє мовою іноземного гостя, тим більша ймовірність того, що потреби гостя будуть максимально задоволені [3].

Основними шляхами формування і використання людського капіталу є посилення уваги до власного здоров'я, підвищення рівня освіти, активна участь в постійно діючих семінарах, навчальних програмах, тренінгах, бізнес-курсах для початківців тощо. Провідною умовою розвитку культурного та освітнього рівня є готовність власника агротуристичного підприємства до самоосвіти [4].

Формування людського капіталу позитивно впливатиме на імідж та прибутки агротуристичного підприємства. В перспективі варто розвивати вміння організувати підприємницьку діяльність шляхом оптимального збалансування ресурсів, навколишнього середовища та професіоналізму господарів агро-

туристичних підприємств. Це буде запорукою подальшого розвитку бізнесу.

Література

1. Герасименко В. Г. Організація підприємницької діяльності в агротуризмі: Навчальний посібник / В. Г. Герасименко, С. Г. Нездойминов. – Одеса : ПАЛЬМІРА, 2011. – 176 с.
2. Іванова В. В. Людський капітал як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємств туристичного бізнесу / В. В. Іванова // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 5 (155). – С. 321 – 327.
3. Капченко Р. Л. Формування робітничих кадрів у сфері сільського зеленого туризму / Р. Л. Капченко // Агросвіт. – 2009. – № 21. – С. 36 – 40.
4. Чернява А. Л. Основные элементы подготовки специалистов в области организации сельского зеленого туризма в Украине / А. Л. Чернява // Вісник Луганського національного університету ім. Т. Шевченка. – 2012. – №4 (239). – Ч. II. – С. 74 – 81.
5. Трохимець О. І. Людський капітал в туристичній сфері / О. І. Трохимець // Економічний простір: Збірник наукових праць. № 59. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2012. – С. 79 – 85.

УДК 338.486.2

ТУРИСТИЧНІ ПІДПРИЄМСТВА: АНАЛІЗ ТА СПЕЦИФІКА ДІЯЛЬНОСТІ

*Зікій Н. Л., аспірант кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний торговельно-економічний університет*

Туризм є доволі специфічною сферою економіки, яка, окрім реалізації економічних функцій у підприємстві (отримання прибутку суб'єктами туристичного ринку), покликана вирішувати важливі соціальні, культурні та суспільні завдання. Тому туристична діяльність сприяє: відновленню зусиль і працездатності людей й відповідно психо- фізіологічних ресурсів суспільства; збільшенню зайнятості та підвищенню життєвого рівня місцевого населення; раціональному використанню вільного часу та організації дозвілля населення; підвищенню куль-

турного рівня населення; поширенню культурних цінностей; збагаченню соціально-економічної інфраструктури, міжрегіональної співпраці країн, держав та народів [4].

Сферу туристичної діяльності доцільно розглядати за такими напрямками: функціонування туристичного підприємства (визначення ефективних дій з управління виробництвом і персоналом); надання готельних послуг (послуги з прийому, проживання, харчування, оздоровлення в місцях розміщення); туристсько-екскурсійне обслуговування (організація різноманітних видів туристських маршрутів і екскурсій); організація транспортних подорожей (використання різних видів транспорту для комплексного ознайомлення з регіонами, країнами); організація спеціалізованого відпочинку і розваг (діяльність розважальних комплексів); екологічна діяльність (регулювання антропогенного впливу на природний комплекс у ході туристської діяльності) [1].

Момонт Т. В. особливостями туристичної діяльності, які необхідно враховувати при розробці ефективної системи господарської діяльності в цілому, виділяє: багаточисельність та різноплановість суб'єктів сфери туризму; обов'язковість ліцензування туроператорів, стандартизації і сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичної сфери; глибина та складність взаємозв'язків між складовими елементами сфери туризму; комплексність та багатоцільова функціональність; специфічність туристичного продукту та його безпосереднього споживача (туриста); нестабільність (мінливість) зовнішнього середовища галузі; репутаційний (іміджевий) потенціал фірми та необхідність забезпечення його відповідності запитам споживача; динамізм технологій та бізнес-процесів [2, с. 72].

Основними організаторами туристичної діяльності виступають туроператори і турагенти, які займаються виробництвом та наданням туристичних послуг.

Аналіз діяльності туристичних підприємств за 2011 – 2015 роки показує лідерство туроператорів з продажу. Досліджена динаміка є виправданою, оскільки туроператори є виробниками туристичних послуг. Відносна частка кількості обслугованих туристів в межах України туроператорами та турагентами в 2011 році становила 63,3 % та 36,7 %, у 2012 році – 60,6 %

та 39,4 %, у 2013 році – 57,3 % та 42,7 %, 2014 році – 56,6 % та 43,4 %, а в 2015 році – 61,4 % та 38,6 % відповідно. На противагу внутрішньому туризму відносна частка кількості обслугованих туристів за кордон туроператорами та турагентами в 2011 році становила 54,3 % та 45,7 %, у 2012 році – 69,8 % та 30,2 %, у 2013 році – 71,7 % та 28,3 %, в 2014 році – 69,5 % та 30,5 %, а в 2015 році – 55,9 % та 44,1 % відповідно [3]. Роль туроператора у продажі турів за кордон за досліджуваний період значно перевищувала роль турагентства. Це спричинене ціновою пропозицією та наявністю у підприємства програми лояльності споживачів турпослуг, а також більшою довірою туристів туроператорам, ніж турагентам.

Специфікою діяльності туристичних операторів вважаємо наступне:

- правовий статус суб'єкта господарювання – юридична особа;
- вид діяльності: туроператорська та турагентська діяльність, тобто туроператори є виробниками комплексного туристичного продукту, вони створюють тури, розробляють маршрути, замовляють різного роду туристичні послуги у їх безпосередніх виробників – готельних, транспортних підприємств, підприємств харчування, закладів культури, екскурсійних бюро тощо. Зазвичай, туроператор на туристичному ринку відіграє роль оптового продавця, тобто процес реалізації турів здійснює за допомогою турагента, але може й самостійно продавати послуги безпосередньо туристам;
- є суб'єктом ліцензування, тобто для здійснення туроператорської діяльності необхідно отримати ліцензію;
- формування доходів (прибутків), тобто дохід від звичайної діяльності туристичних операторів формується шляхом різниці між вартістю сформованного туристичного продукту та вартістю його окремих елементів, які надаються контрагентами (транспортними підприємствами, готелями, закладами харчування, розважальними та екскурсійними організаціями);
- фінансове забезпечення діяльності: мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити 20000 євро, а для туроператора, який надає послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму – 10000 євро.

Автором досліджено специфіку турагентської діяльності, а саме: мінімальний розмір фінансового забезпечення повинен

становити не менше ніж 2000 євро; правовий статус суб'єкта господарювання – юридична, фізична особа; дохід від звичайної діяльності туристичних агенств формується за рахунок агентських комісій, встановлених підприємствами-продавцями туристичних послуг; турагенти на ринку туристичних послуг виступають в ролі роздрібних продавців, тобто посередниками між виробниками туристичних послуг та туристами.

Отже, туроператорська та турагентська діяльність мають спільну мету – задоволення потреб та забаганок потенційних туристів. Позитивний імідж та активна діяльність будь-якого туристичного підприємства на ринку значно впливає на його вибір споживачами. Тому, суб'єктам господарювання слід якісно обслуговувати туристів, надавати правдиву інформацію про туристичні напрямки, вчасно та «в точку» інтерпретувати запити клієнтів у альтернативні пропозиції підприємства.

Література

1. Ковальчук С. В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_4/060-065.pdf.

2. Момонт Т. В. Особливості функціонування туристичної індустрії: характеристика діяльності суб'єктів господарювання для цілей бухгалтерського обліку / Т. В. Момонт // Вісник ЖДТУ. – 2014. – № 3 (69). – С. 69 – 79.

3. Туристична діяльність в Україні. Статистичний бюлетень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm.

4. Цьохла С. Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.science.crimea.edu/zapiski/2009/econ/uch_22_2e/373-380.pdf.

УДК 338.482.22

ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Матічин Ю. М., аспірант

Львівський національний університет імені Івана Франка

Туризм – є одною з найбільш інвестиційно привабливих і прибуткових галузей економіки України. Однак, в сучасних умовах функціонування турпідприємств на рівні держави туристичний потенціал обмежений в джерелах фінансування і сприяттні розвитку галузі. І хоч урядом теоретично розроблена програма – «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України», на практиці економічна криза, військові дії на Сході країни, корупційні схеми відлякують потенційних інвесторів галузі [1].

Проблеми розвитку туризму в Україні, питання планування, регулювання, організації та налагодження ефективної роботи туристичної індустрії, належного використання наявного туристичного потенціалу, формування кластерних об'єднань у галузі туризму висвітлено у роботах багатьох українських та зарубіжних вчених і фахівців туристичної галузі – Федорченка В. К., Балашової Р. І., Мальської М. П., Бабарицької В. К., Сьюзен Бріггс.

Метою даного дослідження є розробка теоретичних і методологічних засад та практичних рекомендацій щодо управління туристичним потенціалом підприємств.

Туристичний потенціал підприємства – сукупність природних та створених людиною явищ, умов, можливостей та засобів, придатних до формування туристичного продукту та здійснення відповідних турів, екскурсій та програм. Він включає природно-кліматичні компоненти, культурно-історичні ресурси, інфраструктуру, матеріально-технічну базу. Як свідчить світова практика економічно-розвинених країн з потужною туристичною базою, вагоме значення для розвитку галузі мають географічне положення, природно-кліматичні ресурси та пам'ятки історії. В цьому плані ресурси України необмежені. Це і гірсько-лижний туризм, і зелений-сільський, чисельні бальнеологічні курорти

з лікувальними мінеральними, термальними водами, це пізнавальний туризм з історичною, культурною і сакральною спадщиною – багатою і неповторною через свою несхожість й особливу ідентичність кожного регіону країни.

Культурно-історична спадщина включає в себе пам'ятки історії та культури, історико-культурні території та об'єкти, які мають значення для збереження та розвитку культурної самобутності народу. Тому є дуже важливим не лише використання, але і захист цього ресурсу. Збереження національних скарбів – це головний пріоритет туристських адміністрацій, бо це є прямим шляхом до зростання доходів від туризму.

Інфраструктура туризму – це комплекс споруд та мереж, що забезпечують нормальний доступ туристів до туристичних ресурсів та їх належне використання в цілях туризму. Транспортна досяжність є найважливішим критерієм оцінки туристичного потенціалу території [2].

В переліку найнеобхідніших факторів у турпідприємстві включається матеріально-технічна база з готелями, мотелями і хостелами з доступною ціновою політикою, чисельні кафетерії, недорогі ресторани тощо.

Підготовка професійних кадрів для туризму є основним завданням установ, які займаються організацією туризму на конкретній території.

Вище перелічені критерії надують змогу показати як на практиці працюють теоретичні основи. Прикладом такої реалізації є продовження туристичного маршруту – дороги Святого Якова в Україні. Оскільки цей проект є європейським і включений в історичну спадщину Via Regia. Via Regia – культурний шлях Ради Європи, це дорога, яка пролягає через одну або декілька країн чи регіонів, котра пропагує теми, які через історичні, мистецькі та соціальні інтереси є європейськими, чи на підставі географічного пролягання шляху, чи по змісту і значенню [3].

Оскільки цей проект вже працює в Україні і частина шляху від польського кордону до Львова є промаркованою і включеною у європейську карту, актуальним є продовження шляху до його історичної коліски – столиці України міста Києва. Цей проект має шанс стати регіональним при підтримці місцевих і парafilьних громад, органів місцевої влади і звичайно інвесторів.

Активний ріст туристичного підприємництва залежить від наявності законодавчої бази, яка стимулює та підтримує механізми фінансування і інвестування в галузь туризму. Для успішного розвитку туризму необхідно забезпечити його раціональне планування і ефективне управління. Перевагами розвитку туризму мають стати нові робочі місця, додаткові прибутки і інвестиційні надходження, модернізація комунальних підприємств, нові технології і ноу-хау.

Як свідчить аналіз мотивів іноземних інвесторів, пошук туристичних ринків збуту – найпоширеніший стратегічний мотив для інвестицій в туристичну галузь України. Серед мотивів є бажання постачати свою турпродукцію і мати вихід на нові регіональні туристичні ринки. Серед другорядних мотивів є підвищення конкурентоспроможності і доступ до наукових і технологічних розробок [4].

Таким чином, формування туристичного потенціалу підприємств – це процес ідентифікації та створення можливостей, структуризації елементів потенціалу та побудови певних організаційних форм для стабільного розвитку й ефективного відтворення. Але цей процес можливий лише у взаємодії з зовнішнім середовищем.

Створення високоефективної туристичної індустрії в регіонах сприятиме економічному та соціальному розвитку регіонів, збереженню навколишнього середовища, залученню інвестицій, створенню нових робочих місць.

Стратегічними цілями інвестиційної політики в галузі туризму повинні бути:

1. Створення законодавчої бази регіонів в області забезпечення гарантій на іноземні інвестиції в туристичний бізнес;
2. Створення сприятливого інвестиційного клімату;
3. Стимулювання приливу капітальних вкладень у реконструкцію і будівництво сучасних туристичних комплексів, санаторіїв, готелів, відповідних до міжнародних вимог і стандартів;
4. Розробка нових турів, які повинні урахувувати етнокультурні, геополітичні, екологічні чинники туристичних регіонів.

Туристична галузь, хоч і дуже повільними кроками, починає збільшувати свої показники. Але не можна зупинитися на досягнутому. Саме від того, яким шляхом піде зараз розвиток галузі,

залежить все її майбутнє, майбутнє економіки, а , отже, і життя України в цілому.

Література

1. Про парламентські слухання на тему: «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=248946359&cat_id=244828973.

2. Ткаченко Т. І. Теоретичні аспекти формування туристичного потенціалу підприємств / Т. І. Ткаченко, К. О. Соколова // Вісник Маріупольського державного університету. Сер. : Економіка. – 2011. – Вип. 1. – С. 107 – 112.

3. VIA REGIA – Den Süden Polens mit Bus und Bahn entdecken. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.via-regia.org/ukr/bibliothek.php>.

4. Мальська М. Планування діяльності туристичних підприємств: Навчальний посібник / Марта Мальська, Ореста Бордун. – К.: Знання, 2005. – 241 с.

УДК: 338.48:330.3

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Рибальченко Н. П., асистент кафедри менеджменту та туристичної індустрії Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького

Сьогодні в Україні не можна говорити про розвиток туристичної галузі, якщо немає інфраструктури, доріг, комунікацій. Також, важко уявити собі розвиток туристичної галузі в Україні без захисту інвестицій.

Низка проблем та перешкод гальмують розвиток туристичної галузі. Туристична галузь не виконує повноцінно свої економічні, соціальні і гуманітарні функції, не сприяє наповненню бюджетів усіх рівнів, створенню нових робочих місць, збільшенню

питомої ваги сфери послуг у структурі внутрішнього валового продукту. Крім того, необхідність розгляду на сьогоднішній день питання розвитку та інвестиційної привабливості України викликана зміною зовнішніх та внутрішніх умов для розвитку туризму в Україні протягом останніх років. З початку 2013 року з'явилися додаткові ризики, пов'язані як із зовнішнім впливом дій Російської Федерації стосовно Автономної Республіки Крим, міста Севастополя та східних регіонів України, так і з внутрішніми чинниками, що породжені недосконалістю державного управління та майже повною відсутністю державної політики в цій сфері.

На сьогодні у світовому інформаційному просторі майже відсутня об'єктивна та актуальна інформація про Україну, зокрема, різноманітність її туристичних ресурсів через брак якісних маркетингових заходів, а це, в свою чергу, шкодить туристичному іміджеві України. У результаті Україна стрімко втрачає свою популярність як туристична держава, оскільки в уяві потенційних туристів складається враження повномасштабної війни, а вся країна сприймається виключно як «гаряча точка».

Одним з головних питань є нестабільність інституту державного управління. З інтервалом майже кожні декілька років відбувається реформа центрального органу виконавчої влади в туристичній галузі. Ці урядові структури тільки встигали приймати та передавати справи. Такі постійні реформи на державному рівні призводять до невиконання міжнародних домовленостей, перегляду напрямів розвитку, застоїв у галузі, зміни кадрів та застарілої законодавчої бази. У місцевих державних адміністраціях, міських радах забезпеченням реалізації на відповідній території державної політики у галузі туризму і курортів, розвитком туристичної та курортно-рекреаційної індустрії займаються різні структурні підрозділи, а бізнес взагалі втратив будь-які орієнтири [1].

Наступна проблема – відсутність фінансування сфери туризму. Останні роки державою, а 2016 рік – не став виключенням, не виділялось жодної копійки на розвиток туристичної сфери.

Потенційні туристичні можливості України безмежні, проте, тривалий час туристична галузь відчуває на собі вплив негативних чинників: відсутність послідовної державної політики в

сфері туризму, стратегії та програми розвитку туризму і курортів, багаторазова трансформація центрального органу виконавчої влади в сфері туризму, а також територіальні втрати та військові дії на території країни, негативні наслідки від нестабільності в політичному та економічному житті. Всі ці чинники негативно вплинули на потік іноземних туристів до України, який за останні роки зменшився у два рази та у минулому році становив лише 12,9 млн. осіб. Як наслідок, відбулося значне скорочення доходів від туристичних послуг та послуг готелів, валютних надходжень, інвестицій в туристичну інфраструктуру, робочих місць [1].

Органи державної влади вживають певних заходів щодо підвищення авторитету України на міжнародній арені, формування позитивного іміджу України та просування національного туристичного продукту на міжнародному та внутрішньому ринках.

Однак, повна відсутність бюджетного фінансування, розпорошена державна система управління та недосконалість норм діючого законодавства гальмують активізацію розвитку сфери туризму, а відсутність державної політики унеможливує динамічний розвиток туристичної галузі.

Зважаючи на реалії сьогодення, основна увага держави має бути зосереджена на подоланні наявних негативних тенденцій, створенні системних та комплексних передумов для розвитку сфери туризму як одного із пріоритетних напрямків для економічного зростання країни та наповнення бюджетів всіх рівнів.

Ситуація, що склалася в державі на цей час, потребує рішучих кроків з визначення державної політики у сфері туристичній сфері – однієї з пріоритетних складових комплексної державної політики, не в лозунгах, а в конкретних справах. Активізація розвитку пріоритетних для України в'їзного та внутрішнього туризму можлива шляхом об'єднання зусиль органів державної влади, представників туристичного бізнесу та інститутів громадянського суспільства для популяризації України у світі.

Література

1. http://iportal.rada.gov.ua/news/Novyny/Parlamentski_slukhannya/127696.html.
2. <http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/16861/2/16zizdou.pdf>.

УДК 908

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ОБ'ЄКТІВ ШЕВЧЕНКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАПОВІДНИКА У МИСТЕЦЬКИХ ТВОРАХ

*Чулкова Т. М., старший науковий співробітник
Шевченківський національний заповідник м. Канів*

За висновками соціологів, екскурсійно-пізнавальний туризм (відвідування екскурсантами культурно-історичних пам'яток) є одним із найперспективніших в Україні. Більшість іноземних туристів стверджують, що наша країна відома у світі завдяки своїм унікальним традиціям та історичній спадщині (62 % респондентів). Серед переваг, які спонукають їх до відвідування України – архітектура та культурно-історичні пам'ятки (30 %), мальовнича природа (30 %), гостинність та щирість місцевого населення (10 %), національна кухня (7 %) та інше [2; 38].

Серед туристично привабливих місць Черкащини особливе місце займає Канів, одне з найдревніших і найчарівніших міст України. Красою наддніпрянського міста у свій час захоплювався Тарас Шевченко, тут, на одній з найвищих канівських гір, він був похований. Письменник І. С. Нечуй-Левицький у малюнку «Шевченкова могила» описав власні почуття від перебування на Чернечій горі: «...то дивний геній вибрав собі це місце, може, одно з найкращих у світі...» [4; 404].

Попри те, що у Каневі поховано найбільшого українського достойника Тараса Шевченка, красу канівських дислокацій, вдале географічне розташування, помірно-континентальний клімат, популярність міста серед туристів України та зарубіжжя, Шевченківський національний заповідник продовжує працювати над підтримкою іміджу унікального історико-культурного туристичного центру. І тому, одним із надважливих завдань Заповідника є популяризація туристичних об'єктів Тарасової гори з використанням усіх можливих сучасних форм і методів музейної роботи: участь у всеукраїнських і регіональних туристичних виставках та ярмарках, міжнародних фестивалях, конкурсах і т.д.

Своєрідною презентацією історичних та архітектурних пам'яток Шевченківського національного заповідника можна вважати організацію стаціонарних та пересувних виставок мистецьких творів з фондової колекції Заповідника у яких зафіксовані основні туристичні об'єкти; видання мистецьких каталогів, альбомів, комплектів листівок, буклетів з образами, створеними митцями на Тарасовій горі. Наповнення музейних сайтів новою інформацією про художників та їх твори, створення 3D віртуальних турів дозволяють користувачу попередньо ознайомитися з туристичним об'єктом на репродукціях (у електронному вигляді) і порівняти їх сучасний вигляд під час екскурсії.

Нині Заповідник площею 38 га об'єднує територію історико-культурного та природно-заповідного фонду. Тут можна ознайомитися з пам'ятками археології, архітектури, історії, мистецтва та природи. Центром Тарасової гори є Могила з пам'ятником Тарасу Шевченку (1939, скульптор М. Манізер, архітектор Є. Левінсон), неподалік – Державний музей (1933 – 1937, 1939, архітектори В. Кричевський та П. Костирко). Перед центральним входом до музею установлений відреставрований чавунний пам'ятник-хрест, що стояв на Шевченковій могилі (1884 – 1923, архітектор В. Сичугов) та пам'ятник-погруддя (1923, скульптор К. Терещенко). Відвідування могили багатолітнього хранителя шевченківського меморіалу І. Ядловського (1884 – 1933) включено у екскурсію по території Заповідника. Ще один із екскурсійних об'єктів, який викликає неабиякий інтерес у туристів, це перший народний музей «Тарасова світлиця» (1884, відтворена 1991).

Для комфортного підйому відвідувачів до могили Кобзаря у 1977 році збудовано комплекс сходжень на Тарасову гору (архітектори А. Мошенський, О. Добродієв). До нього входять: басейн у формі мистецької палітри, монументальні гранітні сходи з місцями для відпочинку відвідувачів, фонтан «Лілея», оглядовий майданчик. Ліворуч від нього, у 1978 році, на знак протесту проти русифікації України, спалився калушанин О. Гірник. Нині на місці самопалення встановлений пам'ятний знак (2009, скульптор А. Балог).

На території нижнього парку увагу відвідувачів привертає відтворена (2013) за малюнком художника Ж.-А. Мюнца та історичними джерелами, дослідженими науковцями Заповідника, дерев'яна козацька церква Покрови Пресвятої Богородиці

(XVIII ст.) у якій встановлено дерев'яний іконостас та облаштовано куточок музейної експозиції. Нижче церкви – пам'ятний знак українському гетьману І. Підкові (2007, скульптор П. Кулик, архітектори В. Блисюк, К. Малярчук, І. Ренькас).

Починаючи з 2000 року, на канівських пленерах, організованих Шевченківським національним заповідником за сприяння Міністерства культури України, працювали талановиті художники з Києва, Львова, Луцька, Одеси, Сум, Черкас. Наступні мистецькі акції розширили географію учасників. У Канів приїхали художники з Донецька, Могилів-Подільська, Житомира, Херсона, Києва, Черкас та білоруського Мінська. Захоплені канівськими краєвидами, вони створили цілу низку творів у яких відтворили історичні пам'ятки міста, канівські гори, Дніпро у різні пори року. Фондову колекцію Заповідника поповнили роботи художників, які писали своєрідний мистецький літопис Тарасової гори.

Художній образ української Святині – могили Тараса Шевченка створили художники – В. Гарбуз (м. Київ), М. Сенюта (м. Черкаси), Л. Литвин (м. Луцьк), будівлі музею зафіксував у своїй роботі художник В. Кирилков (м. Луцьк), комплекс сходжень відтворили у своїх творах Є. Манишин (м. Львів), Г. Морозова (м. Канів). Перший народний музей «Тарасова світлиця» з любов'ю змалювали: А. Буртовий (м. Київ), Н. Лоза (м. Одеса), Т. Красна (м. Київ), В. Гарбуз (м. Київ), В. Маковій (м. Київ), І. Власов (м. Мінськ, Республіка Білорусь), В. Нестеренко (м. Львів), Л. Гопанчук (м. Київ), Г. Морозова (м. Канів), Є. Безніско (м. Львів), О. Сокуренько (м. Черкаси). А новий туристичний об'єкт – відновлену дерев'яну церкву описала на полотні художниця О. Гук (м. Київ) і подарувала до музейної збірки.

Сучасні художники продовжили багаторічну традицію митців старшого покоління, творчість і професійна діяльність яких зв'язала з Каневом на довгі роки. Образ української Святині періоду 1923 – 1938 років створили художники Микола Бурачек, Іван Порошин, Євген Лученко, Степан Цінько, Мар'ян Маловський. Своє враження про перебування на могилі поета зберегла у своїй пам'яті художниця Віра Мацапура (Бура) з Києва: «... Здається це було ще восени 1925 року. Мені пощастило зі студентами університету поїхати пароплавом вперше до Канева...

Від пристані до Тарасової гори зачаровувала споконвічна краса. На цій горі височіла могила поета, де у 1923 році був поставлений йому чавунний пам'ятник, відлитий за ініціативою і на свої кошти робітниками Городищенського цукрового заводу за проектом скульптора К. М. Терещенка. Я зарисувала побачене. Біля підніжжя могили росли два дерева... Між ними пролягали світлі сходишки, що вели вгору на майданчик, де стояв п'єдестал, на якому був установлений невеликий бюст Тараса Григоровича Шевченка у шапці з хутровим коміром і відворотами. На фоні неба він виглядав темним, матовим силуетом. У мене зберігається цей дорогий малюнок і дотепер...» [3; 85]. Один з малюнків того часу В. Мацапури зберігається у фондівій колекції Заповідника.

У 1938 році на вулиці Бесарбія, неподалік Тарасової гори, було створено Базу для проведення мистецьких практик студентів Київського художнього інституту. «...Она [художественная практика] проходила на живописных берегах Днепра возле Канева. Эти виды вдохновляли не только студентов, но и известных мастеров, в разные годы руководивших практикой» [1; 6]. У ті часи у Каневі працювали художники, імена яких відомі далеко за межами України: Карпо Трохименко, Сергій Григор'єв, Григорій Світлицький, Костянтин Єлева, Ілля Штільман, Степан Кириченко, Олександр Фомін, Іларіон Плещинський, Григорій Сокиринський, Володимир Денисов, Петро Сльота, Тетяна Яблонська, Юлій Ятченко, Василь Забашта, Іван Красний, Сергій Шишко та інші.

Впродовж багатьох років українські та зарубіжні художники, відвідуючи Канів, спостерігають як змінюються канівські краєвиди, дізнаються про нові сторінки з життя міста, знайомляться з історичними, архітектурними пам'ятками та відтворюють їх у образотворчому мистецтві. Магія кольору, багатоплановість композицій мистецького твору, історична правда спонукають глядача обрати для підготовки нового туристичного маршруту та організації власного дозвілля ту місцевість і ту пам'ятку, яка захопила на побаченій картині.

Мистецька репрезентація туристичних об'єктів це інноваційний крок у популяризації краєзнавства в Україні, який сприяє інформаційному та естетичному насиченню туристичної та екскурсійної галузі.

Література

1. Академічна виставка в НХМУ //Антиквар № 11 (69) листопад, – 2012.
2. Біркович В. І. Модернізація туристичного та рекреаційного потенціалу регіонів України//Статистика України. – 2006. – № 3
3. Життя в мистецтві. Художниця В.І.Бура-Мацапура //Упорядник Мацапура Т. М. –К. : Університетське видавництво «Пульсари», – 2014.
4. Нечуй-Левицький І. С. Твори у 3т., т. 2, нарис «Шевченкова могила. – К. : Дніпро, – 1988.

ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОГО ПРОСТОРУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

УДК 330.332

МОДЕЛЬ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ОХОРОНИ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ

*Матвійчук Л. Ю., д.е.н., проф., зав. кафедри
туризму та цивільної безпеки
Луцький національний технічний університет*

Туризм як форма економічної діяльності – об'єктивно глобальне явище, яке гармонізує і диверсифікує фундаментальні процеси господарського освоєння простору, якими є промислове, сільсько-, лісо-, морегосподарське та інше природокористування. У межах кожної держави та у рамках окремих суспільно-історичних формацій існує власна логіка ходу такого освоєння.

Окремо слід відзначити, що поширення туризму може шкідливо впливати на природне й культурне довкілля. Туристи завдають шкоди навколишньому середовищу, забруднюють його відходами своєї життєдіяльності, необережні дії туристів часом призводять до пожеж і руйнацій, неорганізований туризм буває причиною забруднення води у криницях і водоймах, використання різних видів транспорту у туризмі негативно впливає на стан повітря, призводить до небажаних змін у складі місцевої флори й фауни тощо. Місцеві комунікації часом страждають від перевантаження. Так, наприклад, сучасний дослідник, І. Енджейчик відзначає: «Обумовлена туризмом величезна концентрація людей в обмеженому просторі створює проблему величезного масштабу, пов'язану із забрудненням території стоками і відходами» [1].

Значний внесок у дослідження проблем розвитку і функціонування сфери туризму зробили такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: Бейдик О. О., Герасимчук З. В, Гринів Л. С., Гудзь П. В., Долішній М. І., Енджейчик І., Кифяк В. Ф., Кравців В. С.,

Кріпендорф Й., Любіцева О. О., Мальська М. П., Сокол Т. Г., Ткаченко Т. І., Чепурда Л. М., Школа І. М. та ін. Проте, у вітчизняній економічній літературі практично не розглядаються такі важливі теоретичні і практичні проблеми як визначення конкретних шляхів побудови оптимальних логістичних систем управління охороною туристичних ресурсів.

На нашу думку, у процесі формування ринкових відносин у напрямі управління охороною туристичних ресурсів політика держави повинна передбачати використання стратегічного та системного підходів, диференційовано визначати форми фінансування субгалузей туризму, враховуючи специфіку кожної з них та їх роль у процесах охорони туристичних ресурсів, бути регіонально вираженою і відповідати міжнародним стандартам. Зокрема, стратегічний підхід у сфері інвестиційного забезпечення охорони туристичних ресурсів дозволить виявити найбільш перспективні регіони, території і туристичні об'єкти, вирішити питання про доцільність інвестиційних вкладень при розгляді регіональних проблем охорони туристичних ресурсів. Системний підхід сприятиме формуванню відповідного інвестиційного середовища у сфері саме охорони туристичних ресурсів у контексті ринкових перетворень в економіці країни загалом.

Варто зазначити, що інвестиційний потенціал охорони туристичних ресурсів визначається сумою об'єктивних передумов для інвестицій, яка залежить від різноманітності туристичних об'єктів інвестування, а також від економічного становища країни в цілому та туристичного регіону зокрема. На регіональному рівні обсяг інвестування охорони туристичних ресурсів визначається насиченістю території відповідними факторами, зокрема наявністю та збереженістю туристичних ресурсів, матеріально-технічною базою туризму, розвитком інфраструктури туризму, трудовими ресурсами тощо, а також рівнем доходів населення, споживчим попитом.

Можна виділити такі пріоритетні напрямки залучення інвестицій в охорону туристичних ресурсів:

– реставрація та реконструкція пам'яток історії та культури, особливо таких, які репрезентують Україну на міжнародному ринку туристичних послуг;

– збільшення площі рекреаційних територій;

– підвищення кваліфікації працівників туристичної галузі з екологічним спрямуванням;

– розвиток «екологічного» туризму, особливо у регіонах, які зберегли народні звичаї та традиції;

– підвищення рівня свідомості туристів, зокрема екологозорієнтована рекламна діяльність – повномасштабна охорона туристичних ресурсів буде неповною без належної поінформованості потенційних туристів та населення туристичного регіону про необхідність збереження туристичних ресурсів та правила раціонального їх використання й охорони.

Крім того, особливу увагу слід звернути на територіальну координацію інвестування охорони туристичних ресурсів. Координація інвестування в охорону туристичних ресурсів – це детальне вивчення, мобілізація та раціональне використання інвестиційного потенціалу туристичної галузі.

Враховуючи посилення процесів нерационального використання туристичних та рекреаційних об'єктів на регіональному рівні, а також щоразу зростаючі потреби в інвестиціях, виникає нагальна необхідність залучення інвестиційних ресурсів. Із важливості функцій, що вкладені в поняття координації, впливають такі її завдання:

– сприяння реалізації інвестиційних проектів охорони туристичних ресурсів, які здатні забезпечити значний екологічний, економічний та соціальний ефект охорони зазначених ресурсів за умови невеликих вкладень;

– забезпечення координації різних гілок влади та органів територіального управління у вирішенні проблем інвестування туристичних ресурсів;

– надання переваги інвестиційним проектам, метою яких є не тільки вдосконалення туристичної інфраструктури, а й охорона туристичних ресурсів;

– сприяння потенційним інвесторам, координація їхньої роботи шляхом розробки та презентації пріоритетних туристичних об'єктів інвестиційної політики регіону;

– комплексне використання потенційних можливостей для покращення інвестиційного клімату в туристичному регіоні;

– запровадження інформаційної підтримки суб'єктів інвестиційної діяльності, створення умов доступності та прозорості

інвестиційного ринку; проведення економічної, екологічної та соціальної експертизи проектів інвестування охорони туристичних ресурсів.

Проведені аналітичні дослідження інвестування охорони туристичних ресурсів дають можливість стверджувати, що перевага надається короткостроковому торговельно-грошовому обігу, а вирішальна охоронна функція залишається осторонь. Така інвестиційна політика абсолютно не відповідає стратегічним інтересам держави. Звідси випливає необхідність пошуку шляхів інвестування процесів охорони туристичних ресурсів [2].

Моделювання процесу державного управління інвестуванням охорони туристичних ресурсів, на нашу думку, може включати такі етапи (рис. 1).



Рис. 1 Модель державного управління процесами інвестування охорони туристичних ресурсів

З погляду регіонів, механізми інвестування покликані забезпечити залучення інвестиційних ресурсів для реалізації можливостей охорони туристичних ресурсів з метою сталого розвитку туристичних територій. Кожен регіон держави залежно від особливостей його розвитку використовує той чи інший механізм інвестиційного забезпечення охорони туристичних ресурсів. Так, одні регіони використовують власні інвестиційні ресурси за рахунок міцної фінансової бази, інші залучають зовнішні джерела фінансування, зокрема іноземні інвестиції.

Отже, вирішення проблемних економічних питань управління охороною туристичних ресурсів має відбуватися на основі послідовного розроблення та запровадження нових інструментів, у першу чергу, позитивної мотивації, з урахуванням регіональних особливостей охорони туристичних ресурсів, основною метою яких повинне бути заохочення суб'єктів туристичного господарювання до раціональної охорони туристичних ресурсів.

Література

1. Герасимчук З. В. Розвиток рекреаційного потенціалу регіону: теорія і практика: монографія / З. Герасимчук, Ю. Дашук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2014. – 260 с.
2. Герасимчук З. В. Раціоналізація використання та охорони туристичних ресурсів: діагностика та механізм забезпечення: монографія / З. Герасимчук, Л. Матвійчук. Б. Герасимчук – Луцьк : Волиньполіграф, 2014. – 346 с.
3. Економічна статистика /Економічна діяльність/ Туризм. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Любіцева О. О. Регуляторні механізми ринку туристичних послуг / О. Любіцева. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp41.htm

УДК 338.46:372.8+614.39

ІННОВАЦІЙНА СПРЯМОВАНІСТЬ ПІДГОТОВЛЕННЯ КАДРІВ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

*Ляпіна О. В., к.х.н., доцент кафедри ТПВ, ТБтаР
Стрікаленко Т. В., д.мед.н., професор кафедри ТПВ, ГРБ,
Одеська національна академія харчових технологій*

Туризм, що поступово стає однією з найпопулярніших форм проведення дозвілля, на сьогодні є і найбільш перспективною галуззю світової економіки, потенціал якої в Україні використовується вкрай недостатньо. У світовому національному доході туризм складає близько 10 %, і на його долю припадає майже 30 % світової торгівлі. Практично всі регіони України мають певну

туристичну привабливість і повинні сприяти розвитку туристичної інфраструктури, проте через об'єктивні та суб'єктивні причини і ризики маємо відносну реалізованість цього потенціалу [1 – 3].

Інноваційні дії розглядають як інструмент обмеження ризиків і прискорення розвитку туризму. Відсутність чи недостатня кількість таких дій обумовлені, на наш погляд, двома причинами: традиціями неспішного розвитку туризму в минулі роки і відсутністю навичок пошуку і розробки інноваційних заходів у нових фахівців, що здобувають вищу професійну освіту сьогодні. Теоретико-методологічні основи освіти в галузі туризму в науковій літературі мають достатньо широке висвітлення [4 – 6 тощо]. Розвиток інноваційної діяльності у туризмі розглядають, переважно, спираючись на положення Світової туристської організації, у напрямках (1) створення нового або зміну існуючого продукту, (2) його позиціонування на ринку як ексклюзивного і освоєння нових ринків збуту, (3) впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності [7].

Вважаємо не менш важливою для розвитку інноваційної діяльності у туризмі проблему сервісного обслуговування туристів, тобто задоволення їх потреб в час подорожі, та можливість регулювання взаємодії між виконавцем і споживачем послуг. Так, незалежно від мети подорожі (туризм етнічний чи екстремальний, спортивно-оздоровчий чи лікувально-оздоровчий, екологічний тощо) клієнти туристичних агентств мають користуватись водою та природними водними об'єктами (елементами практично будь-якої рекреації – річками, морем, озерами). А для значної кількості туристів саме водні об'єкти є метою подорожі (бальнеологічне лікування і оздоровлення, СПА-туризм тощо). Складовою якісної роботи фахівців-туризмознавців, що оформляють путівки, супроводжують туристів в час подорожі (та навіть у потязі, на літаку чи морському/річковому судні тощо), має бути, на нашу думку, обізнаність із критеріями якості та безпечності різних вод, водним режимом протягом дня, побічними проявами недостатнього вживання води та особливостями різних фасованих вод. Доцільним вважаємо навести такий приклад: екскурсії до бутіка Анжело Лаурія, що оформлений як розкішний ювелірний магазин та є першим в Італії і

в світі «водним магазином», викликають чималий інтерес у туристів. Адже, як стверджує власник цього незвичайного магазину А. Лаурія, «ми хотіли показати значення води та створити достойне її оформлення. Щоб ті, хто сюди заходить, одразу розуміли: вода – це не така проста річ, як вони, можливо, думали, і не можна її недооцінювати. Ми допоможемо підібрати воду до м'яса чи до риби, підкажемо, якою водою завершувати трапезу, а яку використовувати як аперитив... Ви відчуєте чітку кислотність у роті, у вас розіграється апетит, у вас почне виділятися шлунковий сік, що для аперитиву є головною задачею...». І в престижних ресторанах світу, разом з картою вин, вже подають карти мінеральних і столових вод, є вони і в деяких готелях.

Знання цих особливостей сприйняття та вживання води не може не сприяти підвищенню авторитета не лише екскурсовода чи супроводжуваних туристичну групу, але й туристичної фірми загалом. Евентивний (подієвий) туризм, що орієнтується як на видовища природного походження, так і на громадські, історико-культурні, релігійні чи мистецькі заходи, що проходять не систематично, також потребує періодичного сервісного, в тому числі – водного, забезпечення і обслуговування. Не менш важливою є екологічна складова вивчення водних об'єктів та джерел водопостачання, тому що саме туристи часом роблять певний внесок в їх забруднення, тоді як туристична галузь в цілому зацікавлена в сталому розвитку держави.

В одній з наших робіт [8] означено досвід викладання магістрів, що навчаються в ОНАХТ за фахом «готельно-ресторанна справа», дисципліни «Технологія питної води і водопідготовки для закладів готельного і ресторанного господарства», метою якої є засвоєння студентами теоретичних та практичних положень курсу. Зацікавленість магістрів цим курсом, як і викладене вище обґрунтування важливості знань «про воду» у фахівців туристичної галузі, дозволили рекомендувати вивчення водних проблем (екологічних, соціально-побутових, лікувально-оздоровчих та життєзабезпечуючих) для включення як варіативної дисципліни магістрам, що навчаються за фахом «Туризм».

Інноваційна спрямованість запропонованого курсу лекцій та лабораторних занять очевидні тому, що вони, по-перше, дозволять покращити не лише послуги сервісного обслуговування,

рівень якого напряму пов'язаний з рівнем кваліфікації персоналу, та задоволення потреб туристів у подорожі, а також взаєморозуміння між туристом і фахівцем (між споживачем і виконавцем), що сприятиме створенню репутації високої якості обслуговування туристів. По-друге, при викладанні предмету не повторюються розділи та дисципліни, які студенти вивчають протягом попередніх чотирьох років у ВИШі, тобто вони отримують змогу інноваційного погляду на вже вивчені дисципліни. Нарешті, додаткові знання «з проблем води», що їх можуть отримати туристи від фахово підготовленого супроводжувача групи, можуть стати ще одним, дійсно «новим, інноваційним» продуктом діяльності суб'єкта туристичного бізнесу і сприятимуть зростанню його конкурентоспроможності. На нашу думку, запропоновану інноваційну спрямованість підготовки кадрів для туристичної галузі можна вважати складовою комплексу інноваційних заходів розвитку туристичного ринку в сучасних умовах глобалізації.

Література

1. Цуцман І. Я. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні та світі // Стратегія розвитку туризму у XXI столітті у контексті вирішення глобальних проблем сучасності. Зб. мат-в міжнар. науково-практ. конф. 27 березня 2014р., м. Львів. – Львів : ЛІЕТ, 2014. – С. 542 – 551.
2. Винниченко І. І. Розвиток вітчизняного туризму: до потреби вивчення зарубіжного досвіду // Наукові дослідження для потреб туризму: Матеріали «круглого столу». – К. : ВГЛ «Обрії», 2006. – 68 с.
3. Дудка Т. Ю., Бондарина Л. В., Огородник І. О. Фактори підвищення якості туристичного обслуговування // «Готельно-ресторанний бізнес: інноваційні напрямки розвитку»: мат-ли міжнар. науково-практ. конф. 25 – 27 березня 2015р., Київ. – К. : НУХТ, 2015. – С. 206 – 207.
4. Щука Г. П. Організація практичної підготовки майбутніх фахівців туристичної індустрії // Вісник Луганського національного університету ім. Тараса Шевченка. Педагогічні науки. – Луганськ, 2009. – Вип. 10 (173). – С. 108 – 116.
5. Польова Л. В. Формування кадрового потенціалу у сфері обслуговування // «Готельно-ресторанний бізнес: інноваційні напрямки розвитку»: мат-ли міжнар. науково-практ. конф. 25 – 27 березня 2015р., Київ. – К. : НУХТ, 2015. – С. 261 – 262.
6. Елютина Р. И. Профессиональное становление личности специалиста в сфере сервиса и туризма в процессе обучения в ВУЗе // Между-

народное образование в интересах индустрии туризма: V Российско-китайский форум по подготовке кадров для индустрии туризма: Сб. статей и тезисов под ред. проф. А. Б. Косолапова. – Владивосток: Изд. дом Дальневосточного федерального университета, 2012. – С. 48 – 56.

7. Васьюковська І. І. Інновації в індустрії туризму // «Готельно-ресторанний бізнес: інноваційні напрямки розвитку»: мат-ли міжнар. науково-практ. конф. 25 – 27 березня 2015р., Київ. – К. : НУХТ, 2015. – С. 20 – 21

8. Ляпіна О. В., Стрікаленко Т. В. Перспективи вивчення «проблеми води» майбутніми фахівцями готельно-ресторанної справи // «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: мат-ли VII міжнар. науково-практ. конф., 24 – 25 березня 2016 р., м. Черкаси – Черкаси : ЧДТУ, 2016. – С. 49 – 51.

УДК 338.48 (477)

ТУРИЗМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

*Галасюк С. С., к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Одеський національний економічний університет*

Туризм є однією з небагатьох галузей економіки, спроможних швидше інших відновити обсяги своєї діяльності при створенні сприятливих умов. Розвиток туризму надає можливість багатьом країнам світу отримувати значні кошти до державного бюджету, підвищувати доходи суміжних галузей економіки завдяки мультиплікативному ефекту, покращувати стан інфраструктури туристичних дестинацій [1].

Туризм посідає особливе місце в системі галузей національної економіки. Як вид активного відпочинку він є однією з головних потреб населення та витрат на них. Підприємства, що обслуговують туризм, являють собою цілий сектор економіки, що охоплює як саме індустрію туризму, так і ті галузі господарства, які з нею пов'язані опосередковано. До них належать: транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, нафтопереробка, комунально-побутове обслуговування, харчова,

легка, місцева промисловість тощо (близько 60 різних галузей і підгалузей економіки, які надають характерні, супутні та навіть неспецифічні для туристів послуги, якими вони, проте, можуть користуватися) [2].

Сучасний стан розвитку України характеризується кардинальною перебудовою господарського комплексу, основною метою якої є формування ефективної національної економіки та її регіональних сегментів. У контексті побудови соціально-орієнтованої моделі економіки до національних пріоритетів належить розвиток туристичної галузі, оскільки вона характеризується високою прибутковістю, швидкою окупністю інвестицій та виключно соціальною спрямованістю [3].

Потенційні туристичні можливості України безмежні, проте туристична галузь протягом тривалого часу відчуває на собі вплив таких негативних чинників: відсутність послідовної державної політики у сфері туризму, стратегії та програми розвитку туризму і курортів; багаторазова трансформація центрального органу виконавчої влади у сфері туризму; нехтування міжнародним досвідом розвитку туризму; територіальні втрати та військові дії на території країни; нестабільність в політичному та економічному житті. Усі ці чинники негативно вплинули на потік іноземних туристів до України, який за останні роки зменшився удвічі. Як наслідок, відбулося значне скорочення питомої ваги туризму в структурі внутрішнього валового продукту України, у тому числі доходів від туристичних послуг та послуг готелів, туристичного збору, валютних надходжень, інвестицій у туристичну інфраструктуру, робочих місць [4].

Для динамічного розвитку туризму в Україні та його позитивного впливу на економіку держави нами рекомендовано здійснити низку заходів:

– Створити центральний орган виконавчої влади у вигляді Національної туристичної адміністрації (НТА), прямо підлеглої Кабінету Міністрів України. Саме така структура повинна займатися розробкою та вдосконалюванням нормативно-правової бази для організації туристичної діяльності, координувати взаємовідносини між міністерствами, відомствами й органами регіональної влади з питань розвитку туризму; налагоджувати зв'язки з іншими країнами та міжнародними організаціями

щодо розвитку міжнародних туристичних обмінів, займатися просуванням національного туристичного продукту за рубежом, здійснювати інформаційне обслуговування туристичного бізнесу [5]. Характерними особливостями такої НТА в економічно розвинутих країнах є: активний пошук можливостей щодо узгодження інтересів держави та приватного бізнесу, центру та регіонів; отримання відносної самостійності в прийнятті рішень; розподіл на дві структури – «адміністративну» і «маркетингову» з поступовим переходом останньої на змішане фінансування – за рахунок коштів державного бюджету й самоокупності.

– Відновити ліцензування турагентської діяльності або запровадити на законодавчому рівні альтернативний механізм захисту прав споживачів та партнерів по бізнесу (наприклад, шляхом формування державного реєстру суб'єктів туристичної діяльності для обов'язкового внесення до нього даних про турагентів; створення національного стандарту про вимоги щодо провадження турагентської діяльності).

– Змінити підходи до гарантування туроператорами своєї цивільної відповідальності перед туристами шляхом установлення фінансових гарантій, розмір яких повинен залежати не тільки від виду туристичної діяльності, але й від обсягу надаваних туристичних послуг [6].

– Скасувати законодавчу норму щодо виключності туроператорської діяльності, згідно з якою туроператори не мають права надавати послуги з розміщення, харчування, перевезення та інші, що значною мірою впливає на погіршення якості обслуговування туристів та не дозволяє туроператорам отримувати додаткові доходи.

– Стимулювати створення громадських організацій, об'єднуючих туроператорів та турагентів, які спроможні впливати на розвиток туристичного бізнесу.

– Переглянути вимоги до категорій готелів та інших засобів розміщення туристів шляхом прийняття оновлених національних стандартів із готельного бізнесу, а також розробити нові правила провадження процедури категоризації [7].

Таким чином, запропоновані заходи мають сприяти підвищенню рівня ділової активності на ринку туристичних послуг, що призведе до економічного зростання як в цій галузі, так й в країні в цілому.

Література

1. Галасюк С. С. Модели государственного регулирования в сфере туризма / С. С. Галасюк // Научные исследования в сфере туризма: труды Международной туристской Академии. – М. : МТА, 2010. – Вып. 6. – С. 189 – 204.
2. Герасименко В. Г. Організація надання туристичних послуг: навчальний посібник / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк. – Одеса : Атлант, 2014. – 242 с.
3. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / за заг. ред. проф. В. Г. Герасименка. – Одеса : ОНЕУ, 2016. – 262 с.
4. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Розвиток туристичної привабливості України»: Постанова Верховної Ради України № 1460-VIII від 13.07.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1460-19>.
5. Галасюк С. С. Необхідність удосконалення державного регулювання сфери туризму України / С. С. Галасюк // Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи: Зб. наук. праць. – К. : Тонар, 2007. – С. 67 – 73.
6. Герасименко В. Г. Ліцензування туристичної діяльності в Україні у контексті міжнародного досвіду / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк // Журнал європейської економіки. – 2011. – Том 10 (№ 4). – С. 402 – 414.
7. Галасюк С. С. Проблеми категоризації мотелів в Україні / С. С. Галасюк // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – Вип. 18. – Ч. 1. – Херсон: Херсонський державний університет, 2016. – С. 88 – 92.

УДК 334.723:338.48

КОНЦЕСІЯ ЯК АКТУАЛЬНА ФОРМА ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СФЕРІ ТУРИЗМУ

Карпенко Ю. В., к.е.н., доцент;

Животенко В. О., к.е.н, доцент

Полтавський університет економіки і торгівлі

Державно-приватне партнерство, як свідчить світовий досвід, є суспільно-необхідним механізмом взаємодії влади і бізнесу, конструктивні результати реалізації якого досягнуті в багатьох

регіонах України. Не зважаючи на окремі позитивні приклади співпраці, Україна знаходиться ще на початковому етапі формування таких відносин, їхні моделі ще не набули характерних рис та ознак. Тобто потрібно визначитися, яким чином, через які механізми держава має впливати на процеси, які вона, в силу різних причин, не може контролювати повною мірою, або не може цього робити, але які вона із стратегічних причин мусить контролювати. При цьому важливо, щоб таке втручання призвело до підвищення ефективності використання поки що обмежених ресурсів туристичної галузі та слугувало формою для її подальшого розвитку.

У туристичній сфері одним із таких видів співпраці є розвиток кластерної моделі, що передбачає поєднання державних програм та приватних проектів в одній системній моделі, сприяє підвищенню рівня послуг, що надаються споживачам, залученню громади до вирішення соціальних проблем, ефективності використання коштів у регіонах. Метою таких поєднань є досягнення нового рівня конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг за рахунок скоординованих дій членів кластера.

Кластерний підхід у сфері туризму, який активізує підприємництво шляхом концентрації ділової активності, сприятиме створенню робочих місць, доходів, поліпшенню якості туристичних послуг, життя населення на території його запровадження [1].

В Україні найпоширенішою правовою формою співпраці держави та бізнесу є концесія – надання з метою задоволення громадських потреб уповноваженим органом виконавчої влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного договору на платній та строковій основі суб'єкту підприємницької діяльності права на будівництво та (або) управління (експлуатацію) об'єкта концесії, за умови взяття суб'єктом підприємницької діяльності на себе зобов'язань по будівництву та (або) управлінню (експлуатації) об'єктом концесії, майнової відповідальності та можливого підприємницького ризику [2].

Найпоширенішими типами концесійних угод в сфері туризму у світовій практиці є:

6) BOT (Build – Operate – Transfer): «Будівництво – управління – передача» – концесіонер здійснює будівництво й експлуатацію об'єкту протягом встановленого строку, після чого він переда-

ється у власність державі (дороги, тунелі, мости, аеропорти, стадіони та ін.);

7) BTO (Build – Transfer – Operate): «Будівництво – передача – управління» – концесіонер будує об'єкт, який передається державі у власність одразу після завершення будівництва, після чого він передається в експлуатацію йому на визначених умовах;

8) BOOT (Build – Own – Operate – Transfer): «Будівництво – володіння – управління – передача» – концесіонер будує об'єкт, здійснює його експлуатацію, володіє цим об'єктом протягом певного строку, після закінчення якого об'єкт переходить у власність держави;

9) ROT (Rehabilitate – Operate – Transfer): «Реконструкція – управління – передача». Ця правова конструкція аналогічна BOT, тільки замість будівництва нового об'єкта цією угодою передбачається реконструкція існуючого (занедбані пам'ятки архітектури які після реконструкції перетворюються на туристично-відпочинкові центри і т. п.).

10) BBO (Buy – Build – Operate) «Купівля – будівництво – управління» – форма продажу, яка включає відновлення або розширення об'єкту. Держава продає об'єкт концесіонеру, який його вдосконалює з метою ефективного управління (збиткові комунальні підприємства готельно-ресторанного бізнесу і т. п.).

Для того, щоб застосування даної правової форми співпраці було ефективним в сфері туризму, необхідно при формуванні даного типу угод, окрім наявності ефективної адміністративної структури, розвиненого приватного сектору, достатнього інвестиційного потенціалу.

По-перше, привести у відповідність до сучасних релій нормативно-правову, зокрема із Ст. 3. Закону України «Про державно-приватне партнерство» [3] – використання об'єктів соціально-культурного призначення вилучити обмеження щодо об'єктів, які можуть надаватися у концесію, а саме «за винятком тих, що розташовані у рекреаційних зонах». Мова іде не тільки про морське узбережжя, національні парки та заповідники, але і міські і замських парки. Як приклад, позитивний досвід співпраці в межах проекту державно-приватного партнерства Central Park Conservancy і Муніципального управлінням парків і зон відпочинку м. Нью-Йорк, щодо розвитку Центрального парку м. Нью-Йорк. Оскільки, дані відносини в Україні чітко

регулюються, у відповідних законодавчо-нормативних документах про охорону довкілля та ресурсокористування, а наявність даного обмеження лише створює корупційну складову і стримує залучення концесіонерів в туристично-рекреаційний комплекс і будівництво об'єктів інфраструктури.

По-друге, з метою забезпечення дотримання прав, обов'язків держави і концесіонерів доцільно пільги на оренду певних рекреаційних ресурсів на термін дії концесії пов'язувати безпосередньо з об'єктом і умовами угоди; чітко зазначати в умові угоди умови вільного доступу до об'єктів рекреаційних зон умови користування, догляду та джерела, за рахунок яких інвестори можуть окупити вкладені кошти. Окрім, того питання щодо укладання подібного типу угод виносити на обговорення місцевих громад. Щоб уникнути випадків, наприклад, який відбувся з пам'яткою архітектури XVI – XVII ст. – Старосільський замок (с. Старе Село, Пустомитівський р-н, Львівська обл.), коли у 2010 р. його передали в концесію на 49 років. Концесіонер зобов'язався до 2012 р. вивести пам'ятку з аварійного стану, до 2013 р. – відновити одну з веж, до кінця 2015 р. – ввести об'єкт в експлуатацію, щоб об'єкт функціонував як туристично-відпочинковий центр. Але станом на кінець 2016 р. роботи так і не почалися і громада села вимагає скасувати концесію. Як свідчить, печальний досвід такі «горе» орендарі чекають на руйнацію пам'ятки або взагалі її знищують, для того щоб збудувати нову подобу історичного об'єкту, оскільки реконструкція завжди дорожче ніж будівництво.

По-третє, з метою сталого розвитку сфери туризму, не тільки надавати в концесію існуючу інфраструктуру, але і стимулювати будівництво інфраструктури – доріг, мостів, системи водопостачання та каналізації, електрифікації та газифікації, сучасних телекомунікаційних систем і т. п.

Таким чином, розвиток у сфері туризму України державно-приватного партнерства потребує свідомого використання європейського досвіду партнерства у різноманітних його формах. Для того щоб не тільки зберегти позитивні тенденції з розвитку туризму, але й поступально розвиватися надалі, необхідно об'єднати партнерські зусилля різних галузей національної економіки з метою пошуку найбільш оптимальних структур управління.

Література

1. Скляр Г. П. Державно-приватне партнерство в сфері гастрономічного туризму як інструмент модернізаційного розвитку економіки регіонів / Г. П. Скляр, Ю. В. Карпенко // Економічний вісник Донбасу. – 2015. – № 1 (39). – С. 98 – 104.

2. Про концесії: Закон України від 08.07.2011 р. № 3687-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/997-14>. – Назва з екрану.

3. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01.07.2010 р. № 2404-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>. – Назва з екрану.

УДК 338.48

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*Музичка Є. О., к.е.н., ст. викладач кафедри
туристичного та готельного бізнесу
Київський національний університет харчових технологій*

В умовах складних кризових явищ, від яких національна економіка значно постраждала. Для підприємств туристичної сфери вкрай необхідно бути конкурентоздатними на світовому ринку. Для цього перед усім необхідно забезпечити максимально ефективну роботу персоналу, що власне й дозволяє зробити продумана політика управління персоналом, яка реалізується за допомогою відповідних програмних рішень. Отже все більшу значимість набувають сучасні технології управління персоналом на туристичних підприємствах.

Тому необхідно впроваджувати автоматизовані інформаційні системи на туристичних підприємствах. Під автоматизованими інформаційними системами розуміють цілеспрямоване і узгоджене використання технічних засобів інформатизації, програмних засобів, баз даних і людської праці в цілях управління підприємством[1, с.11]. В даний час всі ці системи та технології умовно можна розділити на ERP-системи (управління

і планування діяльністю підприємства), CRM-системи (управління взаєминами з клієнтами), фінансово-аналітичні системи, системи захисту інформації, довідкові системи, системи проектування і т.д.

Корпоративна автоматизована інформаційна система – це система автоматизації всіх основних бізнес-процесів організації та всіх видів обліку. У загальному вигляді, можна дати деякі основні ознаки цього поняття:

- відповідність інформаційним і управлінським потребам підприємства, його бізнесу;
- узгодженість з прийнятою системою управління і організаційною культурою підприємства;
- інтегрованість;
- Сформульована об'єктивна необхідність та концептуальні підходи до оцінювання персоналу в сучасній організації відкритість і масштабованість [1, с. 69].

Виділяють такі підходи до оцінки персоналу, як економічний, соціальний, за кінцевими результатами, за продуктивністю праці, за якістю життя, на основі балової оцінки та на основі оцінки трудового внеску. В результаті оцінки відбувається накопичення інформації, яка потрібна для управління людьми. Мотиваційна мета полягає в тому, що оцінка сама по собі є найважливішим засобом мотивації поведінки людей, так як адекватно оцінені витрати праці будуть забезпечувати подальше зростання продуктивності праці працівників.

Цілеспрямована та продумана інформаційна система дозволяє оперативніше виявляти відхилення у сфері управління персоналом, підвищувати ефективність управління мотивацією працівників, знижувати витрати робочого часу на реалізацію адміністративних та управлінських функцій у сфері управління персоналом.

Література

1. Васюхин О. В., Варзунов А. В. Информационный менеджмент: краткий курс. Учебное пособие. – СПб. : СПбГУ ИТМО, 2010. – 119 с.

УДК 338.488.2:640.41:346.7

ПРОБЛЕМНІ ПИТАНЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕДУРИ ВСТАНОВЛЕННЯ КАТЕГОРІЙ ГОТЕЛЯМ ТА ІНШИМ ОБ'ЄКТАМ, ЩО НАДАЮТЬ ПОСЛУГИ З ТИМЧАСОВОГО РОЗМІЩЕННЯ (ПРОЖИВАННЯ) В УКРАЇНІ

*Теплюк Л. М., к.і.н., доцент кафедри
історії України та суспільних дисциплін
Черкаський державний технологічний університет*

Оснoву індустрії туризму становить діяльність підприємств готельного бізнесу. Сприятливий економічний клімат для діяльності таких підприємств є необхідною умовою для виходу туристичної галузі України з кризи та формування її як прибуткової. Запорукою успішної роботи готелів України можна вважати розроблення нового Порядку встановлення та зміни категорій об'єктам туристичної інфраструктури, який би модернізував та удосконалив процедуру встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання).

Питаннями класифікації та сертифікації готелів займаються українські та зарубіжні вчені такі як: Любіцева О., Пуцентейло П., Школа І., Сенін В., Мещерських Л. та ін [1].

На сучасному етапі процедура встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) регулюється Законом України «Про туризм», Законом України «Про стандартизацію», Законом України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності», Законом України «Про захист прав споживачів», Постановою КМУ «Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)», Постановою КМУ «Про затвердження Правил визначення вартості робіт з підтвердження відповідності у законодавчо регульованій сфері», Постановою КМУ «Про порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)», Розпорядженням

КМУ «Про затвердження заходів щодо розвитку іноземного і внутрішнього туризму» та національними стандартами України: ДСТУ 4268-2003 Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги; ДСТУ 4269-2003 Послуги туристичні. Класифікація готелів; ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення».

Відповідно до ч. 3 ст. 19 Закону України «Про туризм», види категорій об'єктів туристичної інфраструктури, порядок їх встановлення та зміни, а також порядок доведення до споживачів інформації про вид об'єкта туристичної інфраструктури та про вид його категорії визначаються Кабінетом Міністрів України. Порядок встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 29.07.2009 № 803 [2]. Відповідно до діючого Порядку категорії готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), встановлюються за результатами добровільної сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання) стосовно безпеки для життя і здоров'я людей, захисту їх майна та охорони довкілля [3].

Отже, проходження процедури добровільної сертифікації послуг тимчасового розміщення (проживання) є обов'язковою умовою при отриманні свідоцтва про встановлення відповідної категорії.

За даними Державної служби статистики на кінець 2015 року в Україні функціонує 4 341 колективних засоби розміщення з яких: 2 478 – готелі та аналогічні засоби розміщення (мотелі, хостели, кемпінги, тощо) та 1 863 – спеціалізовані засоби розміщення (санаторії, пансіонати, бази відпочинку, тощо). За час існування процедури обов'язкової категоризації в Україні функціонує всього лише 243 готелі, яким видано свідоцтво про встановлення категорії: 5* – 32 готелі; 4* – 61 готель; 3* – 91 готель; 2* – 30 готелів; 1* – 29 готелів (згідно із реєстром свідоцтв про встановлення критерій готелям та іншим об'єктам, що призначається для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) [4].

Згідно із пунктом 9 Порядку роботи з оцінювання готелю виконуються відповідно до вимог ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів». Зазначений державний стан-

дарт є морально застарілим нормативним документом, а згідно з підпунктом 5 п. 3 р. Х Прикінцеві та перехідні положення Закону України від 15.01.2015 № 124 «Про технічні регламенти та оцінку відповідності», внесено зміни до Закону України «Про туризм», якими виключено норми, що передбачали сертифікацію товарів, робіт, послуг у сфері туристичної діяльності.

Отже, нормативно-правове забезпечення процедури встановлення категорії готелям потребує оновлення та систематизації з огляду на сучасні потреби розвитку готельно-ресторанної справи та відповідності міжнародним стандартам. Кабінет Міністрів України розробив проект постанови «Про затвердження Порядку встановлення та зміни категорій об'єктам туристичної інфраструктури», в яких врахував недоліки чинного законодавства [5].

Література

1. Мещерських Л. Стан розвитку готельного господарства в Україні за підсумками роботи у 2005 році // *Новости турбизнеса*. – 2006. – № 17 (67). – С. 7.
2. Про затвердження Порядку встановлення категорій готелів та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) від 29.07.2010. – № 803. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>.
3. Коментар до постанови про затвердження Порядку встановлення категорії готелями та іншими об'єктами, призначеними для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) // *Новости Турбизнеса*. – 2011. – № 15. – С. 8–9.
4. Аналіз регуляторного впливу до проекту постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку встановлення та зміни категорій об'єктам туристичної інфраструктури». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>.
5. Проект постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку встановлення та зміни категорій об'єктам туристичної інфраструктури». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents>.

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДОГОВОРУ КОМЕРЦІЙНОЇ КОНЦЕСІЇ ТА ДОГОВОРУ ФРАНЧАЙЗИНГУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

*Худолей О. С., к.і.н., доцент кафедри історії України
та суспільних дисциплін
Черкаського державного технологічного університету*

Договір комерційної концесії або франчайзингу є самостійним інститутом договірної права. Цей договір має комплексний характер і включає елементи, характерні для договорів, що відрізняються за метою, предметом і правовою конструкцією.

Актуальність теми обумовлена тим, що сучасні тенденції розвитку туризму в світі та в Україні тісно пов'язані з використанням договорів комерційної концесії та франчайзингу.

Згідно зі ст. 1115 ЦК за договором комерційної концесії одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за плату право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг [1].

Сторонами договору комерційної концесії є правоволоділець і користувач. Ними відповідно до ст. 1117 ЦК можуть виступати фізична та юридична особи, які є суб'єктами підприємницької діяльності. Відповідно, органи державної влади та інші суб'єкти, які не зареєстровані як суб'єкти підприємницької діяльності, права брати участь (бути сторонами) у договорі комерційної концесії не мають.

Згідно зі ст. 1116 ЦК предметом договору комерційної концесії є право на використання об'єктів права інтелектуальної власності (торговельних марок, промислових зразків, винаходів, творів, комерційних таємниць тощо), комерційного досвіду та ділової репутації. Договором комерційної концесії може бути передбачено використання предмета договору із зазначенням або без зазначення території використання щодо певної сфери цивільного обороту [2].

Деякі вчені вважають, що договір франчайзингу є специфічним видом ваучингу (доручення) чи формою доручення за допомогою

довіри свого товарного знака іншій фірмі. Однак договір доручення значно відрізняється від франчайзингу за метою, предметом та змістом. Подібність спостерігається тільки у відповідальності франчайзера перед споживачем за невідповідність якості товарів та послуг, де споживача можна розглядати як кредитора, а франчайзі – як боржника.

Українське законодавство не містить визначення і поняття договору франчайзингу. Але стаття 11 ЦКУ дозволяє укладати договори, не передбачені законом. Головна умова при підписанні такої угоди – дотримання всіх передбачених законом умов.

Оскільки договір франчайзингу довів свою ефективність упідприємницькій діяльності, його укладають і українські суб'єкти підприємництва, досить часто називаючи його «договором комерційної концесії».

Комерційна концесія – еквівалент відомого в західному законодавстві поняття «франчайзинг», або «франшиза». Договір застосовується у сфері підприємницької діяльності.

Договір комерційної концесії полягає у створенні нових господарських комплексів (турагенцій, туроператорів, та ін.), розширення мережі ринків збуту товарів і послуг під фірмою правласника. Це відрізняє його від традиційних ліцензійних договорів, що надають ліцензіату можливість використовувати окремі об'єкти інтелектуальної власності – винахід, корисну модель, товарний знак, літературний твір та інші об'єкти, що охороняються.

Якими б різними не були сфери бізнесу, що ведеться на умовах франчайзингу, предметом договору завжди є відчужувані майнові права (право на використання імені, регулювання способів ведення бізнесу). Ділову репутацію («гудвілл») досить складно практично віднести до вищезгаданої категорії прав, але при узгодженні ціни договору враховується умовна вартість «ділової репутації».

Прикладом відчужуваних прав може бути право на обслуговування клієнтів з використанням реклами і торгової марк и фірми – франчайзера (у системі туроператора «Tui» чи в системі фірмових готелів «Raddison» та інше) [3].

Специфіка предмета договору у відносинах франчайзингу зумовлює необхідність передачі франчайзі не тільки самого права у виді ліцензії, але і практичної можливості користуватися ним. У більшості випадків для цього необхідні передача технічної до-

кументації, робочих інструкцій, постачання устаткування і матеріалів, навчання франчайзі методам роботи, наступне надання консультативної допомоги. Усі ці питання повинні бути зазначені в договорі. Якщо програма практичної допомоги франчайзі є досить об'ємною, вона може бути винесена з основного тексту договору в додаток, який повинен бути невід'ємною складовою частиною договору.

Слід урахувати, що конкретний зміст франчайзингового договору може досить істотно відрізнятися залежно від типу діяльності, що є предметом угоди. З цього погляду звичайно розрізняють два види франчайзингу – товарний і діловий.

Отже, договір комерційної концесії або франчайзингу є невід'ємною частиною права та туристичної діяльності, як і будь-якої іншої підприємницької діяльності в цілому.

Література

1. Правознавство: підручник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://radnuk.info/pidrychnuku/pravoznavstvo/426-oprushko.html>

2. Договір франчайзингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/1506091362188/turizm/dogovir_franchayzingu.

3. Договір комерційної концесії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/karyagin10-1.htm.

УДК: 613.9.7124

ПОТРЕБА СТУДЕНТІВ КАФЕДРИ ТУРИЗМУ У ЗДОРОВОМУ СПОСОБІ ЖИТТЯ

Мариненко С. І., ст. викладач

Черкаський Державний Технологічний університет

Мариненко Г. П., ст. вчитель

Черкаська гімназія №31

Здоровий спосіб життя студентів у наш час має актуальне значення не тільки в процесі навчання, а й після закінчення ВНЗ, а також дотримання цих принципів під час роботи на

виробництві і в житті. Основна задача викладачів не тільки підтримувати та зміцнювати здоров'я, а й формувати у них потребу в здоровому способі життя, дотримання цих принципів у подальшому житті. Формування культури здоров'я, харчування, побуту, створення належних умов для праці та навчання, рухової активності, дотримання гігієни, відсутність шкідливих звичок, світосприйняття життя – ось основні напрямки на які слід звернути увагу студентам і викладачам. На основі анкетування та індивідуальних бесід ми постарились отримати відповіді на ці запитання.

На запитання: «Чи дотримуєтесь ви здорового способу життя?», студенти кафедри туризму відповіли так:

21 % відповіли – так

67 % – намагаються, епізодично

12 % – ні.

Стан власне системи охорони здоров'я обумовлює в середньому лише 10 % всього комплекту впливів. Решта 90 % припадає на екологію (близько 20 %), спадковість (близько 20 %), і найбільше спосіб і умови життя (близько 50 %). Тому справедливі слова: «Ваше здоров'я у ваших руках». Людина біологічно запрограмована на багато більше років життя, ніж відводить собі.

Люди давно переконалися, що на здоров'я впливає безліч чинників, і найголовніший з них – це спосіб життя.

Спосіб життя – це сукупність стійких форм життєдіяльності людини, які визначають її життєвий шлях, звички.

В основі здорового способу життя лежать: раціональне харчування, оптимальний руховий режим, загартування організму, особиста гігієна, відсутність шкідливих звичок, позитивні емоції, інтелектуальний розвиток, моральний і духовний розвиток, формування розвитку вольових якостей.

Соціальні, економічні зміни у житті вимагають від студентів і учнів умінь пристосовуватись до умов життя, навчання, викладачів, співіснування у студентському середовищі.

Формування культури здоров'я, харчування, побуту, створення належних умов для праці та навчання, рухова активність, дотримання гігієни відсутність шкідливих звичок, світосприйняття життя, дихання – ось основні напрямки на які слід звернути увагу студентам, учням і викладачам.

На запитання: «Чи займаєтесь ви спортом?» відповіли так:
25 % – відвідують секції, 32 % – займаються постійно, самостійно, 31 % – епізодично, 12 % – ні.

Негативними процесами, які заважають студентам у організації навчання і ЗСЖ є: 22 % – великий потік інформації, 16 % – конфлікти з батьками, 20 % – побутові проблеми, 30 % – студентів мають фінансові проблеми, 33 % – відсутність системної роботи на протязі семестру, 81 % – нераціональне і несвоєчасне харчування, 31 % – недотримання розпорядку дня, 23 % – не мають шкідливих звичок.

Серед шкідливих звичок студентів є такі: 43 % – палять, 7 % – рідко вживають алкоголь і пиво, 12 % – часто вживають алкоголь, 10 % – зловживають комп'ютерними іграми, 20 % – не дотримуються режиму дня.

89 % студентів хотіли б вести здоровий спосіб життя. З цієї відповіді ми бачимо, що ЗСЖ привертає певну увагу і бажання працювати в цьому напрямі.

На думку студентів, згідно анкетування, підтримати спортивну форму і вести здоровий спосіб життя стимулюють:

1. Внутрішня обумовленість свого «Я» і задоволення оздоровчої діяльності: показати свій кращий результат, отримати кращу оцінку, вийти в число лідерів;

2. Зовнішньо-соціальна зумовленість: не бути гіршим за інших, на змаганнях допомогти групі, факультету, університету, підвищити свій статус в очах оточуючих і товаришів по групі і т.д.;

3. Мотивація лідера: в групі, в команді; серед оточуючих, подібатись протилежній статі.

4. Приклади та впливи: батьків, засобів масової інформації, газет, журналів, агітаційних листівок, кращих спортсменів, відомих особистостей, зірок, політиків.

Висновки:

На нашу думку основними напрямками формування ЗСЖ молоді це: Відповідальність за здоров'я лягає на державу, заклади, охорону здоров'я та на саму людину. Робота на рівні сім'ї і батьків. Співпраця з друзями, одногрупниками. Робота на рівні інституту, університету. Оздоровчі та медичні установи. Програми на рівні ЖЕКУ і ОСББ. Спеціальні програми через ЗМІ і т.д.

Література

1. Апанасенко Г. Л. Книга о здоровье / Г. Л. Апанасенко // К: Медицина, 2007. – С. 13 – 135.

2. Булатова М. М. Здоров'я та фізична підготовленість населення України / М. М. Булатова., О. М. Литвин // «Теорія та методика фізичного виховання. – 2004. – № 1 – С. 4 – 9.

3. Лабскір В. М. Систематизация и содержание индивидуальных стилей поддержания здоровья / В. М. Лабскір // Валеология: сучасний стан, напрямки розвитку: Матеріали конференції. Харків 2006. – С. 120 – 130.

4. Мандюк А. Б. Цінності здорового способу життя в традиційній народній культурі українців / А. Б. Мандюк, Ю. В. Петришин // Спортивний вісник Придніпров'я – 2006. – № 2. – С. 148 – 154.

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

УДК 338.465.4:379.851

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ТУРИСТИЧНО ПРИВАБЛИВИХ МІСТАХ

*Коніщева Н. Й., докт. екон. наук, проф.,
академік Академії економічних наук України*

*Власов В. О., канд. наук з держ. упр.,
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»
(м. Слов'янськ)*

*Ткачова С. С., канд. екон. наук, доцент,
Харківський державний університет харчування та торгівлі*

Постановка проблеми. Важливою особливістю нових науково-методичних підходів до реалізації Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 р. є децентралізація державних повноважень шляхом їх передачі на місцевий рівень, підвищення ролі та функціональних можливостей міст як центрів економічного зростання. В цих умовах актуалізується пошук резервів та механізмів більш ефективного використання власних ресурсів для забезпечення динамічного соціально-економічного розвитку міста, підвищення рівня та якості життя населення [1, С. 86].

Одним з таких ресурсів має стати розвиток туристичного бізнесу, оскільки діяльність суб'єктів господарювання у даній сфері дозволяє швидко створювати нові робочі місця, поліпшувати інфраструктуру міста. В свою чергу, розвиток туристичного бізнесу може обумовити негативні наслідки з точки зору якості життя мешканців міста та експлуатації природних ресурсів. Спостерігається неефективне і нерациональне використання рекреаційних ресурсів, недостатнє збереження природно-заповідного фонду. Виникають проблеми з розміщенням, харчуванням, перевезенням туристів, організацією медичного та побутового обслуговування, поведінням з побутовими відходами, вико-

ристанням паливно-енергетичних ресурсів, формуванням туристичної, транспортної, соціальної та інституціональної інфраструктури. Відсутні спеціалізовані структури, які б здійснювали аналіз туристичних потоків, їх організацію та координацію, а також надавали б комплекс туристичних послуг на території міста.

У зв'язку з цим особливої актуальності набувають питання організації туристичних, транспортних, інформаційних, фінансових, матеріальних потоків з урахуванням екологічних, технологічних, технічних, матеріальних обмежень; поліпшення якості обслуговування туристів та мешканців на всіх об'єктах міської інфраструктури (пошта, медичне обслуговування, торгівля, харчування, сфера розваг тощо); оптимізації навантаження готелів та інших місць розміщення.

Мета даного дослідження полягає у розробці пропозицій щодо створення у туристично привабливих та курортних містах спеціалізованих комунальних підприємств для суттєвого розширення переліку туристичних та готельно-ресторанних послуг і підвищення їх якості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження авторів свідчать, що для розвитку туристичного, курортного та готельно-ресторанного бізнесу необхідно формувати об'єкти міської інфраструктури на основі створення спеціалізованих комунальних підприємств. В першу чергу це стосується удосконалення інформаційного забезпечення розвитку сфери туристичного бізнесу в місті, як правило, у вигляді туристсько-інформаційних центрів. Кожен із бажаючих відвідати туристично привабливе місто зможе знайти на сайті туристично-інформаційного центру необхідну інформацію про об'єкти розміщення, харчування, сфери культури та розваг, запропоновані екскурсії, оптимальні транспортні маршрути, можливі види активного відпочинку тощо.

На базі туристично-інформаційних центрів доцільно створення геоінформаційних систем для збирання, зберігання, аналізу просторових баз даних про об'єкти розміщення туристів (готелі, хостели, табори, гуртожитки, приватні будинки); харчування (ресторани, їдальні, кафе, кафетерії, закусочні, буфети); парки транспортних засобів; автостоянки; об'єкти розваг, культури, туристсько-екскурсійної діяльності, туристичної та соціальної інфраструктури.

Другим важливим елементом інфраструктури туристично-привабливого та курортного міста повинне стати спеціалізоване комунальне підприємство, яке має забезпечувати організацію руху потоків туристів, створення умов для їх проживання, харчування, екскурсійного обслуговування. Воно потрібне для координації туристичних, транспортних, матеріальних, інформаційних, фінансових потоків з метою вдосконалення організації руху туристичних потоків як на території міста, так і на об'єктах з особливим режимом відвідування, підвищення якості туристичних і готельно-ресторанних послуг та розширення їх переліку.

Авторами даної публікації визначено такі напрями його діяльності:

- створення конкурентоспроможних туристичних продуктів з метою забезпечення максимального задоволення потреб різних груп населення; розробка екскурсійних природно-пізнавальних та туристичних маршрутів з врахуванням потреб молодіжного та дитячо-юнацького туристичного руху;

- впровадження системи електронної комерції (B2B – «бізнес-до-бізнесу») – програмні комплекси для здійснення комерційної діяльності між об'єктами туристичної інфраструктури в мережі Інтернет (наприклад, створення корпоративних сайтів підприємств, інформаційного порталу, проведення різного роду рекламно-маркетингових заходів, виставок, конкурсів та фестивалів, випуск електронних видань, інтернет-реклама);

- удосконалення процесів обслуговування туристів на основі підвищення ефективності організації процесів розміщення та харчування туристів, наприклад, незалежно від типу закладу ресторанного господарства та його соціальної адресності, комплекс послуг, який він надає, повинен відповідати загальним умовам: своєчасність надання; безпека та екологічність; культура обслуговування; естетичність; ергономічність і комфортність;

- поліпшення якості сервісу та рівня обслуговування туристів на основі впровадження інформаційних систем Fidelio, Amadeus, Galileo; системи електронної комерції (B2C – «бізнес-до-споживача») – програмні комплекси для здійснення електронної торгівлі між об'єктами туристичної інфраструктури та туристами; використання інформаційних технологій, які надають можливості для автоматизації повного циклу відносин зі споживачами

туристичних послуг і забезпечують необхідні засоби для управління сферами маркетингу, продажів, сервісу;

- удосконалення системи договірної роботи з готелями, ресторанами, страховими компаніями, банками, розважальними організаціями, а також процесів транспортного обслуговування туристів з використанням інтернет-технологій: вибір раціональних транспортних маршрутів, графіків перевезень та навантаження транспортних засобів; розробка оптимальних процесів матеріально-технічного забезпечення об'єктів розміщення та харчування, оптимізація їх навантаження [2, С. 295].

Реалізація пропозицій щодо створення вищезазначених спеціалізованих комунальних підприємств сприятиме формуванню єдиного туристичного простору міста, одержанню економічного та соціального ефектів за рахунок: підвищення ефективності управління туристичною інфраструктурою; економії витрат на обслуговування туристів на основі раціоналізації завантаження об'єктів розміщення, харчування та транспортування; розвиток матеріально-технічної бази для розміщення та обслуговування туристів; оптимізації руху туристичних, транспортних, матеріальних, фінансових та інформаційних потоків; зменшення часу на виконання замовлень туристів; підвищення рівня якості туристсько-екскурсійного та готельно-ресторанного обслуговування; поліпшення благоустрою території міст на основі залучення спеціалізованих організацій з метою вдосконалення діяльності об'єктів транспортної, туристичної, логістичної, інституціональної та соціальної інфраструктури; створення матеріально-технічної бази аварійної служби порятунку, призначеної для забезпечення безпеки туристів, придбання автотранспорту для санаторно-епідеміологічної служби, модернізації міських пляжів; підвищення ефективності використання природно-рекреаційних ресурсів, екологічного оздоровлення міста.

Як свідчить досвід, підвищення якості обслуговування клієнтів при наданні різного роду послуг сприяє не тільки підвищенню туристичної привабливості міста, а і покращенню якості життя мешканців. Так, завдяки розвитку партнерських взаємовідносин Слов'янської міської ради, виконавчого комітету та Донбаського державного педагогічного університету з Донецькою дирекцією УДППЗ «Укрпошта» розроблено пропозиції

щодо підвищення якості надання поштових, адміністративних та туристично-екскурсійних послуг, а також активізації освітньої та виховної роботи серед молоді міста Слов'янська [3, С. 331].

Таким чином, **наукова новизна результатів дослідження** полягає у розробці пропозицій щодо створення в туристично-привабливих та курортних містах спеціалізованих комунальних підприємств для здійснення організації та координації руху туристичних потоків, надання інформаційних та інших послуг у сфері туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Висновки. Проведені дослідження свідчать, що створення спеціалізованих комунальних підприємств у туристично-привабливих і курортних містах дозволить підвищити якість різного роду послуг та рівень обслуговування туристів, екскурсантів та мешканців, отримати додаткові надходження податків в бюджеті різного рівня за рахунок створення нових робочих місць, розширення переліку туристичних та готельно-ресторанних послуг, удосконалення міської туристичної, транспортної, логістичної, інституціональної та соціальної інфраструктури, активізації туристсько-екскурсійної діяльності, підвищення туристичної привабливості території; покращити якість життя мешканців міста на основі поліпшення його соціально-економічного розвитку.

Література

1. Коніщева Н. Й. Підвищення ролі науки та освіти в забезпеченні соціального розвитку міста та економічного зростання в контексті інноваційної моделі розвитку / Н. Й. Коніщева, В. О. Власов, В. М. Воропаєв // Перспективні напрямки сучасної науки та освіти: збірка наук. праць (статей) факультету психології, економіки та управління, присвячена 160-річчю від дня народження Івана Франка. – Слов'янськ, 19 – 20 травня 2016 р. – Слов'янськ : ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет», 2016. – С. 79 – 86.

2. Коніщева Н. Й. Підвищення ефективності організації логістичних потоків процесів і послуг у туристичній сфері регіону / Н. Й. Коніщева, Н. В. Трушкіна // Вісник ДІТБ. – 2010. – № 14. – С. 294 – 304.

3. Коніщева Н. Й. Підвищення рівня якості життя в регіонах на основі вдосконалення взаємодії органів влади та місцевого самоврядування з національним оператором поштового зв'язку / Н. Й. Коніщева, В. М. Воропаєв // Проблеми та тенденції формування соціально-іннова-

ційної політики сталого розвитку держави, регіонів, підприємств: колективна монографія / Під заг. ред. К. Ф. Ковальчука. – Павлоград : АРТ СИНТЕЗ-Т, 2014. – С. 311 – 332.

УДК 379.85 (477)

СУЧАСНІ ТУРИСТИЧНІ АРТЕФАКТИ УКРАЇНИ: НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ІННОВАТИКА ПРОМОЦІЇ

*Гаврилюк А. М., к. н. держ. упр., доцент,
доцент кафедри міжнародного туризму
Київський національний університет культури і мистецтв*

Кафедра міжнародного туризму Київського національного університету культури і мистецтв (далі – КМТ) за останнє п'ятиріччя успішно здійснює пошук нових методик науково-практичної роботи студентсько-викладацького колективу і працює під гаслом: «Тримай українську хвилю – відкрий для себе українську Україну!». Такий підхід сприяє формуванню в студентській молоді патріотичної професійної компетентності, яка, на нашу думку, викристалізовує патріотичні почуття, патріотичну самосвідомість та патріотичну діяльність у процесі наукової, навчально-виробничої та виховної роботи вищого навчального закладу і реалізується в середовищі майбутньої професійної діяльності [1]. Основний акцент спрямовується не тільки на вивчення ресурсів внутрішнього туризму, а й на набуття досвіду їх промоції.

Інновацією, що нині викликає значну кількість туристичних уподобань серед вітчизняних та іноземних мандрівників, є сучасні туристичні артефакти, під якими ми розуміємо «створені людиною предмети та об'єкти, що характеризують певну територію через виражені у символах та знаках ментальні звичаї, традиції, особливості поведінки населення, їх культурно-мистецькі та духовні надбання [3]. Психологи виділяють їх в окрему категорію – духовні продукти, в силу чого артефактом може бути будь-який матеріальний об'єкт культури або природний об'єкт, змінений людиною.

Оскільки ці пам'ятки стали не лише туристично пізнавальними, а й викликають науково-практичний інтерес, то виникла потреба у виявленні феноменологічних засад сучасних туристичних артефактів.

Починаючи з 2013 р. КМТ розпочато пілотний науково-практичний проект «Артефакти як туристичний феномен етнокультурного життя суспільства». Його результати засвідчили про пошук, систематизацію та узагальнення інформації про наявність в кожній з областей України сучасних туристичних артефактів та виокремлення критеріїв їх артефактності. Серед них: унікальність, нестандартність, рукотворність, інноваційність, сучасність, експериментальність, символічність. Проведена робота посприяла систематизації цих об'єктів за напрямками: «Гастрономія», «Казкові герої», «Персонажі», «Тварини», «Професії» [3].

Зростаючий інтерес туристів до артефактних локацій посприяв новим дослідженням, які переросли в ґрунтовні напрацювання. Нині маємо успішно захищену магістерську роботу на тему «Туристичні артефакти України – інноваційні об'єкти територіального брендингу» (автор – О. О. Лесенко) і розлоге практичне портфоліо до неї.

Проведені дослідження розширили напрями систематизації артефактів на дві підгрупи: «Українська архетипіка» та «Арт-урбаністика». До першої увійшли об'єкти за тематикою: «Архетипіка», «Українська кухня», «Тваринний світ», «Родинна тематика», «Віхи історичного розвитку», «Персонажі». В сучасній «Арт-урбаністиці» об'єдналися: «Туризм», «Індустріалізація», «Шкільне життя», «Студентське життя», «Професії», «Знаменитим особам та Знамениті особи», «Людські пороки», «Паркові скульптури», «Магічні артефакти», «Арт-об'єкти», «Морські мотиви», «Символи єднання народів»[2].

Проведені статистичні підрахунки показали, що виявлена чисельність артефактів в Україні – 1365, серед яких найбільшу кількість мають: Київ – 224 та області: Донецька (100), Полтавська (93), Закарпатська (77), Одеська (86). Найменші показники зафіксовано в: Чернівецькій (14), Кіровоградській (15), Луганській (13) областях. Проте вони є приблизними, адже їх кількість є плинною: деякі об'єкти втрачаються, інші встановлюються. Такий поділ зумовлений загальним розвитком міст та їх культур

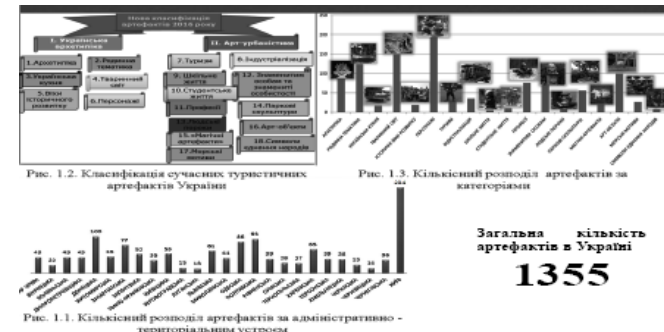


Рис. 1 Основні показники результатів наукового дослідження

ним спрямуванням. Більшу кількість артефактів мають області з містами-мільйонниками та відповідно, малочисельніші та територіально невеликі – значно меншу кількість арт-об'єктів.

Важливим напрямом популяризації сучасних туристичних артефактів є поширення інформації про ці пам'ятки у соціальних мережах «Фейсбук» та «Вконтакті», де створено групи «Туристичні артефакти України». З січня 2017 р. свою промодіяльність розпочав сайт «Сучасні туристичні артефакти України», де висвітлюється актуальна інформація про ці об'єкти. Тут можна ознайомитися з інтерактивною мапою туристичних артефактів столиці, програмами інноваційних бігових та квест-екскурсій м. Києва; дізнатися про унікальні бренд-артефакти України з урахуванням регіональної етноспецифіки території.

Неможливо обійти поза увагою проект наших колег з Ужгородського національного університету (на чолі з професором Ф. Ф. Шандором) та ініціативних містян, які презентували унікальний проект «Міні-скульптур Ужгорода» (близько 20-ти). Оригінальність цих арт-об'єктів полягає в тому, що вони мають розмір лише до 30 см і змінюють своє «верхнє вбрання» у залежності від тематики туристичного сезону. Наразі є електронний і друкований путівники, які пропонують екскурсійні маршрути містом над Ужом у відповідності до туристичних вподобань. Отож, ми не поодинокі (але разом із закарпатськими колегами поки-що єдині) у справі популяризації ідеї туристичного артефактингу в Україні.

Підсумовуючи, зазначимо, що реалізація представлених пілотних проектів демонструє чіткий механізм втілення наукової

діяльності у практичну площину вітчизняного туристичного бізнесу; акцентує увагу туристичної спільноти на використання інноваційних методик в екскурсійній діяльності та сприяє формуванню позитивного туристичного іміджу регіонів та в цілому країни.

Література

1. Гаврилюк А. М. Національно-патріотична складова професійних компетентностей студентів туризмознавчих спеціальностей / А. М. Гаврилюк // «Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді». – 2016. – № 49. – С. 99 – 110.

2. Гаврилюк А. М. Сучасні туристичні артефакти України: тематико-жанрова класифікація та географія поширення / А. М. Гаврилюк, О. О. Лесенко, В. Ю. Дзадженко // Тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації», (Київ 14 квіт. 2016 р.) / М-во освіти і науки України; М-во культури України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ : Видав. центр КНУКіМ, 2016. – Т. 1. – С. 144 – 150.

3. Гаврилюк А. М. Туристичні артефакти сучасності – інноваційні об'єкти територіального брендингу / А. М. Гаврилюк // Географія і туризм : наук. збірник / ред. кол. Я. Б. Олійник (відп. ред. та інші). – К. : Альтерпрес, 2014. – Вип. 28. – С. 47 – 53.

4. Міні-скульптури Ужгорода одягнули у святкове вбрання: [Електронний ресурс] http://zik.ua/news/2016/12/28/miniskulptury_uzhgoroda_odyagly_u_svyatkove_vbrannya_1017085

УДК 338.48:004

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

*Лепкий М. І., кандидат географічних наук,
доцент кафедри туризму та цивільної безпеки
Луцький національний технічний університет*

Одним з факторів бурхливого розвитку туристичного ринку слід визначити використання інформаційних ресурсів. В даному контексті можна виокремити інформатизацію туристичного бізнесу та активне використання інформаційних ресурсів споживачами туристичних послуг.

Аналіз потреб суб'єктів туризму та користувачів його послуг дозволяє стверджувати, що інформаційні технології повинні відповідати таким основним вимогам:

- бути достатньо простими й доступними у користуванні, що важливо для споживачів, котрі не відносяться до категорії професіоналів в галузі автоматизації;
- відповідати критерію швидкої окупності і вимагати мінімальних затрат праці та коштів на забезпечення функціонування;
- характеризуватися широкими можливостями і гнучкістю до розвитку й удосконалення (доповнення);
- бути здатними самостійно поширювати відкриту інформацію з метою залучення нових клієнтів і споживачів;
- мати максимальну інформаційність і здатність пропонувати альтернативні варіанти пропонованих туристичних послуг тощо.

На сьогоднішній час у Західному регіоні України існує гостра потреба в інформаційному забезпеченні при відкритті певного напрямку подорожей, створенні нового продукту або внесенні змін в існуючий продукт. Найбільша результативність даних робіт може бути досягнута за рахунок створення програмного панорамного путівника туристично- рекреаційних ресурсів, що представляє собою комплекс збору, передачі, обробки, збереження і доведення до користувача інформації, що реалізована сучасними засобами. Ці принципово нові засоби і методи обробки

даних об'єднуються в цілісні технологічні системи і забезпечують практично всі функції інформаційних технологій.

Інформація, яка відображена в програмному продукті, відповідає таким вимогам, як точність, адресація, достовірність, сучасність, поєднання лаконічності і повноти інформації, цінність, системна пов'язаність елементів, унікальність, виразність. Кафедрою туризму та цивільної безпеки розроблені такі програмні продукти:

- «Туристичні маршрути Волинської області»;
- «Сертифікація готельних послуг»;
- «Гастрономічний тур Луцька»;
- Інформаційна система «Електронне місто Луцьк»;
- Інформаційно-довідкова система «Сільський зелений туризм Волинської області»;
- програмний панорамний путівник Західного регіону України (рис. 1).



Рис. 1 Головне вікно програмного панорамного путівника

Інформаційні технології по-різному впливають на туристичну сферу в цілому та її суб'єкти. Залежно від призначення тієї чи іншої підсистеми на різних стадіях створення і просування туристичного продукту інформаційні технології мають різний вплив (табл. 1).

Найбільший вплив інформаційні технології справляють на процес просування туристичного продукту. Туристичний бізнес

остаточно переходить на технологічні методи роботи, так як автоматизація дозволяє значно прискорити виконання багатьох завдань, що стоять перед турфірмою, економити грошові кошти, підвищити ефективність роботи як кожного туроператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому.

Таблиця 1

Вплив інформаційних технологій на систему управління туризмом

Субсистеми туризму	Призначення підсистем	Направлення впливу інформаційних технологій.
Туристичні підприємства	Виробництво турпродукту	Застосування комп'ютерних систем автоматизації внутрішньої діяльності туристичних підприємств.
	Розповсюдження і продаж	Нові маркетингові канали (електронна комерція, електронні туристичні офіси). Просування турпродукту (пряме розсилання туристичної інформації по електронній пошті, створення сайтів в Інтернеті, використання банерної реклами і т.д). Резервування і продаж (комп'ютерні системи резервування і бронювання). Впровадження мультимедійних технологій (електронні каталоги).
	Менеджмент	Створення інформаційних систем автоматизації туристичного офісу. Впровадження програм автоматизації діяльності інших підприємств туристичного бізнесу (засобів розміщення, закладів харчування і т.д.).
Турист	Пошук та придбання туристичного продукту	Пошук в Інтернеті інформації про туристичні фірми, країни, окремі послуги. Використання інформаційно-пошукових систем.

Використання програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів туристичного бізнесу сьогодні не просто

питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання на ринку послуг в найближчий час. Тому слід також активно використовувати досвід високорозвинених країн для виходу на якісно новий рівень обслуговування клієнтів з застосування технологічних інновацій, а саме створювати електронні, інформаційні довідники щодо сільських садиб, транспортних маршрутів сільською місцевістю та інформацією про туристичні фірми з переліком і вартістю послуг.

Література

1. Мельниченко С. В. Інформаційні технології – ключовий фактор управлінського аналізу в туризмі / С. В. Мельниченко // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2010. – Випуск 1. – С. 218 – 224.

2. Хорунжак О. В. Розвиток інформаційних технологій в туризмі / О. В. Хорунжак // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми і шляхи їх вирішення в науці, транспорті, виробництві і освіті». – 2011. – Випуск 4. Том 25. – С. 82 – 85.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

УДК 334.012.6

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ ЛЬВІВСЬКОЇ ТА ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*Мальська М. П., д.е.н., професор
завідувач кафедри туризму*

Львівський національний університет ім. Івана Франка

Розвиток послуг безпосередньо пов'язаний із становленням ринкових відносин, у першу чергу з реформуванням власності, зі створенням різних форм підприємництва – малого і середнього бізнесу.

Створення мережі малих підприємств є необхідною складовою ринку послуг. Малий бізнес забезпечує широку свободу ринкового вибору, накопичення ринком асортименту послуг. Споживач психологічно віддає перевагу безпосередньому контакту з виробником, що має місце на малих підприємствах послуг. До малих підприємств у сфері послуг відносяться підприємства з чисельністю працюючих до 25 осіб.

В умовах перехідної економіки малий бізнес сприяє створенню конкурентного середовища в сфері послуг.

Підприємницька діяльність в розвитку послуг набула поширення в сфері побутового обслуговування населення (індивідуальне пошиття та ремонт одягу, взуття, ремонт побутової техніки, послуги перукарень), в системі освітніх послуг і охорони здоров'я.

У країнах з розвинутою ринковою економікою характерними рисами малого бізнесу в сфері послуг є:

- висока правова захищеність і різні види допомоги (фінансової, технічної, інформаційної) зі сторони держави;
- партнерські відносини малого і великого бізнесу;
- значну роль відіграє венчурне фінансування малого бізнесу;

– розповсюдження контрактних відносин держави і приватних фірм;

– швидкий оборот капіталу, невисока капіталоемність, раціональне використання і гнучкість професійної структури робочої сили.

Критерії віднесення окремих видів підприємницької діяльності до дрібного бізнесу в країнах з розвинутою ринковою економікою різні. Так, у США для роздрібною торгівлі адміністрація дрібного бізнесу визначає його верхню межу продаж в 1 млн дол. США, міністерство торгівлі – в 50 тис. дол., а Бюро цензів – у 100 тис. дол. США. Другий критерій дрібного підприємництва – кількість осіб найманої праці, яка припадає на одне підприємство.

У сфері послуг на підприємстві з числом зайнятих не більше 10 осіб сам підприємець приймає участь у виробництві. Майже 30 % підприємств роздрібною торгівлі не мають найманих робітників.

В умовах зростання безробіття, значної кількості працюючих, які знаходяться в адміністративних відпустках (33,5 % до загальної кількості працюючих) і зайнятих в режимі неповного робочого дня (тижня) – 21,8 %, що в цілому дорівнювала 55,3 % працюючих у 2000 р., розвиток сфери послуг, особливо малого бізнесу, набуває актуального значення. Дрібні фірми у сфері послуг майже завжди формують ринок і обслуговують високодинамічний попит. Їх інноваційна активність орієнтується на конкретні потреби споживачів послуг.

Наявність дрібних, територіально відокремлених підприємств сфери послуг робить легшим їх входження до ринку, підвищує адаптивність до попиту. Але технічна відсталість, зношеність основних фондів знижує конкурентоспроможність таких підприємств. Сучасній сфері послуг потрібна нова технічна база.

Важливим напрямком поліпшення функціонування сфери послуг в Україні є розширення малого бізнесу, залучення додаткової робочої сили.

Малі підприємства у сфері послуг характеризуються високою динамічністю, гнучкістю і маневреністю, достатньо високою здатністю до виживання і швидким реагуванням на зміну кон'юнктури ринку. Їх діяльність сприяє не тільки розв'язанню проблем створення нових робочих місць і подоланню не тільки безробіття, але й монополізму та сприяють розширенню конкуренції. У зв'язку з

цим малий бізнес можна вважати важливою складовою ринкового механізму у просторових систем послуг (ПСП).

Технологічні особливості виробничого процесу, капіталомісткість, фондомісткість галузей ПСП визначають темпи і масштаби становлення і розвитку малих підприємств. Малі підприємства в основному розвиваються в побутовому обслуговуванні, на туристсько-екскурсійному ринку послуг і менше на ринках послуг культури, пасажирського транспорту, в житловому господарстві.

Протягом всього перехідного періоду стримуючий вплив на розвиток малого підприємництва в сфері послуг здійснює діюча в Україні система оподаткування і кредитування. Вилучення через високі податкові ставки значної частини доходів підприємницьких структур, високі кредитні ставки, складність отримання кредитів не стимулює розвитку сфери послуг.

До причин, які стримують розвиток підприємств малого бізнесу в ПСП, є складність забезпечення матеріальними ресурсами. Це пов'язано з нерозвиненістю ринку засобів виробництва, слабким розвитком виробництв, які б спеціалізувалися на випуску матеріалів і устаткування для сфери послуг.

У перспективі територію досліджуваних областей Львівської і Тернопільської областей слід розглядати як перспективну для розвитку рекреаційної індустрії в Україні. Цьому сприяє вигідне географічне положення, геополітичне становище, рекреаційний потенціал, природні та історико-культурні особливості. Серед рекреаційних ресурсів основне місце займають бальнеологічні мінеральні води та лікувальні грязі. Так, зокрема у Тернопільській області свердловини і джерела вод без специфічних компонентів знаходяться в Борщівському, Тербовлянському і Монастирському районах; сульфатні води залягають у центральній частині області, південніше м. Тернополя, родовища вод типу «Нафтуся» і «Друскіненкай» розвідані і частково експлуатуються в районі смт Гусятин. Лікувальні торф'яні грязі зареєстровані у Зборівському, Монастирському, Тернопільському, Тербовлянському, Шумському, Бережанському, Підволочиському районах.

У Львівської області мінеральні води типу «Нафтуся» охоплюють майже всю Карпатську територію області і південну частину Передкарпатського прогину. Зона поширення лікувальних розсолів із підвищеним складом сульфатів займає південно-західну

частину Передкарпаття. В центральній частині області розташована зона поширення мінеральних сульфатних вод, які становлять гідромінеральну базу курортів – Великий Любінь, Немирів, Шкло. Мінеральні води без специфічних компонентів і властивостей поширені практично на всій території області. Лікувальні торфяні грязі зосереджені в Немирівському, Великолюбінському, Моршинському родовищах і родовищі Шкло, запаси медичного озокериту – в Бориславському родовищі.

Окрім бальнеологічних ресурсів досліджувані області мають сприятливі кліматичні та унікальні природно-ландшафтні умови. Так, зокрема, ландшафтна територія Тернопільської області, яка має рекреаційне значення, оцінюється в 200 тис. га. Важливе значення мають карстові печери Кривче. На території Тернопільської області є значна кількість археологічних пам'яток, пам'ятників архітектури, пам'яток, пов'язаних з національною боротьбою українського народу. Найбільш привабливими для туристів є Кременецькі гори, Медобори, гіпсові печери, каньйон р. Дністер, Каспівський державний ландшафтний заповідник, Почаївська лавра та розташовані на території Почаєва культові споруди, лісовий заказник «Дача Галілей» та ін.

УДК 640.412

ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ МЕРЕЖЕВИХ ГОТЕЛІВ

*Мельниченко С. В., д.е.н., професор,
проректор з наукової роботи*

*Кудлай Т. В., к.е.н., старший викладач кафедри
готельно-ресторанного бізнесу*

Київський національний торговельно-економічний університет

Невід'ємною складовою комунікаційної діяльності мережеских готелів, що функціонують на національному ринку є створення об'єднаної програми лояльності.

Результати досліджень міжнародної дослідницької агенції IFAK показали, що найбільш вагомою винагородою для 70 %

споживачів є знижка. Проте спостерігається тенденція підвищення популярності не фінансової винагороди [1]. Дослідження американської компанії Harris Interactive показали, що у 46 % споживачів у віці від 35 – 64 років найбільшою популярністю користується саме знижка на товари та послуги, проте для споживачів віком до 35 років даний відсоток становить 32 %. Для решти респондентів вагоме місце у програмах лояльності посідають подарунки [1]. Проведене дослідження готельним оператором Starwood, в якому прийняло участь приблизно 10 тис. споживачів готельних послуг, що користуються послугами готелів близько 25 разів на рік, показали, що 70 % респондентів вважають, що статут почесного гостя у програмах лояльності є найбільш пріоритетним для них. У рамках дослідження, було виявлено, що 74 % споживачів планують свої подорожі із розрахунком збільшення рейтингу та статусу у програмах лояльності, за рахунок накопичення додаткових авіамиль та бонусів [1].

У готельному бізнесі програми лояльності існують із 1980-х років, із моменту створення першої програми постійних клієнтів готельним оператором IHG – InterContinental Hotel Group's Priority Club Rewards. Нині програми лояльності серед споживачів готельних послуг є звичним явищем. Проте, не зважаючи на кількість учасників у програмах лише 30 % є активними, для чого необхідно протягом року активно взаємодіяти із брендами готельного оператора.

До вартості програми лояльності відносяться дві категорії: «Маркетинг та адміністративні витрати» та «Стимулювання витрат», які фінансуються із внесків окремих готелів, а також від доходів отриманих від партнерства із посередниками. До першої категорії відноситься приблизно 20 % витрат, що пов'язані із утриманням програми лояльності, обслуговування споживачів та управління базами даних. Друга категорія включає в себе витрати на бонуси та становить 80 % від загальних витрат на програму лояльності готельним оператором.

Варто відмітити, що фінансування програми лояльності відбувається за рахунок виплат готелів, що є членами мереж у розмірі 1 – 4 % від валового доходу із номеру. Не зважаючи на це, програма лояльності є важливим фактором у збереженні лояльності споживачів готельних послуг до брендів

готельного оператора, оскільки приблизно 60 % заявок на бронювання здійснюється саме учасниками програм.

Програма лояльності для готелів надає переваги як для власника підприємства так і для оператора. Основною перевагою є можливість збору інформації про споживачів готельних послуг та виявлення їх побажань, що дозволить персоналізувати послуги для кожного споживача. Програми лояльності слугують ефективним інструментом готелю у ефективній діяльності.

Метою програми лояльності для готельних мереж є надати споживачам стимул для повторного споживання послуг саме їхнього бренду, або ж одного із брендів оператора.

Успішною є та програма, яка спрямована на індивідуальне дослідження споживача. Для побудови успішної програми лояльності необхідно пройти сім основних етапів її створення: визначення цілей програми; дослідження споживачів; сегментація споживачів та визначення цільової аудиторії; визначення цінності пропозиції для споживача; вибір виду програми лояльності; побудова комунікації із споживачем; контроль та оцінка ефективності програми; завершення програми лояльності [1, 2].

На першому етапі виникає необхідність розмежувати цілі програми лояльності.

Другий етап передбачає визначення цільової групи споживачів, які забезпечать більшу частку прибутку, адже вибір винагороди, що буде використовуватися у програмі лояльності, залежить від потреб цільової аудиторії.

На третьому етапі необхідно обрати вид програми лояльності та сегмент на який вона буде розрахована: кінцевий споживач, підприємства, дистриб'ютори чи інтегрована програма лояльності. Необхідно визначити тип технологічної платформи, вид винагороди для споживачів, термін дії, територію дії, вартість та умови входження до програми, ступінь автоматизації, режим впровадження, метод комунікації, вид заохочення, спосіб реєстрації учасників та кількість залучених готелів-учасників.

На етапі побудови комунікації із споживачем важливим є отримання інформації про споживача чи потенційного споживача, їх потреби та рівень задоволеності послугами. При визначенні термінів завершення програми лояльності необхідно визначитись, за яких умов програма перестане функціонувати.

Членами програми зможуть стати всі користувачі інформаційного порталу за наявності карти лояльності будь якої мережі, що функціонує на території України та при реєстрації у особистому кабінеті. Система, що буде складатися із трьох рівнів, в залежності від частоти та обсягу використаних послуг, дозволить накопичувати бали та переходити на інші рівні, з подальшим їх збільшенням.

При створенні програми лояльності пропонується використовувати модель цінової бонусної програми, яка дозволить максимально забезпечити позитивне ставлення не тільки до мережі одного оператора, але і до всіх членів програми лояльності, що в свою чергу приведе до найвищої лояльності.

Варто відмітити, що відсоткова знижка для додаткових послуг, споживачем об'єднаної програми лояльності, зможе використовуватися при відсутності аналогічної знижки програм лояльності операторів, у той час, як бонусні бали за проживання будуть нараховані водночас на обидві картки. Таким чином, готельні оператори зможуть запобігти додатковим витратам.

До переваг об'єднаної програми лояльності для споживачів можна віднести:

- доступність програми;
 - додаткова знижка при споживанні послуг мережевих готелів;
 - можливість використання у будь якому мережевому готелі, що функціонує на території України;
 - швидке накопичення балів.
- Перевагами для готельних мереж є:
- збільшення лояльності постійних споживачів;
 - позитивний імідж на українському ринку готельних послуг;
 - можливість партнерських відносин із конкурентами;
 - відсутність додаткових витрат.

Слід зауважити, що ефективність програми лояльності буде прямо залежати від ефективності функціонування інформаційного порталу через частоту відвідування порталу та кількість заброньованих номерів на підприємствах готельного господарства – членів мережі.

Таким чином, запровадження програми лояльності забезпечить ефективне функціонування усіх мережевих готелів на території України.

Література

1. Гурджиян К. В. Програма лояльності: сутність та етапи створення / К. В. Гурджиян // Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. пр. – К., 2011. – Вип. 5 (120). – С. 119 – 125.

2. Гурджиян К. В. Параметри оцінки лояльності споживачів / К. В. Гурджиян // Управління розвитком: зб. наук. робіт. – Х., 2011. – № 4 (101). – С. 217 – 218.

УДК 338

МЕНЕДЖМЕНТ І КОМУНІКАЦІЇ В ТУРИЗМІ (на прикладі Черкаської області)

*Беляєва С. С., к.е.н., доцент кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет*

Сучасні тенденції розвитку комунікацій для ефективного менеджменту на різних щаблях державної влади та самоврядування на місцях передбачають тісний взаємозв'язок між їх структурними підрозділами та громадянським суспільством. Враховуючи пріоритети розвитку окремих територій України, необхідність підтримки галузей народного господарства та створення сприятливих умов для реалізації відповідних програм економічного, соціального, екологічного спрямування, існує потреба активізації пошуку та підтримки інноваційних проектів, їх розробників та безпосередніх виконавців.

Серед структурних підрозділів Черкаської обласної державної адміністрації (далі – ОДА) виділяють апарат, управління, відділи та інші структурні підрозділи (табл. 1) [1].

Таблиця 1

Перелік управлінь, відділів та інших структурних підрозділів
Черкаської ОДА

Пор. №	Класифікація структурних підрозділів	Назва структурного підрозділу	Прямі (п) та непрямі (нп) повноваження щодо питань туризму
1	2	3	4
1	Управління	агропромислового розвитку	нп
2	Управління	освіти і науки	нп
3	Управління	охорони здоров'я	нп
4	Управління	екології та природних ресурсів	нп
5	Управління	цивільного захисту	нп
6	Управління	культури та взаємозв'язків з громадськістю	нп
7	Управління	транспорту, дорожнього господарства та оборонно-промислового комплексу	нп
8	Управління	у справах сім'ї, молоді та спорту	нп
9	Департамент	соціального захисту населення	нп
10	Департамент	регіонального розвитку	п
11	Департамент	містобудування, архітектури, будівництва та житлово-комунального господарства	нп
12	Департамент	Фінансів	нп
13	Служба	Служба у справах дітей	нп
14	Сектор	з питань запобігання та виявлення корупції	-
15	Черкаський обласний центр	Перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підприємств, установ і організацій	нп

16	Черкаський обласний центр	Черкаський обласний центр соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді	нп
17	інше	Державний архів області	нп

Так, зокрема, з переліку зазначених у табл. 1 управлінь, відділів та інших структурних підрозділів Черкаської ОДА, практично всі структурні підрозділи мають непряме відношення до вирішення питань, пов'язаних із проблематикою туризму. Безпосередньо структурним підрозділом обласної державної адміністрації, що входить до системи органів виконавчої влади, та на який покладено відповідні повноваження щодо сфери туризму в області, є Департамент регіонального розвитку.

Основними завданнями Департаменту регіонального розвитку є забезпечення реалізації на території області державної політики економічного і соціального розвитку України, державної регіональної політики, державної політики у сфері торгівлі та побутових послуг, державної регуляторної політики, зовнішніх зносин, взаємодії з економічними та міжнародними організаціями, розвитку підприємництва, туризму, іміджевої та виставкової діяльності [1]. У своїй діяльності Департамент регіонального розвитку керується Конституцією України, законами України, актами Президента України, Кабінету Міністрів України, міністерств та інших центральних органів виконавчої влади, облдержадміністрації, обласної ради.

Відповідно до завдань Департамент регіонального розвитку аналізує стан і тенденції соціально-економічного розвитку, секторів та галузей економіки області, проводить моніторинг та оцінку результативності реалізації державної регіональної політики, здійснює стратегічне планування розвитку області та бере участь у розробленні місцевих, державних цільових, регіональних і галузевих програм; забезпечує організацію відбору на конкурсних засадах інвестиційних програм і проектів регіонального розвитку, що можуть реалізовуватись за рахунок коштів державного фонду регіонального розвитку; аналізує стан споживчого ринку та ринку послуг; сприяє залученню інвестицій в економіку області за рахунок активізації пропагування зовнішньоекономічного потенціалу області; проводить державну реєстрацію іноземних інвестицій в області і договорів про

спільну з іноземними партнерами інвестиційну діяльність; бере участь у забезпеченні реалізації державної політики з питань адміністративних послуг та регуляторної діяльності; виконує інші функції згідно з покладеними на нього завданнями.

Серед тих структурних підрозділів ОДА, які беруть достатньо активну участь щодо сприяння розвитку інвестиційних, інноваційних проектів, пов'язаних, зокрема, із підтримкою проектів від ініціативних груп мешканців області, неурядових громадських організацій туристичного спрямування стосовно розвитку туризму на території області, доцільно зазначити управління екології та природних ресурсів, управління у справах сім'ї, молоді та спорту, управління культури та взаємозв'язків з громадськістю.

Так, наприклад, щороку управління у справах сім'ї, молоді та спорту проводить конкурсний відбір проектних пропозицій громадських організацій, ініціативних груп, благодійних фондів для включення в календарний план управління у справах сім'ї молоді та спорту обласної державної адміністрації [2]. Класифікація проектів і заходів у молодіжній сфері передбачає відбір [3]:

1. За рівнем реалізації (міжнародні, всеукраїнські, місцеві);
2. За змістом (освітньо-виховні; культурологічні; інформаційно-просвітницькі; експертно-аналітичні);
3. За формою проведення (семінари, семінари-тренінги, тренінги, засідання за круглим столом, конференції, форуми, акції, конкурси, фестивалі, ігри, пленери, наметові табори, походи, зльоти, збори-походи, вишколи, дебати, дослідження, моніторинги та інші форми, передбачені затвердженими програмами у молодіжній сфері).

Отже, можливо зробити висновок про те, що для реалізації ініціативи є достатньо потужний потенціал підтримки як з боку державних органів влади, органів місцевого самоврядування, так і громадських об'єднань, підприємств та ініціативних груп. Доцільно активізувати роботу серед науковців, освітян, студентів, туристичних секцій, туристичних клубів щодо підготовки цікавих, інноваційних проектів, що буде сприяти не тільки набуттю навичок і додаткових знань з питань проектних пропозицій, але й допоможе під час виконання проектів та керування відповідним проектом визначити потенційні здібності до роботи менеджера та керівника.

Література

1. Офіційний сайт Черкаської обласної адміністрації. Структурні підрозділи ОДА [Електронний ресурс] – <http://ck-oda.gov.ua/>

2. Положення про проведення конкурсного відбору проектних пропозицій громадських організацій, ініціативних груп, благодійних фондів для включення в календарний план управління у справах сім'ї молоді та спорту обласної державної адміністрації : Наказ управління у справах сім'ї молоді та спорту обласної державної адміністрації від 02 грудня 2016 № 133/01.

3. Про затвердження Порядку реалізації програм, проектів та проведення заходів державної політики у молодіжній сфері : Наказ Міністерства молоді та спорту України від 03.03.2016 № 808 [Електронний ресурс] – <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/en/z0453-16>

УДК 338.486

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗМІН

*Іванов А. М., к.е.н., доцент
кафедри туристичного бізнесу та рекреації
Одеська національна академія харчових технологій*

Сьогодні в умовах складної соціально-економічної та політичної ситуації, яка склалася в Україні, дуже гострою стала проблема значущості окремих видів економічної діяльності. На перший план вийшли такі види господарської діяльності як туризм, готельно-ресторанна справа, телекомунікації та ін.

Туризм в світовій економіці займає одну з лідерських позицій за доходами до ВВП країни, роблячи ці країни лідерами за багатства економічними показниками.

Але, не дивлячись на швидкі темпи росту туризму як у світі, так і в Україні, ця галузь є дуже чутливою до зовнішніх проявів та негативних тенденцій. Будь-які природні катаклізми, громадські заворушення, криміногенна ситуація, демографічні зміни (депопуляція, окремі види міграції), економічні негаразди (різке коливання валютного курсу, внутрішні перетворення економі-

ки, коливання вартості цінних паперів, фінансова криза) можуть викликати глибоку рецесію в туристичному секторі держави. Саме тому можна стверджувати, що туризм в умовах економічної турбулентності є саме тією сферою економіки, яка надзвичайно швидко привлаштовується до цих змін. Але, незважаючи на це, туристичний сектор спромігся уникнути критичної точки світової економічної кризи і залишається одним з секторів економіки, що забезпечують значний потенціал економічного росту та міжнародного розвитку.

Ефективне управління туризмом під час кризових явищ та вибір заходів щодо його подолання мають формуватися на деяких важливих складових:

1. Перманентній інформаційній комунікації.
2. Державній підтримці.
3. Екологічній безпеці.
4. Економічній підтримці державою.
5. Нових маркетингових технологіях.
6. Впровадженні різноманітних інновацій.

Що стосується інформаційної підтримки, то вона має бути достовірною і перевіреною не одним джерелом. Так, наприкінці 2016 року міжнародна організація International SOS, оцінивши за рядом показників – рівнем медичної безпеки, якості доріг, ризику туристів, кількості катаклізмів, ефективності роботи силовиків та екстрених служб, надійності транспортної інфраструктури, віднесли Україну до країн високого рівня небезпеки [1], а фахівці консалтингового агентства Mercer визнали Київ самою небезпечною столицею Європи для відвідування туристами [2]. Але ця інформація була прибрана з мережі Інтернет тільки після особистого втручання-протесту до адміністрації компаній посла України в Великобританії. Тобто, спекуляції на тему кризи, воєнного стану, економічних катаклізмів в світовій інформаційній політиці недопустимі.

Державна підтримка туризму в період турбулентності залежить в першу чергу від терміново прийнятого нового Закону України Про туризм, нової Концепції розвитку туризму та курортів, обласних програм розвитку галузі на період майбутніх 10 – 15 років. Також слід терміново створити сприятливі умови для просування нових видів туризму, туристичних продуктів на

рівні України і за її межами, сприяти розвитку внутрішнього туризму. Уряд має сприяти створенню різноманітних громадських організацій, які б спонукали розвиткові туристичного бізнесу. Також на рівні уряду слід чітко на перспективний період з'ясувати місце і роль туризму в економіці України та ієрархію управління ним, починаючи з уряду і закінчуючи громадськими організаціями на місцевому рівні.

Туризм має в перспективі розвиватися на принципах екологічної безпеки та традиційних принципів Кодексу туриста. Туристичні території та рекреаційні зони слід розвивати за умов збереження екології та розумного природокористування. Слід чітко визначити поняття «оздоровча територія» та «рекреаційна територія», підходи до їх формування та функціонування, а також законодавчих правил користування цими територіями, перетворюючи охоронні території – заповідники, заказники і т.д. у рекреаційні, оздоровчі, чи рекреаційно-оздоровчі території. Слід виробити науково обґрунтовані підходи до фінансування наукової діяльності в природоохоронній сфері, розвивати інфраструктуру, надати вільний доступ до інформаційної бази, субсидувати окремі види діяльності тих підприємств та приватних осіб, які б бажали розвивати туризм на охоронних територіях. У багатьох економічно розвинутих країнах витрати на природоохоронну діяльність приходяться на державні органи влади [3].

Маркетингові дослідження в умовах економічного спаду вимагають перегляду пріоритетів у виборі методів досліджень. Слід пам'ятати, що з часу появи та широкого використання мережі Інтернет, деякі види досліджень не є ефективними. Також слід чітко обирати при дослідженні окремих питань ті, які більш використовуються у повсякденні певною групою населення залежно від віку, статі, соціального стану, інтересів та окремих уподобань тощо. Гнучкість у маркетингових дослідженнях та пропозиції – ключовий елемент у системі виживання під час кризи.

Нарешті використання інновації, без яких розвиток галузі неможливий, чи майже неможливий. До інноваційних видів діяльності в сфері туризму в Україні, які мають використовуватися, слід віднести:

– інноваційне партнерство між різними галузями та створення нових бізнес-напрямків (взаємодія турагента, туроперато-

ра, транспортними підприємствами, готелями, екскурсійними бюро і т.д.);

– впровадження окремих новітніх інформаційних програм у діяльність підприємств туризму (турфірм, готелів, ресторанів);

– використання в поєднанні новітніх форм і методів управління підприємствами, видами діяльності, галуззю в цілому;

– впровадження нових видів маркетингових досліджень;

– впровадження новітніх інноваційних продуктів харчування та методів їх виготовлення;

– будівництво нових закладів інфраструктури туризму, які несхожі на існуючі за багатьма показниками – геометричними формами будівлі, методами та засобами опалення, методами управління, окремими видами господарювання і т.д.

Як бачимо, криза дозволила переглянути основні постулати туризму, підкреслити його економічну важливість та взаємозв'язок з іншими секторами економіки. Незважаючи на досить хитке економічне становище, потрібно зосередитись на основних питаннях та вирішенні поточних проблем. Незважаючи на втішні прогнози ЮНВТО та показники поступово росту туристичної активності, ще рано втрачати пильність. Сьогодні повне невизначеності: природні катаклізми, катастрофи та кризи можуть виникнути в будь-якій точці нашої країни і планети в цілому. Безліч чинників можуть викликати кризу в туризмі, тому знання та професійні навички в подоланні кризи мають стати основними компонентами управління.

Література

1. Україну визнали однією з найбільш небезпечних країн для туризму. – Режим доступу: <http://ukranews.com/ua/news/460808-ukrainu-vyznaly-odniyeyu-z-naybilsh-nebezpechnikh-krain-dlya-turyzmu>

2. Київ визнано одним з найбільш небезпечних міст у Європі. – Режим доступу: <http://socportal.info/2016/12/23/kiyiv-viznano-odnim-z-najbilsh-nebezpechnih-mist-u-yevropi.html>

3. Shifflet D. Economic headwinds will slow 2008 U.S. domestic travel to 1.99 billion person-trips / D. Shifflet. – Global Insight. – 2008. – October 21.

ДИНАМІЧНІ ЗДІБНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Крупський О. П., к. психол. н., доцент
Єрмакова А. О., Дніпропетровський національний
університет ім. Олеся Гончара*

З кожним роком все більш посилюється тиск на туристичні організації з боку зовнішнього середовища, що спонукає керівників шукати нові способи перетворень: реформування, реорганізація, модернізація, реструктуризація та ін. Тих перетворень, що дозволять підприємству або пристосуватися до умов, що змінюються, або підвищити конкурентоспроможність, або відкрити для себе нові перспективи.

Досвід успішних зарубіжних і вітчизняних компаній, які пов'язані з туристичною індустрією, свідчить про те, що організаційний устрій, характерний для багатьох підприємств ХХ ст., не відповідає вимогам гнучкості та адаптивності в умовах наростаючої невизначеності і мінливості зовнішнього середовища [4, с. 111]. У зв'язку з швидкими і глибокими змінами організаційні структури, функціональні системи, виробничі механізми і організаційна культура таких компаній швидше перешкоджають, ніж сприяють розвитку туристичного бізнесу.

Посилення значущості фактора часу, швидкості організаційних перетворень диктують необхідність пошуку і нарощування компаніями динамічних здібностей. Під здібностями прийнято розуміти потенціал ресурсів в здійсненні певної задачі або діяльності. Отже, ресурси є джерелом здібностей компанії, які в свою чергу є основою створення конкурентної переваги.

Кожне туристичне підприємство має певні здібності, відмінні від тих, що є в інших компаній. Властива організаціям неоднорідність може бути досить стійкою через володіння ними не звичайними, а унікальними ресурсами, які є джерелами економічних рент. Ця ідея є центральною у ресурсній концепції стратегічного управління фірмою, яка отримала визнання в 90-х рр. минулого століття [6].

Концепція динамічних здібностей розвивалася поступово та мала декілька напрямів. Кетлін Айзенхардт і Джеффри Мартін вважали за необхідне поділити ці здібності на два види: ті, що характерні для ринків зі швидкими змінами та ті, які необхідно розвивати на ринках з досить повільними змінами. Цей напрям передбачав різні способи досягнення мети компанії, які обиралися з врахуванням особливостей сфери діяльності компанії. Також вони вважали, що різні організації можуть досягти однакових результатів різними методами. Не менш важливим є їх дослідження про те, що динамічні здібності компанії впливають не тільки на її діяльність, а й на конкурентів та, навіть, на весь ринок [7].

Другий напрям запропонував Сідні Вінтер. Він вважав, що рутинна – це схема дій, яка повторюється. Вчений запропонував поділяти їх на рівні: базовий та високий. За його думкою динамічні здібності відносяться до рутин вищого рівня (вони здатні змінювати інші рутини) [8].

Третій напрям розробив Девід Тіс, який вважав, що концепцію динамічних здібностей потрібно дещо спростити. Для цього він запропонував поділяти їх лише на три складові компоненти. Першим він виділяв здібності, які допомагали помітити та пристосуватися до змін в навколишньому середовищі зокрема помітити і окреслити нові економічні можливості і загрози, здатності вибрати певну можливість для розвитку і здатності досягти конкурентної переваги шляхом зміни ресурсів підприємства [1. С. 7 – 8].

Ілідіо Баррето, в свою чергу, запропонував альтернативне структурування динамічних здібностей. По-перше, він запропонував використовувати концепцію «схильності» для компонентів, які передбачають наявність певної тенденції в попередніх діях підприємства. По-друге, він зазначив, що динамічні здібності мають чітку ієрархію і саме тому потрібно планувати поступовий їх розвиток низу до гори. Вчений наголошував, що оскільки ці здібності пов'язані між собою, то розвиток лише однієї не має сенсу [2, С. 146].

Підсумовуючи все вище зазначене, можна зробити висновок, що здатність до змін – це головне в концепції динамічних здібностей. Тому, динамічні здібності організації можна охарактеризувати, як її потенційні можливості оновлюватися відповідно

до змін у зовнішньому середовищі. Вони дозволяють об'єднувати, створювати та перебудовувати зовнішні і внутрішні компетенції компанії.

У компаній, що використовують концепцію динамічних здібностей, по-іншому вибудовується алгоритм конкурентної поведінки. Перш за все корпоративна стратегія таких підприємств базується на бізнес-процесах, а не на послугах і ринках. Саме трансформація ключових процесів в стратегічні здібності, щоб забезпечити створення ключових компетенцій і ключових продуктів, є запорукою успіху підприємства на ринку. Безумовно, для формування таких здібностей виникає потреба в стратегічних інвестиціях в людські ресурси, в підтримку інфраструктури і сучасні інформаційні технології. Саме це дозволяє зв'язати воєдино і розмити межі традиційно сформованих структурних підрозділів і функцій управління, що, з часом, позитивно вплине на підприємство.

Механізм прояву динамічних здібностей туристичного підприємства укладається в наступну логічну послідовність. Спочатку підприємство набуває доступні на ринку бізнес-процедури і з'єднує їх у комбінації (у їх складі технології виробництва послуги стають специфічними ресурсами або активами). Наприклад, у туристичного агентства – це незвичні туристичні пакети послуг. Ці комбінації можуть бути унікальними компетенціями фірми, за допомогою яких вона створює свої товари та послуги [3, с. 323]. Саме на етапі створення унікального продукту динамічні здібності проявляють себе найбільш повно, адже саме з їх допомогою компанія пристосовується до змін, які відбуваються в навколишньому середовищі та набуває значних конкурентних переваг.

Однак, для забезпечення стійкого попиту на свою продукцію в умовах перманентних змін бізнес-середовища, керівництво туристичного підприємства повинне вміти розпізнавати нові бізнес-можливості та конкурентні «виклики», а потім отримувати з них економічні вигоди за допомогою прийняття адаптаційних управлінських рішень і проведення адекватної організаційної реструктуризації (трансформації компетенцій) [5].

Таким чином, динамічні здібності туристичного підприємства забезпечують передумови для забезпечення її конкурентних переваг, визначення унікальних особливостей фірми, ключових

продуктів чи послуг, що відрізняють саме це підприємство серед сотень інших. Вдало використовуючи динамічні здібності підприємства можна не лише уникнути негативного впливу зовнішніх факторів, а й підняти туристичне підприємство на якісно новий рівень.

Література

1. Андреева, Т. Е., Чайка В. А. Динамические способности фирмы: что необходимо, чтобы они были динамическими? / Т. Е. Андреева, В. А. Чайка // Научные доклады. – 2006. – № 2 (R) – 2006. – С. 7 – 8.
2. Богодистов, Е. В. Динамические способности: сравнение методов измерения на примере малых и средних предприятий Украины / Е. В. Богодистов, А. П. Крупский, С. Э. Сардак // Економічний простір. – 2016. – № 110. – С. 139 – 161.
3. Гребешкова, Е. Н. Динамичні здатності підприємства: способи виявлення та відстеження розвиненості / Е. Н. Гребешкова, О. Г. Малярчук // Бізнес-Інформ. – 2013. – № 7. – С. 321 – 326.
4. Неретина, Е. А. Динамические способности и стратегическая архитектура компании / Е. А. Неретина // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2011. – № 1 (17). – С. 111 – 115.
5. Рыцев, Д. И. Динамические способности [Електронний ресурс] / Д. И. Рыцев. – Режим доступу: <http://perfect-industries.ru/theory/dynamic-capabilities-i.html#.VvroANKLTIU>.
6. Рыцев, Д. И. Динамические способности и стратегический менеджмент [Електронний ресурс] / Д. И. Рыцев. – Режим доступу: <http://perfect-industries.ru/theory/dc-vi.html#.VvjQUdKLTIX>.
7. Eisenhardt K. M. Dynamic capabilities: what are they? / K. M. Eisenhardt, J. A. Martin // Strategic Management Journal. – 2000. – Т. 21. № 10 – 11. – P. 1105-1121.
8. Winter S.G. Understanding dynamic capabilities / S.G. Winter // Strategic Management Journal. – 2003. – Т. 24. № 10. – P. 991 – 995.

СИСТЕМА «5S» ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ОХОРОНОЮ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

*Мельникова Я. В., к.т.н., доцент
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет*

Розвиток туристичної галузі в наш час набуває величезного значення. Тому управління готельно-ресторанними підприємствами, окрім питань конкурентно-спроможності та винятковості, приділяють багато уваги безпеці клієнтів та охороні праці своїх співробітників і це безпосередньо впливає на якість послуг. Сфера обслуговування вимагає від працівників таких якостей, як доброзичливість, щирість, тактовність, вміння налагоджувати стосунки з людьми, бути готовими до стресових ситуацій та ін. Психологічний стан працівників, час роботи, монотонна праця, робота по змінам – це все фактори, які впливають на безпеку та якість праці.

Маючи за приклад світовий досвід успішного управління підприємствами різних галузей завдяки впровадженню принципово нових систем управління, можемо розглянути яким чином може вплинути система «5S» на управління охороною праці в готельно-ресторанному господарстві.

Система «5S» була розроблена в Японії в середині XX століття. Сутність цієї системи полягає в організації виробництва, яка запобігає втратам, завдяки наведенню порядку та чистоти, що є позитивним фактором охорони праці в галузі.

Важливим моментом є залучення всіх робітників, робота в команді, спостереження за роботою обладнання, порівняльний аналіз початкового та кінцевого результату.

Ціллю впровадження системи «5S» щодо управління охороною праці в галузі є: зниження кількості нещасних випадків, підвищення якості продукції, зниження кількості дефектів, створення комфортного психологічного клімату, стимулювання бажання працювати та отримання кращих результатів праці,

підвищення продуктивності праці, що в свою чергу позитивно впливає на збільшення прибутковості підприємства та відповідно підвищенню рівня доходу працівників.

Впровадження системи «5S» у готельно-ресторанних господарствах дозволяє суттєво покращити умови праці, створити робочі місця з урахуванням вимог техніки безпеки, санітарних норм та правил ергономіки. Організація світлих, чистих, а головне безпечних робочих місць, коли не має місця зайвим інструментам, матеріалам, створює умови для максимально ефективної праці. Робочі операції відбуваються без зайвих втрат працездатності і цей процес підтримується та періодично удосконалюється.

«5S» – це п'ять японських слів:

1. S (seiri) – сортування. Видалення не потрібних речей та наведення порядку на робочому місці підвищують культуру та безпеку праці.

2. S (seiton) – наведення порядку (акуратність). У цілях раціоналізації трудових процесів та покращення виробничого циклу вкрай важливо завжди залишати потрібний інвентар лише в спеціально відведених для цього місцях. Це ключова умова мінімізації витрат часу на непродуктивні пошуки та підвищення безпеки на робочому місці згідно з нормами та правилами.

3. S (seiso) – прибирання робочого місця. Утримування робочого місця та обладнання в чистоті та охайності є позитивним фактором для проведення постійного контролю умов праці та забезпечення безпеки на конкретній робочій дільниці.

4. S (seiketsu) – стандартизація. Цей крок означає додержання стану після виконання перших трьох кроків шляхом стандартизації отриманих результатів. На підприємстві цей крок матиме позитивні наслідки, якщо прописати нові поліпшені стандарти у внутрішніх нормативних документах, обов'язкових до виконання.

5. S (shitsuke) – дисципліна. Крок, без якого не можливі усі попередні тому, що саме він закріплює навички доглядання за робочим місцем відповідно до вже існуючих процедур.

Ідеї системи «5S» прості та легкі для розуміння, однак без руйнування багатьох стереотипів в усвідомленні робітників щодо сприйняття робочого процесу, важливості створення безпечних та підтримання комфортних умов, а також формуванні нового, більш лояльного відношення до праці.

Безумовно, організація робочих місць за системою «5S» дозволить не тільки покращити умови праці працівників, але й розробити принципово новий підхід до безпеки праці, контролювати та швидко реагувати на зміни умов праці, покращить психологічний стан працівників, зниження рівня виробничого травматизму.

Література

1. Хироюки Хирано. 5S для робочих: как улучшить свое рабочее место. / Издательство ИКСИ, 2007 – 158 с.
2. Гринин А. Ю. Управление заводом в стиле кайдзен: Как снизить затраты и повысить прибыль /Алексей Юрьевич Гринин. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 189 с.

УДК 338.488.2:640.412+331.108.2

КАДРОВА ПОЛІТИКА ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ

*Петрук Т. М., к.е.н., доцент кафедри
Львівський інститут економіки і туризму*

Туризм – це галузь світової економіки, яка динамічно розвивається. За швидкі темпи росту він визнаний економічним феноменом сторіччя минулого і йому пророкують блискуче майбутнє в сторіччі прийдешньому. Згідно з прогнозом Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО) ріст туристичної індустрії буде необоротний у XXI столітті, і до 2020 року кількість міжнародних туристичних відвідувань складе 1,6 більйона одиниць.

Готельний бізнес – одна з основних складових туристичного бізнесу, яка найбільш швидко розвивається і на яку припадає близько 6 % світового валового національного продукту і близько 5 % всіх податкових надходжень. Крім цього, готельний бізнес стимулює розвиток інших сфер діяльності: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання і т.д. В середньому, для обслуговування

кожних 10 туристів, які проживають у готелі, необхідно близько трьох робочих місць, причому два з них побічно пов'язані з безпосереднім обслуговуванням. Готельний фонд у всіх країнах світу складає близько 17 – 18 млн. місць, при цьому їх кількість і якість, в основному, відповідає обсягу попиту в секторі міжнародного туризму в цих регіонах.

Одним із основних чинників успішності і конкурентоспроможності готелю є робота з персоналом: компетентний відбір персоналу, формування високо організованих, ініціативних, націлених на трудову самореалізацію особистості відповідальних працівників – завдання менеджерів з персоналу та мотиваційного менеджменту.

Коли розроблено план функціонування фірми, складовою частиною якого є план трудових ресурсів, настає час для виконання найважливішої роботи менеджера – підбору персоналу. Суть цього процесу полягає в тому, щоб з урахуванням вимог до кандидата на наявну вакансію залучити придатних кваліфікованих працівників для наступної їхньої оцінки і прийому на роботу. Готельний бізнес висуває особливі вимоги для кандидатів на посаду: специфіка роботи у індустрії гостинності окрім професійних навичок потребує наявності таких якостей, як комунікабельність, вміння швидко приймати рішення, стресостійкість та ін. Відповідальність за підбір співробітників цілком лягає на плечі менеджера з кадрів. Процес підбору персоналу настільки ж складний і точний, як і будь-яка інша управлінська робота. Він починається з визначення критеріїв оцінювання особистості і роботи претендентів. Критерії включають норми поведінки і їх характеристичну професійних навичок. Наступний етап підбору персоналу – його експертне оцінювання, що ґрунтується на проведенні тестів, рішенні задач і виконанні вправ. Після тестування впливає спостереження: запрошення претендентів і проведення інтерв'ю. На підставі вищевикладеного відбувається опис отриманих результатів і порівняння їх із критеріями оцінки кандидатів. Завершує процес підбору кандидатів ухвалення рішення; якщо виникають труднощі з остаточним ухваленням рішення, можна провести додаткове тестування.

Система управління кадрами являє собою комплекс цілей, завдань і основних напрямків діяльності, а також різних видів,

форм, методів і відповідного механізму управління, спрямованих на забезпечення постійного росту ефективності виробництва, продуктивності праці і якості роботи. Вона складається з декількох підсистем, що виконують відповідні функції: підсистема підбору і розміщення кадрів; підсистема профвідбору, підвищення кваліфікації і зростання професійної майстерності; підсистема якості праці і методів її оцінки; підсистема мотивації трудової діяльності.

Усі вони пов'язані єдиною метою готелю – забезпечення належного рівня обслуговування за рахунок високої продуктивності праці на основі максимально можливої реалізації здібностей працівників. Усі підсистеми спрямовані на те, щоб потенційні здібності працівника в умовах готелю цілком розкрилися. Тому мотивація працівників є одним з найголовніших питань керівників і менеджерів по персоналу. Питання про те, що рухає людьми, що прийшли в компанію, які цілі – особисті і професійні – вони переслідують, чим можна їх зацікавити, і є питаннями мотивації, за винятком діяльності, заснованої на безумовних рефлексях. Очевидно, що цілі організації істотно відрізняються від цілей її працівників. Відповідно виникає проблема, яким чином поєднати цілі організації з бажанням працівників ефективно працювати.

Специфіка готельного господарства дозволяє розробляти різні мотиваційні програми в залежності від поставлених цілей і безпосередньої участі кожного працівника в досягненні довготермінових та короткотермінових завдань. Кожен керівник, враховуючи особливості господарства, має визначитися що до наступних етапів мотивування працівників:

- Основна мета довготермінова чи короткотермінова
- Які посади приймають участь
- Який розмір виплат планується
- Визначити метод оцінки внеску у досягнення цілі
- Забезпечити фінансування
- Інформування та виплата винагороди
- Оцінка ефективності та внесення коректив

В залежності від організаційної структури підприємства, кожен керівник сам визначає перелік посад, результати праці яких забезпечують досягнення поставлених цілей і розробляє методи оцінювання внеску кожного у результат діяльності підприємства.

Готельний бізнес є насиченим, високо конкурентним ринком, який називають «червоними океанами». У «червоних океанах» межі галузі визначені і погоджені, а правила гри в конкуренцію всім відомі. Тут компанії намагаються перевершити своїх суперників, щоб перетягнути на себе більшу частину існуючого попиту. У міру того як на ринку стає усе тісніше, можливостей росту та одержання прибутку стає усе менше.

З метою зростання конкурентоспроможності кожного готелю треба розробити чітку кадрову політику і враховувати різні моделі мотивації виходячи із специфіки кожного готельного підприємства. Потрібно ретельно проводити кількісний і якісний відбір персоналу, складати власні програми мотивації і забезпечити їх поетапне виконання, що дасть можливість збільшити прибутки і забезпечити подальший розвиток готельного підприємства.

УДК 658.015

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ВЗАЄМВІДНОСИН НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

*Таньков К. М., к.е.н., доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет*

Як свідчить аналіз вітчизняної й зарубіжної економічної літератури, що стратегічні відносини на ринку трактуються у досить різних аспектах – від простого узгодження планів кооперації щодо надання послуг поставок матеріальних ресурсів і збуту продукції кінцевим споживачам до глобальної концепції інтегрованого управління бізнесом у XXI ст. За таких умов актуальним є встановлення науково-методичних підходів до постановки і формалізації завдань формування стратегічних взаємовідносин на ринку туристичних послуг (РТП) з урахуванням особливостей стратегій взаємовідносин учасників таких ланцюгів.

Приймаючи до уваги роботи Н. Кембела [1], К. Кротова [2], С. Куца [3], у якості базових розглядалися командна, конкурентна і кооперативна стратегії взаємовідносин на РТП. Оскільки командні взаємовідносини визнані як такі, що негативно впливають на конкурентні і коопераційні відносини, у роботі вони виключені із подальшого розгляду.

Більшість туристичних підприємств, які прийняли конкурентну стратегію взаємо-відносин, можуть розрізнятися рівнем розвитку своїх можливостей прийняти на себе роль інтегратора взаємовідносин. При високому рівні таких можливостей формування взаємовідносин орієнтовано на єдиний кінцевий результат «максимальна вигода», оскільки підприємство не тільки обирає собі бізнес-партнерів на конкурентній основі, але володіє необхідним для цього організаційно-управлінським потенціалом. Разом з таким конкурентна стратегія не передбачає формування глибокої інтеграції між учасниками взаємовідносин і виділення у якості пріоритету створення споживчої цінності. Значимим для туристичного підприємства є орієнтація на цілеспрямоване отримання максимальної вигоди від найбільш вдалої комбінації сукупності всіх наявних ресурсів та реальних (без суттєвої адаптації) можливостей його бізнес-партнерів. Низький рівень можливостей підприємства формувати взаємовідносини призводить до значного послаблення його ринкової позиції, неспроможністю обирати найбільш стратегічно значимих бізнес-партнерів. Такі взаємовідносини орієнтовані на кінцевий результат «можливості», що передбачає використання підприємством пропонованих ринком можливостей, але із урахуванням певних обмежень у зв'язку із слабкими власними можливостями.

У випадку прийняття кооперативної стратегії підприємства також роз-різняються за рівнем розвитку можливостей формування взаємовідносин. Підприємства з високим рівнем можливостей формують взаємовідносини, орієнтовані на «інтегроване створення споживчої цінності». У такому випадку підприємство здатне обрати учасників взаємовідносин з найбільшим ресурсним потенціалом, що забезпечить створення найбільшої споживчої цінності, координацію всього процесу стратегічної взаємодії на ринку. Підприємства з низьким рівнем можливостей

формують РТП орієнтований на «стратегічні взаємовід-носини». У такому випадку взаємодія всіх учасників взаємовідносин може роз-глядатися як основа для утримання ринкових позицій, але інтеграція і координація взаємодії досить обмежені.

На підставі вищевикладеного з урахуванням результатів роботи [2] у роботі сформульовані такі теоретичні висновки:

а) вибір стратегії залежить від рівня розвитку можливостей підприємства формувати взаємовідносини. Це дозволяє визначити перспективи функціонування РТП шляхом розподілу всіх його учасників на відповідні групи стратегічних взаємовідносин;

б) існує позитивний взаємозв'язок між прийнятною стратегією взаємовід-носин, рівнем розвитку можливостей підприємства формувати взаємо-відносини та рівнем централізації управління ними. Високий рівень централізації очевидно більш прийнятний для тієї групи підприємств, які обрали конкурентну стратегію взаємовідносин. Вони будуть будувати відносно більш централізовані системи з метою скорочення загальних витрат.

Представлені результати дослідження розкривають нові можливості розвитку РТП. Реалізація стратегії взаємовідносин дозволяє підприємству не тільки знижувати витрати, а і створювати значний приріст споживчої цінності.

Література

1. Campbell N. 2002. An international approach to organizational buying behavior. In: Ford D. (ed.). Understanding Business Marketing and Purchasing. 3rd ed. Thomson Learning: London: 389 – 401.
2. Кротов К.В. Маркетинг взаимоотношений в управлении цепями поставок / К. В. Кротов, С. П. Куц, М. М. Смирнова // Российский журнал менеджмента, 2008, том 6, № 2, С. 32 – 37.
3. Куц С.П. Сравнительный анализ основных концепций теории маркетинга взаимоотношений / С.П. Куц. – Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент (4), 2003, С. 3 – 25.

ВПЛИВ ТУРИЗМУ НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ

*Заворуєва О. С., аспірант кафедри статистики,
Київський національний економічний університет ім. В.Гетьмана*

Сучасна індустрія туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, що розглядається і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс. На сьогоднішній день туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, на початку XXI ст. туризм за обсягами доходу посів третє місце серед провідних галузей світової економіки.

В багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків. Незважаючи на періодичні економічні кризи, туризм показує практично безперерйне зростання. Міжнародні туристичні прибуття зросли з 25 млн. осіб по всьому світі в 1950 роках до 1186 млн. осіб в 2015 році [3]. Франція, США, Іспанія та Китай як і раніше очолюють рейтинг найбільшої кількості туристів та надходжень до бюджету.

За чисельністю працівників індустрія туризму також стала однією з найбільших у світі – в ній зайнятий кожний 10 працюючий. Надходження з туристичних подорожей у світовому масштабі становлять понад 1500 млрд. доларів США щорічно. Найбільші прибутки отримують країни Європи, Азії та Тихоокеанський регіон.

Туризм одна з небагатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу. Це має важливе значення, оскільки, поглинаючи більше робочої сили, туризм зменшує соціальну напругу в суспільстві. Крім того, світовий досвід показує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, що має особливе значення для країн Східної Європи. Витрати на створення одного робочого місця тут в 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4 рази вища, ніж в інших галузях господарства. Прикладом можуть бути такі країни, як Аргентина, Бразилія, Мексика, Єгипет, Туніс, Перу та інші [2].

За даними Всесвітньої туристичної організації (табл. 1) кількість міжнародних туристичних прибуттів зростає з кожним роком.

Таблиця 1

Міжнародні туристичні прибуття

Рік	2011	2012	2013	2014	2015
Кількість туристів млн. осіб	983	1035	1087	1133	1186

Проаналізувавши останні 5 років свідчать про позитивне зростання міжнародних прибуттів.

Динаміка туристичних потоків за регіонами світу з 2000 до 2015 рр. представлена на рис. 1.

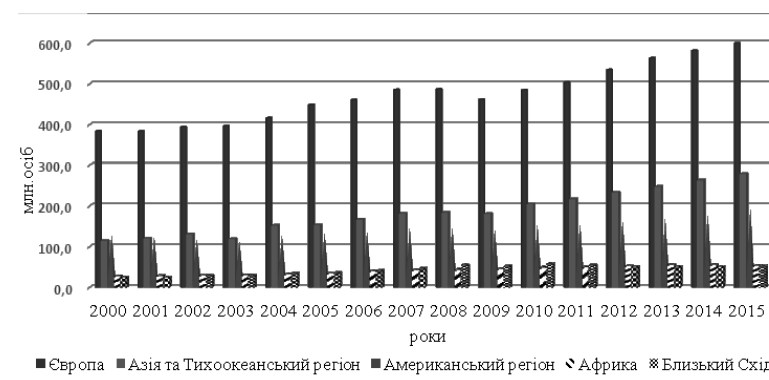


Рис. 1 Динаміка туристичних потоків за регіонами світу у 2000 – 2014 рр.

В 2015 році більшість міжнародних туристичних подорожей здійснювалися з метою відпочинку, проведення відпустки (53 %). Близько 14 % міжнародних туристів повідомили, що приїхали у зв'язку з діловим відрядженням та з метою професійних цілей, ще 27 % подорожували з інших причин, такі як відвідування друзів чи родичів, паломницькі поїздки чи оздоровлення тощо, решта 6 % туристів відмовилися уточнювати мету поїздки [3].

В 2015 році трохи більше половини міжнародних поїздок (54 %) було здійснено повітряним транспортом, в той же час інша частина – 46 % була розподілена наступним чином: 39 % автомобільним, 2 % залізничним та 5 % водним транспортом.

Надходження валюти в країни від міжнародних витрат відвідувачів на житло, продукти харчування та напої, розваги, покупки в магазинах та інші послуги в 2015 році оцінюється в 1260 млрд. доларів США, приріст становить 4,4 % порівняно з 2014 роком (рис. 2). В абсолютному вираженні надходження від міжнародного туризму збільшилося на 14 млрд. доларів США.

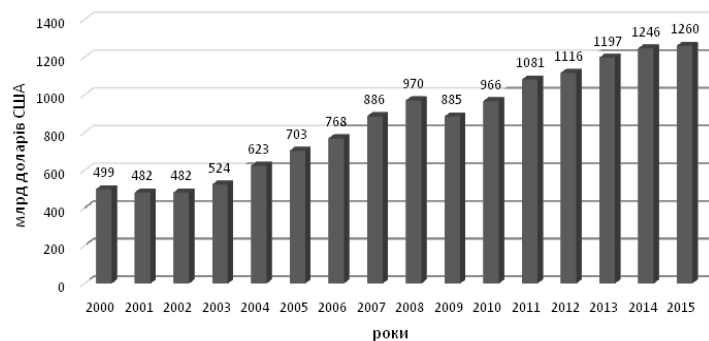


Рис. 2 Міжнародні туристичні доходи в світі

Європа, на частку якої припадає 41 % міжнародних світових доходів від туризму, була відзначена найбільшим приростом в абсолютному вираженні (17 млрд. доларів США), в Азії та Тихоокеанському регіоні збільшення становило 16 млрд доларів США. В Північній та Південній Америці надходження збільшилися на 10 млрд. доларів США. На Близькому Сході доходи від туризму збільшилися на 4 млрд. доларів США, а в Африці на 1 млрд. доларів США.

З макро-економічної точки зору, витрати на міжнародний туризм враховується як експорт для країни призначення так і імпорту для країни проживання туриста. Для багатьох країн в'їзний туризм є важливим джерелом валютних надходжень, зайнятості і додаткових можливостей для розвитку.

Міжнародний туризм (включаючи дорожні витрати та пасажирські перевезення) складає 30 % від світового експорту послуг, 6 % загального обсягу експорту товарів і послуг. У світовому експорті категорія «туризм» займає четверте місце після палива, хімікатів та продуктів харчування.

За даними Всесвітньої туристичної організації визначено топ-лідерів 2015 року по залученню туристів у свою країну. Значних змін не відбулося в порівнянні з 2014 роком, на перших місцях так і залишаються Франція, США, Іспанія. В абсолютному вираженні кількість міжнародних туристичних прибуттів в 2015 році в порівнянні з 2014 роком по всім країнам зростає, наприклад, у Франції кількість туристів збільшилося на 0,9 млн. осіб, в США – на 3,3 млн. осіб та Іспанії – на 5 млн. осіб.

Що стосується надходжень валюти від міжнародних прибуттів, в першу трійку лідерів виходять країни США, Китаю та Іспанія. В абсолютному вираженні США та Китай збільшили свої надходження валюти на 6,9 та 8,3 млрд. дол. США відповідно. Проте в Іспанії зменшилися надходження на 13,2 млрд. дол. США, про що свідчить зниження в рейтингу з другого на третє місце.

Отже, процес прискореного розвитку туризму є результатом науково-технічного прогресу, зростання пізнавальних та оздоровчих потреб людей і необхідності в міжнародних ділових контактах. Наявний історико-культурний та природно-рекреаційний потенціал дає змогу багатьом країнам, окремі з яких навіть не належать до високорозвинених, завоювати серйозні позиції на світовому туристичному ринку.

Для подальшого розвитку туризму у світовій та національній економіках в умовах глобалізації необхідно формалізувати та удосконалити моделі та стратегії туристичної політики країн, нормативно-правову базу, форми міжнародного співробітництва згідно тенденцій суспільства.

Література

1. Світова туристична організація UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>
2. Всесвітня туристична організація. – Режим доступу до сайту: <http://www.world-tourism.org>
3. UNWTO Tourism Hightlights, 2015 Edition. – Madrid: UNWTO, 2015. – 16 p.

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Кулінська Є. В., магістр

Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини

Готельне господарство є основною складовою індустрії гостинності, котра в останні десятиліття демонструє стійкі тенденції до зростання. Будучи прибутковим видом діяльності, готельний бізнес сприяє формуванню сервісної інфраструктури та збільшенню грошового потоку в країну, регіоні. В зв'язку з цим у невиробничій сфері прискореними темпами формується ринок готельних послуг, для якого характерною рисою стає міжнародний характер. Рівень функціонування ринку готельних послуг стає одним із вагомих показників соціально-економічного розвитку суспільства. Це, в свою чергу, зумовило необхідність створення сервісної системи обслуговування, запровадження та розвитку якої є об'єктивною умовою для конкурентоспроможного функціонування готельного підприємства. Таким чином, створення високоефективного готельного господарства відіграє важливе значення як один з пріоритетних напрямів структурної перебудови туристичної галузі.

Використання міжнародних стандартів якості послуг сприятиме прискоренню розвитку та розширенню готельного господарства. В сучасних умовах поряд з послугами проживання й харчування пропонуються такі нові додаткові послуги, як: обслуговування ділових зустрічей, спортивні, медичні, посередницькі, комунально-побутові та ін. При цьому підприємства готельного господарства розширюють послуги не тільки притаманні даній галузі, а й іншим суміжним галузям.

Готельний сервіс містить цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму. Туристичні послуги, зокрема в межах готельного обслуговування, належать до соціально-культурних послуг. Вони створюються на принципах сучасної гостинності, що підвищує їхню роль у розвитку вітчизняного туризму, а також зумовлює

необхідність професійної підготовки кадрів для туристичного і готельного сервісу. Для успішного вирішення комплексу завдань з обслуговування гостей, управління закладами із збереженням міцних конкурентних позицій необхідно оволодіти професійними знаннями і постійно їх вдосконалювати [1].

Управління якістю у сфері готельного бізнесу завжди було однією з найбільш складних проблем, тому що результат проявляється через певний проміжок часу та є нематеріальним. Готельні послуги мають ряд особливостей, що дозволяє маневрувати їх якістю, знижуючи або підвищуючи рівень послуг для різних категорій споживачів з огляду на їхні потреби і купівельну спроможність. Якість послуг неможливо перевірити заздалегідь, оскільки їх надання і споживання відбуваються одночасно; послуги не можна зберігати, вони характеризуються мінливістю, невідчутністю, невіддільністю об'єкта і суб'єкта (клієнт бере участь у процесі надання послуги) [2].

Сьогодні одним із найважливіших напрямків у діяльності національних готелів є створення ефективної системи управління якістю, що дозволить надавати конкурентоспроможні готельні послуги. Система якості важлива також і при проведенні переговорів із закордонними туроператорами та іншими корпоративними партнерами, що, як правило, вважають за обов'язкову умову перевірити перед підписанням контракту існуючу систему якості і наявність сертифіката на цю систему, виданого авторитетним органом.

Впровадження у системі управління вітчизняними готельними підприємствами сучасних ефективних моделей управління, що відповідають світовим стандартам, обумовлена необхідністю надання високоякісних послуг, зниженні витрат, координації персоналом, проведення маркетингових досліджень ринку готельних послуг [1].

Стандарти серії ISO 9000 (9001, 9004, 19011) розроблено для сприяння організаціям незалежно від їх типу та кількості працівників у впровадженні та забезпеченні функціонування ефективних систем управління якістю. Це серія міжнародних стандартів, що описують вимоги до системи управління якістю організацій і підприємств. Відповідно до міжнародного стандарту ISO 9000, якість – це сукупність властивостей і характеристик

послуг, здатних задовольняти обумовлені або передбачувані потреби споживачів [3].

Головна мета TQM полягає в планомірному досягненні поставлених перед підприємством задач через безперервне покращення роботи. Місія TQM – досягнення довгострокового успіху шляхом максимального задоволення потреб споживачів, співробітників та суспільства. Задачі TQM – постійне поліпшення якості шляхом регулярного аналізу результатів та коригування діяльності, відсутність порушень та виконання в намічений термін [4].

Міжнародна організація стандартизації (ISO) узагальнила весь накопичений позитивний досвід робіт у сфері підвищення якості продукції і розробила на цій основі стандарти серії 9000 і 10000, що лягли в основу принципів Total Quality Management (TQM) [2].

До основних положень цієї системи відносно підприємства, що надає послуги гостинності відносяться [2]:

1. Лідерська роль керівництва, полягає в інтегруванні системи управління якістю у загальну модель управління готельним підприємством.

2. Орієнтація на клієнта. Власники готелі повинні розуміти поточні та майбутні потреби своїх гостей, виконувати їхні вимоги і прагнути до перевищення їхніх очікувань.

3. Залучення усіх співробітників.

4. Підготовка та підвищення кваліфікації персоналу.

5. Нагороди та визнання. Конкретні результати роботи працівників та підрозділів повинні відбиватися у матеріальному заохоченні, преміях та інших заохочувальних заходах.

6. Управління процесом. Базовим принципом TQM є концентрація зусиль на вдосконаленні конкретних процесів, що безпосередньо впливають на якість послуг гостинності.

7. Інформаційна система. Полягає у розробці та впровадженні інформаційної системи, що дозволяє збирати, накопичувати, зберігати та використовувати дані, інформацію та знання.

8. Аналізувати та переймати кращий досвід вітчизняних та закордонних підприємств готельної індустрії (бенчмейкінг).

Підсумовуючи, все вище сказане, слід відзначити, що впровадження на вітчизняних підприємствах готельного господарства

систем управління якістю на основі міжнародних стандартів ISO серії 9001 та концепції загального управління якістю (TQM) надасть підприємству гостинності можливість підвищити рівень якості надання послуг, а також підвищить конкурентоспроможність організації на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Література

1. Балашова Р. І. Методичні підходи до удосконалення діяльності підприємств готельного господарства / Р. І. Балашова // Вісник ДІТБ. – 2014. – № 18. – С. 14 – 18. – (Серія «Управління підприємствами туристичної сфери»).

2. Данько Н. І. Напрямки підвищення якості готельних підприємств в Україні / Н. І. Данько, О. І. Решетняк // Вчені записки Харківського гуманітарного університету «Народна українська академія». – 2012. – Т. 18. – С. 190 – 195. – (Серія «Соціально-економічні та правові проблеми сучасного розвитку»).

3. Суть стандартів ISO 9000 серії [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – http://www.iso9001.kiev.ua/article/3_ua.html.

4. Якість готельних послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://www.cfin.ua/management/iso9000/certify/iso9001.shtm>.

УДК 338.486.1:339.187.44

ТУРИСТИЧНА ФРАНШИЗА В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ

Ткачук Т. М., аспірант

кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Київський національний торговельно-економічний університет

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки в Україні туристичний ринок потребує інноваційних зрушень. Загострення конкурентної боротьби між підприємствами, вибагливість та швидка зміна потреб споживачів туристичних послуг, ідентичність пропонованого туристичного продукту, відсутність креативних рішень в управлінні маркетинговою політикою підприємств, нестабільність економічної та політичної ситуації

в країні – фактори, які здійснюють негативний вплив на діяльність туристичних підприємств.

Поступовий розвиток туристичного ринку сприяв виникненню конкуренції, що спонукала підприємства до пошуку нових підходів до організації бізнесу. Як наслідок, стали застосовуватись різноманітні маркетингові технології. Високий рівень стагнації попиту і концентраційні процеси на туристичному ринку обумовлюють той факт, що маркетинговій політиці приділяється усе більше уваги [1].

Ефективне функціонування підприємств сфери туризму прямо й опосередковано залежить від своєчасності та актуальності застосування інструментів маркетингу в управлінні підприємством. У свою чергу, ефективність впровадження маркетингової політики залежатиме від нестандартності та інноваційності рішень, які забезпечать стійкий та сталий розвиток туристичного підприємства. Сучасною концепцією здійснення маркетингової політики на підприємствах сфери туризму є їх функціонування у системі франчайзингу.

Доцільність реалізації маркетингової політики туристичного підприємства у системі франчайзингу пояснюється:

- по-перше – швидкими темпами зросту туристичних бізнес-одиниць при мінімальних ризиках та інвестиційних витрат з боку франчайзера;

- по-друге – збільшенням кількості споживачів та, відповідно, обсягів продажів туристичних послуг шляхом розширення географії присутності на ринку;

- по-третє – активізацією дій перспективних підприємців (потенційних франчайзі) щодо ведення власного бізнесу за перевірною бізнес-концепцією франчайзера;

- по-четверте – налагодженням та розширенням надійних каналів розповсюдження та збуту туристичного продукту;

- по-п'яте – зміцненням конкурентоспроможних позицій на туристичному ринку.

Проте, основним завданням розвитку франчайзингових відносин у контексті маркетингової політики туристичного підприємства є створення та просування вітчизняного бренду, який конкуруватиме з брендами міжнародного рівня. Наявність в організації індустрії туризму власної торгівельної марки сприяє

розширенню її присутності на внутрішньому і міжнародному ринках, включенню в міжнародні системи бронювання і резервування, міжнародні маркетингові програми, програми просування та продажів туристичних послуг [2].

За даними консалтингової компанії Franchise Group на українському ринку франчайзингу домінують 66 % вітчизняних франшиз, 34 % – зарубіжні франшизи. Популярність розвитку вітчизняних франшиз обумовлена, у першу чергу, девальвацією національної валюти, внаслідок чого вартість зарубіжних франшиз зростає орієнтовно у 3 рази [3].

На відміну від високого рівня популярності вітчизняних франшиз, споживачі послуг (у т.ч. туристичних) віддають перевагу зарубіжним брендам, незважаючи на низький рівень доходів населення в Україні. Це обумовлено готовністю споживачів сплачувати більше, але за високої якості товарів та послуг, які пропонують зарубіжні компанії.

Отже, потенціал розвитку вітчизняних франшиз потужний, проте український бренд потребує створення і популяризації якісного товару та послуги, який зможе конкурувати із зарубіжними. Це стосується і туристичної сфери, яка здатна бути каталізатором відновлення стабільного економічного життя нашої країни.

Основними проблемами створення якісного туристичного продукту у системі франчайзингу, які стримують розвиток вітчизняного бренду є наступні:

- 1) відсутність у більшості франчайзерів відповідного реагування та прийняття стратегічних рішень у відповідь на швидку зміну економічної та політичної ситуації в країні;

- 2) несвоечасність та низька якість проведення маркетингових досліджень щодо виявлення актуальних потреб споживачів туристичних послуг та дій конкурентів;

- 3) недостатність інноваційного мислення щодо вирішення виявлених проблем діяльності туристичного підприємства;

- 4) потреба франчайзера у швидкому збагаченні, внаслідок чого є вірогідність створення та збуту недосконалого туристичного продукту;

- 5) відсутність індивідуальності пропонованого туристичного продукту;

6) економія на рекламних заходах щодо популяризації туристичного продукту;

7) встановлення невідповідно високих цін на туристичний продукт або їх невідповідність між підприємствами мережі;

8) відсутність контролю франчайзера над підприємствами франчайзі, внаслідок чого виникає потенційна загроза втрати довіри у споживача.

Для вирішення виявлених проблем необхідно:

– своєчасно та ретельно проводити маркетингові дослідження на ринку туристичних послуг;

– проводити моніторинг дій конкурентів та приймати відповідні стратегічні рішення;

– використовувати інноваційні підходи щодо створення та реалізації якісного туристичного продукту;

– формувати актуальний туристичний продукт відповідно до потреб споживачів;

– встановлювати відповідні ціни на пропонувані туристичні продукти;

– розширювати та налагоджувати професійні бізнес-стосунки;

– контролювати функціонування підприємств франчайзі в мережі з дотриманням єдиної бізнес-концепції франчайзера в цілому та маркетингової політики зокрема;

– координувати діяльність франчайзингової туристичної мережі з єдиною метою популяризації якісного українського туристичного продукту, створеного, у першу чергу, для задоволення потреб споживача.

Туристичний бізнес в Україні має потужний потенціал розвитку, а функціонування туристичних підприємств у системі франчайзингу дає можливість поширювати конкурентоспроможний і якісний вітчизняний бренд та достойно представляти його на міжнародному ринку послуг.

Література

1. Мельниченко С. В. Маркетингова політика в готельному бізнесі: монографія / С. В. Мельниченко, А. В. Магалецький. – К. : КНТЕУ, 2011. – 344 с.

2. Чудновский А. Д. Управление индустрией туризма: учебн. пособ. / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. – 2-е изд. – М. : КНОРУС, 2005. – 448 с.

3. Офіційний сайт консалтингової компанії Franchise Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://franchisegroup.com.ua/>.

ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

УДК 371.13: 379.835

СУЧАСНИЙ СТАН І ПРОБЛЕМИ ОЗДОРОВЛЕННЯ ДІТЕЙ У ЗАКЛАДАХ РЕКРЕАЦІЇ В ЛІТНІЙ ПЕРІОД

Данилюк А. М., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Черкаський державний технологічний університет

Упродовж останніх років в Україні зберігається тенденція до погіршення стану здоров'я дітей, зумовлена негативними факторами соціально-економічного, екологічного та психоемоційного характеру. Вплив постійно діючих факторів ризику, в тому числі стресові перевантаження, зокрема у шкільному віці, призводить до порушення механізму саморегуляції фізіологічних функцій і сприяє розвитку у дітей хронічних захворювань. Залишається високим рівень інвалідності серед дітей, що є одним з найбільш несприятливих явищ у комплексі характеристик стану здоров'я та соціального добробуту населення. Не вдається уникнути тенденції до зростання кількості дітей-сиріт і дітей, позбавлених батьківського піклування.

Аналіз реального стану проблеми дитячого оздоровлення та активного відпочинку дає підставу стверджувати, що в останні роки різко скоротилася мережа дитячих оздоровчих закладів позаміського типу з цілодобовим перебуванням підлітків. Причинами такого явища стали:

– наслідки аварії на Чорнобильській атомній станції, що призвели до закриття оздоровчих закладів, у яких виявлено підвищений рівень радіаційного забруднення відповідно до встановлених на той час норм;

– складна економічна ситуація в Україні спонукала «збіднілі підприємства» до закриття відомчих оздоровчих закладів;

– низька заробітна плата та важкі умови праці спричинили процес постійної плінності основної маси педагогічних і керівних

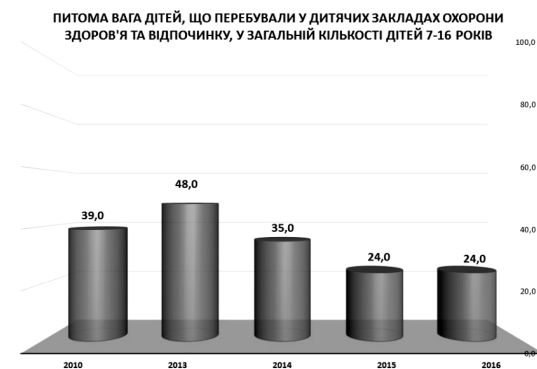
кадрів дитячих позаміських оздоровчих закладів, а це призвело до зниження загального ступеня їх комплектності, професійного рівня фахівців, що не давало змоги оперативно перебудувати зміст та форми виховної діяльності в цих закладах. Дещо у кращому стані опинилися дитячі оздоровчі заклади з компетентним професійно орієнтованим керівництвом і педагогічним колективом, які перейшли на нові методи фінансування й господарювання на рівні підприємств, що сприяли матеріально-фінансовому становленню оздоровчих закладів.

За даними Держстату 2013 р., при щорічному зменшенні кількості дітей віком до 17 років показник їх захворюваності підвищується, національна академія медичних наук зазначає, що 80% випускників шкіл мають хронічні захворювання. Також прослідковується негативна тенденція до зменшення кількості дитячих закладів оздоровлення та відпочинку і неналежного їх використання. Зокрема, якщо у 2010 році діяло 815 дитячих закладів оздоровлення та відпочинку, у 2011 році – 788, то у 2012 році діяло 784 таких заклади. Крім того, погіршується ситуація розвитку санаторно-курортних закладів, зокрема, внаслідок застарілої матеріальної бази та недосконалих методів управління ними. На заваді впровадженню сучасного менеджменту та реформації санаторно-курортної справи з метою надання послуг відповідно до європейських стандартів стоїть непевність щодо окупності затрат потенційних інвесторів та недостатня вивченість питань прогнозування попиту на рекреаційні ресурси в конкретній області рекреації.

З метою покращення системи оздоровлення і відпочинку дітей розпорядженням Кабміну України від 15.05.2013 р. № 549-р була схвалена «Концепція Державної цільової програми оздоровлення та відпочинку дітей, розвитку мережі дитячих закладів оздоровлення та відпочинку на період до 2017 р.». В її аналітичній частині зазначено, що більшість дитячих оздоровчих закладів не відповідають сучасним вимогам і не можуть надати дітям високоякісні послуги з оздоровлення, що спричиняє припинення функціонування таких закладів, практично не здійснюється їх будівництво і відновлення функціонування закладів, що тривалий час не працюють; водночас відсутні дитячі заклади оздоровлення та відпочинку для дітей віком від 4-х до 6-ти років

та дітей, не здатних до самообслуговування, у супроводі батьків або інших законних представників, а також для дітей, які потребують особливих умов для оздоровлення; існуючі на сьогодні дитячі заклади оздоровлення та відпочинку потребують не тільки модернізації їх матеріально-технічного стану, а і удосконалення змісту і структури освітньо-виховної діяльності з урахуванням сучасних вимог; відсутній механізм державної підтримки та економічного стимулювання діяльності дитячих закладів оздоровлення та відпочинку шляхом встановлення пільг із землекористування, оплати житлово-комунальних послуг, сплати податків і зборів, оформлення правовстановлюючих документів на земельні ділянки, що зумовлює високу вартість путівок. Тож ця державна цільова соціальна програма мала забезпечити чітку стратегію розвитку системи оздоровлення та відпочинку дітей, координацію зусиль усіх зацікавлених центральних та місцевих органів виконавчої влади на виконання її заходів, збереження та розвитку мережі закладів оздоровлення та відпочинку.

Проте, зміна уряду і Постанова Кабінету Міністрів України від 05.03.2014 р. № 71 припинили виконання означеної програми достроково. Тож на сьогодні стратегія розвитку системи оздоровлення та відпочинку дітей відсутня, як і її цільова державна підтримка. Не дивно, що проблеми не тільки залишились, а і загострились в умовах соціально-політичної та економічної кризи, військових дій на сході України і окупованого Криму (таблиці 1, 2).



Так улітку 2016 року послугами оздоровлення та відпочинку було охоплено 935,7 тис. дітей, проти 1 567,5 тис. дітей у 2010 році.

Кількість оздоровчих закладів

	2010	2013	2014	2015	2016
Усього	16 646	17 749	13 977	9 743	9 669
із них – заклади оздоровлення	510	520	452	333	316
<i>у тому числі</i>					
позиміські	461	471	400	281	273
санаторного типу	46	45	48	47	38
дитячі центри	3	4	4	5	5
із них – заклади відпочинку	16 136	17 229	13 525	9 410	9 353
<i>у тому числі</i>					
праці і відпочинку	694	781	660	385	318
з денним перебуванням	14 954	16 054	12 657	8 769	8 790
позаміські	138	124	71	143	146
наметові містечка	350	270	137	113	99

Щорічно скорочується кількість самих закладів і, відповідно, місць в них: у 2016 році працювало 9 669 дитячих закладів оздоровлення та відпочинку із загальною кількістю місць 111,6 тис. (що на 42 % та 30 % менше відповідних показників 2010 року). Майже 91 % усіх закладів – це літні табори з денним перебуванням, тимчасово утворювані у закладах освіти, культури, спорту тощо, в яких забезпечувався догляд за дітьми, виховний процес та їх дозвілля протягом дня. В розрізі регіонів, тенденція до скорочення кількості закладів оздоровлення та відпочинку спостерігається практично в усіх областях. Найбільша їх кількість діє у Дніпропетровській та Черкаській областях, а найменша – у Тернопільській, найбільшу кількість дітей оздоровили у Одеській та Дніпропетровській областях, найменшу – в тій же Тернопільській, 18 % (167,1 тис. дітей) склали діти з багатодітних і малозабезпечених сімей. На фоні скорочення кількості закладів та дітей, які в них перебували, загальна вартість такого відпочинку зростає. У 2016 році вона склала 1,5 млрд. грн. Спонсорами, профспілками,

батьками, підприємствами, установами та організаціями на ці цілі було витрачено 0,7 млрд. грн. що складає майже половину від загальної суми фінансування. У цілому по країні середня вартість одного дня перебування дитини у закладі становила 102 грн., що майже на 20 % більше, ніж роком раніше. Водночас, середня вартість перебування дитини у закладах охорони здоров'я була майже у 2 рази вищою – 225 грн./день, а у закладах відпочинку навпаки – у 2 рази меншою і становила 54 грн./день. Отже тенденції погіршення оздоровлення дітей тривають і потребують комплексної державної підтримки, відповідних конкретних і негайних заходів.

Основними шляхами вирішення проблеми можна визначити наступні:

– розробка нової стратегії розвитку системи оздоровлення та відпочинку дітей та прийняття «Концепції Державної цільової програми оздоровлення та відпочинку дітей, розвитку мережі дитячих закладів оздоровлення та відпочинку до 2020 року»;

– залучення до співпраці органів виконавчої влади та інших зацікавлених сторін (професійні спілки, об'єднання громадян, фонди, підприємства, установи та організації, що забезпечують проведення оздоровлення та відпочинку дітей відповідно до вимог державних соціальних стандартів надання послуг з оздоровлення та відпочинку дітей), урахування соціально-економічних, географічних особливостей регіонів; створення умов доступного та належного рівня отримання послуг з оздоровлення та відпочинку дітей у закладах оздоровлення та відпочинку всіх типів; упровадження альтернативних форм оздоровлення та відпочинку дітей;

– підвищення рівня охоплення дітей послугами з оздоровлення, насамперед тих, які традиційно потребують особливої соціальної уваги та підтримки, а відтепер і дітей з родин переселенців з окупованих територій та місць проведення АТО;

– створення сучасного механізму мотивації та стимулювання діяльності дитячих закладів оздоровлення та відпочинку;

– збереження та розвитку мережі дитячих закладів оздоровлення та відпочинку, зокрема, будівництва та відкриття нових закладів, у тому числі створення умов для оздоровлення та відпочинку дітей у супроводі батьків або інших законних представників; здійснення реконструкції та відновлення роботи

закладів, що тривалий час не працювали, проведення ремонту діючих, зміцнення матеріально-технічної бази закладів оздоровлення та відпочинку дітей;

– створення умов для якісного відпочинку дітей шкільного віку в пришкільних таборах, профілактики бездоглядності дітей та підлітків під час літніх канікул шляхом організації профільних, спортивних таборів, а також таборів праці та відпочинку;

– підтримки інноваційних проектів та нових методик виховної роботи у сфері оздоровлення та відпочинку, формування здорового способу життя;

– впровадження новітніх телекомунікаційних технологій;

– створення умов для гармонійного розвитку особистості, підтримки творчого потенціалу дітей під час проведення оздоровчої кампанії, активним впровадженням занять спортом і туризмом, роботою гуртків, майстерень, лабораторій різноманітних напрямів, у тому числі профорієнтаційних, психологічних тренінгів та консульгувань; заходів щодо організації культурного дозвілля (інтерактивних форм екскурсій, інтелектуально-розважальних конкурсів, тематичних вечорів, диспутів, обрядових свят, зокрема, народно-етнографічних тощо).

Збереження здоров'я українських дітей, відновлення їх життєвих сил шляхом організації якісного, повноцінного оздоровлення та відпочинку має стати пріоритетним напрямком діяльності соціальної політики.

Література

1. Про схвалення Концепції Державної цільової соціальної програми оздоровлення та відпочинку дітей і розвитку мережі дитячих закладів оздоровлення та відпочинку на період до 2017 року. Кабінет Міністрів України; Розпорядження, Концепція, Перелік від 15.05.2013 № 549-р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/549-2013-%D1%80>.

2. Оздоровлення дітей рахують восени. Економічний дискусійний клуб. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edclub.com.ua/analytika/ozdorovleniyh-ditey-rahuyut-voseny>.

3. Оздоровлення дітей у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку влітку 2016 року. Державна служба статистики України. Статистичний бюлетень. К.-2016. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/Алла/AppData/Local/Temp/Temp2_СТАТИСТ16.zip/bl_oddz.pdf.

4. Стець О.В. Економіко-математичний аналіз розвитку туристично-рекреаційних ресурсів України / О. В. Стець, Н. І. Юхименко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/313/3/09-3815-part22.pdf>.

УДК 338.48:911.3

СПОРТИВНЕ ОРІЄНТУВАННЯ – ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

*Загородній В. В., к.м.н., завідувач кафедри фізичного виховання та здоров'я людини
Ярославська Л. П., к.іст.н., доцент кафедри фізичного виховання та здоров'я людини
Черкаський державний технологічний університет*

Спортивне орієнтування – вид спорту, зміст якого полягає в орієнтуванні на місцевості за допомогою карти та компаса та найшвидшого знаходження заданих контрольних пунктів. Це один з небагатьох видів спорту, в якому учасники змагань діють суто індивідуально, поза полем зору тренерів, суддів, глядачів і навіть суперників. Тому для досягнення мети необхідні високо психологічна підготовленість, прояв наполегливості, рішучості, сміливості і самовладання.

Спортивне орієнтування, як вид змагання започатковане у Скандинавії, як елемент підготовки Збройних Сил. Турніри зі спортивного орієнтування до 1895 р. проводили тільки армії Об'єднаного, на ті часи, Королівства Швеції і Норвегії. Згодом такі змагання стали проводитися і поза армією. Зокрема, спортивний клуб «Tjalve» поблизу столиці Норвегії Осло 31.10.1987 р. провів перші невійськові змагання. Правила змагань набрали сучасний вигляд тільки з 1918 р., коли президентом Стокгольмської Любительської Асоціації легкої атлетики майор Ернст Килландер запропонував новий вид крос-кантрі змагань. Його можна вважати «батьком спортивного орієнтування».

Популярність спортивного орієнтування збільшувалася, з'являлися його різновиди. Так змагання з нічного орієнтування

було організовано у грудні 1922 р. у Стокгольмі. Перший чемпіонат на національному рівні був проведений у Швеції у 1923 році. Перші змагання серед жінок були проведені у 1925 році біля міста Гетеборга. В 1930 році змагання з спортивного орієнтування були проведені у Швеції, Норвегії та Фінляндії, а у 1934 році до них приєдналися Швейцарія, Угорщина та СРСР.

Перші відкриті міжнародні змагання були проведені біля Стокгольму у 1960 р. за участю семи країн. У 1961 р. в Копенгагені була проголошена Міжнародна Федерація спортивного орієнтування, до якої ввійшло 10 країн: Болгарія, Данія, Західна та Східна Німеччини, Угорщина, Норвегія, Фінляндія, Чехословаччина, Швейцарія та Швеція. Перший чемпіонат Європи, що був проведений у Норвегії у 1962 р. згодом перейменували на чемпіонат світу.

В нашій країні перші офіційні змагання зі спортивного орієнтування були проведені у 1963 р. біля Невицького замку у Закарпатті. У цих змаганнях брали участь збірні команди України (з Києва та Одеси). Хоча ще у 1957 р. харківські туристи випробували так званий «закритий маршрут», виступаючи в програмі першотравневих туристських зльотів, які за традицією збирали в Коробчатих Хуторах, недалеко від Змієва, не одну тисячу туристів з різних міст Союзу. Самодіяльні правила змагань передбачали на маршруті біг групами. Спортсмени з примітивними картами та з рюкзаками, навантаженими піском (контрольний вантаж), проходили КП, якими служили багаття (змагання проходили вночі), і фінішували вранці.

У травні 1963 року у м. Каневі пройшов перший чемпіонат України з орієнтування. Проводила змагання Українська республіканська рада з туризму та екскурсій. Команди усіх областей України були укомплектовані відомими у той час туристами. Так за київську команду виступав Б. Леві, який потім став майстром спорту з туризму та суддею Всесоюзної категорії з орієнтування, за одеську – В. Кіщинцев, який багато років очолював відомий всім туристам України Одеський міський клуб туристів та багато інших. Командну перемогу одержала команда м. Одеси. В особистому заліку першими чемпіонами України стали Е. Степаненко (Одеса) та В. Смірнов (Київ). Друге місце зайняла В. Силенко, туристка з Луганська, яка невдовзі стала Киянкою.

Популярність загальнодоступного і молодого виду спорту росла. У 1965 р. до «Єдиної Всесоюзної спортивної класифікації» введений норматив майстра спорту із спортивного орієнтування. І тут наші земляки стали одними з перших, удостоєних цього звання. Рахунок перемог українських майстрів відкрила харків'янка Зоя Єгорова, яка в 1969 р. виграла студентську першість Союзу і стала першим майстром спорту СРСР по орієнтуванню в Україні. З тих пір Харків є одним з лідерів у розвитку спортивного орієнтування в Україні.

04.08.1981 р. в історії спортивного орієнтування відкрилася нова сторінка: в м. Ленінграді стартував перший офіційний чемпіонат Радянського Союзу. З цього часу розпочався розквіт спортивного орієнтування в Союзі, в тому числі і в Україні. 1980 – 1990 рр. – період, коли для учасників змагань, починаючи з республіканського масштабу, вводяться обов'язкові нормативи з легкої атлетики і ЗФП, які спортсмени здають перед початком змагань. В цей період в Україні створюються центри орієнтування, куди запрошуються сильні перспективні спортсмени, яким надаються хороші умови для тренувань.

У той же час в Україні зароджуються різні багатоденні змагання по орієнтуванню. Вони доступні для всіх – від новачків до ветеранів. Змагання зручні тим, що дають можливість задовольнити потреби у фізичному, технічному, тактичному і психологічному навантаженні спортсменам будь-якого рівня підготовки. Радянські спортсмени, у тому числі і українські, більш впевнено виступають на міжнародних змаганнях, не раз перемагаючи визнаних фаворитів – скандинавів.

Після розвалу Радянського Союзу і утворення незалежної держави спортивне орієнтування в Україні, у зв'язку з настанням економічної кризи і різким зменшенням фінансування спортивних закладів, виявилось на межі розвалу. З часом, завдяки зусиллям ентузіастів, наші спортсмени стали знову брати участь у міжнародних змаганнях і навіть добиватися успіхів на етапах Кубка світу. Один з яких пройшов в липні 2000 р. в Трускавці. Нині в Україні спортивне орієнтування відноситься до так званих не олімпійських видів спорту (разом з шахами, шашками, кікбоксингом, пауерліфтингом тощо). Спорт фізично важкий, але цікавий, інтелектуальний. Його ще називають грою

в шахи на бігу. В Україні його очолює і координує Федерація спортивного орієнтування. Першим головою республіканської Федерації з спортивного орієнтування був Михайло Горностайпольський, (нині покійний) виходець з туризму.

Традиційними осередками виховання орієнтувальників в Україні є Іван-Франківська, Дніпропетровська, Чернівецька, Харківська, Полтавська, Львівська, Сумська, Херсонська, Вінницька області та м. Київ. Наша країна у 1992 р. стала членом Міжнародної Федерації спортивного орієнтування, до якої входить 70 країн, і навіть провела чемпіонат світу (2007 р.).

Згідно з класифікацією Міжнародної федерації спортивного орієнтування існує кілька різних форм цього виду спорту: класичне орієнтування бігом, орієнтування на лижах, на гірських велосипедах, орієнтування по стежках. Останнім часом виділяють такий різновид орієнтування, як рекреаційне орієнтування – логічний перехід від спортивного орієнтування до більш урбанізованого та спрямованих на оздоровлення ігор. Мета рекреаційного орієнтування – не стільки фізичний розвиток людини, який передбачається в спортивному орієнтуванні, а фізичне оздоровлення, духовне і морально-естетичне збагачення.

Будучи молодим напрямком, рекреаційне орієнтування здобуло популярність у всьому світі та продовжує невпинно розвиватися. Поступово охоплюючи туристичний ринок, рекреаційне орієнтування стає незмінною складовою туристичної пропозиції, збагачуючи тим самим ринок туристичної індустрії.

Література

1. Богатов С. Ф. Спортивное ориентирование: метод. пособие / С. Ф. Богатов, О. Г. Крюков. – М. : Воениздат, 1982. – 102 с.
2. Воронов Ю. С. Система подготовки спортивного резерва в ориентировании: Монография / Ю. С. Воронов. – Смоленск: СГИФК, 2003. – 192 с.
3. Основи спортивного орієнтування : Навчальний-методичний посібник [Укл. С. В.Мединський, А. А.Слобожанінов, Я. П. Галан]. – Чернівці: Рута, 2011. – 124 с.

УДК 338.486-049.5

ПЕРЕРОЗПОДІЛ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ В СВІТІ У ЗВ'ЯЗКУ З ПОГІРШЕННЯМ БЕЗПЕКИ ТУРИСТІВ ТА НЕСТАБІЛЬНИМ ЕКОНОМІЧНИМ СТАНОМ

*Корнілова Н. В., к.е.н., доцент кафедри
туризму та готельно-рестранної справи
Черкаський державний технологійний університет*

Туризм, як сфера господарської діяльності має величезне значення для розвитку економіки в країні. Але також має ряд характерних особливостей. Туризм служить інтересам людини, суспільства в цілому та є джерелом доходів, як на мікро, так і на макроекономічному рівнях. Туризм стає одним з основних чинників створення додаткових робочих місць, прискорює розвиток дорожнього та готельного будівництва, стимулює виробництво всіх видів транспортних засобів, сприяє збереженню народних промислів і національної культури регіонів і країн.

Туризм в наш час є одним з найбільш динамічно розвиваючим напрямом в міжнародній торгівлі послугами. Майже всі країни входять в міжнародний туристичний ринок, але розподіл туристичних потоків проходить нерівномірно, у зв'язку, з різним рівнем соціально-економічного розвитку країн і, як наслідок цього, різним рівнем безпеки туризму. Розвитку туризму сприяють різні фактори. До них можна віднести конкуренцію, інформаційні технології, авіаперевезення, туроператорські послуги, політичні і соціальні обставини в країні, а також в цілому підвищення рівня безпеки, які відносяться до їхньої діяльності самодіяльно, без державної підтримки. В наш час, заходи з підвищення безпеки в туризмі мають йти в двох напрямках: по-перше, забезпечення комплексних питань безпеки, а по-друге, забезпечення безпосередньо безпеки туристів [5].

На сучасному етапі розвитку питання безпеки туризму набуло глобального значення, оскільки туристичний бізнес набирає планетарного масштабу. Проте сьогоднішня соціально-економічна ситуація в світі має багато негараздів, які мають врахову-

ватись в туристичному бізнесі з метою забезпечення безпеки туристичної подорожі.

До соціально-економічних чинників, що впливають на розвиток туризму, належать підвищення рівня освіти, культури, естетичних потреб населення. Для ефективного функціонування та динамічного розвитку сфери туризму необхідна досконала система її безпеки. Особливої актуальності це питання набуває в умовах глобалізації, яка всебічно впливає на міжнародну та національну безпеку. Туризм, як жодна інша галузь, підвладний впливу неринкових чинників – війн, природних катаклізмів, епідемій тощо. Глобалізація ризиків негативно впливає на кон'юнктуру ринку туристичних послуг. Водночас глобалізація може мати не лише політико-правовий, а й соціально-економічний та культурно-інформаційний виміри.

Для прикладу, можна навести те, що нині глобальними проблемами у світі є тероризм та військові дії. Для мандрівників найризикованішим є перебування у небезпечному для життя та здоров'я місці у невизначений час. Адже, жодна країна не захищена від тероризму та пов'язаних з ним катастроф, що може спричинити також значні втрати доходів від туризму[4].

У світі є території, куди туристи можуть їздити лише з великою обережністю. Кількість країн, у яких зберігається складна політична ситуація, відбуваються військові або, інші серйозні конфлікти є значною. Щорічно близько 30 держав вважаються несприятливими для туризму. У таблиці 1 наведено 10 найбільш несприятливих держав для туризму.

Таблиця 1

Рейтинг несприятливих держав для туризму

№	Назва країни (2014 р.)	Назва країни (2015 р.)	Назва країни (2016 р.)
1	Сомалі	Ірак	Сирія
2	Ірак	США (окремі штати)	Афганістан
3	Колумбія	Колумбія	Ємен
4	Афганістан	Афганістан	Малі
5	Пакистан	Бурунді	Казакстан
6	Судан	Венесуела	Ірак

7	Ємен	Південна Африка	Нігер
8	Північна Корея	Бразилія	Сомалі
9	Бразилія	Росія	Росія
10	Кенія	Південна Корея	Північна Корея

Найнебезпечніші для іноземців держави на Землі в даний момент – це Сирія, Афганістан, Ємен і Малі. Це пов'язано з підвищеним рівнем терористичної загрози в цих країнах і з нестабільністю їх політичних режимів.

Дивно, але Мексика, Колумбія, Пакистан і Єгипет ще зовсім недавно вважалися місцями ризикованими, але зараз вони – в туристичних регіонах – небезпечні не більше, ніж, наприклад, Україна, Росія чи Казахстан. На рисунку 1 найбільш темним кольором, виділені найбільш небезпечні країни для туризму.



Мал.1 Країни, які несприятливі для туризму

Експерти UNWTO виділили три види дестабілізації індустрії туризму через політичні причини, що становлять загрозу для особистої безпеки туристів.

По-перше, це глобальна тривала дестабілізація, спричинена воєнними діями або безперервними терористичними актами. Прикладами можуть слугувати такі території, як Ліван, Північна Ірландія, Шрі-Ланка, Уганда, Алжир, Афганістан, Ірак, Ізраїль, Судан, Пакистан.

Військові конфлікти здатні в короткий час знищити розвинулу індустрію туризму. Цьому можуть сприяти й інші екстремальні обставини, такі, як ворожа пропаганда або короткочасна політична криза. Громадянська війна, яка тривала 5 років, нанесла величезні втрати індустрії туризму Хорватії, Сербії, Чорногорії, Боснії та Герцеговини. Відбулося різке скорочення обсягів туристичних потоків, а також їхнє переорієнтування з європейського Середземномор'я в інші регіони світу.

По-друге, негативно впливає на розвиток туристичної та готельної індустрії постійна напруженість і невизначеність у туристичних маршрутах. Сплески насильства, релігійного екстремізму, що проявилися в Єгипті, Індії, Ізраїлі, Ямайці, Кенії, Перу, Філіппінах або Туреччині, здатні призвести до дестабілізації та перерозподілу туристичних потоків на користь більш спокійних країн.

І, по-третє, навіть одиничні випадки тероризму, короткочасні безладдя здатні призвести до дестабілізації туризму, як це мало місце під час несприятливих умов для відпочинку у Китаї, Франції, Японії, Великобританії, США.

Перше місце в світі у списку гарячих точок тероризму займає Ірак, де сталося втричі більше терористичних актів, ніж у Пакистані, який займає друге місце за кількістю терактів. Небезпечними є Афганістан, Пакистан, Сомалі та Нігерія.

Найдинамічніша економіка Африки в останні роки зіткнулася з величезною кількістю терористичних актів. Лівія, Кенія і Єгипет є тими країнами, де зафіксовано значне збільшення терористичних ризиків. Туристична галузь значно страждає від цих загроз. На туристичний сектор Єгипту припадає 11 % ВВП країни, а падіння внаслідок революційних подій склало відразу 43 %.

Свого часу, таким чином серйозно постраждала репутація Туреччини, насамперед серед європейських туристів – в основному німців, англійців і французів, найбільш педантичних у виборі місць для відпочинку.

Справжня небезпека для туристів, які відвідують як Малу Азію, так і Єгипет, Індонезію та інші куточки земної кулі, швидше виникає від воєнничих ісламських угруповань, але їх представників дуже важко визначити за національною ознакою.

Для повернення країн на колишні позиції на туристичному ринку уряди змушені були витратити величезні кошти на рекламу, які змогли вплинути на їх популярність.

Останнім часом спостерігається скорочення потоків туристів до Росії та України. Одна з головних причин – російсько-український конфлікт. Туристи з Європи та Америки відмовляються подорожувати в Росію та Україну, з ідейних мотивів, з інших країн – через побоювання за своє життя. Найбільша кількість відмов від заброньованих турів зафіксована з Європи.

У зв'язку з конфліктом, помітно знижується кількість людей і з Латинської Америки, готових купити тур до Росії. Крім того, зафіксовані випадки неприязного ставлення до туристів з Росії в європейських країнах та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні через агресію Росії в Україні.

Експерти Всесвітньої туристської організації пропонують такі шляхи розв'язання проблеми: розробка та впровадження в життя норм безпеки подорожей та місць перебування туристів; інформування й просвітницька робота громадськості; створення інституційних рамок для розв'язання проблем, пов'язаних з безпекою туристів, зокрема в екстремальних ситуаціях; міжнародне співробітництво на різних рівнях.

Безпека туристів та висока якість їх обслуговування неможливі без урахування громадських й інших національних інтересів, а також особливостей навколишнього середовища. Місцеві органи влади та управління визначають перелік правил та постанов, котрі мусять виконувати адміністративні органи, що працюють у сфері охорони здоров'я, правопорядку, транспорту, охорони довкілля тощо. Важлива роль тут належить і туристичним фірмам, які повинні виконувати вимоги правил безпеки, організуючі подорожі.

Над питаннями безпеки туризму працюють відповідні міжнародні організації: Міжнародна організація праці, Всесвітня організація охорони здоров'я, Організація Об'єднаних Націй, Міжнародна організація цивільної авіації, Міжнародна морська організація.

За чинним законодавством суб'єкти туристичної діяльності з метою забезпечення безпеки туристів зобов'язані: інформувати туристів про можливі небезпеки під час подорожі, про виконання

загальнообов'язкових вимог та запобіжних чи попереджувальних заходів (медичних щеплень тощо); створювати безпечні умови в місцях надання туристичних послуг, забезпечувати належне облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій тощо; виконувати спеціальні вимоги з безпеки під час надання туристичних послуг з підвищеним ризиком тощо. Особи, які організують експлуатацію туристичних ресурсів, зобов'язані забезпечувати виконання вимог з охорони довкілля та культурної спадщини, а також вживати заходів з мінімізації або припинення шкідливого впливу на довкілля і соціально-культурне середовище та компенсувати завдані при цьому збитки.

В Україні відпрацьовано механізм страхування туристів: медичне – від нещасного випадку, а також страхування цивільної відповідальності та транспортних засобів. Водночас не врегульовано питання фінансування заходів під час евакуації туристів з районів стихійного лиха, військових сутичок, терористичних актів. Такі заходи фінансують зазвичай з державного бюджету та за рахунок благодійної допомоги міжнародних організацій і приватних осіб [1].

Світове співтовариство дедалі більше уваги приділяє забезпеченню достатніх фінансових ресурсів для проведення запобіжних заходів із запобігання ризиків у сфері туризму, а також для фінансування урегулювання збитків. У розвинутих країнах створюють фінансові резерви на випадок катастроф, діють також системи попередження надзвичайних ситуацій.

Українські страхові компанії перебувають на стадії осмислення нинішніх світових та національних тенденцій щодо ризиків у туризмі, які формуються за підвищеної політичної та соціальної напруженості в окремих регіонах, а також у період активізації природних катаклізмів та техногенних процесів.

Отже, на розвиток туристичної сфери країни можуть мати вплив досить велика кількість різноманітних чинників, як внутрішнього так і зовнішнього характеру. Чинник політичної стабільності можна віднести до внутрішньої групи, яка за своїм характером є найбільш важливою оскільки безпосередньо може впливати на розвиток туристичного потенціалу країни.

Особливо важливим даний аспект є для країн, що розвиваються, а найбільше для країн так званого третього світу. Як правило,

економіка даних держав тримається на кількох галузях, однією з яких є туристична. В такій ситуації при наявності в середині держави гострих політичних протиріч, що переродилися в збройні конфлікти, досить важко зберегти позитивний розвиток в галузях економіки, а особливо тих, що продукують на ринок товар у вигляді туристичних послуг.

У випадку серйозних військово-політичних загроз та нестабільного економічного стану індустрія туризму не може розвиватися. Це спонукає уряди та керівників туристичної індустрії шукати вихід із кризи й формувати державні або міжнародні програми розвитку туризму.

В області туризму діє значна кількість нормативно-правових актів. За останні роки були внесені зміни, які раніше діяли в законодавстві даної сфери. Але, враховуючи складнощі, які було розглянуто, їх постійну динаміку, варто зробити висновки про необхідність подальшого вдосконалення правового регулювання в області туризму і його безпеки.

Література

1. Бобкова А. Г. Безопасность туризма:ученик / А. Г. Бобкова, С. А. Кудреватых, Е. Л. Писаревский. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 272 с.
2. Бобкова А. Г. Правовое обеспечение туризма:ученик / А. Г. Бобкова, С. А. Кудреватых, Е. Л. Писаревский. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.
3. Буйленко В. Ф. Туризм: підручник / В. Ф. Буйленко. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 416 с.
4. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу: підручник / Л. П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 224 с.
5. Дмитриев М. Н. Экономика туристского рынка: ученик / М. Н. Дмитриев, М. Н. Забаева, Е. Н. Мальгина. – М. : Юнити-Дана, 2010. – 312 с.
6. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти):підручник / О. О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2010. – 436 с.
7. Цікавий світ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tsikaviy-svit.com.ua/>

ПЕДАГОГІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ФОРМ ТА ЗМІСТУ ПОЗААУДИТОРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ ВИЩОГО ПЕДАГОГІЧНОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

*Онопрієнко О. В., к.п.н, доцент
кафедри фізичного виховання та здоров'я людини
Черкаський державний технологічний університет*

У педагогічних університетах позааудиторна діяльність майбутніх учителів фізичного виховання різноманітна. Набутий досвід вищої школи показує, що виховання студентської молоді у позааудиторній діяльності має великі потенційні можливості щодо формування комплексу патріотичних рис у майбутніх фахівців. Саме тому сьогодні постає необхідність визначити конкретні форми зміст і методи виховного впливу на студентів, які б сприяли зростанню рівня їх патріотизму.

Аналіз різних досліджень і власного досвіду дає змогу припустити, що позааудиторна діяльність студентів буде дієвим засобом патріотичного виховання майбутнього вчителя фізичної культури, якщо:

– немає авторитаризму у взаєминах викладача зі студентами, а є співробітництво й співтворчість;

– активність студентів не регламентується тільки рамками наслідування, імітації й репродуктивною організацією позааудиторної діяльності, а виходить на творче осмислення запропонованих завдань;

– буде забезпечено розмаїтість стимулюючих, емоційно-регулюючих, спрямовуючих та організуючих прийомів втручання (при необхідності) викладача у позааудиторну діяльність студентів;

– буде забезпечена психологічна і практична готовність викладача до факту індивідуальної своєрідності образу «Я» кожного студента.

У педагогіці вищої школи позааудиторна робота визначається як спрямована навчально-виховна діяльність студентів, яка

здійснюється під впливом планування й керування як з боку адміністрації ВНЗ і викладачів, так і внутрішніх спонук особистості студента, його ціннісних установок та орієнтирів.

Ми вважаємо, що позааудиторна діяльність – це особливий вид фронтальної, групової й індивідуальної навчально-виховної роботи студентів, яка здійснюється на умовах партнерської участі викладача і характеризується великою активністю перебігу пізнавальних і виховних процесів у позанавчальний час і служить засобом підвищення ефективності професійної самопідготовки, самовиховання й самореалізації майбутніх фахівців.

Отже, у своєму дослідженні ми виходимо з наступних положень:

– позааудиторна діяльність є специфічною формою навчально-виховного процесу;

– позааудиторна діяльність не тотожна самостійній, оскільки постійно скеровується викладачем і припускає полісуб'єктний підхід;

– проблема організації й активізації позааудиторної діяльності невід'ємна від усього комплексу проблем стимулювання навчання і виховання та міцно пов'язана з індивідуалізацією, самостимулюванням професійного становлення студента й одночасно не виключає використання зовнішнього впливу, тобто педагогічного керівництва нею.

Метою використання позааудиторної роботи у вищій школі ставиться реалізація функцій самореалізації й самоперетворення. Ці функції характеризуються прямою спрямованістю на функціонування тих або інших сфер індивідуальності (інтелектуальної, мотиваційної, емоційної, саморегуляційної й ін.) і відбивають виховні можливості позааудиторної діяльності студентів.

Ми вважаємо, цю роботу слід здійснювати за спеціальними програмами. У контексті нашого дослідження для підвищення виховного впливу на студента у позааудиторну роботу необхідно ввести заняття з фізичної культури патріотично спрямовані за змістом.

У деяких дослідженнях таке спрямування змісту позааудиторної діяльності майбутніх учителів фізичної культури розкривається у світлі інтегративного підходу до спортивно-гуманістичного виховання студентів. Зокрема, у своєму дослідженні Т. Ольхова на засадах цього підходу пропонує комплекс засобів педагогічного впливу на студентів у позааудиторних програмах

для самостійних занять, які не дублюють аудиторні заняття [2]. Аналіз цих програм показує, що у них закладено значну питому вагу таких форм занять з фізичної культури, які мають патріотичний зміст (народні спортивні вправи, протиборства, ігри, розваги та різні види краєзнавчого туризму тощо). Проте автор не акцентує на цьому. Отже, організація позааудиторної діяльності майбутнього вчителя фізичної культури передбачає використання спеціальних форм, засобів і методик виховання, які сформують у студентів патріотичні якості.

Для цього студентській молоді з метою виховання необхідних патріотичних рис, необхідно використовувати комплекс виховних заходів, які б одночасно вдосконалювали професійну підготовку. На цьому наголошує у своєму дослідженні С. Сичов, вважаючи використання нетрадиційних форм фізичної культури необхідним доповненням до традиційних систем фізичного виховання [4]. Серед цих форм Т. Ольхова пропонує використовувати у позааудиторній діяльності народні ігри та свята [2].

Таким чином, ігровий підхід як колективна форма патріотичного виховання майбутнього вчителя фізичної культури є продуктивним і обґрунтованим, оскільки позааудиторні програми для студентів повинні містити не тільки фізичні вправи й навантаження, а й мати патріотичну спрямованість.

Іншою формою позааудиторної діяльності є групові заняття, які здійснюються за клубним принципом, який нині поширений в країнах Західної Європи та США. Позитивним досвідом функціонування цих клубів є ефективне сприяння моральному, професійному, інтелектуальному та оздоровчому розвитку молоді. А найціннішим у діяльності зарубіжних соціальних і спортивних клубів є те що вони ставлять особистість у центр виховної системи [3].

О. Іваницький, О. Іванова, В. Матов, І. Шарабарова, досліджуючи різні форми виховання студентів засобами фізичної культури, доводять необхідність у плануванні позааудиторної роботи враховувати індивідуальні потреби студентів [1].

Таким чином, вищезазначене спонукає до пошуку нових науково обґрунтованих шляхів розв'язання проблеми патріотичного виховання молоді. У нашому дослідженні патріотична спрямованість змісту різних форм занять студентів з фізичної культури в позааудиторний час є головною виховною стратегією.

Однією із нових форм позааудиторної діяльності студентства є скаутський рух, який передбачає оволодіння інформацією з історії, географії, природознавства, практичними вміннями з табірництва, мандрівництва, спорту тощо. У змісті діяльності скаутів є потенційні можливості патріотичного виховання.

Отже, сучасні технології з фізичного виховання повинні вирішувати завдання, які не тільки пов'язані з підвищенням рівня фізичних якостей молоді, але й виховувати комплекс патріотичних рис майбутнього фахівця.

За допомогою таких форм організації позааудиторної діяльності та уміло спроектованого виховного процесу можна, на нашу думку, покращити патріотичне виховання студентської молоді.

Література

1. Іваницький А. В. Ритмическая гимнастика на ТВ [Текст] / А. В. Іваницький, В. В. Матов, О. А. Іванова, И. Н. Шарабарова. – М. : Советский спорт, 1989. – 79 с.
2. Ольхова Т. Г. Опыт интегративного подхода к спортивно-гуманистическому воспитанию студентов [Текст] / Т. Г. Ольхова // Теория и практика физической культуры. – 2002. – № 1. – С. 53 – 55.
3. Онопрієнко О. М. Патріотичне виховання в системі позааудиторної діяльності майбутніх учителів фізичної [Текст] / О. Онопрієнко // Спортивний вісник Придніпров'я. – 2010. – №2. – С. 160 – 164.
4. Сичов С. Формування у школярів і студентів потреби фізичного вдосконалення [Текст] / С. Сичов // Фізичне виховання в школі. – 2001. – № 4. – С. 22 – 26.

УДК 796

ФІТНЕС-ТУРИЗМ

*Матусевич А. М., старший викладач
Черкаський державний технологічний університет*

Актуальність досліджувальної тематики зумовлена пошуками нестандартних форм відпочинку. В сучасному суспільстві

активний відпочинок досить багатогранний, але мало кому відомо про фітнес-тури.

Мета дослідження – дослідити фітнес-тури, їх відмінність від звичайних туристичних турів та зміст.

Ключові слова: фітнес, туризм, здоров'я, відпочинок.

У Європі популярність фітнес-турів досить висока, безліч турів які здатні задовольнити вимоги у відпочинку, набутті нових вражень та удосконаленні самого себе. Спробуємо з'ясувати, чи існує потреба у фітнес-турах, що вони собою представляють.

Фітнес-тури були створені для задоволення нашої потреби до відпочинку, здоров'ю та красі. Фітнес-тур це значно більше ніж відпочинок, разом із стандартним набором послуг ми отримуємо послуги професійного тренера. Зараз не знадобиться кудись їхати та шукати час на себе, ви зможете втілити бажане все буде сприяти для цього, тур буде складено з урахуванням ваших уподобань.

Фітнес-тур можна порівняти з фітнес центром та відчуттями які ми отримуємо при його відвідуванні. Згадаємо ці почуття! Тут винаймаєтесь не у залі, а на пляжі біля моря. Це може бути йога на піску чи серед гір, або аквааеробіка у морі. Немає значення поїдете ви один чи з родиною, не обов'язково займатися усім. Ваша родина може спостерігати та радіти вашим досягненням.

Нетреба забувати про те, що ви можете зустріти безліч цікавих та різних людей, яких об'єднує одне захоплення. Фітнес-тур – для усіх хто цінує прекрасне, та бажає повернутися додому Афродітою чи Аполлоном. Як правило наш організм потребує активного відпочинку яким є фітнес-тур.

Більш за все подібні тури організуються до країн з комфортним кліматом, це пов'язано з заняттями на відкритому повітрі які прискорюють обмін речовин та покращують відновні процеси організму. Море сприяє розслабленню та має охолоджувальний ефект. Таким чином ми значно швидше досягнемо бажаного результату.

Найбільш популярні для фітнес-туризму країни Середземномор'я, Єгипет, Таїланд, Індія. Деякі спеціалісти говорять про те, що у Терції та Таїланді досить волого, а у Єгипті жарко – ці країни все одно залишаються популярними по доступності та відповідають

усім вимогам. Даний вид туризму дає можливість поїхати і не у сезон. Головною умовою є наявність готелю з майданчиком для занять, басейн для аквааеробіки. Фітнес інструктори радять обирати харчування не all inclusive, 2 – 3 разове, так як тур тематичний і має певну мету.

Для того щоб поїхати у фітнес-тур не обов'язково їхати за кордон. Подібні пропозиції снують і в Україні а саме: Карпати – гірський, велосипедний, грін туризм, Азовське море – дайвінг, серфінг, кайтсерфінг, та ще багато регіонів які зустрінуть вас та зможуть задовольнити ваші бажання.

Експерти відмічають, що звичайна путівка на 20 – 40 % дешевша за фітнес-тур, деякі оператори пропонують фітнес-пакет окремо. Такий напрям туризму тільки починає свій розвиток. Чим більше буде в ньому зацікавленість, тим активніше туроператори будуть працювати над розвитком даного виду туризму.

Фітнес-тур – загальне поняття, під цим приховано безліч його різновидностей. Заняття як і у звичайних залах поділяються: танцювальні, релакс, силові, міх і так далі. Існують тури вузької направленості, наприклад – йога. Для цих цілей значно більше користується популярністю Індія. Ця подорож здатна вас змінити до неможливого, це підійде тим хто прагне до розслаблення та бажає пізнати себе глибше. Йога розвиває гнучкість, формує ідеальну фігуру, а також оздоровлює організм ззовні.

Якщо ви віддаєте перевагу чомусь більш активному, розміряні релаксуючі тренування – ваш стиль, обирайте танцювальний напрям. Танцювальні заняття можуть відрізнитись від обраної країни – у Єгипті, Турції та Тунісі на заняттях більше уваги приділяють м'язам стегон, грудної клітини та живота. В Індії – ноги та руки, підключають мімічні м'язи. В Азії плавні рухи нагадують східні бойові мистецтва в уповільненому темпі. Це дозволяє відчути кожен м'яз свого тіла та налаштувати вестибулярний апарат. В Іспанії пропонують елементи фламенко, чітке вистукування ритмів ногами, різкі оберти головою, корпусом та ізящну роботу кистей рук. На Африканському континенті більше уваги приділяють роботі стегон. Полузигнуті положення ніг та шалені рухи сідницями. Якщо ви відправитесь на Кубу, або латиноамериканські країни ваше тіло навчатиме «ходити ходуном».

Деякі тематичні тури вважають нудними, тому перейшли на змішані програми, які включають в себе заняття з пілатесу, йоги, аквааеробки, силових вправ, боротьби. Такі фітнес програми розробляються з урахуванням індивідуальних особливостей та стану здоров'я кожного учасника тура. Вона включає в себе від 3-х до 6-ти тренувань на день. Ранок починається з розминки, з легкої пробіжки, вдень – аквааеробіка, ввечері – силові вправи, медитація на закаті сонця. Досить часто тур складається три до одного: три тренувальні дні – один відновлювальний.

Фітнес-тури зазвичай розраховані від 10 днів і більше. Це пояснюється тим, що організму потрібен час на адаптацію та акліматизацію. Але існують і тури вихідного дня, які розраховані на невеликий активний відпочинок в кінці робочого тижня. Для трудових колективів існують корпоративні пропозиції. За час такого нестандартного відпочинку можна також відвідати школу дайвінгу, віндсерфінгу, кайтінгу та інших видів спорту.

Також можна не прив'язуватись до одного місця відпочинку, а окрім тренувань додати маршрут на велосипеді чи трекінгу. Піші прогулянки в поєднанні з обзорними екскурсіями наповнять вас враженнями та здоров'ям.

Таким чином фітнес-тур – на нашу думку, саме той відпочинок який принесе вашому організму заряд бадьорості та настрою на наступний період вашої продуктивної праці.

Література

1. Закар'ян Л. Х., Савенко О. Л. Фітнес – шлях досконалості. – Ростов н/Д. : Феникс, 2001. – З. 101 – 104.
2. Володько Я. Т. Чи потрібен серцю спокій. – Мінськ : Польша, 1985. – З. 40 – 41.
3. Глахан Л. М. Два аспекти однієї монети // Сила і краса. – 2000. – № 10. – С. 7.
4. Рогожин М. Ф. Фітнес, ідеальне здоров'я. – М. : РИПОЛ класик, 1999. – 340 с.
5. Кислухіна І. І. Аэробика і аэрофитнес – новий напрям у оздоровчої гімнастики // Физкультурное освіту Сибіру. – 1995. – № 2. – З 21-го.
6. Опанащук Ю. Я. Развития гостиничного хозяйства в Украине: тенденции и перспективы [Текст] / Ю. Я. Опанащук // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2004. – № 3. – С. 70 – 72.

УДК 796

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ РУХЛИВИХ ІГОР І ЕСТАФЕТ НА МІСЦЕВОСТІ

*Кандиба П. О., старший викладач
Черкаський державний технологічний університет*

При проведенні рухливих ігор та естафет на місцевості потрібно пам'ятати про метеорологічні явища – температуру, вологість, швидкість повітря (вітер), теплове випромінювання, що в різні пори року по-різному впливають на стан організму.

Несприятливі умови погоди негативно впливають на загальний стан і працездатність юнаків та дівчат.

В спекотні дні не бажано проводити ігри та естафети, які потребують складних координаційних рухів, вправ на увагу, біг і стрибки.

При високій вологості необхідно підбирати ігри та естафети, які викликають інтерес та емоційний підйом до них.

У вітряні дні ігри та естафети потрібно проводити у місцях захищених від вітру.

Постійні зміни погодних умов і систематичне проведення рухливих ігор та естафет на місцевості сприяє загартуванню організму, покращенню роботи серцево-судинної системи, забезпечує доставку кисню до всіх органів і тканин організму, стимулює діяльність центральної нервової системи.

Важливе значення для проведення рухливих ігор та естафет на місцевості має правильний підбір одягу та взуття.

Влітку необхідно мати спортивні труси, шорти, майку, на ногах кросівки, кеди або напівкеди. В холодні дні: спортивний костюм, майку, футболку з довгими рукавами, шерстяну шапочку, рукавички. В зимовий період року: куртку, спортивний костюм, спортивне взуття, шерстяні носки, рукавички, шерстяну шапочку.

Наведені рекомендації щодо одягу та взуття не можуть бути використані повністю, але повинні бути взяті за основу. При підборі одягу та взуття необхідно брати до уваги їх індивідуальні особливості.

Правильний вибір місцевості – це запорука успіху при проведенні ігор та естафет.

Місцевість повинна обиратися викладачем заздалегідь і така, що б викликала інтерес до гри. Ігри та естафети можна проводити на малознайомій та добре знайомій місцевості.

В умовах добре знайомої місцевості для ігор та естафет необхідно створити додаткові перешкоди, змінити вихідні позиції, напрям дії тощо.

Місцевість для ігор та естафет повинна бути вкрита травою, чагарниками, мати нерівний рельєф, ями, канави. На такій місцевості добре проводити ігри та естафети, що пов'язані з маскуванням, орієнтуванням, спостереженням тощо.

Вибираючи місце для ігор та естафет, викладач повинен бути переконаний в тому, що там немає місць небезпечних для життя.

Разом з тим на місцевості повинні бути нові перешкоди, що сприятиме вихованню сміливості, рішучості, ініціативи. Обране місце повинне бути позначене видимими орієнтирами (прапорці, позначки тощо). Особливу увагу необхідно звернути на межі майданчика для ігор та естафет. Не чіткі межі місцевості, де проводять гру чи естафету, часто призводять до конфліктних ситуацій і зменшення інтересу до гри чи естафети.

Література

1. Л. П. Ярославська, П. О. Кандиба, В. В. Щириця, В. М. Войнов Змагально-ігровий метод у системі фізичного виховання студентів.

2. В. М. Войнов, С. В. Войнов, П. О. Кандиба, С. О. Коваленко, В. В. Щириця 1014 рухливих ігор та естафет у загальній системі фізичного виховання.

УДК 338.487: 338.33

АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Глушко В. О., аспірант

Київський національний торговельно-економічний університет

Сучасний туристичний ринок характеризується поглибленням індивідуалізації попиту на туристичні послуги, а посилення конкуренції на ринку і стрімке зростання популярності туризму

змушує туристичні підприємства шукати нові способи просування власного продукту. За даними Всесвітньої туристичної організації міжнародний туризм у 2015 р. склав 7 % від світового експорту товарів і послуг, у порівнянні із 6 % у 2014 р., а кількість міжнародних туристичних потоків зросла на 4,6 % і склала 1186 млн. осіб. За останні 15 р. надходження від світового туризму виросли із 495 млрд. дол. США у 2000 р. до 1260 млрд. дол. США у 2015 р. [2]

Для того, щоб стати особливим для туриста, туристичному підприємству необхідно шукати щось нове, найменш відоме та ексклюзивне для споживача. Знайшовши такий продукт, важливо прийняти селективну стратегію, тобто стати ексклюзивним виробником чи постачальником таких послуг, таким чином підвищуючи лояльність споживачів до компанії. Щоб утримати споживача, необхідно розуміти фактори, які впливають на вибір ним туристичної компанії та враховувати сім етапів отримання досвіду від подорожі споживачем (рис. 1).



Рис. 1 Етапи отримання досвіду від подорожі [1, с. 609 – 623]

Кожен із вищезазначених пунктів є дуже важливим та потребує значної уваги зі сторони туристичного оператора, що надає послуги, адже прогалини на будь-якому з етапів обслуговування туриста можуть призвести до негативної зміни уявлень на основі отриманого негативного досвіду та зменшення очікуваного ефекту від наданих послуг.

Окрім вищезазначених змінних, на вибір споживачем туристичного підприємства впливає ціна туристичного продукту – вартість, яку споживач готовий та має можливість заплатити за надані туристичні послуги [3]. Для споживачів ціна, яку вони готові заплатити за отримання туристичних послуг, дорівнює майбутньому позитивному отриманому досвіду від їх споживання. З іншого боку, постачальник прагне покрити свої витрати щодо створення продукту і отримати прибуток від їх реалізації.

Таким чином визначення вартості туристичного продукту базується на аналізі та врахуванні трьох основних чинників (рис. 2):

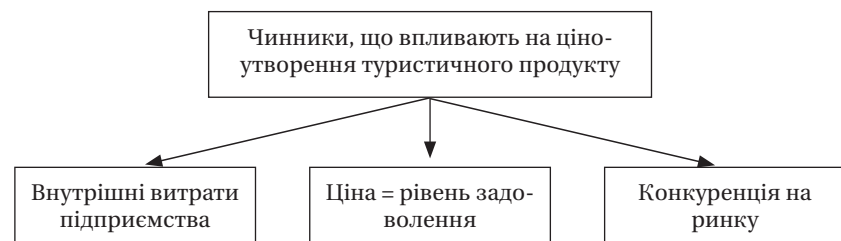


Рис. 2 Чинники, що впливають на ціноутворення туристичного продукту

– внутрішні витрати підприємства, від яких очікується отримання прибутку;

– очікуваний рівень задоволення споживача і максимальна ціна, яку він готовий заплатити;

– конкуренція серед постачальників туристичних послуг (які в кінцевому рахунку визначаються двома попередніми факторами).

Визначення підприємством оптимальної ціни туристичного продукту означає знаходження балансу і узгодженості між внутрішніми і зовнішніми економічними факторами. Внутрішні чинники включають в себе організацію туристичного продукту,

розрахунок розміру витрат і очікуваного прибутку. Зовнішні ж фактори – розгляд ринкових реалій з точки зору коливання попиту, купівельної спроможності споживачів туристичних послуг і конкурентоспроможності ціни туристичного продукту.

Отже, для ефективного формування туристичного продукту, який би максимально задовольнив потреби споживача та приніс туристичному підприємству бажаний рівень прибутку, необхідно прагнути до ексклюзивності у своєму сегменті, враховувати етапи отримання досвіду споживачами та чинники, що впливають на ціноутворення туристичного продукту. Через наявність великої кількості туристичних підприємств та зниження платоспроможності населення країни в умовах економічної нестабільності особливу увагу варто приділити саме покращенню лояльності цінової політики зі збереженням якості наданих послуг. Тоді туристичне підприємство не лише збереже свого споживача, а й здобуде нових, підвищуючи власну прибутковість і покращуючи імідж на туристичному ринку України.

Література

1. Buhalus, D., Law, R. (2008) Progress in information technology and tourism management, *Tourism Management*, Vol. 29 (4), pp. 609 – 623.
2. UNWTO Tourism Highlights. 2016 Edition. [Electronic source]. – Access mode: <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418145>.
3. European Innovation Scoreboards © European Union, 2015. [Electronic source]. – Access mode: <http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards/>.

УДК 338.467.6

ВІДРОДЖЕННЯ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В ПРИЧОРНОМОР'І

Воробйова Н. С., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій

Чорноморський регіон, а особливо Одеса та Одеська область, у часи Радянського союзу та близько десяти років після розпаду

СРСР були головним центром судноплавства, як пасажирського так і транспортного флоту. Він мав понад трьохсот суден та отримував колосальний дохід до бюджету країни, а потім незалежної України, але у 90-ті роки, коли флот було приватизовано, його керівництво почало виводити суди за кордон.

Ціллю цих тез є висвітлення існуючої проблеми та визначення методів подальшого вирішення конкурентних переваг Причорномор'я для відродження минулої слави круїзного туризму у регіоні.

До конкурентних переваг визначеного регіону з позицій круїзного судноплавства належать:

- можливість відвідати протягом одного круїзу декілька країн;
- рівновіддаленість портів, що дозволяє здійснювати комфортабельні нічні переходи;
- розташування пасажирських портів у безпосередній близькості від центра міста у більшості портів Чорного моря;
- наявність на території міст відвідання значної кількості пам'яток архітектури та містобудування;
- розгалужена транспортна мережа;
- розвинена індустрія розваг та дозвілля;
- наявність облаштованих місць для пляжного відпочинку та рекреації туристів круїзних маршрутів.

Стримуючими факторами розвитку в'їзного круїзного туризму в регіоні можна виділити такі:

- залежність від круїзного туризму Середземного моря з його чітко визначеною сезонністю: «піками» активності навесні та восени, та майже повною відсутністю у червні та серпні, короткий сезон круїзного туризму, який триває 7 місяців (квітень – серпень);
- існуючі обмеження для проходження суден через пролив Босфор, що дозволяє проходити суднам довжиною не більше 300 м;
- низький рівень інвестиційного комфорту для іноземців в країні.

Враховуючи ці недоліки та переваги дуже актуально на сьогоднішній час розробити програму по просуванню у світі круїзного туризму саме для Причорномор'я.

Цей вид туризму, через свою гнучкість, комфортабельність під час подорожі та багатогранність, набуває більших оборотів, тим самим приваблює більше кількість туристів. А завдяки тому,

що наша країна має більшу частину виходу до цього регіону, такий напрямок туризму дає можливість збільшення працюючих в країні, зменшення відтоку працюючих за кордоном, підвищення доходів сімей моряків та обслуговуючих порт робітників.

На нашу думку слід у програму розвитку туризму залучити як іноземні так і внутрішні інвестиції і розробити дієвий бізнес план у якому прийняти необхідним:

- реконструкцію причалів з метою збільшення їх довжини та обсягів пасажирообороту;
- налагодження кооперації між портами Причорномор'я, логістична внутрішня лояльність;
- впровадження стратегії підтримки вітчизняних туроператорів, що працюють у сфері круїзного туризму;
- проведення активної міжнародної рекламної компанії щодо представлення туристичного потенціалу приморських регіонів України.

Література

1. Тищенко О. В., Филипенко А. О. Круїзне судноплавство як чинник розвитку приморських регіонів України. Аналітична записка. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1054/>
2. Odessa. MedCruise is the Association of Mediterranean Cruise Ports. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.medcruise.com/port/508/odessa>.

ІСТОРИЧНЕ КРАЇНОЗНАВСТВО ЯК РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

УДК 069:378.14 (477.46)

РОБОТА МУЗЕЇВ ЧЕРКАЩИНИ ЗІ СТУДЕНТАМИ ЧДТУ

*Бушин М. І., д.і.н., професор
кафедри історії України та суспільних дисциплін
Черкаський державний технологічний університет*

Мабуть немає такої людини, яка б не знала крилатого вислову про те, що історія – вчителька життя. Вона об'єднує всіх, розкриває істину і правду, як би їх не приховували. Музеї – це не мертві експонати, а дорогоцінний досвід, який сприяє вихованню любові до своєї Батьківщини, рідного народу і обов'язково змушує замислитися над сенсом життя.

Черкаський обласний краєзнавчий музей один з найстаріших в Україні. Він створений у травні 1918 року. Ініціаторами створення музею були місцевий осередок «Просвіта» та вчительська громада міста. Першим директором музею був Дмитро Панасович Бочков, який обіймав цю посаду з 1918 до 1935 року. Музей був розташований в одноповерховому будинку по вулиці Гоголівській, будинок № 115. В цьому будинку він працював впродовж багатьох років. 8 травня 1985 року було відкрито нове приміщення музею, в центрі міста Черкаси, біля Пагорба Слави. Споруджений він за проектом черкаських архітекторів Л. С. Кондрацького, С. М. Собчука, С. М. Фурсенко. Науковий консультант – заступник голови Черкаської обласної ради Олексій Мусійович Дубовий. Усі вони удостоєні Державної премії України імені Т. Г. Шевченка. Наш краєзнавчий музей – один з найкращих музеїв України. Він є центром краєзнавчого, етнографічного, духовно-патріотичного, виховання молоді. Протягом декількох років за сприяння адміністрації музею студенти першого курсу ЧДТУ обов'язково відвідують даний музей в процесі вивчення дисципліни «Історія та культура України».

Досить пізнавальними для наших студентів є і екскурсії до Канівського національного заповідника «Тарасова Гора». Де екскурсоводи розповідають студентам про життя і творчість відомого земляка – Т. Г. Шевченка. Особлива увага в процесі екскурсії приділяється темі «Тарас Шевченко – художник». Проводячи заняття в музеї студенти багато пізнають нового і цікавого для себе.

10 квітня 1998 року в Черкаському інженерно-технологічному інституті (з 2001 року – Черкаський державний технологічний університет) відкрито музей історії нашої рідної Alma mater. Відкриття було приурочене до 40-річчя з дня створення навчального закладу.

На сьогоднішній день в музеї 18 стендів, які знаходяться на 4 поверсі першого навчального корпусу ЧДТУ. Екскурсії по музею розпочинаються зі стенда, на якому представлені архівні матеріали, фотознімки, що відображують історію появи на Черкащині нового навчального закладу. Тут розміщено фото всіх керівників даного вищого навчального закладу, починаючи з 1960 року. У центрі першого стенду розміщено фото людини, яка зробила значний внесок в справу створення та розбудови нашого навчального закладу – І. К. Лутака. Праворуч від нього знаходиться фото колишнього голови планової комісії Черкаського облвиконкомом Сергія Мартиновича Гребенюка. До розбудови вищого навчального закладу залучили в свій час також і керівників заводів – «Азот», «Ротор», Машинобудівного, «Орізон» з міста Сміла. Функції засновника взяла на себе область. Побудовані корпуси № 1, № 4, їдальня, гуртожитки, з балансу цукро-рафінадного заводу був переведений Спортивний комплекс. В музеї історії ЧДТУ існує і постійно діюча виставка, присвячена 200-річчю від дня народження Т. Г. Шевченку, а також експозиція, присвячена воїнам АТО. Ці виставки викликають жвавий інтерес у студентів під час проведення екскурсій. В експозиції, присвяченій Т. Г. Шевченку є цінні матеріали, пов'язані з 100-річчям, 150-річчям та 200-річчям від дня його народження, альбоми, які розповідають про пам'ятники, які знаходяться в інших країнах світу.

В експозиції «Славетні воїни АТО» експонується ручний гранатомет, інші цікаві речі. Угорі, до стелі прикріплено прапор незалежної України, який подарували нашому університету воїни АТО.

Привертає увагу студентів також і експонати, присвячені доктору технічних наук, доценту Анатолію Олександровичу Титарчу-

ку. На стенді група військових моряків – члени екіпажу першого радянського атомного підводного ракетноносця К-19, який брав участь у військових маневрах у Льодовитому океані в 1961 р. і зазнав аварії: вийшли з ладу головний і допоміжний наноси охолодження атомного реактора. Все це могло призвести до плавлення тепловиділяючих елементів (твелів), виходу з ладу і руйнування атомного реактора, поширення радіації. І тоді вісім офіцерів підводного човна пішли до реактора і залили його питною водою. Катастрофи вдалося уникнути. Від смертельної дози радіації через три дні вісім моряків-підводників померли. Інші члени екіпажу також отримали дози радіації, серед них і моряк-підводник Титарчук А. О.

Особливе місце в музеї відведено ректорату Черкаського державного технологічного університету. В експозиції музею фото ректора ЧДТУ О. О. Григора, проректорів вишу, наказ Міністерства освіти і науки України про призначення Олега Олександровича Григора ректором ЧДТУ з 28 листопада 2016 року до 28 листопада 2021 року.

Зацікавленість студентів викликає також експозиція, яка демонструє спортивні досягнення наших студентів.

У 1991 році в місті Черкаси був заснований обласний художній музей. Він став центром відродження української національної культури та значимим осередком культурно-мистецького життя міста й області. Тут постійно проводяться зустрічі з художниками, поетичні вечори, виступи капели бандуристів, камерних оркестрів, ансамблю духовної музики «Канон», артистів філармонії та музичного драматичного театру, самодіяльних фольклорних ансамблів. В Черкаському обласному художньому музеї пройшли персональні виставки черкаських митців: В. І. Клименка (1992, 1997), В. А. Олексенка «Магія знаку», М. П. Бабака (1997), І. І. Бондаря (1998, 1999), В. Д. Нестерова (2000) та багатьох інших. Після відвідування Черкаського художнього музеї при вивченні теми «Культура України на сучасному етапі» студенти багато дізнаються про напрями розвитку сучасного мистецтва, зокрема про черкаських митців.

Відвідуючи Центральний музеї Державної прикордонної служби України студенти ЧДТУ отримують уявлення про українську прикордонну службу. В музеї представлені експонати періоду громадянської війни, Другої світової війни тощо. Екскурсивний му-

зею Наталевич Тамара Василівна з розповідає про всі особливості життя прикордонників. Студенти зазвичай залишаються дуже задоволені і виходять з музею під враженням любові до своїх прикордонників. Особливу зацікавленість у студентів викликає зал антитерористичної операції на Сході України. Тут є фрагменти мін, патрони, осколки різної зброї. В залі, присвяченому афганській війні екскурсію веде учасник афганської війни, полковник запасу, кандидат історичних наук, головний зберігач фондів Центрального музею Державної прикордонної служби України Валерій Євгенович Вишневецький. Тут, в цьому музеї, його працівники прищеплюють патріотизм, любов до своєї Батьківщини.

Таким чином, сучасними музеями проводиться значна робота зі студентською молоддю, зокрема студентами ЧДТУ.

Автор даної статті висловлює щире подяку директору Черкаського краєзнавчого музеї Аллі Андріївні Кушнір, заступнику директора Шевченківського національного заповідника з наукової роботи Світлані Брижицькій, а також директору Черкаського художнього музею Ользі Дмитрівні Гладун. Це творчі люди, люди, як розуміють українську культуру, хочуть щоб український народ і, особливо, наша молодь були інтелігентними і культурними.

УДК 929 (477.46)

ВНЕСОК НАУКОВІ ШКОЛИ З ПРОБЛЕМ ІСТОРІЇ ЧЕРКАСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ У ВИСВІТЛЕННЯ ІСТОРІЇ ЧИГИРИНЩИНИ

*Лазуренко В. М., д.і.н., професор,
проректор з гуманітарно-виховних питань, професор кафедри
історії України та суспільних дисциплін
Черкаський державний технологічний університет*

Метою статті є висвітлення внеску наукової школи з проблем історії очолюваної професором Черкаського державного технологічного університету, доктором історичних наук, заслуже-

ним працівником освіти України Миколою Івановичем Буши-ним у дослідження історії Чигиринського району Черкаської області.

Аналіз наукової спадщини М. Бушина показує, що в основно-му вся вона присвячена історії України. Росіянин за національ-ністю, М. Бушин (1938 р. н.) усе своє свідоме життя проживає в Україні, переймаючись її проблемами, стверджуючи грома-дянське кредо: «Україна – моя Батьківщина, моя рідна земля» [11, с. 232]. У великому науковому доробку вченого знайшло місце і для дослідження державотворчої Чигиринщини.

Чигиринщина, територію якої умовно можна окреслити ад-міністративними межами сучасного Чигиринського району, має славу і багато в чому унікальну історію. Тож цілком закономір-но, що історичний феномен цього краю – важливого осередку української державності середини XVII ст. та пізніших часів, – завжди привертав до себе увагу дослідників та широких верств громадськості, усіх, хто не байдужий до історії рідного краю.

Нині в історичних колах прийнято говорити про існуван-ня феномену Чигиринщини в історії нашої України, оскільки протягом багатьох століть ця земля була центром боротьби за свободу та незалежність. Про це досить переконливо засвідчу-ють і найзначніші неспростовні історичні факти: 1556 р. – під Чигирином військо Северина Наливайка завдало поразки по-лякам на чолі з коронним гетьманом Жолкевським; 1636 р. – «низи» чигиринського полку на чолі з Павлом Бутом подалися на Січ; 1637 р. – Чигирин – центр збору повсталих проти поль-ського режиму; 1649 – 1678 рр. – Чигирин – столиця козацької України; 1768 р. – Чигиринщина – центр повстання Коліївщини; 1875 – 1877 рр. – «Чигиринська змова», підготовка повстання; 1906 р. – спроба створення в с. Мордва таємного селянського союзу і підготовка повстання; 1917 – 1918 рр. – діяльність Віль-ного Козацтва на Чигиринщині; 1918 – 1920 рр. – діяльність так званих «Чигиринської» та «Холодноярської» республік; 1943 – 1945 рр. – діяльність на території Чигиринщини партизанського загону імені Сталіна [4, с. 10].

Однією із перших ґрунтовних праць, керівником авторсько-го колективу якої був М. Бушин і в якій висвітлюються специфічні аспекти історичного, а особливо політичного розвитку земель Чи-

гиринщини є монографія «Становлення української державності в XVII ст.: Богдан Хмельницький та його спадкоємці», яка побачила світ у 1998 р. [17]. Це одна із перших спроб у вітчизняній історіографії дослідити еволюцію козацької державності Запорозької Січі, розширити й систематизувати наукові знання з історії держав-но-політичного устрою України другої половини XVII ст.

У 2004 р. з-під пера М. Бушина та його колег побачила світ монографія «На вітрилах державності. Особливості становлен-ня та розквіту української державності в добу Національної революції середини XVII століття: політичний та соціально-е-кономічні аспекти» [7]. В даному виданні розкрито аспекти дер-жавно-політичного устрою України в середині XVII ст., проа-налізовано економічний потенціал українських земель в часи Національної революції середини XVII ст. Детально розглянуто роль Чигиринщини, як колиски українського державотворен-ня, і зокрема розкрито питання про Чигирин, як столицю ко-зацької України (1649 – 1678 рр.).

В 2004 р. представники наукової школи М. Бушина випустили у світ монографію «Розвиток української культури в добу Наці-ональної революції середини XVII століття» [8]. Праця присвя-чена висвітленню розвитку української культури в добу Україн-ської національної революції середини XVII ст. Зокрема, автори акцентують увагу на розвитку освіти, літератури, книгодруку-вання, архітектури, церкви тощо в добу Хмельниччини.

У 2006 р. побачило світ науково-популярне видання «Витоки державності. Чигиринщина» [4], в якій її автори розповідають про особливості впровадження історико-культурологічної про-грами «Золота підкова Черкащини» на території Чигиринського району Черкаської області. Подається довідкова інформація про Чигиринщину. Розповідається про чигиринський край у другій половині XIV – першій половині XVII ст. Зосереджено особливу увагу висвітленні історії Чигирини як столиці Козацької Украї-ни. Цікавим є розділ про заміську резиденцію гетьмана Б. Хмель-ницького – Суботів. Окремим рядком подається інформація про Коліївщину 1768 р., про селянський рух на Чигиринщині у другій половині XIX ст. і, зокрема, акцентується увага на відомій в історії України «Чигиринській змові» (1877 р.). Розповідається про пере-бування на Чигиринщині Т. Шевченка. Згадуються і неоднозначні

події 1917 – 1920 рр. на Чигиринщині: Перший з'їзд Вільного козацтва в Чигирині у 1917 р.; діяльність так званих Чигиринської та Холодноярської республік. Автори подають інформацію про події, що відбулися на Чигиринщині у роки Другої світової війни. Науковці окремо подають відомості про: діяльність Національного історико-культурного заповідника (далі НІКЗ) «Чигирин»; символіку Чигиринського району та міста Чигирин; демографічну ситуацію на Чигиринщині; зниклі села Чигиринського району; Чигиринський бір; Чигиринський сільськогосподарський технікум; відомих уродженців Чигиринщини [10, с. 7].

Помітне місце в історико-краєзнавчих дослідженнях представників наукової школи М. Бушина відводиться темі Другої світової війни. Цим самим засвідчується глибока вдячність і повага до тих радянських воїнів, які відстоювали свободу і незалежність Вітчизни у боротьбі з нацизмом. Дана тема досліджується у книзі «Черкаський край в особах. 1941 – 2001. Чигиринщина» [6]. Видання стало писемним пам'ятником відомим людям Чигиринського району. До речі презентація вищезгаданої книги відбулась у день 12 річниці Незалежності України на центральному стадіоні м. Чигирин [13; 16; 5; 15; 14; 12, с. 406].

У 2003 р. був опублікований навчальний посібник «Історія Шевченкового краю. 1939 – 2002 р.» [2]. Авторський колектив цієї праці очолив саме професор М. Бушин. Це, по суті, коротка історія Черкащини від початку Другої світової війни до 2002 р. У посібнику ґрунтовно показано початок війни та трагічні події років окупації нацистськими загарбниками (розділ 2), розгортання Руху Опору та його течії в черкаському краї (розділ 3) і Черкащину на завершальному етапі війни (розділ 4). В зазначених нами розділах подаються фрагменти історія чигиринських земель в ці роки [9, с. 34].

У 2005 р. побачило світ документальне видання «Велика Вітчизняна війна 1941 – 1945 рр. та Черкащина. Герої Радянського Союзу та повні кавалери ордена Слави». У виданні подаються біографічні дані і про відомих уродженців Чигиринщини – Героя Радянського Союзу М. Дейнеженку і повного кавалера ордена Слави Я. Збарацького [3, с. 26, 311].

Опис братських могил воїнів, що знаходяться на території Чигиринського району Черкаської області, можна знайти в

книзі «Велика Вітчизняна війна 1941 – 1945 років та Черкащина. Братські могили» [1, с. 347 – 359], виданої у 2005 р. представниками наукової школи професора М. Бушина.

Говорячи про М. Бушина як про дослідника деяких аспектів історії Чигиринщини, хотілось б сказати і про те, що вчений проводить активну просвітницьку роботу на Чигиринщині, постійно відвідує школи району де читає лекції, дарує бібліотекам власні видання.

Звертаючись до постаті професора М. Бушина як ученого, хотілось б сказати про його здатність гуртувати навколо себе людей, надихати їх великою благородною метою – досліджувати історію своєї рідної української землі. А це має велике значення для виховання молодих науковців.

Література

1. Бушин М. І. Історія Шевченкового краю : 1939 – 2002 рр. Навчальний посібник з історії / М. І. Бушин, Н. В. Гудачкова, В. М. Лазуренко, А. І. Лисенко. – Черкаси : Відлуння-Плюс, 2003. – 233 с.
2. Бушин М. І. Велика Вітчизняна війна 1941 – 1945 рр. та Черкащина. Кн. 1 : Герої Радянського Союзу і повні кавалери ордена Слави / М. І. Бушин, Р. К. Загоріна, А. І. Лисенко. – Черкаси : Вертикаль, ПП Кандич С. Г., 2005. – 329 с.
3. Бушин М. І. Витоки державності. Чигиринщина / М. І. Бушин, В. М. Лазуренко. – Черкаси : «Черкаський ЦНТЕІ», 2005. – 342 с.
4. Бушин М. І. Славетні люди Чигиринщини / М. І. Бушин, В. М. Лазуренко // Історичний феномен Чигиринського краю. Матеріали науково-практичної конференції Національного історико-культурного заповідника «Чигирин» 3 – 4 жовтня 2001 р. – К. : ТОВ «Видавництво Аратта», 2003. – С. 33 – 35.
5. Бушин М. І. Черкаський край в особах. 1941 – 2001. Чигиринщина. Книга 3 / М. І. Бушин, В. М. Лазуренко. – Черкаси : Відлуння-Плюс, 2003. – 304 с.
6. Бушин М. І. На вітрилах державності. Особливості становлення та розквіту української державності в добу Національної революції середини XVII століття : політичний та соціально-економічні аспекти / М. І. Бушин, В. М. Лазуренко, І. Ю. Мащенко. – Черкаси : «Черкаський ЦНТЕІ», 2004. – 160 с.

«CITY BRANDING» ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ (на прикладі України)

*Смирнов І. Г., д.г.н., професор
кафедри країнознавства та туризму*

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Міський туризм (англ. City Tourism, нім. Stadttourismus) – новітнє поняття та концепція, що сформувалося у світовій туристичній науці та практиці наприкінці ХХ ст. Перші наукові праці з цього напрямку належать німецьким вченим Л. Гартмуту, Г. Нойенфельдту та О. Розе (1980-1990-х рр.). Так, словник Л. Гартмута (1997 р.) визначає міський туризм, як «короткострокове (зазвичай 1 – 4 дні) відвідування міста з наступних причин: а) інтерес до історії або культури; б) участь у подієвих заходах; в) придбання різноманітних товарів. Часто така подорож здійснюється у формі екскурсії на вихідних та може відбуватися як індивідуально, так і у групі; як організовано (через турфірми та з екскурсоводами), так і самодіяльно» [1]. За нашою думкою, ресурсною базою міського туризму слід вважати культурно-пізнавальні, подієві та бізнесові ресурси для розвитку туристичної діяльності у містах та приваблення сюди туристопотоків, а сам феномен міського туризму – комплексним видом туризму, що базується на культурно-історичній та архітектурній спадщині міст, їхніх кліматичних та природних особливостях (які визначають можливості міст з лікувально-оздоровчого та рекреаційного туризму), високому рівні розвитку та глибокій диверсифікації суспільно-економічного життя та пропозиції суспільних та комерційних товарів та послуг (що зумовлює велику різноманітність надання у містах інформаційно-бізнесових, торговельних, розважальних, освітніх, комунікаційних послуг тощо). Таким чином, міський туризм може включати наступні складові частини: а) діловий туризм; б) шопінг туризм; в) подієвий туризм (із відвіданням різноманітних громадських, культурно-мистецьких та спортивних заходів); г) пізнавальний туризм (із відвідуванням пам'яток, пам'ятників,

музеїв); д) паломницький туризм; е) освітній туризм; є) рекреаційний туризм; ж) медичний туризм; з) екстремальний туризм (у т. ч. паркур, зацепінг, дідгерство, рифтинг, роуп-джампінг тощо)[2]. Туристичний продукт міського туризму покликаний сформувавши перцепційний образ міста, надати можливості туристу набути нові знання та враження, новий досвід в ознайомленні з історичними та сучасними особливостями міста, а також у спілкуванні з його мешканцями.

Дані по Львову за 2016 р., що наводяться «Центром розвитку туризму» управління туризму Львівської міської ради [3], свідчать, що найпоширенішими під час перебування туристів у місті, є самостійні екскурсії містом (87,5 %), посиденьки в кафе, кав'ярнях, ресторанах (76,3 %), відвідування музеїв, галерей, виставок (50,0 %), екскурсії містом у супроводі гідів (26,8 %), відвідування концертів (24,0 %) та релігійних об'єктів міста (23,0 %). Міський туризм є надзвичайно вигідним для міст, так, по Львову витрати одного туриста за період перебування у місті (дані 2016 р.) складають 120,60 євро, витрати на родину (двоє дорослих і діти) – 264,86 євро, при цьому іноземні гості традиційно залишають у місті більше коштів – 217,18 євро, а внутрішні туристи витрачаються менше – у середньому 136,01 євро. Якщо врахувати, що за 2016 р., за прогнозами, Львів відвідає понад 2 млн. українських та іноземних туристів, то місто заробить на туризмі значні кошти. Подальший аналіз туристопотоків до Львова показує, що переважають туристи, які прибувають до міста потягом (40,0 %), власним автомобілем (18,3 %), літаком (15,3 %) або рейсовим автобусом (12,8 %), а розміщення туристів у Львові переважно припадає на готелі (24,2 %), родичів чи друзів (25,2 %) та апартаменти (22,7 %). За віком серед туристів, що відвідують Львів переважає молодь віком 18 – 25 (23,6 %) та 26 – 35 років (33,8 %), тобто у сумі молоді люди становлять понад половину туристопотоку до міста (57,4 %). Профіль «львівського» туриста також характеризується перевагою одружених (59,2 %), а також жінок (57,8 %), хоча ці дані можуть змінюватись рік від року, так, попереднього року переважали неодружені (58 %) та чоловіки (52 %). За географічною ознакою переважають туристи з України та з країн-сусідів – особливо Польщі, Чехії, Словаччини, Угорщини, а також – з Німеччини, США, Італії та Іспанії.

Брендинг туристичного міста (англ. city branding) означає створення бренду міста та його маркетингово-рекламне застосування для приваблення туристів. У широкому сенсі під брендом міста розуміється цілісний комплекс характеристик, який містить неповторні, оригінальні характеристики міста та образні уявлення, сприйняття, що дозволяють ідентифікувати місто в очах цільових груп. Під цільовою групою, або аудиторією бренду будь-якого міста розуміють інвесторів, підприємців, туристів та мешканців міста. На думку експертів, якщо природа або історія не подбали про унікальність і привабливість території, то її мешканці повинні відшукати або створити їх, сформувавши сприятливий набір вражень, переконавши себе й навколишній світ у неповторній і знаковій атрактивності (привабливості) регіону, міста чи сільського району. Під стратегією туристичного брендингу міста, тобто створення та використання його бренду у туризмі з маркетинговими цілями, розуміють розробку комплексної програми з розвитку міської ідентичності та формування туристичного іміджу міста. Ця програма визначає ключову цільову туристичну аудиторію бренду міста, закладає його основу ідею та атрибути, емоційні та фізичні характеристики, візуальний образ, канали комунікації тощо. Формування та реалізація стратегії брендингу міста – це складний процес, що вимагає залучення фахівців з маркетингу та менеджменту, з країнознавства та краєзнавства, з регіональної економіки та економічної географії, соціологів та представників регіональних органів влади. Останні найчастіше виступають ініціаторами самої ідеї розробки бренду міста. Розробка і реалізація стратегії туристичного брендингу міста повинна включати п'ять основних етапів. Перший етап охоплює постановку завдань брендингу міста та здійснюється шляхом виявлення проблем. Другий етап охоплює формування концепції бренду міста. Третій етап полягає у створенні візуальної і сенсової ідентичності бренду міста. Результатом другого та третього етапів розробки бренду міста повинен бути сформований бренд-бук – офіційний документ, в якому описується концепція бренду міста, цінності бренду міста, атрибути бренду, цільова аудиторія бренду міста, набір візуальних символів і логотипів бренду міста, слогани тощо. Нині свої бренд-буки серед міст України мають Київ [4] та Львів [5, інші

міста над цим працюють. Четвертим етапом є розробка комунікаційної політики з просування бренду міста. П'ятий етап – контроль і моніторинг результатів. Розробка і реалізація стратегії бренду міста – це складний і тривалий процес, що вимагає великих витрат ресурсів, зокрема часу, коштів, людських ресурсів тощо, тому він потребує постійного контролю. Для успішної реалізації функції контролю на початковому етапі розробки стратегії створення та просування бренду міста необхідно закласти критерії, за якими буде здійснюватися контроль процесу брендингу. Проголошені на етапі планування цілі брендингу якраз і можуть виступати такими критеріями контролю під час реалізації стратегії бренду міста. Постійний моніторинг процесу реалізації цієї стратегії дозволить вчасно виявити розбіжності та відхилення між поточними і запланованими результатами і своєчасно здійснювати коригування.

Література

1. Hartmut L. Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie / L. Hartmut. – München: Braunschweig, 1997. – 125 p.
2. Гладкий О. В. Сутність та теоретичні засади формування міського туризму / О. В. Гладкий // Туризм і гостинність: вчора, сьогодні, завтра: матеріали III міжнар.наук.-практ.конф. – Черкаси : Видавець О. М. Третьяков, 2016. – С. 14 – 16.
3. Кульчицька О. Нові тенденції відпочинкових туристів у Львові / О. Кульчицька [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua/news>.
4. Бренд-бук м. Київ [електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kievcity.gov.ua>.
5. Бренд-бук м. Львів [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zaxid.net/news>.
6. Смирнов І. Г. Маркетинг у туризмі: навч.пос. / І. Г.Смирнов. – К. : КНУ імені Тараса Шевченка, 2016. – 251 с.

**«CITY LOGISTICS» ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ
МІСЬКОГО ТУРИЗМУ
(на прикладі України)**

*Смирнов І. Г., д.г.н., професор
кафедри країнознавства та туризму
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

Безпосередньо відноситься до міського туризму і поняття сталого туризму (англ. Sustainable Tourism). Так, у ЄС про це наголошується у документі «Європа як найпопулярніший туристичний напрям у світі – нові політичні рамки для європейського туристичного сектору». Перспективи розвитку сталого туризму пов'язані з новою економічною стратегією ЄС «Європа – 2020 – стратегія інтелектуального, сталого та комплексного розвитку» [1, 135]. Як відомо, розрізняють екологічну, економічну та соціальну сталість. Але в туризмі, основу якого складають туристичні ресурси (і, в першу чергу, природно-рекреаційні, культурно-пізнавальні, подієві тощо), вимога сталості відноситься, перш за все, до необхідності збереження, постійного відновлення та розвитку його ресурсної бази, що і складатиме підставу екологічного, економічного та соціального вимірів сталого розвитку туризму. Отже, без регулювання туристичних потоків, раціоналізації їхнього географічного розподілу, ефективної логістичної організації туристичного простору проблему забезпечення сталого характеру туризму вирішити неможливо. Звідси зрозуміла актуальність використання в туризмі логістичних підходів (логістики туризму [3]) у різноманітних проектах його розвитку на підставі сталості, зокрема у Києві, Львові та інших містах-туристичних центрах України. Зокрема, у Львові на рівні управління туризму Львівської міської ради значна увага приділяється логістичному аналізу та упорядкуванню (оптимізації) туристичних потоків та маршрутів з тим, щоб туристи не скупчувалися одночасно в центральній частині міста, зокрема, на площі Ринок та прилеглих вулицях, де зосереджено основні туристичні об'єкти. З цією метою розробляється проект,

щоб перерозподілити туристичний потік по не менш цікавих місцях міста за межами центру. Логістичним міркуванням відводиться важливе місце у втіленні концепції «Львів туристичний», що успішно впроваджується у Львові останніми роками. Так, у 2015 р. кількість туристів у Львові перевищила 2 млн. осіб, у той час як відповідний показник 2014 р. склав 1,5 млн., що свідчить про вищу динаміку розвитку туризму у Львові у порівнянні навіть з Києвом, де за означені роки туристопотік зменшився з 2,1 млн. осіб до 1,5 млн., тобто на 40 %.

Структура та складники логістичної організації туристичного простору міста (ЛО ТПМ) включають [2, 205], по-перше, геологістичну ідентифікацію ресурсної бази туризму; по-друге, логістичне планування туристопотоків, по-третє, логістичне проектування туристичної інфраструктури, по-четверте, логістичне проектування ланцюжків поставок. Перший складник охоплює географічну та логістичну ідентифікацію туристичних ресурсів міста. Географічна ідентифікація ресурсної бази туризму означає геопросторову локалізацію туристичних ресурсів (об'єктів). Останні виступають у ролі «туристичних магнітів», які притягують туристопотоки на певну територію. При цьому значна територіальна концентрація туристичних ресурсів (об'єктів) викликає концентрацію та накладання туристопотоків. Ці міркування слід враховувати при створенні та розміщенні нових туристичних об'єктів (наприклад, пам'ятників), які не слід «втискувати» до перезавантажених туристичними ресурсами центральних ділянок міст. Отже, замість надмірної концентрації туристичних об'єктів рекомендується їх дисперсія, тобто розосередження на певній території. Логістична ідентифікація туристичних ресурсів означає визначення логістичного потенціалу кожного туристичного об'єкту, тобто максимально можливого туристопотоку, який не зашкодить сталому розвитку туризму і стану туристичних ресурсів. При цьому слід розрізняти одночасну кількість туристів на об'єкті, їхню кількість за день (з урахуванням коефіцієнту ротації), за місяць, за сезон, нарешті, за рік. Геологістична ідентифікація виконується з урахуванням поділу туристичних ресурсів (об'єктів) на культурно-історичні (пам'ятники, музеї, театри тощо), архітектурні (історичні та сучасні), подієві (різноманітні заходи громадсько-культурно-розважального характеру).

Другий складник базується на визначенні величини та структури туристопотоків та відповідних потреб туристів, які можна поділити на потреби першого порядку (лавочки, урни, бітуалети легке харчування, обмін валюти) та другого порядку (сувеніри, інформаційні матеріали, преса та туристичні товари) а також логістичні потреби, що необхідні для задоволення потреб туристів (це потреби відповідних потужностям туристопотоків логістичних потужностей, транспортних мереж та ланцюжків поставок).

Третій складник передбачає логістичне проектування туристичної інфраструктури для задоволення потреб туристів, зокрема, потреб першого порядку (туристична інфраструктура першого порядку – заклади легкого харчування, пункти обміну валюти), потреб другого порядку (туристична інфраструктура другого порядку – кіоски з продажу сувенірів, преси та інформаційних матеріалів, магазинчики туристичних товарів тощо) та відповідної логістично-транспортної інфраструктури для забезпечення потреб інфраструктурних об'єктів першого та другого порядку. При цьому враховуються особливості їхнього розміщення на певній території.

Четвертий складник передбачає логістичне проектування ланцюжків поставок для забезпечення туристичної інфраструктури першого та другого порядків та логістично-транспортної інфраструктури з виділенням логістичної та транспортної складових у їхньому складі та з урахуванням особливостей їхнього розміщення.

Ці питання є дуже актуальними для Києва, де підвищене туристичне навантаження на ресурсну базу туризму міста вже призвело до випадків фізичної руйнації найбільш відвідуваних об'єктів. Зокрема, це стосується Києво-Печерської Лаври, яка включена до списку Всесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО та має на своїй території 122 пам'ятника архітектури. Внаслідок негативного впливу низки чинників, у т.ч. щоденного неконтрольованого надмірного туристопотоку протягом декількох останніх десятиріч, цей Національний історико-культурний заповідник (нині він контролює Верхню частину Лаври, а у Нижній знаходиться чоловічий монастир Української православної церкви) пережив декілька випадків саморуйнації окремих об'єктів: у 2005 р. відбувся обвал ґрунту у Близьких печерах, у 2007 р. –

обвалилася брама при в'їзді до Нижньої Лаври, у 2009 р. – зруйнувалась частина підпірної стінки на вул.Ближньопечерській. У 2010 р. до пам'яток Києва, що не витримали зростаючого потоку відвідувачів, додалися пам'ятник засновникам Києва на Набережному шосе (споруджений на честь 1500-річчя Києва і відкритий 1982 р.), фонтан Самсон на Контрактовій площі (рік будівництва 1749) та фундамент Десятинної церкви біля Історичного музею. Є проблеми і у Софіївського собору, який теж є об'єктом ЮНЕСКО: відхилилась від своєї осі дзвінниця собору – вже на 12,5 см, внаслідок чого місцями відпадає декоративна ліпнина, зруйнувалась частина стіни-огорожі з боку вул.Стрілецької, обвалюються підземні ходи тощо. У 2016 р. від будинку на Контрактовій площі відвалився шматок бетону вагою біля 400 кг та впав на торговців сувенірами, внаслідок чого постраждали чоловік та жінка. Також у цьому році проблеми виникли із збереженістю будинку Педагогічного музею.

Щодо Львова, то тут таких випадків менше (мабуть, завдяки якості австрійського будівництва), але вони теж є. Так нині реставрується скульптурна група «Ощадність, рільництво та промисловість» (у місці її називають «Статуєю Свободи»), яка прикрашає фасад будинку Музею етнографії та художнього промислу – колишнього приміщення Галицької ощадної каси, спорудженого у 1891 р. Реставрується «Чорна кам'яниця» (роки будівництва 1588 – 1589) на площі Ринок за кошти гранту від Посольського фонду США, потребує реставрації каплиця Боїмів (XVII ст.). Але і інших проблем у місті теж багато, головна з них – це вивіз сміття. Після пожежі на Грибовицькому сміттєзвалищі влітку 2016 р. Львову немає куди вивозити свої відходи, обсяг яких закономірно зріс із зростанням числа туристів. Недарма туристичний рекорд Львова, який у 2015 р. відвідали біля 2 млн. гостей і число яких зростає рекордними темпами – на 15 – 20 % щорічно (при цьому кожний турист у середньому залишає в місті 50 євро в день), співпав з «сміттевою кризою». Між тим схема логістичної організації туристичного простору міста [2, 205] підказує про необхідність застосування комплексного підходу, що передбачає і використання «зворотної логістики», тобто логістики переробки відходів. При цьому зазначимо, що турист після себе залишає багато відходів, особливо в центрі міста

(за деякими оцінками – 3 – 4 кг за день). Це – прямі відходи. Крім них є і опосередковані – це відходи готелів, ресторанів, кав'ярень, яких у середмісті Львова останніми роками з'явилося дуже багато. Відходи потребують ефективних технологій їх збирання, вивезення та переробки – таку можливість надає тзв. «реверсивна логістика». У Львові врахували необхідність розміщення смітників біля кожної лавки у центрі (при цьому смітники гарно, по-художньому оформлені і виконані місцевими майстрами), але при цьому не було прослідковано шляхи вивозу сміття та його наступної переробки. Отже, логістичний підхід, застосований зокрема в Концепції розподілу туристичного навантаження Львова, що недавно була ухвалена Львівською міською радою, слід було б поширити і на усі інші аспекти туристичного господарства міста, включаючи управління відходами, на базі використання найновітніших технологій.

Література

1. Антонюк Н., Перспективи розвитку європейського туризму на 2014 – 2020 рр. / Н. Антонюк, О. Краєвська // Вісник Львівського університету. Серія Міжнародні відносини. 2014. Вип. 34. – С. 133 – 141.
2. Смирнов І. Г. Маркетинг у туризмі: навч. пос. / І. Г. Смирнов. – К. : КНУ імені Тараса Шевченка, 2016. – 251 с.
3. Смирнов І. Г. Логістика туризму: навч. пос. / І. Г. Смирнов. – К. : «Знання», 2009. – 444 с.

УДК 379.85

ПОПИТ ТА ПРОПОЗИЦІЯ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЗАКАРПАТТЯ

*Бергхауер О. О., доктор філософії,
доцент кафедри географії та туризму
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II*
*Фодор Д. Д., доктор філософії,
оцент кафедри географії та туризму
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II*

За останні два десятиліття в туристичній галузі Закарпаття відбулися значні зміни, що стосуються й її державного регулювання, і в результаті яких зовнішній попит на послуги сектору почав зростати. Туризм став стабільною прибутковою ланкою бюджету України, забезпечуючи безпосередніх 1,5 – 1,6 та непрямих 9 % ВВП країни. Тим же часом розвиток туризму гальмується кількома проблемами та чинниками, найвагомішими серед яких є економічна криза 2008 – 2009 рр. і негативні наслідки політичних, економічних та мілітарних подій 2013 – 2016 рр. Основною метою даного дослідження було виявлення сутності найважливіших змін у туристичній галузі Закарпаття, а також визначення головних напрямків та кроків її розвитку.

У 2013-му році офіційний туристичний оборот Закарпаття склав 355 тис. чоловік, але за різними оцінками експертів справжній показник є ближчим до 500 – 600 тис. Більшість незареєстрованого трафіку припадає на учасників «самостійно організованого» і сільського туризму, а також подорожей, організованих друзями чи родичами. Після попереднього росту у 2008 – 2009 рр. туристичний оборот області наблизився до переломного моменту. Найбільший оборот до цього спостерігався у 2008-му році, сягаючи майже півмільйонного значення, проте, зтяжна економічна криза, що поглибилася пізніше, однозначно вимальовується на основі доступних даних (*Гоблик-Маркович, 2010; Bergkhauer-Fodor, 2014; www.altu.com.ua*).

Обслуговування туристів, що прибувають в область, забезпечується 392-ма туристичними установами. Їх кількість за минулі роки (2004 – 2013) збільшилася на 119, і в високий сезон вони здатні забезпечити одночасне перебування 21 тис. туристів (Рис. 1). Зростання чисельності туристичних установ, перш за все, зумовлене збільшенням кількості менших за розмірами приватних підприємств, хоча тимчасовий, сезонний характер є найбільш властивим саме для них. Крім розширення бази приватних підприємств характерно, що зарубіжний капітал поки що володіє дуже малою часткою (2 %) ринку, а це, в першу чергу, пояснюється своєрідним інвестиційним середовищем у країні (Сочка, 2007; www.carpathia.gov.ua).

На основі повідомлення обласного управління статистики, у 2013-му році туристичні підприємства та агентства області офіційно обслужили всього 20 тис. туристів і 1800 тис. екскурсантів. Хоч реєстрація даних та система юридичного контролю туризму значно змінилися за останні роки, трансформація туристичного попиту й так добре помітна.

У попередніх роках туристи, обслужені туристичними підприємствами Закарпаття, їздили в основному з метою відпочинку та розваги (94 % у 2012-му році). Ділові та офіційні поїздки (1,2 %), а також подорожі з метою спорту і лікування (2,6 %) можна вважати рідкими як у випадку виїзного, так і в'їзного туризму. Раніше, аж до 2000-го року значна частина виїзних туристів подорожувала в ділових та офіційних цілях (31,5 % у 1999-му році), а також з іншою метою (44 %); на сьогоднішній день ці дві категорії і разом не досягають 1 %. Все це пояснюється зміною ролі туристичних агенцій та туроператорів. В даний час їх послуги обмежуються виконанням «справжніх» туристичних завдань. Так званий «прожитковий» туризм та організовані виїзди, характерні раніше, на сьогодні повністю відійшли на задній план.

У новому тисячолітті, як негативний результат згаданих процесів, відбувся значний спад діяльності туристичних агенцій та туроператорів. Крім вищезгаданих, слід назвати й період 2004 – 2005 рр., коли Закон про туризм був змінений на суворіший, піднявши, наприклад, суму депозиту. Значний спад був також спричинений введенням з боку Євросоюзу Шенгенської візи, що мало негативний вплив передусім на міжнародний

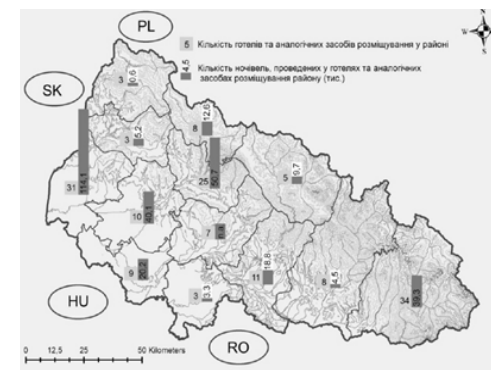


Рис. 1 Розподіл по районах кількості готелів та аналогічних засобів розміщування, а також ночівель, проведених у них (2012)

Джерело: *Закарпаття – Санаторії та туризм 2013*; www.uz.ukrstat.gov.ua

туристичний оборот (Berghauer, 2012; *Закарпаття – Санаторії та туризм 2006; 2013*; www.uz.ukrstat.gov.ua).

На протязі останнього десятиліття спостерігається значний ріст у місткості та гостьовому обороті комерційних готелів Закарпаття. Гості в загальному проводили 2,8 гостьових ночей у готелях та аналогічних засобах розміщування на Закарпатті, з них зарубіжні – 1,86 гостьових ночей. Характерно, що 85 % зарубіжних гостей ночує у одному з двох великих міст області, Ужгороді чи Мукачеві. У готелі Закарпаття найбільше зарубіжних туристів прибуває з Росії, Чехії, Австрії, Угорщини та Білорусі. Серед готелів області найбільшим гостьовим оборотом володіють установи Ужгорода. Саме м. Ужгород покриває 38 – 42 % обороту Закарпаття, і ця висока частка є постійною за останні роки. Вважається значною і доля м. Мукачево (15 %), м. Берегове (13 %), Рахівського району (7,6 %), а також Ужгородського району (5,4 %) (*Закарпаття – Санаторії та туризм 2013*).

За останнє десятиліття чи півтора значно змінилася туристична галузь Закарпаття, включаючи й характер наданих ним послуг. Підприємці сектору все більше пропонують послуги, пов'язані з т. з. «справжнім» туризмом, кількість готелів та аналогічних засобів розміщування значно зросла, край суттєво зміцнив свої позиції на

туристичному ринку України. Але добре відчутні тут і проблеми, які характерні для туризму всієї країни, як і наслідки попередніх і сучасної економічних криз. Втім, експертами прогнозується, що у близькому майбутньому роль Закарпаття зростатиме на внутрішньому ринку туризму. З подоланням кризи у галузі внутрішніх відносин країни та стабілізацією після неї повинна появитися можливість зробити крок уперед і на міжнародному рівні.

Література

1. Berghauer S.: Turizmus [Туризм]. In: Baranyi Béla (szerk.): Kárpátalja. IX. fejezet. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs–Budapest, 2009. – С. 337 – 353.
2. Berghauer S.: A turizmus, mint kitörési pont Kárpátalján (?) Értékek, remények, lehetőségek Ukrajna legnyugatibb megyéjében) [Туризм, як точка перелому у Закарпатті (?) Цінності, надії, можливості у найзахіднішій області України] Phd-értékezés, Pécs, 2012. – 213 с.
3. S. Bergkhauer – D. Fodor: Touristic heritage in Little-Europe. Preliminary research of heritage tourism in Transcarpathia. HUSKROUA/1101/067 "Touristic heritage in Little-Europe", 2014. – 53 с.
4. Гоблик-Маркович Н. М.: Активізація маркетингового забезпечення розвитку туристичної сфери регіону. In: www.nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2010_2/10gnmtr.pdf, 2010 – 7 с.
5. Шпеник Т. К.: Аналіз соціально-економічного стану Закарпатської області з точки зору розвитку туристичної галузі. Науковий вісник Ужгородського університету 2013. Серія Економіка. Випуск 4 (41). 2013. – С. 157 – 165.
6. Сочка К.: Звіт з базового дослідження стратегічного пріоритету Закарпатської області «Розвиток туризму та курортно-рекреаційної сфери». Проект з регіонального врядування та розвитку – Україна. Проект № Z020640. Замовлення № 7037154. Ужгород. In: www.rgd.org.ua/resources/additional_res/Expanding_tourism_in_Zakarpattya_2007_UKR.pdf, 2007 – 30 с.
7. Готелі та інші місця для короткотермінового проживання. Статистичний бюлетень. Закарпатське обласне управління статистики, Ужгород. 2007 – 78 с.
8. Закарпаття – Санаторії та туризм: Статистичний збірник, Ужгород. 2006
9. Закарпаття – Санаторії та туризм: Статистичний збірник, Ужгород. 2011
10. Закарпаття – Санаторії та туризм: Статистичний збірник, Ужгород. 2013
11. www.altu.com.ua
12. www.carpathia.gov.ua
13. www.uz.ukrstat.gov.ua

УДК 338.483.12(477.46):903

ПАМ'ЯТКИ ПЕРВІСНОЇ КУЛЬТУРИ ЧЕРКАЩИНИ ЯК ТУРИСТИЧНІ ОБЄКТИ

*Стадник І. Ю., к.і.н., доцент,
завідувач кафедри історії України
та суспільних дисциплін,*

Черкаський державний технологічний університет

Черкаська область безумовно належить до регіонів України багатих на історичні пам'ятки, зокрема й на ті, що датовані періодом до нашої ери. Ознайомленню з цим культурним надбанням, долученню до минулого нашого народу сприяє розвиток туристичної сфери. Такими пам'ятками первісної культури на Черкащині, що збагачують уявлення про те, як розвивалося людське суспільство в прадавні часи, є кургани, поселення, ґрунтові могильники, печери, майдани, зольники тощо. Частина цих пам'яток була включена до Державного реєстру нерухомих пам'яток. Це, зокрема, стоянка первісних мисливців на монтів у с. Межиріч Канівського району, трипільські поселення Майданецьке, Тальянки, що розташовані в Тальнівському районі, Трахтемирівське та Мотронинське городища скіфського часу в Канівському та Чигиринському районах (наприклад багатощарове городище «Пилипенкова гора» м. Канів, датоване IV – III тисячоліттями до нашої ери та IX століття до нашої ери – IV століттям), городище мікрорайону Дахнівський м. Черкаси, датоване I тисячоліттям – X століттям до нашої ери, городище с. Журжинці Лисянського району, курганий могильник с. Яснозір'я Черкаського району, датований III тис. до н.е. – I тис., та багато інших.

Велика робота по популяризації первісної культури Черкащини проводиться фахівцями Черкаського обласного Центру туризму, краєзнавства і екскурсій учнівської молоді Черкаської обласної ради, зокрема к.і.н. Нераденко Тетяною Миколаївною. Їх зусиллями було розроблено низку туристичних маршрутів, які охоплювали як окремі археологічні пам'ятки Черкащини, так і ті,

що можуть дати загальне уявлення про праісторію черкаських земель. Розроблена ними подорож «Памятки археології Черкащини» включала в себе відвідування Мотронинського городища скіфського часу в Холодному Яру, поселення доби неоліту та енеоліту Молюхів Бугор-2 у с. Новоселиця, Суботівського городища чорноліської культури, стоянки первісних мисливців на мамонтів в с. Межиріч, скіфського городища с. Трахтемирова, огляд музеєфікованих об'єктів одного чи кількох поселень-гігантів трипільської культури – Веселий Кут, Майданецьке, Тальянки, Доброводи та інших пам'яток первісної культури Черкащини [1].

Ці розробки призначалися передусім педагогам загальноосвітніх та позашкільних навчальних закладів, однак могли б стати в нагоді і організаторам екскурсій та професійним екскурсоводам.

Разом з тим, здійснений нами аналіз пропозицій на туристичному ринку Черкас свідчить, що лише незначна частина пам'яток первісної доби області там репрезентована. Так туристичний оператор «Рідний край» з поміж інших напрямів на своєму офіційному сайті пропонує тур археологічними пам'ятками Черкащини. Цей тур розрахований на п'ять днів та чотири ночі і включає в себе екскурсію до поселення доби неоліту та енеоліту Молюхів Бугор (V – III тисячоліття до н.е.) та до поселення ямних племен Десятини (III тисячоліття до н.е.), тренінг «Методика та практика польових археологічних розкопок», безпосередня участь у розкопках поселення Молюхів Бугор, екскурсію до Холодного Яру з відвіданням відомих археологічних пам'яток України – Мотронинського городища і курганного могильника скіфського часу (VII – V ст. до н.е.), екскурсію до Суботівського багаточарового городища (білогрудівська, чорноліська, зарубинецька культури) тощо [2]. Туроператор «Мандрівник» в переліку турів Черкащиною пропонує тур «Трипільська культура на Тальнівщині» – одноденний тур, який включає в себе відвідування музею «Трипільська культура» с Легедзине [3]. Туроператор «Від краю до краю» в межах екскурсії Черкащиною за маршрутом «Мошни-Канів» пропонує відвідування стоянки первісних мисливців на мамонтів в с. Міжиріч [4]. Туроператор «Супутник» пропонує екскурсійну програму під назвою «Подорож до країни Мамонтоландії», яка включає в себе окрім безпо-

середнього огляду пам'яток, пов'язаних з пізньопалеолітичним поселенням в с. Межирічі ігрову програму та майстер-класи з боді-арту, гончарства, виготовлення прикрас, приготування печива [5]. Різні туристичні агенції також в межах проведення екскурсій зазвичай пропонують лише відвідування найвідоміших музеїв, де представлені пам'ятки прадавньої історії, як от, наприклад, туристична агенція «Комфорт-тур», яка в межах екскурсії за маршрутом «Черкаси-Легедзине-Вінниця-Хотин-Камянець-Меджибож-Умань-Черкаси» пропонує відвідати і Державний історико-культурний заповідник «Трипільська культура» [6].

Таким чином, можна зробити висновок, що не зважаючи на те, що на території Черкащини археологами було виявлено та досліджено цілу низку пам'яток первісної культури, лише їх незначна частина була включена туристичними компаніями до маршрутів, що пропонуються туристам. Передусім це ті пам'ятки, які в свій час ввійшли до Державної програми «Золота підкова Черкащини», яка здійснювалася в регіоні протягом 2006 – 2009 років. Значна ж частина пам'яток первісної культури з різних причин до цього часу залишається поза увагою туристичної індустрії.

Література

1. Нераденко Т. М. Археологічна спадщина Черкащини в контексті розвитку туризму / Т. М. Нераденко // Черкащина в контексті історії України. – Черкаси, 2008. – С. 167 – 172; Нераденко Т. М. Стежками своєї давнини. Археологічна подорож по Чигиринщині / Т. М. Нераденко // Методична розробка. – Черкаси, 2005; Нераденко Т. М. Дивосвіт Трипілья. Туристсько-краєзнавчий маршрут по державному історико-культурному заповіднику «Трипільська культура» / Т. М. Нераденко // Методична розробка. – Черкаси, 2006; Нераденко, Т. М. Археологія Черкащини : посіб.- довід. / Т. М. Нераденко. – Черкаси : Вид. Чабаненко Ю. А., 2011. – 307 с. : ілюстр.
2. Офіційний сайт туроператора «Рідний край» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cherkassy-tour.com.ua/ua/arh.html>.
3. Офіційний сайт туроператора «Мандрівник» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mandrivnyk.ck.ua/>.
4. Офіційний сайт туроператора «Від краю до краю» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://k2k.org.ua/index.php/uk/ck-menu/shevchenkostorona>.

5. Офіційний сайт туроператора «Спутник» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sputnik.ck.ua/bus-tour/novinka-puteshestvie-v-stranumamontlandiyu/>

6. Офіційний сайт тур-агентства «Комфорт-тур» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tur.ck.ua/News/2016/161007-Ck-Vin-Kam/161007-Ck-Vin-Kam.php>

7. Заповідник «Трипільська культура» // Офіційний портал Тальнівського району. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://talnern.org.ua/tripilska-kultura/zapovidnik/>.

8. Зараховський О. Є. Культурна спадщина Черкащини як туристичний ресурс: наукометричний аналіз публікацій / О. Є. Зараховський // Культура і мистецтво у сучасному світі. – 2014. – Вип. 15. – С. 35 – 42.

УДК 468

«БАРВІНОК ЦВІВ І ЗЕЛЕНІВ»: ОЗНАКУВАННЯ ПРИЧЕТНОСТІ ЛИКЕРИ ПОЛУСМАК ДО КАНЕВА (НА 100-РІЧЧЯ З ДНЯ СМЕРТІ)

*Білокін О. В., учений секретар,
Дзима В. В., завідувач відділу
Шевченківський національний заповідник*

Вклоняючись пам'яті геніїв, люди прагнуть не лише проникнути в таїну їхньої творчості, а й відчутти порухи душі, більше дізнатися про оточення, особисте життя. Чи не тому відвідувачі могили Тараса Шевченка цікавляться і Ликерою Полусмак (1840 – 1917), колишньою нареченою поета, зокрема, канівською сторінкою її останніх років?

Саме біля Канева, в «тім раю», Тарас Шевченко мріяв оселитися після одруження, та Ликера не стала його долею. Більше трьох місяців від часу знайомства і до розриву їхніх стосунків відображені в поезії Кобзаря, малярській творчості, епістолярії, у численній мемуарній літературі сучасників, інтерпретаціях біографів, шевченкознавців, у художніх та публіцистичних розвідках. Промовистими є навіть назви деяких творів останніх ро-

ків – есей «Лялечка» (І. Роздобудько) [6], лірична драма «Грішниця» (О. Забарний) [2], мікроп'еса «Полусмак останнього кохання» (В. Петранюк), виставу за якою актори театру української традиції «Дзеркало» (Київ) представили на Тарасовій горі в 2014 р.

Нелегкою була доля Шевченкової нареченої. Отримавши волю, вона все життя трудилася. Після смерті (1904) свого чоловіка Ликера Полусмак (Яковлева) приїздить з Петербурга (Царського Села) до Канева спершу лише влітку, а згодом – назавжди. Винаймала квартири, останні роки провела в Канівській богадільні. Відвідувала могилу Тараса Шевченка.

Перебування Ликери в Каневі висвітлила в розділі «Скорботна постать на могилі поета» книги «Святиня» провідний науковий співробітник Шевченківського національного заповідника З. П. Тарахан-Бережа. Цей розділ є розширеною версією опублікованого 1982 року в тижневику «Літературна Україна» (№ 14) нарису дослідниці, що викликав широкий резонанс. Адже «те, що сказав народ про Шевченкову наречену, діаметрально протилежне тому, що сказало про неї поетове оточення» [7, с. 203], стверджує Зінаїда Панасівна на основі розшуканих нею архівних документів, спогадів, предметних свідчень.

Серед цих матеріалів і записи черкаського фольклориста Степана Нехорошева, який занотував слова багатолітнього охоронця Тарасової гори Івана Ядловського (1846 – 1933): *«Про Лукерю Іванівну? Я торік вам багато дечого розказував. Як зразу бачу її в довгому літньому шерстяному чорному пальті, у великому шерстяному платку – ну та ж монашка. Стоїть довго-довго мовчки біля хреста. Нахилилась на огорожу і немов завмерла тихо, неподвижно, а губи щось шепчуть – чи то молитву, чи то причитує щось покійному. Боляче дивитись було на неї... Уже хреста немає, а я все бачу її скорбну одиноку постать у святого хреста. Якись вчені пани приїздили до Лукері у богадільню... Артистки приїзжали до Лукері з Петербургу, гостинці привозили. Рідко, дуже рідко удавалось у велике свято упросити нещасну сісти за стіл, попоїсти що-небудь <...>. А вона все читає «Нині отпуцаєш рабу твою» <...> і коло хреста, і у хаті <...> Лукеря – блаженная душа, непорочная душа, а що така її нещасна доля, то так, мабуть, Господу угодно. Вічная їй і добрая пам'ять. Вона цього заслуговує»* [5, арк. 49 – 51]. І далі: *«Недавно*

у мене були дві бариньки. Вони у соборі одправили панахиду по померлій Глікерії (Полусмаковій) на 5 років з дня її смерті <...>. Баринька казала, що Лукеря буде жити віка <...>. Стільки буде жити її ім'я, скільки житиме ім'я Тараса Шевченка, який на нещасну голову Глікерії Іванівни поклав вінок безсмертя» [5, арк. 53 – 54].

На згадку від Ликери залишився вишитий нею рушник з домотканого полотна з літерою «Л», над якою – віночок, а збоку – півні. За переказами, Кобзар хотів мати на весіллі саме рушник із півнями [7, с. 209]. Ця річ, передана Степаном Нехорошевим, знаходиться в експозиції музею Тараса Шевченка.

Багато хто вважав, що зранений самотністю поет, прагнучи одружитись, «у міцному романтичному полоні» [4, с. 82] ідеалізував наречену. Можливо, в його душі відбувалося щось на зразок класичної стендалівської «кристалізації почуттів». Цікава з цього приводу думка Є. Богата: «А' може' те' що ми <...> називаємо "ідеалізацією в коханні" насправді не ідеалізація? Може' закоханий бачить єдину' найвищу правду про людину? Це правда про найцінніше і найкраще' що є в її сутності. Але є як можливість» [1, с. 15]. Чи не виявилась та найвища правда у словах Ликери Полусмак, записаних до книги вражень відвідувачів Шевченкової могили: «13 мая 1905 року приїхала твоя Ликера, твоя люба, мій друже. Сьогодні мій день ангела. Подивись на мене, як я каюсь»? До речі, такими словами звертався до неї у поезії Шевченка: «Моя ти любо! Мій ти друже!» («Ликері»).

Згадує про Ликеру Іванівну в нарисі «Децо про могилу Т. Г. Шевченка» і письменник, уродженець Канева, Олекса Кобець (О. Варавва) [3, с. 3]. Поетичними рядками веде діалог з Ликерою Наталка Баклай: «Ликеро! Думала – усе мене, / Чому ж земля з могили на долоні? / Йї слова останні: «Схороніть мене / Хоч біля ніг його, не біля скроні...».

Померла Ликера Полусмак, «петербуржская ремесленница» (як записано у «Метричній книзі» Преображенської церкви м. Канева) 4 (17) лютого 1917 року й була похована на цвинтарі урочища Сельце. Її могилу розшукала в 1982 році З. П. Тарахан-Береза з допомогою канівця Панаса Аврамовича Бондаренка, у батьків якого мешкала на квартирі Ликера. Цю садибу передбачено ознакувати пам'ятною дошкою.

За рішенням Черкаського товариства охорони пам'яток історії та культури, на могилі Ликери Іванівни (1989) було встановлено обеліск з полірованого лабрадориту на гранітному фундаменті. У 1991 могилу взято на державний облік (охор. № 3885) як пам'ятку історії. За місцем поховання поетової нареченої доглядають працівники Шевченківського національного заповідника, а в 2011 році за погодженням служби охорони культурної спадщини Черкаської облдержадміністрації здійснено її благоустрій. Цього року заплановано розмістити на обеліску рельєфне зображення хреста.

Навесні на могилі Ликери Полусмак, як і в поетових рядках, «цвіте і зеленіє» барвінок. До речі, поезію «Барвінок цвів і зеленів...» викарбувано на пам'ятному знаку. Її могилу відвідують як жителі України, так і шанувальники Тараса Шевченка з інших країн. Зокрема, у січні 2014 р. до Канева прибув генеральний директор Санкт-Петербурзького центру гуманітарних програм Віталій Васильєв, аби передати в дарунок заповіднику скриньку з землею, взятою на території будинку №12 по вулиці Пристанській в Стрельні, на місці колишньої дачі родини Білозерських, де влітку 1860 р. бували Тарас Шевченко і Ликера Полусмак. Грудочку землі було взято у присутності засновника і зберігача громадського музею «Морська Стрельна» Олега Вареника. Гість піднявся на могилу Тараса Шевченка, ознайомився з музеєм Кобзаря, повіз у Стрельну грудочку землі і гілочку барвінку з могили Ликери Полусмак.

22 серпня 2014 р., побувавши на Тарасовій горі, відомий музикант, засновник школи бандуристів у Нью-Йорку Юліан Китастиий (США) вклонився і могилі Ликери Іванівни. Наприкінці травня 2015 року, з нагоди 175-річчя від дня народження Л. Полусмак, на її могилі було відправлено панахиду, працівники заповідника та представники громадськості поклали квіти на її могилу, вшанували поминальним словом і запаленими свічками. Того ж року місце поховання нареченої Кобзаря відвідала і родина Віктора Ющенко. І в день 100-ліття з часу її смерті знову було перегорнуто сторінки історії, пов'язані з перебуванням Ликери Полусмак у Каневі.

Література

1. Богат Є. Що водить сонце і світила. – К. : Молодь, 1990. – 348 с.
2. Забарний О. В. Грішниця. – Ніжин : ПП Лисенко М. М., 2014. – 120 с.

3. Кобець О. (О. П. Варавва). «Коли б не він, про нас не чув би світ...». З нарису «Дещо про могилу Т. Г. Шевченка» // Чернеча гора. – 1993. – № 1.
4. Козак М. О. Остання спроба одружитися: «Будуще подружжє мое зоветься Ликерія...» // Дано любить, терпить, страждать... Драма особистого життя Тараса Шевченка. – Луцьк: Волинська книга, 2007. – С. 79 – 86.
5. Нехорошев С. С. Науковий архів ШНЗ. Ф. 12, оп. 1, спр. 41.
6. Роздобудько И. Куколка // Караван историй. – 2004. – Июль. – С. 160 – 169.
7. Тарахан-Береза З. П. Святиня. – К. : Родовід, 1998. – 544 с.

УДК 94(477):745

ДУКАЧ ЯК НАЦІОНАЛЬНА ЖІНОЧА ПРИКРАСА В УКРАЇНІ

*Вовк Ю. І., к. і. н., доцент,
завідуючий сектором профорієнтації
Черкаський державний технологічний університет*

Із відродженням незалежності України все більше виникає інтерес до культурних цінностей, традицій, звичаїв.

Велика зацікавленість у Києві та інших регіонах України серед представників жіночої статі проявляється до старовинних виробів місцевих золотарів, зокрема намиста, дукачів, сережок.

Важливою галуззю української художньої творчості є виробництво дукачів. Українська художня металопластика має яскраву історію.

Дукач – металева, часто визолочена нагрудна прикраса, характерна деталь жіночого вбрання, один із видів художніх виробів місцевих народних ювелірів.

Більше 30-ти років українські дукачі збирав і вивчав відомий вчений-нумізмат І. Г. Спаський. Перед його очима пройшло близько 1000 дукачів різного часу, з різних районів України і різних типів. Він дійшов до висновку, що дукачі є продуктом місцевого виробництва, центр якого знаходиться на Лівобережжі.

Дукачі склалися з медальйона і банта. Як правило дукачі недатовані і анонімні. Медальйони дукачів часто наподоблю-

вались медалям роботи західноєвропейських, а пізніше російських медальєрів. На цих медалях здебільшого позначені дати виготовлення, а це дало підставу визначити генезис, час виготовлення, установити хронологію дукачів.

Досі дукачами цікавилися етнографи. Для них дукач – елемент побуту, складова частина оздоблення одягу. Питань генезису, хронології, мистецької цінності дукача як пам'ятки народного мистецтва вони, звичайно, не порушували.

Мистецтвознавці дукачами як пам'ятками мистецтва, творами народного ювелірного мистецтва також серйозно не займалися, хоч ці вироби й дають можливість досліджувати закони творчості народних митців – ювелірів, золотарів. Предметом дослідження стали дукачі.

В українських дукачах – пам'ятках народної художньої творчості – ми спостерігаємо не спрощення, а цілком повноцінний, самостійний, оригінальний мистецький твір. Невідомий нам на ймення український майстер-золотар, на думку І. Спаського, наслідував медаль Себастьяна Дадлера, не мав зовсім наміру спрощувати роботу Дадлера. Він відштовхуючись від твору гданського медальєра XVII ст. як декоративного мотива, створив самостійний, оригінальний художній твір. Себастьян Дадлер творив свої медалі, виходячи з настанов мистецтва польського ренесансового реалізму, пристосовуючись до специфічних вимог медальєрної пластики. Український майстер дукача творив за приписами української народної творчості. Його цілком не цікавило повторити в медальйоні дукача «реалістичну картинку». Він розв'язував зовсім інше завдання: створював художній образ, втілений в ритмічно побудовану композицію, виконану за приписами народного орнаментального стилю, що складався протягом віків. Тільки виходячи з таких позицій, можна правильно зрозуміти і належно оцінити творчість народного мистецтва.

Традиційне українське жіноче вбрання завжди включало комплекс прикрас, найбільш повним він був у святковому і весільному одязі. В кожній із земель України були свої уподобання. Зберігаючи спільні риси, населення окремих волостей і навіть сіл створило власні оригінальні набори прикрас.

Центральною оздобою у комплексі прикрас української діщини був дукач. Він привертав увагу своїми розмірами, фор-

мою, особливістю оздоблення та блиском металу. Назва «дукач» є самобутньою українською, але виникла вона під впливом зовнішніх чинників.

Пам'ятні медалі, що карбували у Європі щодо державних і родинних подій, теж мали вагу, що відповідала кільком дукатам. Згодом на Україні саме на великі золоті монети і медалі прийшла назва «дукати». Як вони, так і червоні золоті міцно ввійшли до складу прикрас жіночої половини української шляхти, козацької старшини та заможного козацтва. Якщо червінці у натуральному виді чи скручені у трубку зайняли місце як деталі намиста, то дукати посіли місце центральної прикраси. Згодом вони та великі оздоби іншого гатунку одержали назву «дукачі». Треба зауважити, що шлях від дуката до дукача був непростий.

Великий вплив на сюжети зображень на ранніх дукачах справили західноєвропейські релігійні та світські медалі. Твори видатних медальєрів Європи як в оригіналах, так і в українських копіях довгий час прикрашали груди нашого жіноцтва.

Вагомий внесок в золотарське ремесло України внесли і золотарі Черкащини.

Здебільшого сільські золотарі Черкащини були хліборобами, які вели власне господарство. Золотарство для багатьох із них було промислом, що приносив додатковий заробіток. За природою свого існування вони були виразниками селянського смаку.

Зникнення цього ремесла в селах через економічні та інші причини – велика втрата для української культури, ще неоцінена й достатньо не досліджена.

УДК 502.7: 527.2

ТЕРИТОРІЇ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ ЯК РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

*Волохова О. В., молодший науковий співробітник
Крижановська О. Т., к.ф.н., провідний фахівець
Національний природний парк «Голосіївський»*

Території природно-заповідного фонду України володіють значним рекреаційним потенціалом для ведення екологічного туризму, характеризується насиченістю об'єктів, що мають наукову, природоохоронну та історико-культурну цінність, що обумовлює як значний попит населення у рекреації в цілому з одного боку, так і великі можливості природоохоронної популяризації та освітньої діяльності з іншого. Рекреаційна діяльність на територіях національних природних та регіональних ландшафтних парків, біосферних заповідників має бути спрямована на тісну співпрацю між усіма учасниками формування туристичного продукту та тими, хто надає туристичні послуги. Щоб досягти такої мети необхідно застосовувати системний підхід до розвитку екотуризму та розбудови туристичної інфраструктури на природоохоронних територіях. Для цього необхідно сприяти розвитку туризму та розбудові туристичної інфраструктури на територіях, що прилягають до національних природних та регіональних ландшафтних парків, біосферних заповідників. Формуванню якісного туристичного продукту сприятиме використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та соціальних медіа, рекламна кампанія та популяризація природоохоронної діяльності установ. Забезпечення успішної організації туристичної діяльності на територіях природно-заповідного фонду, особливо національних природних та регіональних ландшафтних парків, біосферних заповідників потребує здійснення практичних заходів, розробки нових нормативних документів або внесення змін до існуючих, розробки та впровадження методичних рекомендацій з урахуванням світового досвіду та досвіду накопиченого установами природно-заповідного фонду.

Рекреаційна діяльність на територіях та установах природно-відповідно до Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України – це діяльність, котра спрямована на відновлення розумових, духовних і фізичних сил людини шляхом загальнооздоровчого і культурно-пізнавального відпочинку, туризму, санаторно-курортного лікування, любительського та спортивного рибальства, полювання тощо. До основних типів рекреаційних ресурсів відносяться такі ресурси: природні рекреаційні ресурси – це фактори, явища та властивості природного середовища, що можуть бути використані у відпочинку та оздоровленні; історико-культурні рекреаційні ресурси – матеріальні об'єкти та явища, що можуть використовуватись для задоволення духовних, естетичних та пізнавальних потреб населення, а також мають суспільно-виховне значення; соціально-економічні рекреаційні ресурси включають матеріально-технічну базу рекреаційних об'єктів, частину матеріального виробництва, яка безпосередньо забезпечує потреби рекреації, використовувані рекреацією об'єкти інфраструктури, а також трудові ресурси, зайняті в рекреаційному господарстві. На даний час установи природно-заповідного фонду роблять суттєві кроки на шляху ведення «зеленої економіки», намагаючись спрямувати рекреаційно-туристичну діяльність на збереження природних екосистем, популяризацію екотуризму як виду екологічних послуг, примноження знань та навичок у цій сфері.

Територія НПП «Голосіївський» відзначається значним рекреаційним потенціалом: лісові масиви, яскраво виражений рельєф, водотоки, джерела, мальовничі ландшафти, наявність пам'яток природи та історико-культурні об'єкт. Рекреаційна діяльність парку керується необхідністю забезпечення умов комфортного перебування, відпочинку, духовного та фізичного відновлення населення мегаполісу. Важливу роль грає його близьке сусідство з житловими масивами міста Києва, тому існує величезний рекреаційний попит місцевого населення, що, з одного боку, підкреслює великий рекреаційний потенціал парку та важливість розвитку рекреаційної діяльності в його межах. Отже, національний природний парк, тим більше розташований в межах мегаполісу, потребує неординарного і комплексного наукового

підходу до вирішення питань організації та ведення рекреаційної діяльності. До основних рекреаційних ресурсів відносяться природні, історико-культурні, соціально-економічні. В межах НПП «Голосіївський» окрім природних рекреаційних ресурсів є історико-культурні пам'ятки, які розташовані на території парку та в безпосередній близькості до нього – Свято-Троїцький монастир (Київська пустинь), Свято-Покровський монастир (Голосіївська пустинь), Гнилецький монастир у Церковщині, будівля Головної астрономічної обсерваторії НАН України, комплекс корпусів Національного університету біоресурсів і природокористування України та споруди Київського укріпленого району. Також слід згадати про Національний музей народної архітектури та побуту України, що межує з територією парку з південно-західного боку Голосіївського лісу. В межах південної частини парку збереглися до наших днів свідки мужності і героїзму українських солдатів в роки Великої Вітчизняної Війни – ДОТи опорного пункту «Мриги» Київського укріпленого району. Значення екскурсій важко переоцінити. Заняття на екологічній стежці, зміст і маршрут екологічних екскурсій може бути різноманітним, у залежності від місцевості, об'єктів, часів року. З урахуванням специфіки тієї чи іншої місцевості де проходить стежка проводяться заняття. Велика увага приділяється облаштуванню стежок різноманітними тематичними стендами та аншлагами. Так, для шести еколого-пізнавальних стежок першої черги НПП «Голосіївський» були розроблені емблеми. Маршрути еколого-пізнавальних стежок максимально повно охоплюють та репрезентують різноманіття природно-територіальних комплексів парку, знайомлять із історичним минулим окремих ділянок та відкривають прекрасний і таємничий світ природи, що зберігся серед «скель» мегаполісу в парку.

Для успішного впровадження туристичного продукту на територіях природно-заповідного фонду необхідно зробити суттєві кроки: розробити та затвердити концептуальну програму розвитку екологічного туризму на територіях природно-заповідного фонду; розробити карту України з позначенням, як туристичних об'єктів, установ природно-заповідного фонду, включаючи національні природні та регіональні ландшафтні парки, біосферні заповідники; розробити маршрути для перевезення туристів до

установ природно-заповідного фонду; визначити схему розбудови туристичної інфраструктури на природоохоронних територіях; передбачити розвиток та розбудову туристичної інфраструктури на територіях, що прилягають до національних природних та регіональних ландшафтних парків, біосферних заповідників; в якості базової основи екологічного туризму визнати мережу туристичних маршрутів та сільських зелених садіб в межах природно-заповідних та прилеглих територій; розробити мережу екотуристичних маршрутів на територіях природно-заповідного фонду, які максимально повно охоплюють та репрезентують усе різноманіття природно-територіальних комплексів установ та знайомлять із історичним минулим окремих її ділянок; створити бази даних контактів турагентів та туроператорів, зацікавлених у взаємодії з установами природно-заповідного фонду; формувати якісний туристичний продукт для окремих цільових груп, для різних вікових груп, різних сезонів, різної тривалості; використовувати екотуристичний, екоосвітній та історико-культурний потенціал територій природно-заповідного фонду для популяризації заповідної справи серед населення; започаткувати постійно діючі семінари та курси для навчання та обміну досвідом працівників і організації, які займаються у сфері надання туристичних послуг та здійснення рекреаційної діяльності на територіях природно-заповідного фонду України.

УДК 94(477:46) «17/18»:338.483.12

МАЄТКИ XVIII – XIX СТ. ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС ЧЕРКАЩИНИ

*Ілляшенко Ю. Ю., к. і. н., доцент
кафедри історії України та суспільних дисциплін,
Черкаський державний технологічний університет*

Для Черкащини XVIII – XIX ст. характерним було будівництво розкішних дворянських та поміщицьких маєтків. На сьогоднішній день збереглися лише одиниці з них, але й вони, досить ча-

сто, перебувають у занедбаному стані, потребуючи реставрації, а то й повного відродження. Оскільки представники суспільної еліти, зазвичай, були освіченими людьми, що знали історію, займалися меценатством, надаючи підтримку таланту видатних митців свого часу, то й їхні маєтки ставали художньо-культурними центрами краю. Саме тому вони викликають безперечний інтерес як історико-культурні об'єкти, здатні привабити на Черкащину вітчизняних та іноземних туристів.

Одним з найвідоміших дворянських маєтків Черкащини, що зберігся до наших днів, є палац Лопухіних у м. Корсунь-Шевченківський. У 1778 р. м. Корсунь стало власністю Станіслава Понятовського – племінника останнього польського короля. У 1782 р. французький архітектор Ж.-А. Мюнц почав будувати палац для Станіслава Понятовського як літню заміську резиденцію за його вказівками і парк на березі р. Рось, але захворів, тому будівництво палацу завершив польський архітектор Я. Д. Ліндсей. На одному із островів, який так і називався «Острів», стояв двоповерховий мурований палац, що мав 26 покоїв, 3 муровані будинки та 2 стайні. Палац був зведений у 1787 – 1789 рр., перебудований у 1835 – 1840 рр. Він виконаний у стилі романтизму з елементами неоготики та класицизму. У палаці містилася велика колекція археологічних знахідок, викопаних в околицях м. Корсунь. У 1799 р. Корсунський маєток купив у Станіслава Понятовського за 100 тисяч карбованців сріблом російський цар Павло I та подарував його князю П. В. Лопухіну. Поряд із палацом у 1782 – 1783 рр. був побудований флігель.

Ще однією цікавою будівлею ансамблю є в'їзна брама. Її побудували у 30-х рр. XIX ст. у формах французької оборонної архітектури, а відтак до неї прибудували одноповерховий корпус господарського призначення і стайню-каретну. Тоді ж Лопухіни побудували одноповерховий цегляний манеж. У 30 – 40-х рр. XIX ст. збудовано дерев'яний швейцарський будинок.

На другому острові, що називався «Деніс», було закладено парк у стилі англійських пейзажних парків. У 1783 р. було закладено парк з оранжереями, виноградниками, плантацією шовковиці. Після того як парк став власністю П. В. Лопухіна, його поповнили рідкісними породами дерев, прикрасили мармуровими статуями, містками (особливо цікавим є «Чортів

міст», перекинутий над каньйонами). За основу було використано первісний ландшафт кам'янистої заплави та терас р. Рось. На одному із островів, на узвишші залісненого пагорба, ще за часів Понятовського у скелі висікли грот, який існує і нині.

У 1994 р. парк було включено до складу Корсунь-Шевченківського державного історико-культурного заповідника. До складу цього ж заповідника увійшов також флігель, який разом із залишками парку зберігся від маєтку Головінських (сmt Стеблів Корсунь-Шевченківського району).

Пам'яткою архітектури національного значення є садиба Давидових, яка належить до Кам'янського державного історико-культурного заповідника. Наприкінці XVIII ст. м. Кам'янка належало князю Г. О. Потьомкіну, який передав його своїй племінниці К. М. Самойловій, дружині генерал-майора Л. Д. Давидова (за першим шлюбом – Раєвській), тут і оселився їхній молодший син В. Л. Давидов, який був одним із основоположників Південного товариства декабристів. За 10 км від Кам'янки у с. Вербівка знаходився головний маєток Давидових. На сьогоднішній день існує лише картина із зображенням розкішного палацу, сам же він не зберігся. У першій половині XIX ст. садиба Давидових у Кам'янці була оточена розкішним парком з безліччю альтанок і скульптур. Зараз від неї залишився лише парк площею в 35 га та декілька будівель початку XIX ст.: будинок управителя Давидових, у якому колись жив Л. Д. Давидов (нині тут розташований історичний музей); гостьовий дім Давидових – Зелений карточний будиночок, в якому зупинялися О. С. Пушкін, а пізніше П. І. Чайковський (нині тут музей О. С. Пушкіна та П. І. Чайковського); зелений водяний млин (1825 р.) та грот декабристів, побудований в кінці XVIII ст.

Споруда водяного млина – двоповерхова, скоріше нагадує башту-ротонду, ніж млин. Прямокутний вхід веде до круглої зали, освітленої круглими вікнами. Шервуд, який доніс на декабристів, прибув до м. Кам'янка, щоб керувати будівництвом саме цього млина, тому цю споруду пов'язують з доносом на декабристів.

Грот влаштований у схилах пагорбу. Рустований камінням арочний портал приховує маленькі двері, що ведуть до круглого цегляного приміщення з високим склепінням та отвором посередині. По формі зала гроту нагадує величезний бутель. За пе-

реказами, це було місце зібрань декабристів, а також улюблене (після скелі на Тясміні) місце відпочинку О. С. Пушкіна. Грот декабристів є один із офіційних символів м. Кам'янка.

У с. Синиці (нині Христинівського району), власником якого після підписання «Вічного миру» став польський магнат Теодор Ієловіцький, також було закладено маєток з парком. У 1736 р. викопано гігантський став у формі підкови та насипано чотири штучні острови, до яких вели мости. З парку у напрямку уманської фортеці у м. Умань, що знаходилася за 12 км, були викопані підземні ходи. Крім того, побудовано панський будинок з колонами, стайні для коней та господарські будівлі. В парку росли рідкісні дерева. Сам парк з висоти пташиного польоту нагадує квітку тюльпана. Після заслання Ієловіцьких на Кавказ, власником маєтку став барон Корф. Він продовжив опікуватися парком: завіз сюди платани, модрини, кримські сосни, широколисті липи та тюльпанові дерева. Посадив дивовижний фруктовий сад. Також поруч старого маєтку побудував двоповерховий палац із 48 кімнат, від якого сьогодні існують лише залишки фундаменту. Однак збереглися два кам'яні будинки, головна брама та цегляний мур, а парк і ставок з островами перебувають у занедбаному стані.

1796 р. село Мойсівка (нині Драбівського району) стало власністю багатого поміщика П. С. Волховського. У 1804 р. тут збудовано розкішну резиденцію в химерно-ажурному стилі. Ще через чотири роки закінчилося будівництво храму святих апостолів Петра і Павла. Маєток і храм становили єдиний архітектурний ансамбль. Волховські були дуже багатими й завжди це демонстрували, влаштовуючи величезні бали, на які з'їжджалися гості з усього краю. Ці бали могли тривати по декілька днів. Саме через них та завдяки французькому романтичному стилю маєтку, Мойсівку називали Лівобережним Версалем. На початку XX ст. маєток було зруйновано.

Як бачимо з далеко не повного екскурсу, для Черкащини є характерним розмаїття стилів світської архітектури XVIII – XIX ст. Деякі з цих споруд перетворилися на музеї, від інших залишилися лише окремі архітектурні елементи чи й взагалі руїни, від решти – спогади, відображені в літературних творах чи живописі. Однак, не викликає сумнівів той факт, маєтки XVIII – XIX ст. є невичерпним ресурсом подальшого розвитку туризму на Черкащині.

Література

1. Екологічна енциклопедія : У 3-х т. / А.В. Толстоухов (гол. ред.). – К. : ТОВ «Центр екологічної освіти та інформації», 2008. – Т. 2. – 416 с.
2. Природно-заповідний фонд Черкаської області / Укл. О. С. Коноваленко, І. М. Карастан – Черкаси : Вертикаль, 2006. – 196 с.
3. Нариси історії Шевченківського краю. Книга 1. З найдавніших часів до 1861 р. – Черкаси: видавець Гордієнко Є. І., 2014. – 374 с.

УДК 94(477.46):338.483.12

МОНАСТИРІ ЯК ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ЧЕРКАЩИНИ

*Лисенко А. І., к. і. н., доцент
кафедри історії України та суспільних дисциплін,
Черкаський державний технологічний університет*

Упродовж тривалого часу історії Черкащини монастирі служили важливим фактором у духовному розвитку суспільства, формуванні релігійно-культурного потенціалу та пріоритетів кожної людини. Як у минулому, так і на сучасному етапі свого розвитку монастирі формують в українців фундаментальні християнські, релігійно-філософські, релігійно-етичні та естетичні ідеї та цінності, що сприяють зміцненню віри та підвищенню рівня релігійності населення. На сьогодні релігійний туризм займає не останнє місце в туристичній сфері і його актуальність та важливість зростає з кожним роком, зокрема цьому сприяє те, що на території Черкащини є велика кількість сакральних споруд, які приваблюють паломників та туристів. Серед монастирів Черкащини варто виокремити наступні:

1. Красногірський монастир.

У 1767 р. відомий християнський праведник Софроній Іркутський, перебуваючи у м. Иркутськ, ініціював будівництво Спасо-Преображенського собору в Красногірському монастирі та виділив кошти на цю справу. Собор зводили за проектом видатного українського архітектора І. Григоровича-Барського.

У 1771 р. будівництво закінчили, однак Софроній так і не побачив цієї перлини українського бароко. У 1786 р. царський уряд ліквідував чоловічий монастир на Красній горі (поблизу м. Золотоноша), а через чотири роки сюди перевели Київський Іоанно-Богословський жіночий монастир. У 1922 р. Красногірський монастир був пограбований і закритий. У будівлях розмістили санаторій для інвалідів, монастирські землі націоналізували. У 1941 р. його знову відкрили, з того часу його не закривали, але він існував у страшних злиднях. Спасо-Преображенський собор, зокрема, стояв напівзруйнований. Відродження монастиря почалося в 1990 рр., у 2003 р. йому повернули землі. Наразі Красногірський монастир – це місце паломництва та туристичний об'єкт.

2. Лебединський Свято-Миколаївський жіночий монастир.

Згідно легенди у 1779 р. у с. Лебедин з'явилося чотири монахині: Магдаліна, Трифілія, Дарія і Февронія, які прибули з розореного турками Молдавського Калитурського Свято-Успенського монастиря, купили за 30 рублів в князя Ксаверія Любомирського дозвіл на заснування обителі і неподалік села у лісі започаткували жіночий монастир, який існує і донині.

Спочатку усі монастирські споруди були дерев'яними: дзвіниця (1764 р.), Миколаївська та Варваринська церкви (1784 р.), але у XIX ст. більшу їх частину замінили кам'яними. У 1800 р. Миколаївську церкву перебудували, зробивши частину її конструкцій кам'яними. А вже у кінці XIX ст. вона стала повністю кам'яною. У 1839 р. відбулася перебудова Варваринської церкви, яку зруйнували за радянської влади, а вже у 1990-ті рр. вона знову була відбудована. У 1823 р. була побудована дерев'яна дзвіниця, а в 1837 р. було зведено кам'яну прямокутну дзвіницю з колонами тосканського ордеру, через яку вбудований головний вхід в монастир. Це найефективніша споруда монастиря. Дзвіниця мала три яруси і була висотою 34 м, нині збереглася лише третя її частина. На дзвіниці розміщувалося 8 великих і малих дзвонів. Великий дзвін важив 64 пуди 22 фунти і був вилитий в м. Харків, прикрашений «чеканкою» і ликами святих. У 1876 р. дзвіниця була відремонтована. Посередині монастирського двору на стовпі висів малий дзвін, на якому відбивали час.

У 1929 – 1941 рр. монастир не діяв. Під час німецької окупації його знову відкрили. У 1960 р. монастирська община Полтав-

ського Хрестовоздвиженського монастиря, після закриття, переселилася до Лебединського монастиря, який функціонував до 1961 р. У 1962 р. тут влаштували тубдиспансер, а в 1972 р. – лікарню для хворих дітей на ДЦП. Від 1993 р. знову почав діяти Свято-Миколаївський жіночий монастир. На його території розташовані дві церкви: Миколаївська (літня) та трьохпрестольна Вознесенська, що включає Варваринську церкву і слугує для проведення служб у холодну пору року, каплиця, корпуси келій та комплекс господарських споруд. На території знаходиться джерело з великим вмістом срібла.

3. Свято-Троїцький Мотронинський монастир.

А з Свято-Троїцьким Мотронинським монастирем (с. Мельники (нині Чигиринського району), заснованим ще до монгольського нашествия, пов'язаний початок гайдамацького руху – Коліївщина. У 1767 р. до монастиря прибув козацький полковник Максим Залізняк. Він нібито отримав від Мельхиседека Золоту грамоту й почав готувати повстання. У Холодному Яру неподалік від Мотронинського монастиря повстанці побудували укріплений табір – Мотронинську Січ. 26 травня 1768 р. 70 запорожців і 3 тис. польських підданих ввійшли до Мотронинського монастиря на молебень. За легендою, М. Залізняк під час служби вкотив у монастир вози зі зброєю (переважно ножами), яку освятили і роздали повстанцям. 27 травня гайдамаки під проводом Максима Залізняка розпочали похід проти поляків Правобережною Україною.

З XVI ст. Мотронинський монастир був під патронатом українського козацтва. У 1717 р., за проханням переяславського єпископа Кирила Шумлянського чигиринський староста князь Ян Каетан Яблуновський допоміг відбудувати зруйновану у XVI ст. під час турецьких походів на м. Чигирин обитель. Він звільнив монастир від податків і підтвердив його право на землеволодіння.

21 червня 1727 р. було освячено новозбудовану Троїцьку церкву. Монастирський Свято-Троїцький храм був дерев'яний, з наддашком, що утворював ніби галерею – кружганок: п'ять бань його було пофарбовано у синій колір і засіяно срібними зорями. У жовтня 1800 р. було закладено кам'яну Троїцьку церкву, але вона була неправильно побудована, тому через два роки розвалилася. Її було розібрано та повторно збудовано у 1804 р. 17 жовтня 1805 р. її освятив ігумен Антоній. У XIX ст. на території

Мотронинського монастиря була ще одна тепла дерев'яна церква. Її зображено на відомій акварелі Т. Г. Шевченка «Мотронинський монастир» поряд з Троїцькою церквою.

Після 1795 р. Мотронинський монастир перейшов у відання Київської єпархії. В описі монастирської власності за 1797 р. значилося: «земли под монастирем самим и огородом, так же пашенной, сенокосу й лесу, всего удобной 137 десятин 1666 сажень, а неодобной 15 десятин 224 сажени, мельницу одну з ставом, за которым не производится никакого платежа помещику, да особливо по описанию показано в пользовании того монастиря три мельницы с ставом же ...». У 1847 р. у Мотронинському монастирі перебувало 45 ченців та послушників (лише у 1911 р. монастир став жіночим). У 1923 р. Мотронинський монастир був закритий. За наступні роки увесь монастирський сад і парк було знищено, рештки монастирських споруд та церкви зруйновано. У 1991 р. Мотронинський монастир був повернутий церкві. Силами релігійної громади та черниць древній монастир був відреставрований і наразі повертає славу однієї з найбільш значущих святинь Правобережної України.

4. Василіанський Свято-Богородицький монастир.

У 1765 р. Францішек Салезій Потоцький заснував у м. Умань Василіанський Свято-Богородицький монастир. Через три роки монастир став місцем кривавої різанини, вчиненої гайдамаками. Тоді у монастирських стінах загинуло 400 учнів-василіян. Переказували, що їхніми тілами наповнили колодязь. Це сталося 10 червня 1768 р. Вже восени того ж року монастир відновили. Він перетворився на центр не лише релігійної, а й світської освіти. У 1834 р. греко-католицьку обитель ліквідували. Закрили і василіанську школу. В будівлі розмістили спочатку шпиталь, а потім казарми. Наразі будівля монастиря перебуває на балансі історико-архітектурного заповідника «Стара Умань», а в будівлі знаходиться педагогічне училище.

Література

1. Нариси історії Шевченківського краю. Книга 1. З найдавніших часів до 1861 р. – Черкаси : видавець Гордієнко Є. І., 2014. – 374 с.

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Маланюк Т. З., к. пед. н., доцент кафедри організації туризму та управління соціокультурною діяльністю Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника

Досліджується ресурсний потенціал розвитку туристичної галузі Івано-Франківської області; розкриваються його історико-культурні та природно-рекреаційні ресурси; аналізується сучасний стан туризму в регіоні.

Ключові слова: туристична галузь, пам'ятки історії та культури, рекреаційний туризм.

Івано-Франківська область зі своїми краєвидами належить до найбільш мальовничих куточків України. Тут до послуг відпочивальників, туристів цілощого повітря, чисті ріки, багаті дарами ліси і гори.

Третину території області займають гори, що позначені на карті як Східні Карпати і складаються з кількох масивів: Горгани, Чорногора, Гринява, Чивчини. На Чорногірському хребті, на межі із Закарпаттям, підноситься найвища гора України – Говерла (2061 м). Кліматичні умови – м'яка зима і тепле літо – сприяють цілолітньому відпочинку та лікуванню. Сніг на схилах Карпат лежить кілька місяців, що важливо для розвитку гірськолижного спорту.

Ріки, здебільшого швидкоплинні, утворюють каскади й водоспади, цінні для водного туризму. Найбільші ріки – Дністер, Прут, Чорний та Білий Черемоші, Лімниця. Остання вважається найчистішою річкою в Європі.

Карпатський регіон славиться багатством мінеральних вод. Серед мінеральних джерел Івано-Франківщини найбільш відоме «Горянка» в с. Новий Мізунь Долинського району, вода якого аналогічна трускавецькій «Нафтусі». Для оздоровлення опорно-рухового апарату використовуються торфові грязі і мінеральні води курорту Черче, що в Рогатинському районі. Лікувальні властивості джерела «Буркут» для лікування внутрішніх органів були відомі ще в ХІХ ст. Перспективними для лікування є води курорту Ше-

шори Косівського району з високим вмістом органічних речовин та йодо-бромні води в с. Коршів Коломийського району.

В Івано-Франківській області виокремлено 365 територій і об'єктів природно-заповідного фонду, а також 30 заказників, 99 пам'яток природи, 9 дендропарків, 8 пам'яток садово-паркового мистецтва, 212 заповідних урочищ, 4 232 пам'ятки історії та культури.

На теренах області діє понад 100 рекреаційних закладів (санаторії, туристичні комплекси, бази відпочинку, спортивно-оздоровчі табори), які одночасно можуть прийняти десятки тисяч туристів.

Особливою популярністю серед відпочивальників та туристів користується найбільший гірськолижний курорт України – Буковель. Це перший курорт європейського класу в Україні, в якому розгорнуто спектр умов для занять спортом, бізнесу, відпочинку, оздоровлення.

У 2012 р. Буковель був визнаний найбільш швидкозростаючим гірськолижним курортом світу. Курорт розвивається як лікувальний і бальнеологічний центр.

Наймасштабнішим проектом курорту стало відкриття влітку 2014 р. найбільшого штучного озера країни.

Різноманітні оздоровчі, спортивні та розважальні заходи проводяться на території туристичного комплексу для дітей. У 2014 р. було створено Міжнародний дитячий центр «Артек-Буковель».

Серед мальовничої місцевості долини Пруту на території Карпатського національного природного парку (КНПП) розташовані відомі в Україні гірсьокліматичні курорти – Яремче, Микуличин, Татарів. Тут знаходяться сучасні рекреаційно-оздоровчі заклади.

В рекреаційних зонах парку нині облаштовано й функціонує 12 науково-пізнавальних туристських маршрутів та еколого-освітніх екскурсійних стежок загальною протяжністю 400 км (з них 110 км марковані).

Найбільш популярними в межах парку є маршрути по Чорногірському хребту. У Чорногорі є ряд унікальних природних систем, які приваблювали і приваблюють увагу туристів. Тут розташована найвища вершина України – Говерла (2061 м).

Ряд унікальних природних систем мають Прилімнянські Горгани. У межах цих гір перспективним є відновлення туристично-рекреаційного використання.

Усі необхідні умови для розвитку рекреаційної галузі має Долинський район. До найважливіших природних рекреаційних ресурсів належать мінеральні води. В регіоні діють санаторії-профілакторії, туристичні бази. В селищі Вигода успішно функціонує реконструйована карпатська вузькоколія (проект «Карпатський трамвай»).

В останні роки найбільше приваблює іноземних туристів наша дика природа – екотуризм. І для розвитку його в горах є ціла низка з'єднаних між собою стежок. Більшість пішохідних, а також лижних маршрутів уже починають використовуватись екотуристами. Значні перспективи має кінний туризм, який у деяких районах також успішно працює. Приваблює людей і водний туризм.

Любителі спокійної води можуть сплавитись Дністром, а ті, хто хоче перевірити силу та мужність, залюбки скористаються швидкоплинними течіями Черемошу і Пруту.

Розроблені заходи для розвитку в області велотуризму. Закуплені рекреаційними закладами гірські велосипеди надаються напрокат туристам.

Успішно функціонує релігійний туризм (паломництво). Найбільше відвідин припадає на Гошівський монастир, який знаходиться на висоті 500 метрів. Великою популярністю в туристів користуються Христо-Воздвиженський монастир (Скит Манявський) у Богородчанському районі, монастирський комплекс у с. Дора поблизу Яремче, церкви і пам'ятники галицьких князів, митрополіча резиденція в с. Крилос, що входять у заповідник «Давній Галич».

Багате Прикарпаття на культурно-мистецькі події. Щороку тут відбуваються різноманітні фестивалі, які стають дедалі більш популярними і масовими.

Також важливе місце в області посідає сільський (зелений) туризм. Цей давно відомий, як сільським господарям, так і відпочивальникам, вид туризму відроджується в нас на нових засадах. Сьогодні сільські господарі готові прийняти гостей у своїх садибах, які здебільшого розташовані на території гірських та передгірських районів Івано-Франківської області: Косівського, Верховинського, Рожнятівського та території Яремчанської міської ради.

Отже, туристів на території Івано-Франківської області приваблюють зручна система поселення, сучасне обладнання приватних житлових будинків, близькість до природи, співвідношення ціна – якість послуг, гостинність і домашня атмосфера при організації відпочинку, і, окрім того, чудові страви національної кухні. Не менше цікавлять туристів неперевершена архітектура, традиції, народне мистецтво, фольклор господарів цього краю, самобутній життєвий устрій, котрий зовсім інакший ніж у мешканців інших регіонів.

Література

1. Маланюк Т. Запрошує Прикарпаття / Т. Маланюк – Львів. : «Манускрипт-Львів» 2016. – 128 с.
2. Бойчак О. І. Стан та перспективи розвитку туризму. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/15_DNI_2008/Economics/33650.doc.htm.

УДК 911.5 : 502.6 (477)

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ПРИРОДООХОРОННИХ ТЕРИТОРІЯХ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*Мезенцева І. В., к.геогр.н., доцент кафедри туризму
Академія рекреаційних технологій і права*

Все більшої популярності сьогодні набуває екологічний туризм, який зосереджений на рекреаційних природно-заповідних територіях та орієнтований на збереження природного довкілля.

Екотуризм покликаний врівноважити «стосунки» між екологією і туризмом та забезпечити раціональне використання природних ресурсів і екологічне виховання туристів. Тому його основними положеннями є: мінімізація негативного впливу туристів на природне середовище та його компоненти; гармонійне поєднання людини, природного середовища та рекреаційної інфраструктури; науково-пізнавальне освоєння природного

(біотичного, ландшафтного, пейзажного) різноманіття і гуманістичного ресурсного потенціалу рекреаційних територій; соціальна сумісність (злагода) з місцевою мораллю, звичаями, традиціями місцевого населення, територіальними громадами та органами місцевого самоврядування; економічні вигоди й переваги в регіональному розвитку природних територій; гарантія довготривалого збереження природних та історико-культурних ресурсів рекреаційних ландшафтів [2].

Ресурсами екологічного туризму слугують рекреаційно-туристичні ресурси природно-заповідного фонду (ПЗФ). До ПЗФ України належать як природні території та об'єкти – природні заповідники, біосферні заповідники, національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, заказники, пам'ятки природи, заповідні урочища, так і штучно створені об'єкти – ботанічні сади, дендрологічні парки, зоологічні парки, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва.

На території Волинської області створена та існує мережа природно-заповідного фонду, до якої станом на 01.01.2016 року віднесено 388 територій та об'єктів загальною площею 239 тис. га, в тому числі 26 об'єктів загальнодержавного значення площею 133 тис. га і 362 об'єкти місцевого значення площею 106 тис. га (табл. 1).

Найбільшу частку в структурі природно-заповідного фонду регіону за кількістю об'єктів займають заказники та пам'ятки природи. Водночас найбільшу площу в структурі ПЗФ займають національні природні парки та заказники (табл. 1).

Серед об'єктів ПЗФ Волинської області найбільш придатними для рекреаційного використання є національні природні парки.

Шацький НПП (площа 48977 га) було створено у 1983 році з метою збереження, відтворення та раціонального використання унікальних природних комплексів Шацького поозер'я, посилення охорони водно-болотних угідь міжнародного значення, сприяння розвитку міжнародного співробітництва у галузі збереження біологічного та ландшафтного різноманіття. Поєднання численних озер з лісовими масивами, своєрідний поліський колорит, різноманіття рослинних угруповань та їх висока естетична цінність сприяють розвитку рекреації та екотуризму в цьому мальовничому куточку Західного Полісся.

Таблиця 1

Розподіл територій та об'єктів природно-заповідного фонду Волинської області за їх значенням, категоріями та типами (станом на 01.01.2016) [3]

Категорії об'єктів ПЗФ	Об'єкти ПЗФ						% площі окремих категорій до заг. площі ПЗФ
	загально-державного значення		місцевого значення		разом		
	кількість, од.	площа га усього	кількість, од.	площа га усього	кількість, од.	площа га усього	
Природні заповідники	1	2975,7			1	2975,7	1,3
Національні природні парки	3	121768			3	121768	51,8
Заказники	15	7731,8	206	90782,6	221	98514,3	41,21
Пам'ятки природи	3	120,0	121	457,8	124	577,80	0,24
Заповідні урочища	-	-	27	15060,1	27	15060,1	
Ботанічні сади	1	10,0			1	10,0	
Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва	3	28,60	8	80,33	11	108,99	
РАЗОМ	26	132634	362	106381	388	239015	100

Дуже важливим засобом здійснення екотуристичної діяльності є організація еколого-пізнавальних стежок та проведення екскурсій. Територією парку обладнано дві екологічні стежки: «Лісова пісня» (протяжністю 5,6 км), що пролягає через сприятливі лісові екосистеми з перевагою сосни між озерами Пісочне та Перемут, та «Світязянка» (протяжністю 5,2 км), яка зосереджена, головним чином, поблизу озера Світязь та урочищ Світязьсько-

го лісництва. Крім того, заплановані нові еколого-пізнавальні стежки від південно-східних околиць смт Шацьк (переважно для короткочасно відпочиваючих у Шацьку) та вздовж урочища «Гряда» до північних берегів оз. Соминець.

Дуже перспективним на території національного парку є велотуризм та кінні туристичні маршрути. Помітно зросла ініціатива розвитку піших маршрутів та проведення орнітологічних екскурсій, які забезпечать потреби у пізнавальному виді туризму. Також особливої уваги заслуговує водний екотуризм, любительське і спортивне рибальство.

У 2007 році на території Любешівського району було створено НПП «Прип'ять-Стохід» (площа 39315,5 га) з метою збереження, відтворення та раціонального використання типових і унікальних природних поліських комплексів, які мають важливе природоохоронне, наукове, естетичне, рекреаційне та оздоровче значення. Територією парку проходить низка туристичних маршрутів. Особливою популярністю користуються водні маршрути р. Стохід «Чарівний світ Полісся» та р. Прип'ять «Прип'ятські мандри». Перспективним видом туризму, який тільки починає розвиватись на території НПП, є науковий (орнітологічний). Фестиваль з екстремального водного туризму «Поліська регата» щорічно збирає екстремалів випробувати свої сили на трасі змагань та охочих відпочити, помилуватися краєвидами унікальних поліських річок та озера Люб'язь, відчути атмосферу свята Івана Купала.

На території надзвичайно цінних Ківерцівських лісів ще у 2010 році з метою збереження, відтворення і раціонального використання цінних природних комплексів та історико-культурних об'єктів Волинського Полісся створено НПП «Цуманська Пуща» (площа 33475,3 га). Парк включає частину одного з найцінніших розлогих лісових масивів Волині та загальнозоологічний заказник «Зубр», де проживають рідкісні тварини. Територія парку та його околиць має багате історичне минуле та цікаву історико-культурну спадщину. Через парк розроблено декілька туристичних маршрутів: водний еколого-просвітницький туристичний маршрут «По річці Путилівці», піший маршрут від смт Цумань по старій вузькоколійці на Чортове болото далі через річку Кормин на с. Берестяне, велосипедний маршрут на

Горинські крутосхили, кінний екотуристичний маршрут протяжністю близько 15 км від с. Котів на урочище Чисте болото.

Наявні рекреаційно-туристичні ресурси становлять значний потенціал для розвитку екотуризму. Створення та облаштування туристичних маршрутів, екологічних стежок, формування унікальних турпродуктів, вдосконалення туристичного іміджу регіону, залучення туристів, створення нових робочих місць, розвиток інфраструктури (готелі, заклади харчування) та сфери послуг (транспорт і зв'язок, реалізація сувенірної продукції) сприятимуть розвитку туристсько-рекреаційної діяльності Волинської області.

Література

1. Безсмертнюк Т. П. Природно-антропогенні рекреаційно-туристські ресурси Північно-Західного регіону України / Т. П. Безсмертнюк // Молодий вчений. – 2015. – № 12 (3). – С. 58 – 62. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015.
2. Гетьман В. І. Екотуризм на територіях та об'єктах природно-заповідного фонду / В. І. Гетьман // Український географічний журнал. – 10/2007. – N 4. – С. 48 – 51.
3. Екологічний паспорт Волинської області за даними на 2015 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.menr.gov.ua/protection/protection1/volynska>.

УДК 908

ТРАХТЕМИРІВ І МОНАСТИРИЩЕ – ПОДРОЖ У ГЛИБИНУ ВІКІВ

*Філіпович Т. І., зав. відділу
Шевченківський національний заповідник*

Краєзнавчий рух в Україні багатий на цікаві традиції, плідні пошуки і відкриття. Але мало любити свій край – його ще треба добре знати. Знання рідного краю не просто збагачує і звеличує людину, воно служить своєрідним містком, що єднає покоління минулі з поколіннями прийдешніми.

Для жителів Центральної України чудовою ідеєю для проведеного вихідних або відпустки стане подорож Канівським Придніпров'ям. Справжньою візитною карткою цього регіону, його природною перлиною і окрасою є Трахтемирівський півострів, що розташований на межі Київської і Черкаської областей північніше міста Канів. Якщо ви жодного разу не були в горах, подорож Трахтемировом стане гірською пригодою.

Канівські гори – геологічний феномен Центру України. Їх довжина близько 50 кілометрів, а висота деяких із них перевищує 200 метрів. Виникнення цих нетипових для Середнього Придніпров'я геологічних структур вчені пов'язують із діяльністю льодовика.

Одягнені в зелені шати, чергуючись з рукотворними ланами і луговими килимами, дібровами та гаями, вони набувають особливої зваби:

Високі! Голубії!

Найкращі в світі! найсвятіші! [1, с. 40] – так писав про них великий український поет Тарас Григорович Шевченко, задовго до того, як канівські гори стануть йому близькими.

Стрімкі підйоми і спуски, стежки по краю урвищ, високі пагорби і провалля, на дні яких струмки розмивають археологічні артефакти сивої давнини, старовинні козацькі кладовища, якими рясніють трахтемирівські землі. Краєвиди змінюються стрімко, немов у калейдоскопі. Дійсно, такого різноманіття ландшафтів, флори і фауни, що зустрічається на відносно невеликій території Трахтемирівського півострова, годі шукати будь-де в Центральній Україні.

Колись тут вирувало життя...

Як місто, Трахтемирів відомий у документах ще з 1575 року, коли польський король Стефан Баторій передав його під резиденцію козацьких гетьманів. Трахтемирів став козацькою столицею, де перебував уряд реєстрових козаків, збиралися козацькі ради, розташовувалася канцелярія, арсенал, скарбниця. Містечко було резиденцією відомого полководця і дипломата Петра Конашевича-Сагайдачного. Тут у 1658 році відбулося обрання Юрія Хмельницького в гетьмани України. Місто позначено на всіх західно-європейських середньовічних картах України, зокрема на карті французького інженера Гійома де Боплана, як велику фортецю.

Розташований на важливій переправі через Дніпро – Трахтемирівському броді, Трахтемирів завжди був важливим торговим та військовим осередком.

В Трахтемирові існував знаменитий козацький монастир і шпиталь для поранених, хворих і німецьких козаків, багато з яких доживали тут віку і були поховані на козацькому цвинтарі. На кам'яних надгробних плитах вирізьблені різної форми хрести, старовинні надписи та інші химерні візерунки.

У 1845 році Трахтемирів відвідав Тарас Шевченко. Він цікавив поета не лише мальовничою природою, а й багатою історією. Про враження, яке Трахтемирів справив на нього довідемося із поеми «Сон» та повісті «Близнець»:

І Трахтемирів геть горою

Нечепурні свої хатки

Розкидав з долею лихою,

Мов п'яний старець торбинки. [1, с. 40]

У «Близнецах» – так: «Далеко, очень далеко от моей милой, моей прекрасной, моей бедной родины я люблю иногда, глядя на широкую безлюдную степь, перенестись мысленно на берег широкого Днепра и сесть где-нибудь, хоть, например, в Трахтемирове, под тенью развесистой вербы, смотреть на позолоченную закатом солнца панораму...» [2, с. 109]

Коли в Трахтемирові побував Шевченко, це було невелике село. Його 200 жителів, кріпаків полковника І. П. Гудим-Левковича, займалися хліборобством, ламали в навколишніх ярах камінь і виробляли з нього жорна чи не для всієї України.

Увагу привертають незмінні атрибути сучасного Трахтемирова дерев'яний хрест з іконою біля провалля, що стрімко спускається до Дніпра та стара груша у формі тризуба. Звідси відкривається панорамний вид на місто Переяслав-Хмельницький і на Зарубину гору, що височіє на сході.

Виходимо до хатинки, побудованої у старовинному давньоукраїнському стилі.

Над Трахтемировим високо

На кручі, ніби сирота...

Стоїть одним одна хатина...

З хатини видно Україну

І всю Гетьманщину кругом. [1, с. 40]

Це житло місцевого мешканця і останнього жителя села Трахтемирів – Олега Георгійовича Петрика. При нагоді обов'язково поспілкуйтесь із цією надзвичайною людиною. Олег Георгійович – киянин, що залишив місто і 25 років тому перебрався жити в Трахтемирів, живе тут постійно цілий рік, називає себе місцевим мешканцем і охоче спілкується з мандрівниками.

Його домівка – справжній музей старовини. Тут є все – залишки кераміки і глиняного посуду, наконечники списів, старовинна зброя...

Грунтовою дорогою прямуємо в напрямку до мальовничого урочища Монастирок.

А он старе Монастирище,

Колись козацьке село,

Чи те воно тоді було?..

Та все пішло царям на грище:

І Запоріжжя, і Село...

І монастир святий, скарбниця, –

Все, все неситі рознесли!.. [1, с. 40]

Про це село Тарас Шевченко напише потім і в листі до Андрія Козачковського: «Помните ли нашу с вами прогулку в Андруши и за Днепр в Монастырище на гору...» [3, с. 61 – 62].

Шевченко знав, що в селі Монастирище поблизу Трахтемирова існував у незапам'ятні часи монастир, заснований і утримуваний запорожцями так, як київський Межигірський. Упродовж першої половини XVII ст. тут було розширено монастирські печери, одна з яких була присвячена св. Параскеві. Печери збереглися до нашого часу, хоча ходи туди завалені.

Монастир був сховищем козацьких військових скарбів. Після війни 1648 – 1654 років монастирем оволоділи уніати. На початку XVIII ст. монастир запустів. Церква Успіння Пресвятої Богородиці занепала і довелося навіть закрити церковний прихід. А у 1768 році гайдамаки повністю його зруйнували.

Під час спорудження Канівського водосховища у 1975 році село Монастирок було частково затоплено.

Нині землі навколо Трахтемирова оголошені історико-культурним заповідником, на території самого села створено регіонально-ландшафтний парк «Трахтемирів» з пріоритетною природо-охороною діяльністю.

Наша подорож завершена. Та Канівські гори, прекрасні будь-якої пори року, чекають на нас знову.

Незважаючи на значний інтерес науковців і археологів, Трахтемирівська земля і досі приховує чимало загадок і таємниць. І, хто знає, можливо саме нам вона готова їх відкрити.

Література

1. Шевченко Т. Г. Повне зібрання творів: У 12 т. / Редкол.: М. Г. Жулинський та ін. – К. : Наукова думка, 2003. – Т. 2.

2. Шевченко Т. Г. Повне зібрання творів: У 12 т. / Редкол.: М. Г. Жулинський та ін. – К. : Наукова думка, 2003. – Т. 4.

3. Шевченко Т. Г. Повне зібрання творів: У 12 т. / Редкол.: М. Г. Жулинський та ін. – К. : Наукова думка, 2003. – Т. 6.

УДК 379 (852)

СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

*Фрей Л. В., к.і.н., ст. викладач
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет*

Спортивно-оздоровчий та самодіяльний активний туризм є невід'ємною складовою вітчизняної туристичної галузі, сприяє розвитку та поширенню активних форм відпочинку, а отже, має ще й рекреаційні, пізнавальні, виховні, економічні та інші функції.

Дослідженням спортивно-оздоровчого туризму в Україні займалися вчені в усі часи його розвитку, зокрема це П. О. Масляк, Ю. В. Щур, В. Ф. Кифяк, Ю. І. Прасул, Б. П. Пангелов та інші.

Метою дослідження роботи є аналіз розвитку видів спортивно-оздоровчого туризму в Україні.

Спортивний туризм є складовою частиною сучасних тенденцій розвитку суспільства, пов'язаних із популярністю здорового способу життя та підвищенням його якості.

На сьогодні спортивний туризм підрозділяють на два підвиди – активний і пасивний. В основі активного спортивного туризму лежить потреба в занятті певним видом спорту, а для пасивного характерним є інтерес до спорту.

Під час пасивного спортивного туризму мандрівник лише спостерігає за конкретним видом спорту, який його цікавить, і не бере в цьому участь. Проте останнім часом з'являються все нові форми спортивного туризму, які значно поживляють інтерес до даного виду відпочинку.

Основними та найпоширенішими прикладами цього в Україні є наступні:

- водний туризм, який відноситься до активного виду спортивного туризму (він переживає підйом і передбачає використання різноманітних типів суден, наприклад під вітрилом або з мотором; під час такої подорожі турист може придбати судно або взяти його напрокат, що є більш доступним для багатьох людей);
- альпінізм (підкорення гірських вершин і проходження перевалів за визначеними маршрутами);
- гірський туризм (походи на висоті понад 1500 м із подоланням локальних перешкод);
- пішохідний туризм (переміщення на рівнинах і гірській місцевості);
- автотуризм (ралі та інші гонки за маршрутами, що містить категоровані перешкоди);
- лижний туризм (гірськолижні спуски, сноубординг, гонки на лижах по пересіченій місцевості);
- велосипедний туризм (велопробіги різної складності, командні змагання в велоперегонах);
- мисливство та рибальство – вид подорожей, призначений для тих, хто любить відпочинок на природі (мисливство та рибальство має обмеження в залежності від географічного положення місцевості, пори року, а також від відповідних дозволів і заборон, метою яких є збереження окремих частин фауни; для даного виду туризму необхідною є наявність спеціальної ліцензії або дозволу);
- гольф – різновид спортивного туризму (виник у Великобританії і потім стрімко поширився по всьому світу, але найпопулярнішим є в Європі та США) [1].

Для спортивного туризму характерною є широка інфраструктура, яка включає пункти прокату обладнання, зони обслуговування (роздягальні, технічні служби), наявність спеціальних споруд (поля, корти, басейни, ковзанки і т. д.), медичні пункти, а також зону додаткового обслуговування (об'єкти проживання, харчування, магазини, розважальні заклади та ін.) [2].

Найпопулярнішим та найбільш масовим видом спортивно-оздоровчого туризму є гірськолижний. Україна має наявні природні ресурси та передумови для розвитку цього виду туризму. На території України гірськолижний туризм розвивається у Карпатському регіоні, на території якого розташовані невисокі, вулканічного походження, середньою висотою близько 1200–1400 м Карпатські гори. Найвища точка знаходиться в районі сел Ясиня і Яблуниця – гора Говерла – 2061 м. Поруч розташовані всі двухтисячники Українських Карпат – Бребенескул (2032 м), Піп Іван Чорногорський (2028 м), Петрос (2020 м), Гутин Томнатик (2016 м), Ребра (2001 м), які зосереджені на масиві Чорногора. Гірські вершини покриті снігом близько 5 місяців протягом року, мають зручні гірські схили і тому на території всіх чотирьох областей є всі умови для розвитку гірськолижного туризму [3, с. 106–110].

Гірськолижний туризм розвивається в 19 районах областей Карпатського регіону. Найбільша їх кількість зосереджена на території Закарпатської області – 8, що по Карпатському регіону становить 42 %, по чотири гірськолижних райони мають Івано-Франківська та Чернівецька області, що в процентному співвідношенні складає 21 %, а на території Львівської області розташована найменша кількість гірськолижних районів – 3, що становить 16 % від території регіону [2].

В Україні є достатня кількість гірськолижних курортів, деякі з них обладнані по міжнародним стандартам. Найпопулярнішими гірськолижними курортами у Івано-Франківській області є Буковель; Закарпатській – Драгобрат, Пилипець та Красія; Львівській – Славське та Тисовець; Чернівецькій – Мигове.

Важливим показником є інфраструктура гірськолижних курортів, яка включає кількість трас, підйомників та засобів розміщення.

Таблиця 1

Характеристика інфраструктури по областях Карпатського регіону

Область	Кількість трас	Кількість підцмників	Кількість засобів розміщення
Закарпатська	78	60	142
Івано-Франківська	86	39	204
Львівська	60	37	83
Чернівецька	24	18	46

В результаті проведеного аналізу можна дати оцінку розвитку гірськолижного туризму в областях Карпатського регіону.

Лідерами з розвитку гірськолижного туризму є Закарпатська та Івано-Франківська області. Закарпатська область є лідером за кількістю районів, курортів та підйомників, а Івано-Франківська – за кількістю гірськолижних трас та засобів розміщення. Закарпатська область за умови розвитку інфраструктури має можливість стати лідером вітчизняного гірськолижного туризму. Третю позицію за усіма показниками займає Львівська область, а четверту – Чернівецька.

Аналізуючи гірськолижний туризм в Україні, можна зробити висновок, що цей вид туризму являє собою основу розвитку туризму в Україні у зимовий період.

Не меншою популярністю у туристів користується пішохідний туризм, який охоплює практично всю територію України. Особливо популярні гірсько-пішохідні маршрути в Карпатах.

Погодні умови України дають змогу розвивати пішохідний туризм з березня до листопада. Інколи, за сприятливих погодних умов, пішохідні туристичні походи можна здійснювати впродовж усього року.

Оскільки близько 95 % території України – це низовини і височини, на яких немає значних природних перешкод на шляху пересування туристів, пішохідним маршрутам переважно надається I категорія складності. А гори займають лише 5 % території країни, тому походи II та III категорій складності можна здійснювати лише в Карпатах. Найбільш цікаві та екстремальні маршрути у Карпатах проходять вздовж хребтів та масивів Чор-

ногори, Горган і Свидовця. Тут є ділянки зі значним перепадом висот, скельним рельєфом, складним орієнтуванням, водними перешкодами [2].

Україна має досить густу річкову систему та понад 70 тис. річок, придатних для проведення водних туристських походів як на розбірних, так і на надувних плавзасобах різних класів. Великих річок з довжиною понад 500 км в Україні – 8, що в процентному співвідношенні становить 7 % від території України, а річок з довжиною понад 100 км на території України – 113, що відповідно становить 93 %.

За всім комплексом природних умов для організації водного туризму (похилом русла, сезонним режимом, особливостями течії, наявністю природних перешкод і складністю у їх подоланні тощо) річки України поділяються на 3 групи: річки низовин, річки височин, річки гірських районів.

Отже, на території України є дуже багато річок різних груп, які можуть бути придатні для розвитку різних видів водного туризму. Категоровані маршрути II, III та IV категорії складності можна проводити на річках височин, таких як Горинь, Случ, Південний Буг, Смотрич, а також на гірських річках – Черемош, Прут, Стрий, Тиса, які орієнтовані саме на екстремальні водні спуски. Для початківців можна запропонувати маршрути по річкам Дніпра – Прип'яті, Ірпені, Горині, Пслу, а також по Сіверському Дінцю.

Україна надзвичайно багата на печери. В Україні відомі понад 1100 печер різного типу від невеликих до гігантських за розмірами. На даний час досліджено 756 печер, які мають назви та відомо їх довжину та глибину.

Найбільшу кількість печер має Поділля – 100 печер, в Карпатському регіоні – 44 печери, а на території Буковини налічується 13 печер [5].

Важливим елементом аналізу є характеристика печер за їх типами, а також довжина та глибина печер, тому що за цими критеріями можна оцінити печери за категорією складності.

На території України, а саме на Поділлі та в Буковині створені всі умови для розвитку спелеотуризму. Найцікавіші зі спортивної точки зору печери мають класифіковані туристські спортивні маршрути й увійшли до переліку класифікованих печер України.

На сьогодні в Україні класифіковано 157 печер від I до IV категорії складності. Найцікавіші печери, які відвідують – це Млинки, Кришталева, Оптимістична та Попелюшка на Поділлі і Буковині [5].

На території України набувають популярності такі види туризму, як велосипедний, кінний, дайвінг.

Для велосипедних походів I та II категорії складності придатні території всіх областей України.

На території України є достатньо сприятливі умови і ресурси для розвитку екстремального туризму. Але низький рівень розвитку туристичної інфраструктури і соціальних стандартів населення призвів до того, що екстремальний туризм у нас у своєму розвитку відстає від загальносвітових тенденцій. За оцінками багатьох вітчизняних спеціалістів, існує великий потенціал екстремального туризму, який можна буде розкрити з загальним соціально-економічним розвитком держави. В Україні перспективним вважається розвиток таких видів екстремального туризму, як польоти на повітряних кулях, парашутизм, рафтинг.

Таким чином, в Україні розвиваються різні види спортивно-оздоровчого туризму, насамперед такі як гірськолижний, пішохідний, гірсько-пішохідний, водний, спелеологічний, велосипедний, кінний, дайвінг, екстремальний туризм.

Література

1. Сокол П. М. Аналіз туристичних послуг в Україні на засадах класифікаційних ознак [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/>.
2. Пташина О. В. Развитие спортивного туризма в Украине / О. В. Пташина, В. К. Назаренко // Матеріали конференції «Перспективні питання світової науки». – К., 2012.
3. Волкова І. І. Розвиток спортивно-оздоровчого туризму в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://international-relations-tourism.karazin.ua/>.
4. Федорів О. Я. Гірськолижний туризм в Україні. Путівник / О. Я. Федорів, 2013. – 216 с.
5. Печери України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://speleo.land.kiev.ua/>.

УДК 338.48(063)

ФЕСТИВАЛІ ЗАКАРПАТТЯ

Іжак Т. Й., к.г.н., PhD,

Шапи Е. Л., викладач, аспірант

*PhD Докторської школи землезнавчих наук
Закарпатський Угорський Інститут ім. Ференца Ракоці II*

Фестивалі вже багато сторіч відомі заходи, які були пов'язані з народними і релігійними віруваннями і традиціями, з культурними та сільськогосподарськими календарями. Фестивалі були насамперед релігійними заходами, які включали ритуальні дії. Фестивальний туризм – традиційні, сучасні заходи святкування культурних подій (Smith 2009a). Ці заходи можуть бути одноразові, одноденні або багатоденні. Фестивалі часто служать зміцненню місцевих традицій, культури, дають можливість громадам показати, передати і зберегти свою культурну ідентичність. Напевно, ці особливості і характеризують суть і різноманіття закарпатських фестивалів, що базуються на успадкованих культурних, історичних, релігійних цінностях національностей і народів, які тут проживають.

Методи дослідження

Під час проведення дослідження проаналізували календарі подій і статті угорськомовних та україномовних Інтернет-порталів новин (karpataljalap.net, karpatalja.ma, karpatinfo.net, kiszohhrf.org, karpataljaturismus.info, kmmi.org.ua, mukachevo.net, uzhgorod.eu, zakarpattya.net.ua, zaholovok.com.ua) за 2013-й та 2014-й роки. На основі результатів дослідження створили базу даних, яка вміщує і групує фестивалі за назвою, місцем (поселення, район) і датою проведення, а також за жанром. Треба відмітити, що у список могли не потрапити такі фестивалі, про проведення яких на аналізованих шпальтах Інтернет-порталів не з'явилася жодна інформація.

Аналіз Закарпатських фестивалів

На Закарпатті заходи фестивального типу з'явилися в останні роки існування Радянського Союзу, а також в роки «перебу-

дови», коли популярності інтернаціональні «фестивалі братерства», які мали б зміцнити комуністичний дух народу.

Колоритність культурного обличчя Закарпаття проявляється у багатстві народних традицій, кулінарних особливостях та автентичному середовищі.

Розвиток сільського (зеленого) туризму посилив підвищення значення місцевих цінностей. Все більше людей визнає необхідність збереження і продовження своїх традицій, використовуючи їх для покращення якості життя місцевих жителів. За останні роки особливо збільшилася кількість фестивалів, як туристичних атракціонів (Tarpaї 2013).

Кількість проведених фестивалів на Закарпатті досягає 150 – 300 заходів за період дослідження. Під час дослідження проаналізували 145 проведених фестивалів і подібних до них заходів.

Після підведення підсумків можна зробити висновки, що більшість фестивалів проводилися у вересні місяці (16,6 %). Протягом літніх (33,1 %) та осінніх (33,8 %) місяців провели дві третини заходів. У ці періоди року туристи, які відвідали Закарпаття, мали змогу на свій розсуд вибирати ті заходи, які, в основному, тривали 2 – 3 дні, і їм пропонувались різноманітні програми переважно в кінці тижня або у святкові дні. Туристам, для яких головна мета поїздки не участь у фестивалях, ті заходи можуть бути додатковим (альтернативним) елементом програми (Sulyok–Sziva 2009). За розподілом у часі фестивалі проводилися майже кожного місяця року (крім грудня, лютого і березня), а їх пропозиції на території області задовільні.

Найбільша кількість проведених фестивалів була в Ужгородському (30 %), Берегівському (24 %), Мукачівському (14 %) і Виноградівському (10 %) районах. Важливо відмітити, що у ці дані по районах віднесли також фестивалі, які були проведені у містах обласного підпорядкування (Ужгород, Мукачево, Хуст, Берегово, Чоп).

За проведеними фестивалями Ужгородський район у Закарпатті займає провідне місце, де особливу вагу має місто Ужгород (обласний центр), тут провели 86 % усіх заходів (Міжнародний «Сакура Фест», Фестиваль вина і меду «Сонячний напій», Фестиваль молодого вина «Закарпатське Божоле», Міжнародний фестиваль телерадіопрограм для національних меншин «Мій рідний край» тощо). Подібне спостерігається і у Мукачівському

районі, де у місті Мукачево провели 75 % фестивалів району (Дитячо-юнацький фестиваль естрадної пісні «Різдвяна зіронька», Фестиваль «Червене вино», Міжнародний фестиваль етнічних театрів національних меншин «Етно-Діа-Сфера» та ін.).

У Берегівському районі в місті Берегово зосереджується всього 43 % проведених фестивалів, тому що у цьому краї в організації фестивалів активнішу роль відіграють села (Обласний фестиваль «Юні зірки Мельпомени», Міжнародний фестиваль «Біле вино», Фестиваль «БерегФест» – у Берегові; Фестиваль різників у селі Геча; Фестиваль «Бограчу» в селі Косино; Фестиваль «Золотий гуляш» в селі Мужієво тощо). Проведення багатьох фестивалів завдячує сільському (зеленому) туризму, а також транскордонним програмам. У Виноградівському районі всього 27 % проведених фестивалів організовувались у районному центрі. Переважну частку (40 %) фестивалів організували і проводили у селі Пийтерфолво («Куруц-Фест», Фестиваль-конкурс угорської пісні та танцю «Перейшов би я Тису», Закарпатський Музичний Мистецький Танцювальний Фетиваль). Поряд з тим, що Свалявська курортно-рекреаційна зона має 31 % частки курортно-туристичного потенціалу Закарпаття, тут провели 42 % гостьових ночей (Berghauer 2012; Закарпаття – Санаторії та туризм 2011), за період дослідження у районі провели всього два фестивалі (Фестиваль мінеральної води «Сила життя – у джерелах Карпат», Фестиваль «Гуцульський кінь в культурі Східних Карпат»).

Класифікуючи фестивалі за категоріями, можна визначити, що 51,7 % серед запропонованих фестивалів Закарпаття складають фестивалі народного мистецтва, фольклору, напоїв та кулінарії, на які припадає приблизно однакова частка. Окрім названих, проводилися також музичні, спортивні, історичні та інші фестивалі, частка яких у загальній кількості проведених фестивалів невелика.

Підсумки

На основі даних можна зробити висновки, що на Закарпатті проводяться цікаві тематичні фестивалі, які приваблюють значну кількість вітчизняних та закордонних туристів. У майбутньому ці заходи можуть стати альтернативними джерелами для економічного розвитку Закарпатської області.

Багато країн світу, у зв'язку з подіями останніх років на Україні (у тому числі Міністерство закордонних справ Угорщини; <http://konzulizsolgalat.kormany.hu>), віднесли нашу державу до країн і регіонів посиленого ризику безпеки для поїздок та перебування, що відбулося також і на туризмі Закарпаття.

Особливу привабливість для приїжджих туристів має сільський (зелений) туризм, оздоровчий туризм і зимовий лижний туризм. Поряд з тим, що на Закарпатті в останні роки панував спокій, події на сході країни негативно вплинули на сільський (зелений) туризм, на кількість розміщень гостей в готелях та інших місцях проживання, різко зменшилася кількість закордонних туристів і спостерігалось падіння кількості внутрішніх туристів, що підтверджують статистичні дані (Закарпаття – Санаторії та туризм 2016).

Помітні зміни пройшли також у фестивальному туризмі Закарпаття. За період часу, який досліджували, було відмінено багато заходів, але на палітрі з'явився новий вид заходів – благодійні фестивалі.

Іміджеформуючий ефект фестивалів безперечний, але у той же час значна частина фестивалів з втратами, тому є необхідність фінансування заходів громадами (Smith 2009b; Sulyok–Sziva 2009). Переважно фестивалі організовуються із невеликих бюджетів, а з фінансовими проблемами стикаються навіть популярні, найбільші, найвідоміші фестивалі. У більшості випадків витрати на організацію і проведення заходів забезпечуються місцевими підприємцями або із тендерних джерел.

Література

1. Berghauer S. 2012: A turizmus, mint kitörési pont Kárpátalján (?) (Értékek, remények, lehetőségek Ukrajna legnyugatibb megyéjében). PhD értekezés. Pécs. 213 p.
2. Smith M. 2009a: Fesztiválok és turizmus: lehetőségek és konfliktusok. Turizmus Bulletin 13. 3. pp. 23 – 27.
3. Smith, M. 2009b: An International Overview of Festival Tourism. Turizmus Bulletin. In.: Sulyok J. – Sziva I. 2009: A fesztiválturizmus nemzetközi és hazai tendenciái. Turizmus Bulletin 13. 3. pp. 3 – 13.
4. Sulyok J. – Sziva I. 2009: A fesztiválturizmus nemzetközi és hazai tendenciái. Turizmus Bulletin 13. 3. pp. 3 – 13.
5. Tarpai J. 2013: A természeti és társadalmi erőforrások szerepe Kárpátalja turizmusfejlesztésében és hatása a területfejlesztésre. PhD értekezés. Pécs. 181 p.
6. Закарпаття – Санаторії та туризм. Статистичний збірник. Ужгород, 2011.

7. Закарпаття – Санаторії та туризм. Статистичний збірник. Ужгород, 2016.

8. <http://konzulizsolgalat.kormany.hu/europa-utazasi-tanacsok?ukrajna>

УДК 338.48–6:39(477)

ВНУТРІШНІЙ ЕТНІЧНИЙ ТУРИЗМ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

*Шестель О. Г., к.філол.н., доцент кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет*

Розвиток туризму має велике значення як для окремої особи, так і для держави загалом. Останнім часом набуває популярності етнічний туризм. Етнічний туризм – це підвид пізнавального туризму, метою якого є ознайомлення з матеріальною та духовною культурою певного етносу, що проживає зараз або проживав у минулому на відповідній території [1].

Етнічний туризм може бути внутрішнім (відвідування сільської місцевості жителями міста з метою ознайомлення з культурою, фольклором, побутом) і зовнішнім (пов'язаний з відвідуванням історичної батьківщини). У нашому дослідженні буде приділено увагу внутрішньому туризму.

Дослідження сутності етнічного туризму знайшли відображення в працях зарубіжних і вітчизняних учених: Г. Москардо, П. Пірсу, В. Г. Гуляєва, А. Д. Карнишева, Е. Ю. Дідівських, Н. А. Матовой, Н. В. Моралевой, Л. М. Орлової, А. Н. Полухіної, А. А. Романова та ін. Наукові роботи більшості авторів присвячено визначенню сутності етнічного туризму, вирішенні певних проблем його розвитку. Зважаючи на те, що туристична галузь України знаходиться на стадії становлення, не всі аспекти етнотуризму досліджені в повному обсязі.

Метою дослідження є виявлення специфічних історико-культурних регіонів і пов'язаних з ними традиції, що виступають мотивом в етнографічному туризмі.

Актуальність дослідження пояснюється недостатнім висвітленням питання етнічного туризму в науковій літературі. Необхідно відзначити також потребу людей в етнічній ідентифікації, що підтверджується зростанням популярності етнічного туризму в Україні.

Для досягнення мети потрібно виконати наступні завдання: проаналізувати публікації з теми дослідження; визначити загальні проблеми розвитку етнічного туризму; проаналізувати проблему мотивації туристів для відвідування того чи іншого поселення.

Етнічний туризм – це активний спосіб вивчити історію свого народу. Потенційних туристів можуть зацікавити релігійні об'єкти, пам'ятки історії, культури, архітектури. Українці зберегли основні елементи традиційної, матеріальної та духовної культури своїх національних спільнот, отже Україна має значний культурний, економічний, виховний потенціал для розвитку етнічного туризму. Дослідження об'єктів культурної спадщини відображено в класифікації ресурсів етнічного туризму М. Л. Орлової. Науковець пропонує поділяти ресурси етнічного туризму за внутрішньою структурою на комплексні, складні та одиничні (категорії), а відповідно до сутнісного підходу на типи – етнічні артефакти, ансамблі етнічних артефактів та етнічні ландшафти, типи ж у свою чергу – на окремі об'єкти [1].

Історія народу, його культурне самовираження, традиції та звичаї завжди викликали інтерес науковців. Як засвідчує практика, етнічний туризм здатний задовольнити цілий ряд духовних потреб людини. Етнічний туризм безпосередньо пов'язаний з національним характером і менталітетом народу. Вираженням національного характеру слугують етнічні звичаї та традиції, народна космогонія, міфопоетика, українська етносимволіка. Дослідженням української обрядовості займалось багато видатних дослідників. Особливо цінними серед них є дослідження вчених XIX – першої половини XX ст. – Б. Грінченка, М. Драгоманова, С. Єфремова, М. Максимовича, П. Чубинського та ін. На сучасному етапі розвитку науки питання національного характеру актуалізується у зв'язку з підвищенням національної свідомості громадян.

На виникнення й існування національного характеру впливають певні чинники. На думку етнопсихолога В. Янева, національний характер формується впродовж 350 – 400 років [2]. Беззапе-

речно, українці часів Київської Русі відрізняються від українців часів Запорозької Січі, а українці часів козаччини відрізняються від народу нашої епохи, хоча всі історичні чинники відобразились на колективному підсвідомому. Дозволимо припустити, що саме історичний факт існування Запорозької Січі мав суттєвий вплив на специфіку національного характеру українців [3].

Доцільно проводити культурні заходи (фольклори, фестивалі тощо), традиційні для місць туристичного призначення й здатні зацікавити туристів, оскільки етнічна спадщина будь-якого регіону потребує реклами для просування на туристичний ринок. Цим фактором зумовлена важливість поширення інформації про історичний потенціал місцевості. Водночас розвиток етнотуризму впливає на вирішення соціально-економічних проблем і потребує також розвитку сфери обслуговування, оскільки при зростанні кількості туристів виникає необхідність задоволення їх потреб, що сприяє стимулюванню розвитку сфери послуг: транспортних, відпочинково-розважальних та інших.

Розвиток етнотуризму має велике значення для держави. Культурне самовираження народу, його історія, традиції, звичаї завжди викликали інтерес, оскільки допитливість туриста утворює один з основних спонукальних туристських мотивів щодо відвідування різних куточків світу і народів, що населяють їх.

Варто зазначити, що сучасний ринок етнічного туризму в Україні знаходиться на етапі становлення. Серед значної кількості туристичних операторів майже відсутні такі, що спеціалізуються на цьому виді туризму. Деякі туроператори, що займаються внутрішнім туризмом, мають серед своїх пропозицій туристичні продукти, які позиціонуються як етнотури (екскурсійні тури вихідного дня, поїздки на різноманітні етнофестивали). Розвиток цього виду туризму має бути фактором сталого розвитку територій проживання.

Під час формування етнотурів найголовнішими завданнями є знайомство з традиціями народів, їхніми звичаями, культурою, національною кухнею, що допоможе туристам відчути особливості різноманітних етнічних груп на території тієї чи іншої країни. Зазначимо, що «Україна має значний потенціал для розвитку етнічного туризму. Населення зберегло основні елементи традиційної, матеріальної та духовної культури своїх спільнот. Потенційних ту-

риств можуть зацікавити релігійні об'єкти, пам'ятки історії, культури, місця, пов'язані з життєдіяльністю видатних людей тощо. Туристи можуть ознайомитися з процесом освоєння етнонаціональними спільнотами території свого розселення» [4, с. 118].

Таким чином, Черкаський регіон України має значний потенціал для впровадження етнотурів, зважаючи на наявність етнотуристичних ресурсів. Проведення етнічних фестивалів, що репрезентують самотутні традиції, автентичні обряди та звичаї, неповторна національна кухня, гостинність українців, сприяють збільшенню кількості туристів. Привернувши увагу гостей до культури, побуту та особливостей українського народу, доцільно розробити нові етнопрограми з урахуванням народних звичаїв та традицій. Водночас розвиток етнічного туризму сприятиме збереженню й актуалізації культурно-історичного потенціалу України як держави, народ якої має свою національну ментальність.

Література

1. Орлова М. Л. Ресурси етнічного туризму регіону : суспільно-географічна оцінка (на матеріалах Одеської області) : дис...канд. геогр. наук : 11.00.02 / Орлова Марія Леонідівна. – Одеса, 2009. – 251 с.
2. Янів В. Нариси до історії української етнопсихології / В. Янів. – Вид. 3-тє, стер. – К. : Знання, 2006. – 340 с.
3. Шестель О. Г. Художнє зображення національного характеру у творчості Івана Липи. – Рукопис. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.01.01 – українська література. – Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара. – Дніпропетровськ, 2009.
4. Щербань Ю. В. Стан і розвиток етнічного туризму в Україні / Ю. В. Щербань // «Розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи»: [Текст] : Зб. матер. II Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Львів, 25-26 квітня 2012 р.) / Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Львівський інститут економіки і туризму. – Львів : ЛІЕТ, 2012. – 263 с. – С. 114 – 119.

УДК 908(477.46)

ПАМ'ЯТКИ ТРИПІЛЬСЬКОЇ КУЛЬТУРИ НА ЧЕРКАЩИНІ

*Яшан О. О., к.і.н., доцент
кафедри історії України та суспільних дисциплін
Черкаський державний технологічний університет*

Територія сучасної Черкаської області з найдавніших часів перебувала в зоні стійкого заселення людьми, тут формувалися археологічні культури, які справили помітний вплив на цивілізаційний розвиток не тільки українських земель, а й усього людства. Так, особливе місце на Черкащині займають археологічні пам'ятки доби енеоліту – трипільська культура. Трипільська культура це яскрава сторінка світової історії, культури, яка існувала в IV – III тис. до н. е., яка характеризує окремі локальні групи загальної східноєвропейської трипільсько-кукутенської культурно-історичної спільності. Її назва походить від с. Трипілля Київської області та с. Кукутені поблизу м. Яси в Румунії.

Цінність вивчення трипільської культури не підлягає сумніву. Науковці з усього світу вважають пам'ятки культури Кукутені – Трипілля свідченнями розбудови першої міської цивілізації. Вважається, що племена трипільської культури за своїми соціально-економічними показниками досягали рівня передових ранніх цивілізацій Близького Сходу та Єгипту, а їх культурні пам'ятки й нині є загадками для сучасних археологів та культурологів.

На Черкащині відомо 278 трипільських поселення, які відносяться до шести локально-хронологічних груп трипільської культури. Серед них виділяються поселення-гіганти, які існували в ост. чверть IV – пер.чверть III тис. до н. е.: Тальянки (400 га), Чичиркозівка (300 га), Майданецьке (270 га), Небелівка (250 га), Доброводи (250 га), Глибочок (200 га), Аполянка (200 га), Веселий Кут (150 га), Косенівка (120 га), Розсохуватка (100 га) та ін. Протоміста охоплюють площу в 450 га. В них тисячі років тому розташовувались понад 2700 трипільських жител. Тому на території Черкащини у межах Тальнівського району зосереджено важливий та цікавий державний історико-культурний заповідник «Трипільська культура», що знаходиться на території коли-

шніх трипільців, який було створено в 2003 р. з метою зберегти від глибокої оранки та грабежів цей давній скарб. Нині тут відтворено важливий історичний центр минувшини епохи неоліту. До складу заповідника входять 11 городищ (це межі Тальнівського, Уманського і Звенигородського районів). До нього увійшла територія 11 поселень трипільської культури: Тальянки (450 га), Майданецьке (200 га), Веселий Кут (150 га), Онопрієва, Глибочок, Піщана (Тальнівського району), Доброводи, Косенівка, Аполянка (Уманського), Чичеркозівка, Вільховець (180 га), (Звенигородського районів). Хоча в Україні, як і в Румунії та Молдові, вже є не один заповідник трипільської культури, Тальнівський оригінальний тим, що охороняє унікальні трипільські поселення-гіганти, яких ніде більше не виявлено. Наукові фонди заповідника складають більше 10-ти тисяч одиниць зберігання з 46 поселень України.

Найбільш раннє з трипільських поселень – поселення у с. Веселий Кут Тальнівського району, яке датується 3200 – 3100 роками до н. е. та відноситься до східнотрипільської групи. Площа поселення – 150 га. Розташоване на березі р. Гірський Тікич.

Одним з найбільших за розмірами поселень-гігантів Черкащини є поселення у с. Тальянки Тальнівського району. Його площа – 450 га. Датується воно 2900 – 2800 роками до н. е. та відноситься до томашівсько-сушківської групи. За даними аерофотозйомки, на поселенні зафіксовано близько 3000 наземних глинобитних жител, які розташовані декількома рядами вздовж схилів плато у вигляді витягнутого овалу (3,5x1,5 км). За даними науковців в Тальянках мешкало 14 – 15 тис. чоловік.

В межах заповідника, поблизу села Легедзине, створено музей, присвячений трипільським мегаполісам. Поруч з музеєм створюється археодром – невеликий музейний комплекс з відтворених у натуральний розмір трипільських будівель.

Племена Трипільської культури жили у поселеннях, забудованих дерев'яно-глинобитними наземними спорудами, розташованими переважно одним чи кількома концентричними колами. Хати будували тісно одну до одної, що з висоти пташиного польоту виглядало, як овальні укріплення. Дехто з вчених вважає, що такий принцип житлобудування зумовлений необхідністю оборонятись. В кожному будинку ставили кам'яну піч,

а якщо будинок будували великий, то його розділяли на окремі кімнати, в кожній з них ставили піч-вогнище, лежанку, місце для роботи, жертovníк – місце для моління. Відомі також заглиблені житла. Виділяються поселення-гіганти площею від 150 до 450 га. На думку науковців населення середньостатистичного міста-гіганта складало від 8 до 14 тис. чоловік.

Подружжя «трипільців» могло мати до трьох-чотирьох дітей, а з появою останньої дитини перша вступала у шлюб або наближалася до шлюбного віку.

Однак батьківська пара після вступу у шлюб усіх дітей, напевне, проживала окремо, а не з родиною молодшої дитини. У такому разі велика патріархальна сім'я займала кілька розташованих поруч споруд на поселенні. На користь цього свідчить неодноразово відзначене дослідниками «гніздове» розташування споруд на різних пам'ятках та проведений Т. М. Ткачуком аналіз знакової системи, що дозволяє говорити про проживання близьких родичів у таких «гніздах», себто групах із трьох-чотирьох будівель.

Проживши на певній території приблизно півстоліття трипільці покидали свої пенати. Вважають, що цьому передував обряд спалення. Хоча, деякі вчені, як-то Корвін-Піотровський, стверджують, що ніякого спалення хат не відбувалось. А навпаки – вогонь виконував функцію творця житла – хати випалювали з середини, і жили як у випаленому горщику.

Серед пам'яток цієї культури найвідомішими є гончарні вироби – посуд виготовлений переважно з тонкоструктурної глини і оздоблений багатим заглибленим і розписаним орнаментом у вигляді спіралі або її елементів. Розпис наносився мінеральними фарбами різного кольору. Всього, за даними Т. С. Пассек, у трипільській культурі існував 21 тип посудин.

Перше місце серед господарських занять населення посідало землеробство, друге – тваринництво. Переважала велика рогата худоба. Були розвинуті домашні промисли (прядіння, ткацтво, виготовлення одягу та ін.), металообробка. За рівнем соціально-економічного розвитку населення Трипільської культури підійшло до рівня цивілізацій Єгипту та Близького Сходу, але через різні причини не перейшло до державності, створення міст, винайдення писемності.

В сер. III тис. до н. е. з поширенням на зайняту територію трипільських племен явної культури з південного заходу, кулястих амфор з північного заходу Трипільська культура зникає з історичної арени. Вважається, що нащадки трипільців увійшли до складу культури шнурової кераміки епохи ранньої бронзи.

Література

1. Археологічні дослідження на Черкащині. – Черкаси, 1995. – 136 с.
2. Бушин М. І. Трипільський дух витає над нами. Тальнівщина. / М. І. Бушин, Т. Д. Чубіна, О. О. Яшан – Черкаси, 2013. – Книга 6. – 415 с.
3. Дяченко О. В. Склад сім'ї населення західотрипільської культури / О. В. Дяченко, Д. К. Черновол // Археологія. – 2009. – № 3. – С. 3 – 12.
4. Збеневич В. Г. Ранній етап трипільської культури на території України / В. Г. Збеневич – К, 1989. – 224 с.
5. Круц В. О. Ранок землеробського світу. Пам'ятки трипільської культури на Тальнівщині. / В. О. Круц, В. В. Чабанюк, Д. К. Чорновіл – К, 2000. – 47 с.
6. Мицик В. Ф. Місця Сонця. – Тальне, 1993. – 39 с.
7. Нераденко Т. М. Археологія Черкащини: посібник-довідник / Т. М. Нераденко. – Черкаси : Чабаненко Ю. А., 2011. – 307 с.
8. Смілянський А. «Чого хоче жінка, того хоче...»: в далекі часи трипільської цивілізації на землі панував матриархат і жінки «відали» таємниці природи й управляли повсякденним життям свого народу / А. Смілянський // Молодь Черкащини. – 2011. – 12 січ. – С. 8.
9. Трипільська цивілізація у спадщині України // Конференція, присвячена 110-річчю відкриття трипільської культури. Матеріали та тези доповідей конференції, що проходила у Києві 30 – 31 травня 2003 р. – К., 2003. – 325 с.

УДК 338.48-611=111

ФЕСТИВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ НА ПРИКЛАДІ «ДИВНИХ» ФЕСТИВАЛІВ СВІТУ

*Зайка О. І., старший викладач
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Гуслистий О. С., викладач
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет*

Фестивальний туризм є дуже поширеним в світі. Ми можемо розглянути цей вид туризму на прикладі «дивних» фестивалів, які проводяться в різних країнах.

Люди всіх національностей організовують свята на честь релігійних подій, щоб відзначити деякі ключові випадки в своїй історії, для збереження своїх традицій та для розваг. Головною метою фестивалів є об'єднання людей. Кожна країна має свої унікальні звичаї і традиції. Є багато відомих фестивалів по всьому світу, такі як карнавали в Ріо-де-Жанейро і Венеції. Вони є грандіозними і барвистими подіями, які залучають місцевих жителів і туристів.

Фестиваль – це дуже цікавий вид відпочинку. Він дає можливість організувати багато людей з однаковими інтересами, а також сприяти міжкультурному діалогу. «Дивні» фестивалі світу є досить популярним туристичним напрямом. Розглянемо найбільш популярні з них в різних частинах світу.

Один з таких фестивалів можна спостерігати в іспанському місті Буньоль. Тут проходить щорічний фестиваль «Ла Томатина». Фестиваль триває тиждень і включає в себе музичні шоу, ярмарок, парад, танці і феєрверк, але головним чином туристів приваблює традиційний «томатний бій». Під час фестивалю використовується більше 100 тонн томатів. Щорічно понад 9000 жителів і понад 40 тисяч туристів беруть участь в цьому фестивалі.

Щороку, з 7 по 14 липня, тисячі людей в іспанському місті Памплони беруть участь у святкуванні року – Сан-Фермін. Це час проведення фестивалю биків. Протягом 7 днів люди біжать вулицями від 6 розлючених биків. Народ перевіряє себе і свої

сили, втікаючи від биків на дистанції 800 метрів від паркану до муніципальної арени, де в другій половині дня відбувається коріда. Фестиваль стали проводити в 1924 році, і з тих пір бики вбили 13 осіб. В останній раз це було в 1995 році, коли була вбита американська жінка. Сан – Фермін є одним з найвідоміших і найбільш відвідуваних фестивалів у світі.

У Мехіко (Мексика) одне з найважливіших свят країни – День мертвих – відзначається, коли люди поминають померлих родичів і друзів. Урочистості, що поєднують ацтеків і представників католицької культури проходять по всьому місту 1 і 2 листопада. Вночі на місцевих кладовищах горять сотні свічок. На вулицях проходять концерти музикантів, виставляються столи з частуваннями, і відбувається фестиваль індійського танцю. Туристи можуть побачити процесію на честь короля і королеви мертвих, взяти участь в похоронних процесіях, купити сувеніри, які символізують смерть. Всюди можна побачити помаранчеві квіти смерті, цукрові черепа і тематичні картини на будь-який смак.

Досить цікаве видовище можна побачити в Глостері (Великобританія). Щороку тут проходять «сирні» перегони. Тисячі місцевих жителів і туристів збираються, щоб взяти в них участь.

Ще один фестиваль, який приваблює туристів є чемпіонат «перенесення дружин» в Фінляндії. Щороку він збирає тисячі відвідувачів.

Для вищезазначених фестивалів, ви можете додати багато інших. До них відносяться: Фестиваль Сонгкран в Таїланді, де сотні тисяч людей починають «бомбардувати» один одного з водяних пістолетів і кидати кулі, наповнені водою. Огайо також привертає до себе туристів фестивалем літаючих жаб. Щороку близько 600 чоловік беруть активну участь у фестивалі, а решта 2000 осіб рішуче підтримують учасників. З 1998 року мільйони людей приїжджають в Південну Корею, щоб взяти участь у фестивалі бруду.

Протягом декількох століть, в лютому в префектурі Окаяма (Японія) проводиться цікавий фестиваль оголених чоловіків, в якому беруть участь близько 10 000 майже повністю оголених чоловіків.

Щороку тисячі людей збираються разом, щоб взяти участь в самих екстравагантних фестивалях по всьому світу.

Проаналізувавши «дивні фестивалі» в світі, можна сказати, що будучи культурними осередками, фестивалі є індикаторами інтенсивності і якості цивілізованого життя країни, сприяючи її зростанню, визначають напрямок розвитку, формують нові ідеї, відкривають нові горизонти творчої діяльності, формують нові правила культурного життя.

Хоча деякі з цих фестивалів є дивними і, на перший погляд, навіть, божевільними, вони нагадують нам, що життя не є сумним, і ми повинні отримувати якомога більше задоволення від нього. Крім того, певна кількість адреналіну та сміху робить нас здоровішими і подовжує наше життя.

Так як цей вид туризму за кордоном охоплює значний сегмент туристичного ринку, для нашої країни, як і для будь-якої іншої, розвиток цієї галузі є дуже перспективним, зокрема, для розвитку туризму, культури та просування України на туристичному ринку.

Щорічно близько двохсот різних фестивалів проводиться в Україні, які є популярними як для громадян України, так і для іноземних туристів. Але зробивши аналіз цього виду туризму на національному рівні і порівнявши його зі світовим рівнем, можна зробити висновок про те, що фестивальний туризм є одним з видів туризму, який в перспективі має невичерпний потенціал.

Проте, існує ряд проблем, які повинні бути вирішені на державному рівні. По-перше, це відсутність центру фестивального руху, асоціації, яка буде координувати діяльність фестивального руху в Україні, який не є збалансованим в областях нашої країни. Наприклад, в той час, як в деяких регіонах може бути 5 рок-фестивалів, в інших може не бути жодного. Потрібен постійний рух вперед. Фестивальний туризм – це новий, перспективний і не дуже розвинутий на сьогоднішній день вид відпочинку в нашій країні.

Література

1. Юнева С. А. Открывая мир с английским языком. Современные темы для обсуждения. – Москва «Интеллект-Центр», 2012.
2. Ten of the most bizarre festivals [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.thrillist.com/travel/nation/10-of-the-world-s-most-bizarre-festivals>.
3. 25 Most Insane Festivals From Around The World [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://list25.com/25-most-insane-festivals-from-around-the-world/>.

ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ ЧЕРКАЩИНИ

*Мариненко С. І., ст. викладач кафедри
Черкаський Державний Технологічний університет*

*Мариненко Г. П., ст. вчитель
Черкаська гімназія №31*

Черкаську область виділяють мальовничі дніпровські береги, неповторність стародавніх Черкас, гетьманська столиця «Чигирин», високі Канівські кручі і чарівна «Софіївка», яка є гордістю не тільки області, а й усієї країни. Тому подорожі по Україні, під час яких передбачені екскурсії і в її серці – Черкаську область, залишать незабутні враження на будь-кого. Цей регіон можна розглядати як курортно-потенційний завдяки м'якому клімату і наявності мінеральних вод. У Кам'янському і Звенигородському районах знаходяться гідрокарбонатні магнієво-натрієво-кальцієві і радонові джерела. Широко відомий курорт Соснівка. Всього наша область нараховує 17 санаторіїв, до цього числа увійшли 8 дитячих, є і 2 будинки відпочинку. Численні тури – це унікальна можливість ознайомитися з об'єктами і територіями природно-заповідного фонду, в число яких увійшло 10 пам'яток природи всеукраїнського значення. Найбільш популярними об'єктами є: Тясминський і Букський каньйони, Холодний яр і Канівський природний заповідник. Доволі відомими є такі маршрути: «Золота підкова Черкащини», «Козацькими шляхами», «Стежками старовини», «Перлини природи», «Намисто Черкащини».

У пам'ятки Черкаської області архітектурного плану входять такі об'єкти: садиби Давидових, князя Голіцина, Лопухіних; замки Мисливський і Хмельницького-Дорошенка; монастирі Нікхлаєвській, Спасо-Преображенський, Красногорський, Мотронинський. Канів користується найбільшою популярністю у туристів. Черкащина – це рекреаційний регіон багатопрофільного літнього і зимового, спортивно-масового лікувально-оздоровчого відпочинку та пізнавального краєзнавства. Область має сприятливі кліматичні умови, а також високий природно-рекре-

аційний і курортний потенціал, який багато в чому визначає соціально-економічний профіль. Наявна база спортивних, оздоровчих та санаторно-курортних закладів усіх форм власності (на річках області розміщено 24 бази відпочинку; 5 санаторіїв для дорослого населення: «Мошногір'я» (Черкаський район), «Аквадар» (Маньківський район), «Мрія», «Едем», «Україна» (м. Черкаси); 3 заклади оздоровлення санаторного типу для дітей) дає можливість нарощувати туристичні, спортивні, лікувально-оздоровчі послуги, в тому числі для іноземних громадян.

Рекреаційний туризм – подорожі із метою відпочинку, оздоровлення і лікування, поширені не тільки в Україні, а й у всьому світі.

В зв'язку з тим, що нині населення почало більше приділяти уваги питанням здоров'я та здоровому способу життя, набирає актуальності активний туризм, підвидами якого можна виділити рекреаційний, спортивно-оздоровчий та спортивний туризм.

Характерними ознаками рекреаційного, спортивно-оздоровчого та спортивного туризму є функції туризму, які реалізуються у рекреаційній, спортивній і пізнавальній діяльності. Проте, ключовою формою спортивного туризму є туристичні походи і змагання з техніки спортивного туризму. Спортивно-оздоровчий туризм ставить за мету підтримку організму людини у здоровому фізичному стані, відновлення фізичних, психічних і духовних сил людини. Головними формами спортивно-оздоровчого туризму є ступеневі або не категорійні походи та туристські табори, а також екскурсії, прогулянки, туристичні зльоти, заняття різними активними видами відпочинку та видами спорту (фітнес, практика зимового, водного спорту тощо).

Зі збільшенням прихильників здорового способу життя в області все актуальнішим стає питання створення та облаштування баз спортивного спрямування для людей з активною формою діяльності. Станом на сьогодні у регіоні плідно активно використовуються жителями області та всієї України відомі спортивно-оздоровчі комплекси:

- гірськолижний курорт «Водяники» (Звенигородський район);
- кінно-спортивний комплекс (Жашківський район);
- міжнародний спортивний комплекс з великого тенісу «Селена»;
- яхт-клуб «Парус»;

– скелелазний район с. Буки (мальовничий гранітний каньон по річках Гірський Тікич біля с. Буки входить до сотні найкрасивіших місць України та є одним із лідерів за оригінальністю і неповторністю);

– сплави на байдарках по річці Гірський Тікич та Рось;

– веломаршрути по визначних місцях Черкащини.

Одним з варіантів є розвиток гірськолижного туризму у Шевченкому краї. У 2009 році на Черкащині збудований лижний курорт, який створений в рамках проекту «Австрія-Україна Туризм» з будівництва цілолітнього туристичного комплексу у Звенигородському районі.

Спортивно-оздоровчий комплекс «Водяники» розташований на височинах в однойменному селі Водяники за координатами. Водяники – це краса та спокій, мальовнича і незаймана природа. Сюди приїжджають прихильники активного відпочинку з усієї України відпочити від міської метушні, оздоровитися і набратися позитивних емоцій.

У літній час відпочиваючі відновлюють свої сили, використовуючи велосипедні та пішохідні маршрути, купання в озерах, атракціон «Тобоган», займаючись пляжним волейболом, боулінгом, великим і настільним тенісом та іншими розвагами спортивного характеру.

У зимовий час Водяники – це гірськолижний курорт, що оснащений найсучаснішим обладнанням, канатною дорогою, підйомниками потужними сніговими гарматами з сучасними відратраченими трасами як для початківців, так і для досвідчених спортсменів, а саме: В планах розвитку туристичної галузі Черкащини є використання наявного потенціалу, яким володіє область. Це дозволить розвивати такі види сучасного туризму як автомобільний (особливо у зв'язку зі створенням міжнародних транспортних коридорів), пізнавальний, науковий, спортивний (кінний, пішохідний, водний, велосипедний) і «зелений» (з проживанням туристів в оселях місцевих жителів). Для цього проводиться робота по створенню нових туристичних комплексів і готелів, турбаз, мотелів, кемпінгів. При умові реалізації намічених програм туристична галузь Черкащини обіцяє стати однією із провідних. Основними принципами розвитку туристичної індустрії на Черкащині є створення нових і розвиток існую-

чих туристських послуг, широке залучення населення до участі в розбудові туристської діяльності, зростання добробуту сільського населення, усунення податкових і митних труднощів, які перешкоджають розвитку туризму, розробка заходів щодо захисту навколишнього середовища, впровадження маркетингових досліджень для просування туристських продуктів, підвищення професійного рівня працівників індустрії туризму.

Висновок: Туризм в Черкаській області розвинутий слабо, оскільки: про туристичні місця мало інформації, та й немає де можна прочитати про пишність Черкаської області, але завдяки мережі Інтернет – ця проблема незабаром зникне; необхідно створити мережу готелів і туристичних баз цільового призначення: готелів для індивідуальних туристів та мисливських і риболовних баз, літніх та зимових спортивних баз, готелів для туристів, що приїждять з метою лікування, курортних готелів, ферм для любителів сільськогосподарської праці, транзитних мотелів, дорожніх ресторанів тощо.

Література

1. Опанащук, Ю. Я. Развитие гостиничного хозяйства в Украине: тенденции и перспективы [Текст] / Ю. Я. Опанащук // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2004. – № 3. – С. 70 – 72.
2. Исакова, Д. Пришествие звезд [Текст] / Д. Исакова // Инвестгазета. – 2008. – № 15. – С. 34 – 36.
3. Державний комітет статистики України: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Тупкало, В. М., Вітавська Г. П. Стратегія розвитку готельного бізнесу в Україні // Економіка та держава. – 2007. – № 4. – С. 43 – 44.

РОЗВИТОК «ЗАМКОВОГО» ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Цимбалова К., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій

На сьогоднішній день понад 1500 замкових споруд Європи (це 2/3 від загальної кількості) успішно відновлені і використовуються у туристичній сфері, зокрема у готельному господарстві [1]. Важливим є також той факт, що королівські замки та знатні аристократичні двори частково чи повністю перетворені у музеї, історичні пам'ятки і, таким чином, є об'єктами туристичного зацікавлення. Тут знаходяться численні музейні експонати, туристам пропонуються різноманітні атракційні туристичні програми (лицарські турніри, стрільба з луків та арбалетів, вино-дегустаційними заходами тощо).

У багатій історико-архітектурній спадщині України визначне місце належить пам'яткам оборонної архітектури – фортецям, замкам, оборонним храмам, міським укріпленням, які можемо віднести до об'єктів «замкового» туризму.

Замки і монастирі – це найбільші за розмірами історичні споруди в забудові населених пунктів. Найбільша кількість замків, фортець та оборонних монастирів збереглися до нашого часу на заході України (за підрахунками різних експертів приблизно 90 % всіх замків і палаців держави) – на Львівщині, Івано-Франківщині, Тернопільщині, Волині, Закарпатті та Хмельниччині. При цьому більше третини всіх українських замків та їх руїн зосереджені на Тернопільщині [2].

Наявність таких ресурсів дає можливість зробити висновок, що «замковий» туризм в Україні має потенціал до його розвитку. Це відкриває багато нових можливостей для організації і успішної реалізації різних видів туризму – історико-культурного, пізнавального, відпочинкового, релігійного, етнічного, виставково-експозиційного, тематичного (вино-дегустаційні тури, кінний туризм, фехтування та лицарські турніри, бали та карнавали, спелеологія, святкування урочистих подій) тощо.

Для України європейський досвід – це яскравий приклад вирішення проблеми одночасного збереження історико-культурної спадщини, з одного боку, та з іншого – формування позитивного туристичного іміджу, що сприятиме досягненню високого конкурентного статусу на міжнародному ринку туристичних послуг. В той же час, паралельно з вирішенням проблеми збереження замків – духовної скарбниці українського народу, туристичне використання замків розв'яже чимало проблем економічного характеру, адже загальновідомо, що розвиток рецептивного туризму сприяє зміцненню національної економіки (зростання доходів населення, створення додаткових робочих місць, зростання добробуту туристичного регіону внаслідок прояву ефекту туристичної мультиплікації на суміжні галузі підприємництва) [3].

Замкові споруди України вже сьогодні можна використовувати як заклади відпочинку і туризму шляхом їх пристосування безпосередньо під готелі, через відкриття у них закладів харчування відвідувачів (стилізовані під старовину ресторани й таверни з середньовічною кухнею та історичними місцевими напоями), надання послуг обслуговування та супроводу урочистих подій у середньовічному стилі, шляхом відкриття музейних експозицій у приміщеннях, розміщення на територіях замків і фортець експозиції, яка відтворюватиме картини минувшини й оголошення цих фортифікацій скансенами – музеями під відкритим небом, проведення різнобічних історико-театралізованих фестивалів, змагань і анімаційних шоу тощо [4].

Безперечно, дана проблема повинна, в першу чергу, вирішатись на законодавчому рівні, узгоджуючи механізм продажу чи передачі в довгострокову оренду історико-культурних об'єктів підприємницькому сектору за умови збереження їх архітектурного стилю та самобутності. Необхідно також відрегулювати в правовому полі механізм співпраці інвестора та державної архітектурної служби, продумати і розробити комплекс заходів щодо інформаційно-рекламного просування «замкового» туризму. Чітке визначення правового статусу замкового туризму в Україні миттєво приверне увагу приватного інвестиційного капіталу і прискорить відродження «замкової» культури в Україні, що забезпечить формування стійкого внутрішнього і зовнішнього туристичного попиту.

Література

1. Tendenciasin world tourism: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.world-tourism.org/>.
2. Байдук О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія, термінологія, районування. / О. О. Байдук. – К. : ВПЦ Київ.уп-т., 2001. – 395 с.
3. Tourlib: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: tourlib.net/statti_ukr/bilecka.htm.
4. Про замки України з академіком Б. Возницьким [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bbc.co.uk/Ukrainian>.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ

УДК 663.35

ВИНО З КИЗИЛУ З ДОДАВАННЯМ ВИНОГРАДНОГО СОКУ

*Найдан В. М., к.х.н., професор
Черкаський державний технологічний університет*

*Найдан Я. О., Найдан Р. О.
Вроцлавський університет природничих наук, Польща*

Досліджена можливість використання соку плодів кизилу як середовища для ферментації з метою виробництва алкогольних напоїв. Основною сировиною для проведення досліджень обрано пастеризований сік кизилу сорту Arboretum Bolestraszyce, який був отриманий на кафедрі технології фруктів, овочів та зернових культур в університеті природничих наук у Вроцлаві, а також концентрат виноградного соку та суміш даних соків.

Дослідження проводились в два етапи. На першому етапі роботи було обрано відсоткове співвідношення між соком з кизилу і виноградним соком в суслі для ферментації:

Таблиця 1

Співвідношення соків у суслі

№ зразку	Сік з кизилу	Сік з винограду
I	100 %	-
II	85 %	15 %
III	75 %	25 %
IV	50 %	50 %
V	25 %	75 %
VI	15 %	25 %

Другий етап полягав у проведенні спиртового бродіння одержаного суслу за допомогою дріжджів *Sacharomices cereviseae* Jalvin ICV-K1-V1116 та азотистого живлення для дріжджів КОМВІ.

До складу цього живлення входив фосфоран діамонівий, вітамін В2 та препарат з клітинних стінок дріжджів. Живлення додавали на двох етапах процесу бродіння – половина дози в кількості 0,14 г/л на початку процесу, а друга половина дози – після 168 годинного бродіння.

Перебіг процесу ферментації оцінювали на підставі динаміки процесу бродіння. Метод полягав у визначенні відсоткового відношення виділеного CO₂ до загальної кількості газу, що виділився під час процесу бродіння. Аналіз проводився кожного дня під час процесу бродіння сусла. З цією метою визначали зміну ваги зразків, на підставі яких можна було встановити кількість виділеного CO₂.

В початковому суслі було досліджено вміст екстракту, вміст поліфенольних зв'язків методом Фоліна – Чокатеу, силу редукції Fe методом FRAP, антиоксидантні властивості методами DPPH та АВТ, а також значення рН.

Кінцеві результати досліджень були оцінені на підставі визначення масової концентрації летких кислот, значень рН, вмісту екстракту, об'ємної частки спирту і масової концентрації редуруючих цукрів.

Згідно з результатами досліджень встановлено, що зразки з підвищеним вмістом соку з кизилу в ферментативному середовищі мали кращу динаміку та кращі кінцеві ефекти процесу бродіння. Слід відмітити, що низьке значення рН в початковому суслі не впливає на процес і на кінцеві результати процесу бродіння, а також на основні характеристики готового продукту.

Таблиця 2

Початкові параметри сусла

№ зразку	Вміст початкового екстракту [0Bx]	Температура [0C]	pH
I	18,51	20	2,66
II	17,77	20	2,67
III	17,01	20	2,73
IV	15,25	20	2,78
V	13,46	20	2,82
VI	11,8	20	3,08

Таблиця 3

Масова концентрація фенольних речовин в початковому суслі

№ зразку	Загальна кількість зв'язків поліфенольних [mgGAL/100ml]	Анти-оксидантні властивості, метод DPPH [µmol Troloxu/ml]	Анти-оксидантні властивості, метод FRAP [µmol Troloxu/g]	Анти-оксидантні властивості, метод АВТС [µmol Troloxu/g]
I	411,47	31,65	34,42	48,63
II	337,60	24,73	27,03	37,88
III	269,13	22,12	24,09	32,01
IV	179,87	16,04	16,00	25,54
V	94,56	6,41	8,33	10,47
VI	51,62	4,27	4,76	6,97

Таблиця 4

Результати досліджень в готових виноматеріалах

№ зразку	Об'ємна концентрація етилового спирту [% v/v]	Масова концентрація летких кислот [см3]	Масова концентрація редуруючих цукрів [г/л]
I	5,55	0,588	18,69468
II	5,47	0,576	11,49806
III	5,39	0,588	9,67822
IV	5,04	0,564	7,113905
V	5,04	0,54	3,805112
VI	5,21	0,576	2,729754

На підставі результатів досліджень було встановлено, що сік з плодів кизилу може бути використаний для виробництва алкогольних напоїв, зокрема вин.

ВПЛИВ ФАКТОРІВ ВИДОУТВОРЕННЯ НА ШВИДКІСТЬ ВИЗРІВАННЯ СИРІВ

*Бондарчук З. В., к.т.н., старший викладач
кафедри технології бродильних виробництв
Черкаський державний технологічний університет*

Виробництво сиру – це ряд послідовних операцій, направлених на біохімічні перетворення складових частин сирної маси і утворення багаточисельних з'єднань, характерних для сиру як харчового продукту. При виробництві сиру вирішальну роль відіграють всі фактори видоутворення: видовий склад мікрофлори бактеріальних заквасок, температура другого нагрівання сирного зерна, вміст вологи в сирі після пресування, рівень активної кислотності в сирі на всіх стадіях його виробництва, вміст солі кухонної в сирі, температурні режими визрівання сиру.

Головна роль в процесі визрівання сирів належить молочно-кислим бактеріям, які зброджують лактозу і цитрати молока з утворенням молочної кислоти, вуглекислого газу та деяких інших продуктів (діацетила, ацетоїна і т.д.), впливаючи на формування смаку, запаху та консистенцію. Але прискорити дозрівання сирів за рахунок збільшення дози або активізації закваски неможливо, оскільки це сприяє погіршенню якості готового продукту [1].

З проблемою прискорення визрівання сирів тісно пов'язаний висунутий З. Х. Диланяном принцип складання бактеріальних заквасок за амінокислотним складом, направлений на покращення вираженості смаку та аромату сичужних сирів. Диланян вважав, що до складу заквасок доцільно включати лише ті штами молочнокислих бактерій, які утворюють в молоці вільні амінокислоти в тому співвідношенні, в якому вони знаходяться у високоякісних сирах.

З метою активації життєдіяльності мікрофлори, підсилення мікробіологічних процесів та розвитку необхідних видів мікроорганізмів при виробництві сиру застосовують друге нагрівання, що значним чином впливає на швидкість дозрівання

продукту. Крім того – сприяє виділенню сироватки, збільшує клейкість сирного зерна. Температура другого нагрівання залежить від виду сиру і може коливатися від 36 – 38^оС до 56 – 58^оС.

Ефективним способом інтенсифікації молочнокислого бродиння в сирі може бути застосування другого нагрівання в дві стадії [2]. На першій стадії температуру другого нагрівання необхідно витримувати на рівні, сприятливому для розвитку мікрофлори бактеріальної закваски, а на другій стадії, коли вже накопичений достатній об'єм біомаси, її можна підвищити для досягнення необхідного ступеня обсушки сирного зерна.

Від вмісту вологи в сирі після пресування залежить інтенсивність виникаючих в ньому мікробіологічних і біохімічних процесів. З підвищенням масової частки вологі в сирі покращується консистенція сиру, смак і запах сиру стають більш вираженими, прискорюється визрівання сиру. Однак, слід відмітити, що при переробці на сир молока, що містить значну кількість технологічно шкідливих мікроорганізмів, більш вологий продукт набуває і більш виражені вади смаку, запаху, консистенції та рисунку [3].

Активна кислотність сиру на всіх стадіях його виробництва впливає на розвиток мікробіологічних та ферментативних процесів при його визріванні. При виробництві любого виду сиру у перший період його визрівання активна кислотність швидко підвищується, а потім повільно знижується. Відомо, що визрівання твердих сичужних сирів, які мають підвищену кислотність, проходить дуже повільно. При зниженні мінімального значення рН до 4,9 – 4,8 визрівання фактично не відбувається.

На зміну активної кислотності сирної маси суттєвого впливу надають молочнокислі палички під час виробки та пресування сиру. Введення паличок до складу закваски дозволило інтенсифікувати швидкість кислотоутворення на всіх етапах виробництва сиру. [4]

Сіль кухонна є не тільки смаковим наповнювачем сиру, а й регулятором процесу дозрівання і суттєво впливає на розвиток в сирі протеолітичних процесів і забезпечує формування типових смакових і ароматичних показників. Вміст солі кухонної в готовому продукті залежить від вологості сиру перед солінням, тривалості соління, концентрації та температури розсолу, форми, маси сиру та замкнутості поверхневого шару. [5]

Врахувавши вищезазначені фактори і створивши для них оптимальні режими можна досягти значних успіхів у створенні інтенсифікованої технології виробництва твердих сичужних сирів з показниками якості, які б не поступалися сирам виготовлених за традиційною технологією.

Література

1. Силаева В. М., Сахаров С. Д. ТМП сыры // Сыроделие и маслоделие. – 2001. – № 1 – С. 19 – 21.
2. Kosikowski F. V. Cheese and fermented milk foods / F. V. Kosikowski, V. V. Mistry. – Westport, Connecticut 06880: F. V. Kosikowski, L. L. C. 1 Peters Lane, 1997. – 727p. – (Origins and Principles; Vol. I).
3. Гудков А. В. Сыроделие: технологические, биологические и физико-химические аспекты. – М. : ДеЛи принт, 2003. – 800 с.
4. Mucchetti G., Locci F., Gatti M. et al. Piroglutamic Acid in Cheese: Presence, Origin, and Correlation with Ripening Time of Grana Padano Cheese // J. Dairy Sci. – 2000. – Vol. 83, № 4. – P. 659 – 665.
5. Mistry V. V. Influence of salt on the quality of reduced fat Cheddar cheese / V. V. Mistry, K. M. Kasperson // J. Dairy Sci. – 1998. – Vol. 81, № 5. – P. 1214 – 1221.

УДК ([582.711.714:664.64.016.8]:664.68):005.582-022.222(043.2)

КІЛЬКІСНА ОЦІНКА СКЛАДУ ОСНОВНИХ ХАРЧОВИХ РЕЧОВИН У ВИРОБАХ З ПІСОЧНОГО ТІСТА З ДОБАВКАМИ ЧОРНОПЛІДНОЇ ГОРОБИНИ

Горайнова Ю. А., к. т. н., доцент

*Донецький національний університет економіки та торгівлі імені
Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг*

Внаслідок проведених нами раніше досліджень встановлено, що добавка чорноплідної горобини (порошок або водний екстракт з сухих плодів з масовою часткою 5 %) до основних рецептурних компонентів пісочного тіста – пшеничного борошна та вершкового масла, а також до самого тіста в процесі його приготування збагачують їх комплексом корисних біологічно активних речовин, підвищують стійкість вершкового масла, а звідси й

готового продукту до окиснення, сприяють поліпшенню хлібопекарських властивостей пшеничного борошна та реологічних властивостей пісочного тіста, зниженню калорійності виробів з пісочного тіста. Це дозволяє передбачити можливість і доцільність використання цих добавок при створенні нових видів кондитерських виробів з пісочного тіста з підвищеною харчовою цінністю та поліпшеними споживними властивостями. Завдяки своїм унікальним фізико-хімічним властивостям добавки чорноплідної горобини змінюють реологічні показники тіста і дозволяють варіювати склад традиційних рецептурних сумішей пісочного тіста у бік зменшення вмісту вершкового масла та яйцепродуктів.

При розробці нових технологій виробів з пісочного тіста нами використана стандартна рецептура пісочного напівфабрикату. На базі цієї рецептури ми розробили 4 нових – з використанням порошку (1,2) або водного екстракту з сухих плодів чорноплідної горобини (3,4): 1) пісочного печива «Рожевий захід», виготовленого із збагаченого порошком з плодів чорноплідної горобини пшеничного борошна (5 %); 2) пісочного печива «Зірочка» із зниженням на 22 % вмістом вершкового масла; 3) пісочного печива «Галевинка» із звичайним вмістом вершкового масла і з повною відсутністю меланжу; 4) пісочного печива «Південне» із зниженням на 22 % вмістом вершкового масла і також зовсім без меланжу.

Комплексну оцінку харчової цінності за вмістом білків, жирів, вуглеводів у розроблених виробках визначали за формулою 1:

$$K_{скл.} = \sum_1^3 m_i K_i, \quad (1)$$

де K_i – відносний показник речовини; m_i – коефіцієнт вагомості речовини.

Відносний показник речовини (оцінку) визначали шляхом порівняння зі значенням відповідного показника для контрольного зразка за формулою 2:

$$K_i = \left(\frac{P_i}{P_k} \right)^z, \quad (2)$$

де z – показник, який враховує вплив змінювання значення показника на рівень якості об’єкту, який приймає значення +1, якщо підвищення значення підвищує рівень якості, та -1, якщо підвищення значення показника знижує якість об’єкта, що аналізується.

Зокрема z приймає значення -1 при оцінці вмісту жирів.

Значення коефіцієнтів вагомості основних харчових речовин: білків – 0,41; жирів – 0,46; вуглеводів – 0,13.

В таблиці 1 наведені значення абсолютних (P_i), відносних (K_i) та комплексного показників харчової цінності виробів із пісочного тіста за хімічним складом основних харчових речовин.

Таблиця 1

Кількісна оцінка складу основних харчових речовин виробів з пісочного тіста з добавками чорноплідної горобини

Найменування виробів	Вміст харчових речовин, %			Одиничні оцінки			Комплексна оцінка складу
	Білки	Жири	Вуглеводи	Білки $m=0,41$	Жири $m=0,46$	Вуглеводи $m=0,13$	
Контрольний зразок	6,89	24,50	60,42	1,00	1,00	1,00	1,000
«Рожевий захід»	6,76	24,42	59,95	0,981	1,003	0,922	0,983
«Зірочка»	6,98	19,16	63,05	1,013	1,279	1,044	1,139
«Галявінка»	6,35	21,98	64,85	0,922	1,115	1,073	1,030
«Південне»	6,14	18,23	68,20	0,891	1,344	1,129	1,130

Як видно з даних таблиці 1, рівень якості борошняних виробів за розробленою рецептурою щодо вмісту основних харчових речовин вищий за контрольний зразок, за винятком печива «Рожевий захід». Комплексна оцінка складу основних харчових речовин для цього виробу на 2 % нижча за контроль обумовлена вилученням із сировинного набору 5 % борошна і заміною порошком з сухих плодів чорноплідної горобини, що призвело до зниження вмісту основних харчових речовин.

Заміна частки основної сировини (пшеничного борошна) та вилучення з рецептури меланжу та частки жирів позитивно впливає на оцінку жирів та вуглеводів.

Отже, це дозволило підвищити рівень якості виробів, які виготовлені з використанням чорноплідної горобини, за хімічним складом на 13...14 % (печиво «Південне» та «Зірочка»).

УДК 641.1:641.55

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ І СТАН ТЕХНОЛОГІЙ ОЗДОРОВЧИХ ПРОДУКТІВ НА ОСНОВІ ІРГИ

*Дзюндзя О. В., к.т.н., доцент
Херсонський державний університет*

Стрімкий сучасний темп життя, незбалансоване харчування, постійні стреси та негативний вплив довкілля призводять до зниження рівня імунітету та різкого підвищення кількості інфекційних й хронічних захворювань. Використання природної сировини багатой на дефіцитні есенційні речовини та створення з їх використанням продуктів оздоровчої дії є досить ефективним заходом для коригування функцій організму. Таким чином відбувається стимуляція захисних механізмів клітини й усього організму за рахунок функціональних інгредієнтів. Важливим для науковців є не лише розробка страв із заданим хімічним складом а й пошук сировини, інгредієнтів із підвищеним вмістом нутрієнтів.

Мета роботи – дослідити стан технологій оздоровчих продуктів на основі ірги та окреслити перспективи їх розвитку.

Результати. Завдяки роботі селекціонерів виводяться нові кліматично стійкі з покращеними властивостями сорти звичних і нових для наших широт рослин. Однією з перспективних рослин є ірга.

Ірга являє собою джерело цілого ряду біологічно цінних сполук, таких як дубильні, фарбувальні та пектинові речовини, поліфеноли, флавоноли, лейкоантоціани, провітамін А, кумарини

та оксікумарини, а також мікроелементи мідь, залізо, кобальт, йод, марганець. Особливий інтерес для споживача являє собою пігмент ірги – антоціани, а також значний вміст вітаміну С. Все вищесказане робить іргу цінною культурою і в лікувальному плані [1]. На відміну від інших ягід, її у кулінарії використовують рідко, переважно для виробництва напоїв та десертів.

Науковцями ведуться дослідження властивостей ірги, доведено позитивний вплив на організм. [1, 2, 3, 4]. Адже, ягоди з ірги використовують як в'язучий засіб для лікування захворювань шлунково-кишкового тракту, пов'язаних з порушенням травлення, а також як полівітамінний засіб для профілактики гіпо-, авітамінозів.

Властивості ірги і можливість використання її у оздоровчому харчуванні досліджується, як вітчизніними так і закордонними науковцями, відомі технології антоціанових фарбників, безглютенового хліба, напоїв, мармеладу із використанням ірги. [5, 6, 7].

Співробітники ЛПЕТ спільно із вченими ХДУХТ досліджуючи властивості ірги розробили технологію нового наповнювача у формі пюре. Експериментальним шляхом підтверджено, що ягоди ірги круглолистої (*Amelanchier ovalis*) є джерелом біологічно активних і смакових речовин, оскільки вони містять у своєму складі дубильні речовини, флавоноли, у тому числі антоціани, стерини, аскорбінову кислоту, каротин, органічні кислоти, цукри, мінеральні сполуки, у т.ч. мікроелементи – мідь, свинець і кобальт. Біологічно активні хімічні сполуки якої є фізіологічно цінними для організму людини. Розроблена ними рецептура хлібобулочних виробів, а саме, булочка «Корисна з іргою» з додаванням ірги круглолистої у вигляді наноструктурованого пюре дослідною партією була випущена у промислових умовах, попит споживачів підтвердив доцільність випуску функціональних продуктів у промислових масштабах. [6, 7]

Аналіз стану проблеми показав, що обсяг виробництва функціональних продуктів в Україні, їх якість і асортимент знаходяться не на належному рівні. Практично відсутні дані про вирішення проблеми організації промислового виробництва продуктів та інгредієнтів із ірги, хоча вона є досить цінною сировиною. Недостатня кількість пропозицій інноваційних ресурсозберігаючих технологій перероблення ірги та виробни-

цтва продукції на її основі. Тому необхідно продовжувати роботи з удосконалення технологій перероблення ірги і використання її плодів у харчуванні.

Висновки. Брак знань та відсутність нормативної документації й прикладних досліджень з вивчення біохімічних процесів перероблення ірги є об'єктивною причиною відсутності на ринку сучасних функціональних продуктів на її основі. Подальші наукові дослідження можливості з отримання нових інноваційних продуктів з ірги є перспективними та актуальними.

Література

1. Растительное сырье как источник функциональных пищевых ингредиентов / Пастушкова Е. В., Заворохина Н. В., Вяткин А. В. // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Пищевые и биотехнологии. – 2016. Т. 4. № 4. С. 105 – 113.
2. Исследования физико-химических свойств водных и водно-спиртовых экстрактов ирги и шиповника / Сорокопуд А. Ф., Иванов П. П. // Химия растительного сырья. – 2002 № 2. С. 111 – 116.
3. Васильева С. Б. Товароведная характеристика плодов ирги и продуктов ее переработки: автореф. дис. – Кемерово, 2003. – 24 с.
4. Ягоды – исходное сырье с антиоксидантными свойствами / Макарова Н. В., Дмитриева А. Н., Мусифуллина Э. В., Стрюкова А. Д., Соболев Г. И., Антипенко М. И., Азаров О. И. // Пищевая промышленность. – 2013. № 4. С. 25 – 27.
5. Ягоды ирги как сырье для производства мармелада. / Тесленко Н. Ф., Красина И. Б., Богданов О. А., Фадеева А. А. // Фундаментальные исследования. – 2015. № 8 – 2. С. 333 – 337.
6. Павлишин М. Л. Натуральні барвники для борошняних кондитерських виробів / М. Л. Павлишин / Новітні тенденції у харчових технологіях та якість і безпечність продуктів: Збірник статей II Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Львів, 22 – 23 квітня 2010 р.). – Львів: ЗУКЦ, 2010. – С. 76 – 79.
7. Павлишин М. Л. Дослідження борошняних виробів з нетрадиційної сировини / М. Л. Павлишин // Вісник Львівської комерційної академії. – 2013. – Вип. 13. – С. 38 – 40.

ЗАСТОСУВАННЯ УЛЬТРАЗВУКОВОГО МЕМБРАННОГО МОДУЛЯ ДЛЯ РОЗДІЛЕННЯ РІДКИХ ХАРЧОВИХ СЕРЕДОВИЩ

*Нагурна Н. А., к.т.н., доцент,
кафедри технології бродильних виробництв*

*Осипенкова І. І., к.т.н., доцент
завідувач кафедри технології бродильних виробництв*

*Чепурна О. Л., ст. викладач
кафедри технології бродильних виробництв
Черкаський державний технологічний університет*

Пиво має зберігати не тільки бездоганний смак, але і прозорість (з блиском). Природним шляхом прозорість пива може бути досягнута завдяки освітленню, що відбувається при доброджуванні темних сортів пива (для світлих сортів воно не властиве), і тому пиво освітлюють штучно, тобто його фільтрують або центрифугують. Переважно застосовують фільтрування, тому що в цьому випадку із пива видаляють не тільки зважені часточки мути (високомолекулярні білки у вигляді білкових сполук дубильних речовин і гірких речовин хмелю – хмелеві смоли), але і дріжджі. Штучним освітленням можна також видалити присутні в пиві бактерії, які здатні привести до псування пива. Завдяки фільтруванню покращуються властивості пива – воно стає більш прозорим, а в результаті видалення суспензій біологічної і небіологічної природи підвищують його органолептичні властивості і стійкість [1, 2, 3].

Застосування традиційних методів розділення рідких харчових середовищ (фільтрування, сепарування, декантація) пов'язані з рядом технічних труднощів (застосування витратних матеріалів, зміна органолептичних властивостей отриманого продукту, суттєві енерговитрати). Саме тому все більшої популярності набувають мембранні процеси розділення рідких середовищ, які застосовують в пивоварній, безалкогольній, молочній і інших галузях промисловості [1, 2, 3, 4].

Одна із технологій мембранного розділення – тангенційно-потокоче фільтрування, що дозволяє фільтрувати рідину з

великим вмістом суспензій відразу ж до стерильного рівня без використання будь-яких витратних фільтруючих матеріалів. Іноді тангенційну фільтрацію називають фільтрацією в поперечних потоках, яка набуває все більшої популярності [3, 5]. Проте мембранні процеси розділення рідких харчових середовищ супроводжуються специфічним явищем, так званою концентраційною поляризацією, пов'язаною з утворенням біля поверхні мембрани підвищеної концентрації компоненту, який затримують. З метою забезпечення ефективного проведення процесу і отримання продуктів високої якості був розроблений ультразвуковий мембранний модуль [5]. До його складу входять пористий трубчастий каркас, на внутрішній поверхні якого розташована підкладка з напівпроникливою мембраною. Всередині каркасу розташований очищувальний елемент, встановлений на підшипниках ковзання з метою можливого відновно-поступального руху від п'єзоелемента, з'єданого з ультразвуковим генератором. При цьому очищувальний елемент має вид штоку з виступами куполоподібної або конусоподібної форми. Розроблений ультразвуковий мембранний модуль дозволяє підвищити ефективність розділення харчових середовищ, збільшити силу впливу на примембранний висококонцентрований шар продукту і ступінь турбулізації потоку при підвищенні концентрації сухих речовин в розділеному харчовому середовищі, підвищують його в'язкість.

Ультрафільтрацію можна з успіхом застосовувати при кларифікації мелясних розчинів перед бродінням як в спиртовому, так і в дріжджовому виробництві [1, 6].

Як відомо, колоїди і барвні речовини сприяють інгібуванню дріжджів, знижують їх вихід і якість. Особливу шкоду приносять мікрофлора, яка міститься в мелясі. В неї ідентифікована значна кількість спорових форм мікроорганізмів – переважно представників роду *Bacillus subtilis*, *Bacillus mesentericus*, які відновлюють нітрати в нітрити, що негативно впливають на продуцент мікроміцет *Aspergillus niger*. Знаходять велику кількість кокових кислото-утворюючих бактерій, толерантних до високих температур, а також *Leuconostoc mesenteroides*, із дріжджів – представники роду *Candida* [6].

При ультрафільтрації через мембрану УАМ – 150 знижується оптична густина розчину меляси концентрацією 15 % СР

на 17 – 19 %, вміст сухих речовин на 3 % (за рахунок нецукрів), а кількість цукрози і редукуючих речовин практично не змінюється, доброякісність меляси збільшується на 1,7 од.

За даними Д. А. Кольмана [6] хороший ефект досягається при видаленні неорганічних солей і продуктів термічного розпаду цукрів меляси через порожнисті волокна методом протитечійної дифузії в парове середовище. Зброджуючи знесолену мелясу, можна інтенсифікувати утворення спирту з 2,0 до 4,1 г/дм³. год, при цьому термін бродіння знижується з 30 до 18 год.

Література

1. Інноваційні технології продуктів бродіння виноробства: підручник для студентів вищих навчальних закладів / С. В. Іванов, В. А. Домарецький, В. Л. Прибильський [та ін.] // Під ред. проф. С. В. Іванова. – К.: НУХТ, 2012. – 487 с.

2. Ludwig Narziß. Abriß der Bierbrauerei. Л. Нарцисс. Краткий курс пивоварення / Л. Нарцисс; при участі В. Бака; пер. с нем. А. А. Куреленкова. – СПб.: Профессия, 2007. – 640 с.

3. Бэмфорд, Ч. Новое в пивоварении / Ч. Бэмфорд; пер. с англ. И. С. Горожанкиной, Е. С. Боровиковой. – СПб.: Профессия, 2007.

4. Федоренко Б. Н. Пивоваренная инженерия / Б. Н. Федоренко. – СПб.: Профессия, 2009.

5. Разработка ультразвукового мембранного модуля для разделения жидких пищевых сред. / д-р техн. наук, профессор И. П. Крепчов; канд. техн. наук, доцент С. В. Шахов; канд. техн. наук, А. И. Потапов [и др.] // Хранение и переработка сельхозсырья, № 4, 2012, с. 62.

6. Технология спирта / В. Л. Яровенко, В. А. Маринченко, В. А. Смирнов и др.; Под ред. проф. В. Л. Яровенко. – М.: Колос, «Колос-Пресс», 2002, 464 с.

УДК 378.147

ДИСТАНЦІЙНЕ НАВЧАННЯ ЯК ПЕДАГОГІЧНА ТЕХНОЛОГІЯ У ФАХОВІЙ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ІНЖЕНЕРІВ-ТЕХНОЛОГІВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

*Осипенкова І. І., к.т.н. доцент,
завідувач кафедри технології бродильних виробництв,*

*Чепурна О. Л., ст. викладач,
кафедри технології бродильних виробництв*

*Нагурна Н. А., к.т.н. доцент
кафедри технології бродильних виробництв
Черкаський державний технологічний університет*

Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору вимагає від педагогічної науки впровадження інноваційних технологій і розробки нових методів навчання.

Для досягнення зазначених результатів необхідно розвивати дистанційну форму освіти, яка відіграє суттєву роль у розвитку інформаційного суспільства і подальшій модернізації неперервної освіти.

Дистанційне навчання як педагогічна технологія – технологія опосередкованого активного спілкування викладачів зі студентами з використанням кращих традицій та інноваційних форм навчання, що базується на комп'ютерних і телекомунікаційних технологіях [3].

Педагогічна технологія виступає як педагогічна система у якій використання засобів навчання підвищує ефективність навчального процесу.

Дистанційне навчання як педагогічна технологія, з одного боку, відображає сутність особистісно-зорієнтованого підходу, а, з іншого боку – сприяє формуванню критичного та творчого мислення особистості.

Для педагогічної технології характерним є системний підхід, врахування досягнень не тільки педагогічної науки, а й суміжних з нею наук – психологія, теорії управління і менеджменту, інформатики, соціології.

Характерні риси дистанційного навчання: гнучкість, модульність, паралельність, економічність, технологічність, соціальна рівність, інтернаціональність, нова роль викладача, позитивний вплив на студента, спеціалізований контроль якості освіти.

До переваг дистанційного навчання для студентів можна віднести:

- відсутність жорстких рамок і вимог присутності на заняттях тих, хто навчається;
- самостійна організація часу, призначеного на навчання;
- можливість навчання у будь-який час і в будь-якому місці;
- необмежений доступ до навчальних матеріалів і освітніх сервісів;
- використання сучасних засобів комунікації з викладачами;
- відсутність витрат на транспорт і проживання [1].

Дистанційне навчання надає можливість навчатися у будь-який час та у будь-якому місці. У сучасному світі таке навчання здійснюється за допомогою таких технологій, як Інтернет, e-mail, телефонний і факсимільний зв'язок, відеоконференції, можливе також традиційне пере-силання навчальних матеріалів поштою (друкованих, аудіо-, відео- й електронних навчальних матеріалів). Головною метою використання дистанційного навчання в харчових університетах є забезпечення майбутніх інженерів доступом до електронних освітніх ресурсів шляхом використання сучасних інформаційних технологій та телекомунікаційних мереж. Дистанційне навчання в харчових університетах розкриває можливості позитивного впливу на розв'язування таких проблем при підготовці майбутніх інженерів:

- підвищення рівня якості освіти майбутніх інженерів у харчових університетах;
- реалізація потреб майбутніх інженерів у освітніх послугах;
- підвищення професійної мобільності та активності майбутніх фахівців;
- формування єдиного освітнього простору в рамках харчової освіти;
- індивідуалізація навчання при масовості харчової освіти.

Технології дистанційного навчання складаються з педагогічних та інформаційних технологій дистанційного навчання [1].

Педагогічні технології дистанційного навчання – це технології опосередкованого активного спілкування викладачів зі студентами з використанням телекомунікаційного зв'язку та методології індивідуальної роботи студентів з структурованим навчальним матеріалом, представленим у електронному вигляді. Інформаційні технології дистанційного навчання – це технології створення, передачі і збереження навчальних матеріалів, організації та супроводу навчального процесу дистанційного навчання за допомогою телекомунікаційного зв'язку [2]. Впроваджуючи технології дистанційного навчання у фахову підготовку майбутніх інженерів в харчових університетах, слід врахувати, що вони відрізняються:

- за формою представлення навчальних матеріалів;
- за наявністю посередника у системі навчання за ступенем використання телекомунікацій та персональних комп'ютерів;
- за технологіями організації контролю навчального процесу майбутніх інженерів;
- за ступенем застосування в технології навчання звичайних методів ведення навчального процесу;
- за методами ідентифікації майбутніх інженерів під час складання іспитів.

Висновок.

1. Дистанційне навчання входить в XXI століття як найбільш перспективна, синтетична, гуманістична, інтегральна форма одержання освіти.

2. Дистанційне навчання як педагогічна технологія – це систематичний засіб планування, застосування та оцінювання всього процесу навчання та засвоєння знань шляхом врахування людських і технічних ресурсів та взаємодії між ними для досягнення більш ефективної форми освіти.

Література

1. Бацуровська І. Шляхи впровадження технології дистанційного навчання у фахову підготовку майбутніх інженерів в аграрних університетах: Наукові записки / серія: Педагогіка. – 2011. – № 1. С. 64 – 69.

2. Концепція розвитку дистанційної освіти в Україні. [Електронний ресурс]. Режим доступу <http://194.44.29.29/Files/PublicItems/FldDoc/7/Distance.doc>

3. Кухаренко В. М. та ін. Дистанційне навчання: умови застосування. Дистанційний курс: Навчальний посібник. 3-те вид./ Харків : НТУ «ХПІ», «Торсінг», 2002. – 320 с.

УДК 378.147:004.738.6

СПІЛКУВАННЯ В ГЛОБАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В ДИСТАНЦІЙНОМУ НАВЧАННІ МАЙБУТНІХ ТЕХНОЛОГІВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

*Осипенкова І. І., к.т.н. доцент,
завідувач кафедри технології бродильних виробництв,
Чепурна О. Л., ст. викладач
кафедри технології бродильних виробництв,
Нагурна Н. А., к.т.н. доцент
кафедри технології бродильних виробництв
Черкаський державний технологічний університет*

Створення комп'ютерних мереж надало людству абсолютно новий спосіб спілкування. Новітні досягнення в технології передачі даних з урахуванням останніх винаходів в області мультмедіа відкривають необмежені можливості з обробки та передачі масиву даних практично в будь-яку точку земної кулі.

Нинішнє суспільство називають інформаційним, в якому головним продуктом виробництвом є інформація та знання.

Особлива роль нині відводиться глобальній мережі Інтернет – засобу розповсюдження інформації, середовища співпраці та спілкування людей, що є найбільшою та популярною комп'ютерною мережею, яка відкриває широкі можливості ефективного її використання в світі.

Мережа Інтернет є джерелом різноманітної інформації. Корисними є Інтернет-ресурси, які використовують для одержання освіти, вибору професії та сфери діяльності, постійного підвищення фахових знань, кваліфікації та ін.

Нині найбільшого розвитку з використанням Інтернет – технологій набуло дистанційне навчання – спосіб реалізації процесу

навчання, який здійснюється на відстані без особистого контакту між викладачами та студентами.

Глобальні мережі зв'язку надають широкі можливості в дистанційному навчанні:

- оперативну передачу інформації на різні відстані;
- інтерактивність і оперативність зворотного зв'язку;
- доступ до різноманітних джерел інформації;
- організацію спільних телекомунікаційних проєктів.

Позитивна можливість сучасних Internet-технологій – можливість використовувати унікальні експериментальні ресурси.

Як про перспективу недалекого майбутнього можна говорити і про «віртуальні» онлайн-лабораторії, в яких студенти – технологи будуть проводити експерименти на обладнанні, яке розташоване на харчовому підприємстві.

Ще одна можливість, яку успішно використовують викладачі – розвиток та заохочення творчого потенціалу студентів. Публікації в Internet кращих дипломів і курсових, гіпертекстових рефератів не тільки дадуть можливість студентам виконати міні-дослідження, а й допоможуть викладачу формувати банк матеріалів з курсу, що вивчається.

На базі мережевих технологій виник абсолютно новий вид навчальних матеріалів: Internet-підручник. Область застосування Internet-підручників велика: звичайне та дистанційне навчання, самостійна робота.

Дуже цінно, що доступ до Internet-підручника можливий з будь-якої машини, підключеної до мережі Internet, що дозволяє за наявності інтересу з боку користувачів спробувати освоїти будь-який курс дистанційного навчання.

Отже дистанційне навчання все більш упевнено заявляє про себе, оскільки Internet надає унікальні можливості у вигляді послуг та інформаційних освітніх ресурсів для різних типів освітніх закладів, окремих користувачів, для всієї системи неперервної освіти.

Internet має не тільки величезний невичерпний масив освітньої інформації, а й виступає як засіб, інструмент для її пошуку, переробки, представлення. Він є джерелом активної інтелектуальної та комунікативної діяльності людини, яка має необмежені можливості для одержання знань, умінь, навичок. Освітні

Веб-сайти стали важливим елементом ІКТ навчання, набули актуальності питання ознайомлення викладачів, методистів з дидактичними можливостями мережі, з можливостями, які надають такі сайти для освіти і виховання. Тому важливим є класифікація Інтернет-ресурсів. Найбільш удаюю є класифікація освітніх Інтернет-ресурсів за такими ознаками:

- для самостійної роботи студентів;
- з метою підготовки викладача до занять;
- для самоосвіти педагогів;
- з метою організації практичної роботи на занятті;
- для організації позаурочної роботи з дисципліни.

Нині активно розробляється методика і форми використання Інтернет-ресурсів у навчальному процесі.

Література

1. Гиркин И. В. Новые подходы к организации учебного процесса с использованием современных компьютерных технологий // Информационные технологии. – 1998. – № 6. – С. 44 – 47.
2. Евреинов Э. В., Каймин В. А. Информатика и дистанционное образование. – М. : «ВАК», 1998. – 88 с.
3. Околесов О. П. Системный подход к построению электронного курса для дистанционного обучения // Педагогика. – 1999. – № 6. – С. 50 – 56.

УДК 637.2

САМООРГАНИЗАЦИЯ НАНОСТРУКТУРЫ СЛИВОЧНОГО МАСЛА С ПЕКТИНОМ

*Унрод В. И., доцент кафедры
химической технологии и водоподготовки,
Черкасский государственный технологический университет*

Наиболее актуальной социальной задачей является разработка отечественных технологий пи щевых продуктов функционального назначения, направленных на защиту и сохранение здоровья населения Украины.

На основании научных исследований впервые разработаны функциональные виды сливочного масла с добавками из растительного сырья. В данной работе изложены результаты исследований формирования и самоорганизации микро- и наноструктуры сливочного масла с яблочным пектином, проведенные методом электронной сканирующей микроскопии. Для более глубокого понимания влияния пектина на структуру масла изучена микроструктура его водного раствора. Установлено, что микроструктура раствора пектина состоит из высокомолекулярных агрегатов, имеющих трехмерную сетчатую структуру, сформированную из разных надмолекулярных структур: нитчатой, фибриллярной и сетчатой. Электронно-микроскопические исследования показали, что в сливочном масле с пектином по сравнению с маслом без добавки размеры структурных элементов меньше в 5 – 25 раз и находятся в наноразмерном диапазоне, в том числе 1 – 100 нм. Механизм измельчения элементов структуры основан на явление, открытого эффекта П. Ребиндера. Пектин, обладающий свойствами ПАВ, понижает прочность структуры элементов, образуются микро- и нанотрещины, формируется новая фаза. Выявлено, что внесение пектина предотвращает формирование порока сливочного масла – слоистой структуры и крошливой консистенции; способствует формированию пектино-липидных аморфно-кристаллических оболочек на поверхности жировых шариков, кристаллических агрегатов и наноблоков, соответственно увеличивается число и размеры жировых шариков; возрастает дисперсность водной фазы на микро- и нано- уровне, тормозится коалесценция капель влаги, одновременно изменяется архитектура и морфология элементов наноструктуры сливочного масла. В процессе самоорганизации структуры масла при маслообразовании и хранении при 5°C формируются кристаллические агрегаты и наноблоки, имеющие трехмерную многогранную, сферическую и цилиндрическую форму. Поверхность их оболочек состоит из наноэлементов разного типа: многогранных нанокристаллов, нанобугорков и многогранных ячеек с нанокляпями водной фазы на границах раздела. Наноструктура поверхности жировых шариков состоит из пластинчатых многогранных нанокристаллов преимущественно ромбической формы с размерами сторон 8 – 10 нм, а также из нанобугорков $d \sim 20 - 60$ нм с нанокляпями водной фазы на верши-

не. В процессе хранения при -18°C в меж глобулярной области формируются кристаллические глицеридные и пектино-липидные слои, которые по форме и наноструктуре относятся к жидкокристаллической системе со структурной организацией смектических фаз. Особенности микро- и наноструктуры масла с пектином можно объяснить наличием межмолекулярных связей его компонентов из сетчатой структурой трехмерных агрегатов, образующихся в структуре раствора пектина в водной фазе масла. Установлено, что на формирование наноструктуры сливочного масла, архитектуру и морфологию ее наноэлементов влияет природа и свойства внесенной добавки. Результаты исследований показали перспективность использования пектина для управления наноструктурой и функциональными характеристиками сливочного масла и создания нанотехнологий функциональных продуктов с возможностью регулирования комплекса свойств пищевого продукта.

Литература

1. L. Palmquist Donald, Spec. Circ. Ohio State Univ. Department of Ohio Arg. Res. and Dev. Cant., No. 182: 21 (2001).
2. Jr. Poole and F. Owens, Introduction to Nanotechnology (Wiley-Interscience: 2003).
3. Т. О. Рашевська, Молочна промисловість, № 3: 48 (2008).

УДК 641.87:338.488.2

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ТЕХНОЛОГІЇ НАПОЇВ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

*Бишовець Л. Г., старший викладач
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Черкаський державний технологічний університет*

Сучасною медичною наукою встановлено, що порушення структури харчування – головний фактор, який завдає неправої, набагато більшої, ніж екологічна забрудненість, шкоди

нашому здоров'ю. Згідно з останніми даними фахівців, для повного задоволення життєвих потреб їжа людини повинна містити 600 груп макро- і мікронутрієнтів, які включають понад 20 тис. різноманітних сполук рослинного, тваринного і мікробного походження. Нині людина зі звичною змішаною дієтою не отримує й половини необхідних нутрієнтів.

З метою ліквідації дефіциту харчових компонентів, з 80-их років ХХ ст. основні зусилля фахівців в галузі здорового харчування були спрямовані на виробництво різноманітних біологічно активних добавок до їжі. Стратегічним напрямом розвитку харчової промисловості в ХХІ столітті стало виробництво продуктів харчування функціонального призначення, які одержують за інноваційними технологіями, направленими на поліпшення якісної адекватності харчових раціонів, тобто на забезпечення відповідності їх хімічного складу фізіологічним потребам організму людини.

Важлива складова загальної схеми харчування – це напої. Вони визнані найперспективнішою харчовою системою для збагачення організму людини такими мікронутрієнтами, як вітаміни, мінеральні речовини, антиоксиданти, органічні кислоти та інші біологічно активні речовини, недостатність яких призводить до порушення імунного статусу, зниження резистентності до інфекцій та підвищення ризику виникнення захворювань для населення нинішньої цивілізації.

Функціональні напої умовно розділяють на фармацевтичні, нейроцевтичні, енергетичні або адаптогенні й напої, які сприяють доброму самопочуттю.

Науковцями розробляються технології виготовлення напоїв на основі молочних сумішей з використанням наноструктурованого пюре із гарбуза, лимонів і апельсинів із цедрою, яблук, а також екстракти із календули, полині лимонної, коріандру, меліси, душиці, чебрецю та ін.

Ведеться також робота над розробкою технології функціональних напоїв на основі фруктових соків і пряно-ароматичної рослинної сировини: квітів бузини, липи, меліси лимонної, м'яги пальцевої тощо. Як свідчать багаточисленні літературні джерела, наявність в рослинах комплексу біологічно активних сполук в їхньому природному співвідношенні сприяє нормалізації

обміну речовин, посилює виведення з організму токсичних метаболітів, що сповільнює розвиток атеросклерозу і пов'язаних з ним ускладнень, обумовлює антиоксидантну активність тощо.

У технології напоїв загально зміцнювальної дії розробляються збагачувальні суміші, склад яких відповідає фізіологічним потребам організму з урахуванням дефіциту тих чи інших мікронутрієнтів у структурі харчування різних груп дитячого й дорослого населення.

Функціональні властивості напоїв забезпечуються екстрактивними речовинами лікарських рослин, компонентами яблучного соку, аскорбінової кислоти.

Виробляють напої з натуральної сироватки з додаванням смакових, ароматичних і барвних речовин або без них. Залежно від сировини виготовляють напої сироваткові з томатним соком, коріандром, ванільний, кавовий, фруктовий, цитрусовий. Як смакові наповнювачі використовують сиропи, цукор, коріандр, томатний сік, сіль, цикорій розчинний, ваніль, а також ароматизатори й барвники. Напої мають чистий кислосироватковий смак і запах, зеленуватий колір.

Створюються напої із сироватки з лікарськими рослинами. Для цього використовують сироватку, отриману методом ультрафільтрації. Для покращення смаку, запаху, кольору використовують різні композиції із цілющих трав.

Розробляються технології нових ферментованих безалкогольних напоїв з використанням зброджувального компоненту біокультури рисового гриба *Oryzomyces indicus*. Напої характеризуються підвищеною біологічною цінністю і не містять таких екзогенних харчових добавок, як лимонна кислота і консерванту – бензоата натрію.

У технології напоїв профілактичного призначення спостерігається тенденція до використання пророщеного зерна гречки та культурної коноплі.

Розроблені також дієтичні напої і соки з топінамбуру без додавання цукру, що мають гіпоглікемічний ефект, сприяють накопиченню інсуліну в підшлунковій залозі, що є дуже важливим для людей, які страждають на діабет.

Ведеться робота по впровадженню технології сиропів профілактичного призначення на основі яблучного соку, меду, цукру,

лимонна й аскорбінової кислоти, настою ламінарії, трави материнки, плодів глodu, м'яти перцевої, які сприяють корекції функції щитовидної залози.

Запропонована технологічна схема приготування енергетичних напоїв на основі гороху, згідно якої яблучний і моркв'яний сік змішують з борошном гороху або вівса, додають фермент фруктаміл або амілосубтілін.

Створені також напої, на основі чорного та зеленого чаю, що включають яблучний і аличевий соки, екстракти (настої) листків грецького горіха, м'яти, шкірки лимону, які містять велику кількість нутрієнтів, у тому числі цукри, органічні кислоти, вітаміни, мінеральні елементи, ефірні олії фруктів і пряно-ароматичних рослин.

Розробляються функціональні напої з окси- і антиоксидантними системами, які збагачені флавоноїдами, в поєднанні з біологічно активною добавкою – дигідрокверцетином, яка виробляється із кореневої системи модрина Сибірської і Даурської.

Розроблені рецептури і технології інстантних гранульованих фруктово-ягідних киселів і функціональних напоїв з використанням плодів червоної горобини, які проявляють лікувальні властивості, і містять значну кількість біологічно-активних речовин.

Таким чином, вітчизняний ринок напоїв функціонального призначення базується на вдосконаленні існуючих технологій та на використанні нетрадиційної сировини рослинного і тваринного походження. Також перспективними напрямками в даній галузі є збагачення напоїв екстрактами та витяжками з лікарських трав.

Література

1. Наукове обґрунтування технології функціональних напоїв на основі пряно-ароматичних рослин [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.harchovyk.com/ru/content/detail/13>.

2. Сирохман І. В. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення: навч. пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / І. В. Сирохман, В. М. Завгородня. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 544 с.

3. Тонізуючі протеїнові напої для оздоровчого харчування на основі молочної сироватки та наноструктурованого плодоовочевого пюре / Р. Ю. Павлюк, В. В. Погарська, А. А. Берестова, Т. С. Абрамова УДК637.34:664.87:635.62.002.33:678.048

ВПЛИВ ТЕМПЕРАТУРИ СУШІННЯ ЗЕРНА ПШЕНИЦІ НА ЙОГО ФІЗИКО-ХІМІЧНІ ПОКАЗНИКИ

*Андронович Г. М., викладач кафедри
технології бродильних виробництв
Черкаський державний технологічний університет*

У всі часи зберігання зерна і всього іншого вирощеного врожаю було однією з найбільш важливих завдань держави. Продукти харчування, які виробляються з злакових рослин (хліб, макаронні вироби, крупа і ін.) являють собою складову частину їжі всіх людей.

Зернове виробництво в нашій країні є сезонним, тому існує необхідність правильного зберігання запасів зернових культур для їх подальшого використання протягом року і більш тривалого часу використання їх на різні потреби.

Прогресивні в технологічному і економічному відношеннях способи приймання, обробки, зберігання та переробки зерна забезпечують зниження втрат, сприяють збереження і поліпшення його якості і дозволяють ефективніше використовувати цей найважливіший продукт харчування.

На досвіді, сформованому протягом багатьох століть, видно, що збереження зернових запасів людиною – справа не проста. При неправильному зберіганні значна частина зерна гине, яка не використовується для задоволення потреб людей.

Однією з головних етапів в зберіганні зерна є його сушіння. Воно дозволяє зберегти зерно якісним на довгий час.

Сушіння має позитивний вплив на вихід і якість продуктів переробки зерна. Зерно сушать для зменшення вологості до межі, яка забезпечує стійкість його в процесі зберігання, для доведення його до посівних кондицій під час заготівлі і постачання на переробку, а також для знищення зернових шкідників. Усі способи сушіння зерна, які поширені в даний час, ґрунтуються на сорбційних властивостях зерна [2].

У процесі сушіння насіння може травмуватися внаслідок механічних ударів і дії температури. Високі температури і різка

зміна високих і низьких температур можуть призводити до мікротравм (особливо внутрішніх тріщин), внаслідок чого не тільки знижуються життєздатність і схожість, а й врожайні якості зерна. Тому дуже важливим є вибір режиму сушіння.

Вибір режиму сушіння напряму залежить від температури сушильного агенту, максимальної температури зерна та тривалості сушіння.

У роботі висвітлено результати досліджень щодо визначення впливу режимів сушіння на якісні показники клейковини пшениці при різних температурах сушіння зерна та вмістологи зерна після сушіння, який впливає на продовольчі властивості зерна та термін його зберігання. Було вивчено динаміку утворення та вмісту клейковини у зерні при тривалому зберіганні та різних температурах сушіння, розглянуто можливість та доцільність використання сорту м'якої озимої пшениці марки «Нива Одеська».

За основну методику проведення дослідження було взято визначення якості клейковини за допомогою відмивання клейковини з борошна, свіже змеленого зерна, з відповідним проведенням попереднього сушіння зерна певною температурою нагрівального носія та за певної тривалості сушіння [4].

Проведено дослідження в трьох варіантах з різними температурами сушіння на протязі 30 хв.: 1 варіант – температура сушильного агенту становить 80 °С; 2 варіант – температура сушильного агенту становить 50 °С; 3 варіант – температура сушильного агенту становить 30 °С.

Результати дослідження занесені до таблиці 1.

Таблиця 1

Характеристика показників якості зерна при різних температурах сушіння

№ п/п	Назва показника якості зерна	Варіант дослідження		
		1	2	3
1	Температура сушіння, °С	80	50	30
2	Тривалість сушіння, хв.	30	30	30
3	Вологість зерна, % не більше	0,15	8,2	10,0
4	Кількість клейковини, % не менше	23,2	26,3	24,3
5	Група якості клейковини	II	I	I

Отже, для поєднання оптимальних показників якості клейковини, продовольчих властивостей та довгострокового зберігання зерна було експериментально визначено, що оптимальна температура нагрівачого носія сушильної агенти повинна становити в межах від 30 до 50 °С при тривалості сушіння 30 хв. в залежності від подальшого використання зерна.

Література

1. М. А. Перегуда, Є. І. Харченко, Технологія борошномельного виробництва: Конспект лекції для студентів за напрямком підготовки 6.051701 «Харчові технології та інженерія» спеціальності «Технологія зберігання та переробки зерна» всіх форм навчання. – К.: НУЧТ, 2011. – 79 с.
2. Технология переработки зерна. Учебник. Под ред. Г. А. Егорова, изд. 2-е. доп. и перераб. – М.: Колос. 1977. – 376 с. 664.71(02)/Т 384.
3. Загальні технології харчової промисловості: Методичні вказівки до виконання лабораторних робіт для студентів напрямку підготовки 6.051701 «Харчові технології та інженерія» денної та заочної форм навчання. Укл. доц. Нагурна Н. А., ст. вик. Чепурда О. Л., ст. вик. Яременко Т. Г.
4. Лабораторний практикум з технології хлібопекарського та макаронного виробництв: навч. посіб. / за ред. В. І. Дробот – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 314 с.

УДК 641.35:338.488.2

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ СИРУ КИСЛОМОЛОЧНОГО ЯК ОСНОВИ ДЛЯ ПРИГОТУВАННЯ СТРАВ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Куракін О. Б., викладач кафедри туризму готельно-ресторанної справи, Черкаський державний технологічний університет

Харчування є одним із найважливіших факторів, що пов'язує людину з навколишнім середовищем. Воно забезпечує організм енергією, необхідною для процесів життєдіяльності. Відновлення клітин і тканин в організмі відбувається за рахунок надходження з їжею пластичних речовин – білків, жирів, вуглеводів,

вітамінів, мінеральних речовин. Крім того, їжа – джерело утворення ферментів, гормонів та інших регуляторів обміну речовин в організмі. Правильне харчування, з урахуванням умов життя, праці, побуту забезпечує сталість внутрішнього середовища організму людини, діяльність різних органів і систем, гармонійний розвиток, високу працездатність.

З розвитком нових технологій і значним розширенням асортименту продукції споживач стає більш прискіпливим не тільки до органолептичних показників продукту, а й до його складу

Сир кисломолочний є незамінним компонентом повноцінного і здорового раціону. Він багатий кальцієм, фосфором, без яких є неможливим повноцінне формування кісткової системи. Він використовується у дитячому і лікувальному харчуванні. Широкий попит на сирну продукцію обумовлений їх високими смаковими якостями і можливістю регулювання хімічного складу продуктів у відповідності до сучасних вимог науки до харчування.

Основними інгредієнтами функціональних молочних продуктів є: пектини, карагинани, камеді, закваски, ферменти, крохмаль, сухі глюкозні сиропи, агар, фосфати, карбокси метил целюлоза, ароматизатори, вітамінні суміші, барвники (натуральні), фруктово-ягідні наповнювачі, концентрати соків, фруктові й овочеві пюре, сухі овочеві й фруктові порошки та шматочки, порошок із ячної шкарлупи, білкову пасту із сої, борошно із бобових, тощо.

Одним із найбільш ефективних шляхів створення продуктів функціонального призначення, у тому числі і в технології сиркових десертів, є використання комплексу факторів, які формують їх дієтичні і лікувально-профілактичні властивості. Такий підхід передбачає зокрема:

– застосування в якості сировини для виробництва сиру знежиреного молока, сколотини, отриманої внаслідок виробництва вершкового масла;

– використання для сквашування суміші асоціацій культур, які складаються із молочних стрептококів і нових видів мікроорганізмів – лактобацил і біфідобактерій з вираженою антагоністичною дією на технічно шкідливу і патогенну мікрофлору і нормалізують мікробіоценоз шлунково-кишкового тракту;

– регулювання мінерального складу готового продукту, шляхом часткової або повної заміни кухонної солі на лікувально-профілактичну.

Перспективним наповнювачем для виготовлення сиркових паст є зернові продукти, що містять в значних кількостях корисні організму людини речовини і виступають в якості джерела полісахаридів, харчових волокон, вітамінів, мінеральних речовин та ін. Вченими розроблена нова технологія сиркових паст з солодовими наповнювачами, а саме продуктами лікувально-профілактичного призначення на основі пророщених, що володіють антиоксидантною, загально зміцнювальною дією.

Ринок десертів також представлений широким асортиментним рядом фабричних ласощів. Новими розробленими технологіями передбачено виготовлення різних за хімічним складом, способом виробництва і формою пакування видів глазурованих виробів. Пропонуються желейні вироби та збиті по типу «пташиного молока», а також заморожені. Аеровані сиркові десерти, сир з додаванням фруктів і карамелей, сирки-суфле. Відносно новими видами сирних продуктів є пудинги молочно-сирні та креми. Вченими розроблено технології пудингів збагачених біологічно активними добавками у яких: масова частка вологи – не більше 65 %; масова частка жиру – не менше 7 %; масова частка білку – не менше 8 %; масова частка сахарози – не менше 12 %.

Використання кріопорошків дозволяє збагатити страви вітамінами, мінеральними речовинами, харчовими волокнами. Завдяки їхньому застосуванню значно поліпшується хімічний склад харчових продуктів та підвищується їх біологічна цінність.

Отже, з вище викладеного можна зробити висновок, що сир кисломолочний є перспективною сировиною для приготування страв функціонального призначення.

Література

1. Кудряшов Л. С. / Стандартизация, метрология и сертификация в пищевой промышленности. – М. : ДеЛиПинт, 2002. – 302 с.
2. Андросова В. Д., Калакура М. М., Юлина А. П., Пересічний М. И. Технология производства продукции общественного питания. – М. : Экономика, 1986.
3. Актуальні проблеми розвитку харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі : всеукраїнська науково-практич-

на конференція молодих учених і студентів, 25 квітня 2012 р. : [тези у 4-х ч.] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. – Харків : ХДУХТ, 2012. – Ч. 1. – 153 с.

4. Тимчук А. В. Білково-рослинна суміш для напівфабрикатів на основі сиру кисломолочного / А. В. Тимчук, О. В. Грек // Продукты&ингредиенты. 2010. – № 1. – С. 38 – 39.

5. Пластифицированные сырные массы с биологически активными добавками / Н. П. Захарова, Т. М. Коновалова, Н. Н. Липатова, И. Кузнецова // сыроделие и маслоделие. – 2005. – № 6. – С. 12 – 13.

6. Сирохман І. В. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення: навч. пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / І. В. Сирохман, В. М. Завгородня. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 544 с.

7. До питання розробки технології сиру кисломолочного підвищеної харчової цінності тривалого терміну зберігання / В. О. Сукманов, О. В. Склярєнко // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Сер. Технічні науки. – 2010. – № 1. – С. 61 – 70.

8. Зобкова З. С. Производство цельномолочных продуктов с использованием бел-ков и жиров растительного и животного происхождения / З. С. Зобкова. – М. : Агропромиздат, 2007. – 39 с.

9. Десертное...молочное...ВКУСНОЕ! Йогурты и творожные десерты / В. Романчук // Молочное дело. – 2010. – № 5. – С. 10 – 11.

УДК:663.8:66.022.3

ГІДРОКОЛОЇДИ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ

*Куриленко Ю. М., викладач кафедри
технології бродильних виробництв
Черкаський державний технологічний університет*

Напої, виготовлені з використанням рослинної сировини, займають лідируючу позицію в сучасній моделі їх споживання. В раціоні харчування сучасної людини значна роль відводиться напоям з натуральної рослинної сировини (овочів, фруктів, ягід, зернових культур). Це, в першу чергу, пов'язано з харчовою і фізіологічною цінністю даного продукту. Напої з рослинної сировини є допоміжними джерелами вуглеводів, органічних кислот, мінеральних речовин, вітамінів та інших біологічно активних речовин.

В цілому, напій, виготовлений з природної сировини, являє собою складну багатокомпонентну полідисперсну систему. Значна доля речовин напою, що обумовлюють його характерні особливості (смак, прозорість), знаходиться в колоїдному стані. При зберіганні під дією різних факторів відбувається порушення фізико-хімічної рівноваги колоїдної системи напою, і в ньому утворюються помутніння. Здатність напоїв не змінювати зовнішній вигляд, смако-ароматичні властивості, фізико-хімічні та мікробіологічні показники називається стійкістю.

Технологічні прийоми, у тому числі і використання допоміжних матеріалів, направленні на видалення надлишкової кількості компонентів, які викликають помутніння, дозволяють покращити процеси освітлення і підвищити термін зберігання та прозорість напоїв. Обробка сировини, напівфабрикатів і готових виробів різними стабілізуючими засобами являється одним з актуальних напрямків вирішення проблеми підвищення стійкості напоїв. Стабілізуючі засоби (СЗ) це способи або матеріал, застосування яких при обробці сировини, напівфабрикатів або готових виробів сприяють усуненню причин виникнення помутніння напоїв, і, як наслідок, рівноважної колоїдної системи напою.

Допоміжні засоби, які застосовують в технологіях напоїв для збереження рівноважної колоїдної системи напоїв, достатньо різноманітні і відрізняються багатьма характеристиками.

Процеси окислення в технологіях напоїв з натуральної сировини відіграють значну роль у формуванні органолептичних показників і стійкості виробів. Так, дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених в області вивчення процесів біохімічних перетворень при виготовленні червоних та спеціальних вин показують, що мікроокислення позитивно впливає на процес формування складних смакових характеристик і старіння вина [1 – 4].

Для усунення помутніння, пов'язаних з шкідливим впливом кисню, в технологіях напоїв застосовують антиоксиданти. У виробництві напоїв застосовують натуральні і штучні антиокислювачі. До натуральних антиокислювачів відносять аскорбінову і ізоаскорбінову кислоту, аскорбати, токофероли, рутин, кверцитин та інші.

Широке розповсюдження отримали адсорбційні способи стабілізації напоїв. В основі цих способів освітлення лежать процеси адсорбції колоїдних речовин на поверхні освітлюючі матеріалів

або нейтралізації електричних зарядів колоїдів напоїв шляхом внесення речовин з протилежним зарядом. Для цієї цілі застосовують матеріали органічного і неорганічного походження (кізельгур, бентоніт та ін.).

Для підвищення колоїдної стійкості ягідних соків і вин застосовують також цеоліти [5, 6]. Цеоліт, так же як і кізельгур, має велику кількість дрібних пор, і видалення компонентів помутніння відбувається за рахунок сорбції.

Широке застосування серед стабілізуючих засобів займають натуральні і синтетичні флокулянти. Флокулянти – це водорозчинні високомолекулярні з'єднання, які при введенні в дисперсні системи хімічно зв'язуються з поверхнею частинок дисперсної фази, об'єднують частинки в агломерати, сприяючи їх швидкому осадженню. Із натуральних флокулянтів широко застосовується желатин.

В останні роки стає популярним використання в харчовій промисловості гідроколоїдів. Не дивлячись на їх дуже малу концентрацію, вони надають сильний вплив на фізико-хімічні і органолептичні властивості харчових продуктів [7, 8, 9].

Одним з перспективних на сьогодні гідроколоїдів в харчовій промисловості є хітозан [9 – 11]. Основним джерелом хітозану є хітин. У природному стані він знаходиться в панцирах морських крабів, креветок, раків, а також клітинних тканинах деяких грибів, в зовнішньому скелеті зоопланктону, включаючи корали і медуз. За своєю хімічною структурою хітозан відноситься до полісахаридів (рис. 1).

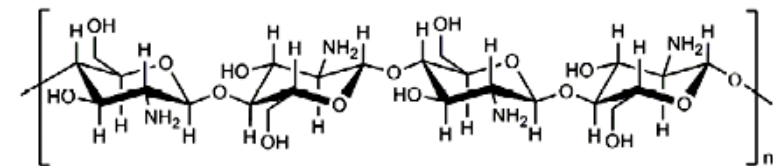


Рис. 1 Хімічна структура молекули хітозану

Хітозан погано розчиняється у воді, так як зв'язки між молекулами хітозану більш міцні, ніж між молекулами хітозану і води. Проте він добре розчиняється в кислотах, наприклад, таких як лимонна, оцтова, щавлева, а також здатен утримувати в своїй структурі розчинник і розчинені в ньому речовини. Тому кращі сорбуючі властивості хітозан має в розчиненому стані, ніж в нерозчинному.

Видалення надлишку поліфенольних і пектинових компонентів, за допомогою хітозану можна пояснити хімічною структурою гідроклоїду. В молекулі хітозану присутня велика кількість вільних аміногруп, що визначає його властивість зв'язувати іони водню і набувати надлишковий позитивний заряд. Тому хітозан діє як активний катіоніт і ефективно виводить із реакційного середовища поліфенольні, пектинові речовини, які несуть на собі в основному негативний заряд. Це також пояснює здатність хітозану зв'язувати і міцно утримувати іони різних металів.

В даний час проводяться дослідження по можливості застосування хітозану в індустрії напоїв для регулювання якісного складу з ціллю підвищення стійкості готового напою.

Література

1. Gomez-Plaza, E. A review on micro-oxygenation of red wines: claims, benefits and the underlying chemistry / E. Gomez-Plaza, M. Cano-Lopez // Food Chemistry. – 2011. – № 3. – P. 1131 – 1140.
2. Oxidation mechanisms occurring in wines / C. M. Oliveira, A. C. Ferreira, V. De Freitas, M. S. Silva Artur // Food Res. Int. – 2011. – № 5. – P. 1115 – 1126.
3. Меледина, Т. В. Сырые и вспомогательные материалы в пивоварении / Т. В. Меледина. – СПб.: Профессия, 2003. – 304 с.
4. Сарафанова Л. А. Применение пищевых добавок в индустрии напитков / Л. А. Сарафанова. – СПб.: Профессия, 2007. – 240 с.
5. Влияние различных технологических способов и оклеивающих материалов на коллоидную стабильность вина / Ш. И Шатиршвили, М. Р. Махарорблидзе, Х. Ш. Чхиквадзе, Б. С. Церетели // Известия аграрной науки. – 2011. – № 3. – С. 94 – 96.
6. Пат 2195146 Российская Федерация МПК A23L2/00 (2006.01), A23L2/70 (2006.01), C12H1/04 (2006.01). Способ осветления облепихового сока / Золотарева А. М. (RU), Чебунина Е. И., Чиркина Т. Ф., Мангутова Е. В.; заявитель и патентообладатель Восточно-Сибирский государственный технологический университет. – №99116287/13; заявл. 27.07.99. Опубл. 27.12.02.
7. Справочник по гидроколлоидам / Г. О. Филипс П. А. Вильямс (ред) А. А. Кочетковой и Л. А. Сарафановой. С,Пб.: ГИОРД, 2006. – 536 с.

8. Скрябин К. Г. Хитин и хитозан: получение, свойства, применение / К. Г. Скрябин, Г. А. Вихорева, В. П. Варламов. – М.: Наука. – 2000.

9. Сергеева И. Ю. Оценка влияния хитозана на удаление биополимерных компонентов помутнений напитков / И. Ю. Сергеева, А. В. Шафрай, В. А. Помозова // Пиво и напитки. – 2013. – № 3. – С. 28 – 30.

10. Унрод В. И., Солодовник Т. В., Куриленко Ю. М., Бененко С. П., Омельчук С. В. Перспективы застосування захисно-стимулюючих сумішей на основі амінополісахаридів в сільському господарстві // Вісник ЧДТУ. – 2011. – № 2. – С. 172 – 175.

11. Т. В. Солодовник, Ю. М. Куриленко «Плівки на основі хітозану: одержання, властивості, модифікація та використання» // Вопросы химии и химической технологи. – Дніпропетровськ – № 4. – 2012. – С. 65 – 82.

УДК 658.1:663.4

ТЕНДЕНЦІЇ ПИВОВАРНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

*Омельчук С. В., викладач кафедри технології бродильних виробництв
Куриленко Ю. М., викладач кафедри технології бродильних виробництв*

Черкаський державний технологічний університет

Незважаючи на досить сприятливі умови, український ринок пива зберігає незмінний обсяг в натуральному вираженні. Втім, в грошовому обсязі ринок продовжує швидко рости за рахунок збільшення відпускних цін виробників. На тлі підвищення роздрібно-вартості пива, відбувається все більш глибоке розшарування ринку на преміальний і економічний сегменти. Цією тенденцією скористалися два нових альянси, утворених за участю міжнародних компаній, які збільшують свою частку за рахунок великих виробників. Їх експансія, а також реакція лідерів ринку на зниження темпів продажу, виразилися в появі безлічі нових брендів, які швидко набирають ринкову вагу.

Українці досить лояльно ставляться до пива. Наприклад, торік в Україні в середньому споживання напою на душу населення складало 59 літрів. У порівнянні з нашими західними і східними сусідами,

пивна культура в державі ще розвивається, адже, наприклад, у Чехії випивають 137 літрів на рік, у Німеччині – 105, а в Росії – 72 літра.

Як зазначають фахівці, для ринку хмільного напою характерні чітко виражені сезонні коливання попиту та природні умови, наприклад, перепад температури на один градус призводить до зміни продажу в середньому на 4,5 %. Цікаво, що Євро – 2012 не стало суттєвим стимулом для зростання обсягу продажу пива. В подальшому, учасники ринку прогнозують можливе подорожчання пива на 15 %. Тенденції виробництва пива в Україні з 2010 по 2015 рік наведені на рисунку 1.

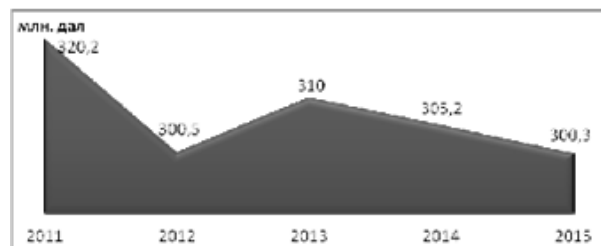


Рис. 1 Виробництва пива в Україні в млн. дал.

Виробництво хмільного напою за 6 місяців 2015 року становило 154,1 млн декалітрів (дал.). За інформацією Державної служби статистики, у січні-травні 2015 року держава експортувала 11,25 млн. дал. пива, що на 9 % більше, ніж за аналогічний період минулого року. Експорт в грошовому співвідношенні зріс на 8,6 %. Імпорт пива в Україну за вказаний період збільшився на 35,7 % – до 1,73 млн дал, в грошовому вираженні на 48,3 %. Основними покупцями українського пива в січні-травні були Росія, Білорусь і Молдова, а постачальниками – Росія, Бельгія, Німеччина та Чехія.

Для українського ринку пива характерні чітко виражені сезонні коливання попиту. Традиційно пивний сезон починається з квітня і продовжується до вересня, а найбільший пік споживання припадає на травень-липень: у цей період реалізується майже 56 % річного об'єму продажу.

Також можна провести сегментацію по перевагах споживачів пива в залежності від розливу в певну тару. Адже відомо, що одне й те ж саме пиво, яке розлите у різну тару, відрізняється за своїми органолептичними властивостями. За останні 6 років змінилась ситуація щодо частки ринку тари, що зображено на рисунку 2.

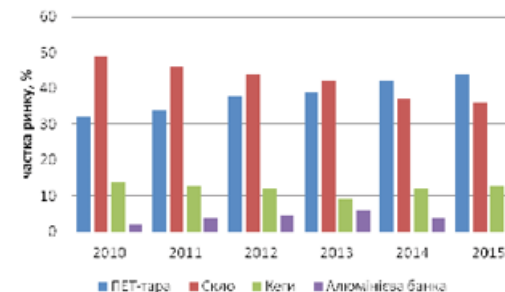


Рис. 2 Тенденції споживання пива

Роздрібна ціна пива буде залежати від акцизної політики уряду і вартості сировини. Коливання вартості сировини навряд чи негативно вплине на динаміку цін, оскільки обсяги виробництва солоду станом на липень 2015 збереглися приблизно на колишньому рівні. У той же час, зростання акцизів, що випереджає темпи інфляції, – цілком реальна перспектива.

Таким чином, в результаті аналізу стану ринку пива України, можна сказати, що пивоварна галузь розвивається досить непогано з точки зору грошової політики, але з точки зору кількісного співвідношення пива, що виробляється, потребує вдосконалення та підтримки.

Література

1. Рынок пива Украины [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pivnoe-delo.info>.
2. Кунце, В. Технология солода и пива / В. Кунце – 3-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Профессия, 2009. – 1064 с.
3. В Україні знову подорожчає пиво [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrpivo.com>.

ШУНГІТ – СОРБЕНТ ДЛЯ ОЧИЩЕННЯ ВОДНО-СПИРТОВОГО РОЗЧИНУ ВІД МЕТАНОЛУ

Турчун О. В., викладач

Черкаський державний технологічний університет

На сьогодні в умовах недосконалої конкуренції для зниження собівартості продукції спиртові заводи часто переробляють низькоякісне фуражне зерно, яке непридатне для переробки в інших галузях харчової промисловості. При цьому частина токсичних речовин, адсорбованих зерном, не руйнується при водно-тепловій обробці, а переходить у сусло, що погіршує якість спирту. Алкогольні напої із такого спирту по своїй якості не завжди задовольняють вимоги споживача [2].

Згідно з діючим технологічним регламентом [3] на виробництво горілок і лікєро-горілочаних напоїв обробку сортівки здійснюють у динамічних умовах через вугільну колонку.

Недоліком активного вугілля, як промислового адсорбенту, є його горючість та дороговизна. Такий стан речей став передумовою для пошуків дешевих та ефективних матеріалів, які б технологічно і економічно задовольняли б вимоги, що пред'являються до адсорбентів лікєро-горілочаної галузі.

Одним із таких сорбентів є природний мінерал – шунгіт.

Шунгітові породи є природними композиційними матеріалами, склад яких різний по вмісту вуглеводу, мінеральним компонентах, та їхній структурі. Як правило в кожній шунгітовій породі міститься багатокомпонентний по своїй структурі вуглевод (шунгіт), що тісно поєднаний із зовнішніми (локально-геологічні) та внутрішніми (вуглевод-мінеральним кристалогенезом) факторами. Для вуглеводу характерно присутність глобул – фулереноподібних сполук, які містять пакети плавно вигнутих вуглеводних шарів, які захвачують нанопори [1].

Шунгітові породи включають в своєму складі не тільки вуглевод, але й великий спектр макро– і мікроелементів [1].

Шунгіт володіє високою активністю в окисно-відновних процесах, сорбційними і каталітичними властивостями і зна-

ходиться в тісному контакті з силікатами, що входять до його складу.

В лабораторних умовах було спроектовано установку за допомогою якої аналізували зміну концентрації метилового спирту у водно-спиртових розчинах концентраціями 40 та 50 % об. Метилловий спирт одна з токсичних домішок спирту, що небезпечна для здоров'я людини.

Установка для проведення дослідження складалась з адсорбційної колонки, в яку засипали адсорбент у кількості 230 г. Шунгіт попередньо просушували при температурі 110 – 120°C на протязі 12 год. З напірної ємкості сортівку відповідної концентрації (40 та 50 % об.) подавали у адсорбційну колонку з відповідною швидкістю, яку регулювали за допомогою регулюючого вентиля, забезпечуючи тривалість контакту фаз сортівка-шунгіт – 5, 10, 15, 25, 30, 60, 170 хв.

Зміну концентрації метилового спирту досліджували хроматографічним методом за допомогою хроматографа Agilent HP-6890. Метод ґрунтується на газохроматографічному розділенні мікрокомпонентів у дослідній пробі і наступному їх детектуванні полум'яно-іонізаційним детектором. Вимірювання виконувалось за методом абсолютного градування.

Отримані дані зображено на рисунку 1.

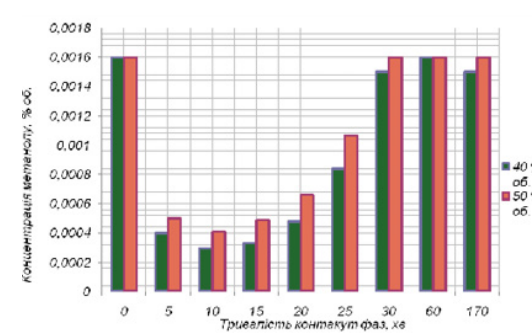


Рис. 1 Графік залежності концентрації метанолу від концентрації водно-спиртової суміші (40 та 50 % об.) та від тривалості контакту з адсорбентом – шунгітом.

З отриманих результатів можна зробити висновок, що найкраще адсорбується метиловий спирт шунгітом при концентрації водно-спиртового розчину 40 % об. при тривалості контакту фаз від 5 – 15 хв. При такій тривалості контакту, концентрація метилового спирту зменшується у 4 рази.

Література

1. Ковалевский В. В. Шунгитовые породы – кристаллогенез и нанотехнологии / В. В. Ковалевский // Минералогия, петрология и минерагенез докембрийских комплексов Карелии. Материалы юбилейной научной сессии. – Петрозаводск : КарНЦРАН., 2007. – С. 35 – 36, С. 335 – 339.

2. Сотников В. А. Способы регулирования химических и сенсорных характеристик спирта / В. А. Сотников, В. В. Марченко, В. С. Амаюрова // Производство спирта и ликероводочных изделий. – 2005. – №2 – С.12 –13.

3. Технологічний регламент на виробництво горілок і лікєро-горілочаних напоїв. – К. : Укрспиртбіопрод, 1993. – 330 с.

УДК 664

ХІМІЧНИЙ СКЛАД ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР

Турчун О. В., викладач

Черкаський державний технологічний університет

Хімічний склад зерна сильно залежить від культури і сорту, ґрунтового-кліматичних умов, прийомів агротехніки, умов зберігання та інших факторів. У середньому зерно складається із 14 % води і 86 % сухих речовин. Середній хімічний склад основних зернових культур наведено в табл. 1.

Таблиця 1
Характеристика зернових культур, які використовуються в технології бродильних виробництв

Найменування показника	Пшениця	Жито	Кукурудза	Ячмінь
Нормативно-технічний документ	ДСТУ 3768-2010 «Пшениця. Технічні умови»	ДСТУ 4522-2006 «Жито. Технічні умови»	ДСТУ 4525-2006 «Кукурудза. Технічні умови»	ДСТУ 3769-98 «Ячмінь. Технічні умови»
Колір	Світло-коричневий-коричневий	Світло-коричневий-сірий	Жовтий-червоно-жовтий	Світло-коричневий, жовтий
Запах	Характерний для здорового зерна			
Вологість, %, не більше	14,5	14,5	15,0	14,5
Натура, г/дм ³ , не менше	710	715	780	620
Засміченість, % не більше	5,0	5,0	5,0	2,0
Зернова домішка, %, не більше	15,0	15,0	15,0	15,0
Зараженість	Кліщ до 2 ст.	Кліщ до 2 ст.	Кліщ 1 ст.	Кліщ до 2 ст.

Таблиця 2
Середній хімічний склад основних зернових культур (%)

Зернова культура	Крохмаль	Цукри	Клітковина	Геміцелюлоза	Гумі-речовини	Білки
Пшениця	58 – 74	2,0 – 4,0	1,9 – 2,5	7,3 – 8,5	0,64	8 – 24
Жито	50 – 66	4,0 – 7,0	1,9 – 2,8	8,0 – 12,0	4,0 – 5,7	11 – 14
Кукурудза	60 – 72	1,5 – 5,0	1,5 – 1,9	4,6	0,2 – 0,5	10 – 12
Ячмінь	54 – 66	3,0 – 7,0	4,3 – 6,0	5,0 – 7,6	3,3 – 3,8	9 – 16
Овес	40 – 50	–	5,9 – 12,6	11,0 – 17,0	5,1 – 5,5	10 – 19
Горох	30 – 30	2,0 – 6,0	4,5 – 6,5	4,4	–	23 – 33

Вода. Вологість зерна залежить не тільки від його гігроскопічних властивостей, але і від зрілості та інших умов.

Розрізняють чотири стани товарного зерна: сухе, середньої сухості, вологе і сире. Наприклад, для жита, пшениці і ячменю, ці стани характеризуються такими показниками вмісту води (%): сухе – до 14, середньої сухості – від 14 до 15,5, вологе – від 15,5 до 17 і сире – більше 17. У дефектному та вологому зерні вологість може досягати 30 % і більше. Волога, яка відповідає сухому стану, є колоїдно-зв'язаною, життєві процеси зведені до мінімуму, при середній сухості з'являється невелика кількість вільної води, і зерно може пробуджуватися до життя. Вологість, яка відповідає цьому стану зерна, називається критичною. Її значення становить 14,5 – 15,5 %.

Сухі речовини. У зерні в середньому 84 % органічних і 2 % мінеральних речовин, а саме (%): крохмалю – 52, цукрів – 3, клітковини – 6, пентозанів і протопектинових речовин – 9, азотистих речовин – 11, жиру – 3.

Крохмаль міститься (%): у здорових зрілих зернах пшениці – 48 – 57, житі 46 – 53, ячменю 43 – 55, проса 42 – 60, вівса 34 – 40, кукурудзи крохмалистої 61 – 70, зубовидної 58 – 64, кременистої 54 – 71. У дефектному зерні кількість крохмалю знижується.

Цукрів у здоровому зерні звичайно від 0,6 до 7,0 %. Вони складаються в основному із цукрози і глюкози. У ячмені і житі в помітних кількостях присутня рафіноза. Мальтози немає, але вона з'являється при пророщуванні зерна. У незрілому, мерзлому і пророслому зерні цукрів більше, вони складаються головним чином з редуруючих цукрів (інвертного цукру, мальтози).

Целюлози в зерні, яке звільнене від квіткових оболонки, відносно мало – 1,5 – 2,5 %. У зерні з плівками вміст клітковини збільшується і складає (%): у вівсі – 10, просі – 8, ячмені – 4 – 5, горосі – 7,7.

Пентозани – домінуюча складова частина гумі (слизів). У зерні містяться геміцелюлози (напівклітковини), які складаються з гексозанів (манана, галактана, глюкана) і пентозанів (ксилана, арабана), які поряд з клітковиною входять до складу клітинних стінок.

Загальна кількість пентозанів у зерні 7 – 15 %. Багато пентозанів у вівсі (13 – 15 %), ячмені (9 – 13 %) і житі (біля 10 %). Особливо багато гумі-речовин у зерні жита, що обумовлює високу в'язкість

розвареної маси, одержаної з неї. У кукурудзі містяться декстрини (1 – 6 %). У незрілому зерні жита і пшениці у значних кількостях виявлені фруктозани.

Азотисті речовини у здоровому зрілому зерні складаються головним чином з білків, яких міститься від 7 до 25 %. Вільні амінокислоти, аміді і пептиди присутні в дуже невеликих кількостях. Лише в зерні жита їх дещо більше, що зумовлює благотворний вплив жита на дріжджі. Вміст небілкового азоту (включаючи амонійний) складає в середньому 2 %. У незрілому зерні після самозгрівання і пророслому зерні кількість амінокислот збільшується.

У зерні знайдені альбуміни – білки, що розчиняються у воді; глобуліни – білки, які розчиняються у слабких (3 – 10 %) розчинах нейтральних солей, а деякі з них – у слабких (0,2 %) розчинах кислот; проламіни – білки, що розчиняються у 60 – 80 % розчинах спиртів; глютеліни – білки, які розчиняються у слабких (0,2 %) розчинах лугів.

Типові представники білків: альбумінів – лейкозин пшениці; глобулінів – едестин ячменю, глютелін пшениці; проламінів – гліадин пшениці, гордеїн ячменю, авенін вівса; глютелінів – зеїн кукурудзи.

Невелика кількість водорозчинних азотистих речовин в зерні кукурудзи та неповноцінність амінокислотного складу більшої частини білків при розмноженні дріжджів на суслі з цієї сировини вимагають внесення азотного живлення.

Жири (тригліцериди жирних кислот) – містяться у зерні у відносно невеликій кількості: у кукурудзі 5 – 7 %, у вівсі 5 – 6 %, у просі 3,5 – 5 %. Біля 85 % їх локалізовано у зародку, 12 % – в алейроновому шарі і 3 % – у борошняній частині ендосперму. До складу жирів входять, в основному, ненасичені кислоти – ліноленова, лінолева і олеїнова, з насичених – головним чином, пальмітинова. Крім власне жирів, зерно містить фосфатиди, стероли, віск, пігменти та інші речовини. Головним і найбільш поширеним представником фосфатидів у злаках є лецитин – тригліцерид, який містить фосфорну кислоту і азотисту основу холіну. Вміст лецитинів невеликий (0,3 – 0,7 %). При гідролізі фосфатидів вивільняється фосфорна кислота – одна з речовин, яка зумовлює кислотність зерна. Фосфатиди грають важливу

роль у проникливості клітин. Із стеролів у зерні присутні високомолекулярні одноатомні спирти – фітостероли (0,03 – 0,07 %), які близькі до вітамінів групи D. У зерні міститься також фітин – кальцій-магнієва сіль інозитфосфornoї кислоти. З пігментів у зерні знайдені каротини, антоціани, флавонони.

Вітаміни зерна представлені жиророзчинними вітамінами – токоферолами (у зародку, особливо в значних кількостях у пшеничному) і водорозчинними (мг на 100 г): тіамін – 0,3 – 0,8, рибофлавін – 0,07 – 0,30, нікотинова кислота – 1,3 – 7,2, а також піридоксин, біотин, пантотенова кислота. Аскорбінова кислота з'являється тільки при пророщуванні зерна.

Мінеральні речовини (зола) і кислоти складають 1,5 – 3,0 % від маси зернівки. Вони знаходяться головним чином у оболонках і квіткових плівках, а також у зародку. Відносно багато золи у плівчастих культурах.

Література

1. Домарецький В. А. Технологія солоду і пива: підручник для студентів вищих навчальних закладів / В. А. Домарецький – К. : ІНКОС, 2004. – 426 с.
2. Технологія спирту: підручник для студентів вищих навчальних закладів / В. О. Маринченко, В. А. Домарецький, П. Л. Шиян [та ін.]. // За ред. В. О. Маринченко. – Вінниця. : Поділля-2000. – 496 с.

АВТОРСЬКИЙ ПОКАЖЧИК

Бу Aleksey Kornilow	19	Іжак Т. Й.	313
Андронович Г. М.	360	Ілляшенко Ю. Ю.	289
Антоненко І. Я.	13	Кампов Н. С.	109
Басюк Д. І.	16	Кандиба П. О.	248
Бергхауер О. О.	271	Капліна Т. В.	28
Беляєва С. С.	193	Карпенко Ю. В.	77, 158
Бишовець Л. Г.	356	Касинець О. В.	113
Білокінь О. В.	279	Коніщева Н. Й.	32, 173
Божук Т. І.	25	Коренець Ю. М.	117
Бондарчук З. В.	338	Корнілова Н. В.	234
Борсук О. М.	100	Коропецька Т. О.	96
Бурса О. В.	102	Крижановська О. Т.	285
Бушин М. І.	255	Крупський О. П.	201
Власов В. О.	32, 173	Кудлай Т. В.	189
Вовк Ю. І.	283	Кулінська Є. В.	217
Волохова О. В.	285	Куракін О. Б.	362
Воробйова Н. С.	252	Куриленко Ю. М.	365, 369
Гаврилюк А. М.	178	Лазуренко В. М.	258
Галасюк С. С.	52, 155	Лепкий М. І.	182
Герман І. В.	106	Лисенко А. І.	292
Глушко В. О.	126, 249	Любчук О. К.	37
Горяйнова Ю. А.	340	Ляпіна О. В.	44, 151
Гурова Д. Д.	55	Маланюк Т. З.	296
Гуслистий О. С.	325	Малиновська О. Ю.	63
Д'яконова А. К.	40	Мальська М. П.	186
Данилюк А. М.	224	Мариненко Г. П.	120
Дзима В. В.	279	Мариненко Г. П.	169, 328
Дзюндзя О. В.	343	Мариненко С. І.	120, 169, 328
Дишко О. Л.	58	Матвійчук Л. Ю.	147
Дуга В. О.	129	Матічин Ю. М.	136
Єрмакова А. О.	201	Матусевич А. М.	244
Животенко В. О.	77, 158	Махлинець С. С.	113
Заболотня К. А.	71, 75	Медвідь Л. І.	109
Заворусьва О. С.	213	Мезенцева І. В.	300
Загородній В. В.	230	Мельник І. Л.	67
Зайченко Ю. В.	71	Мельникова Я. В.	205
Заїка О. І.	325	Мельниченко С. В.	189
Зікій Н. Л.	132	Музичка Є. О.	69, 162
Зубенко О. А.	117	Нагурна Н. А.	346, 352
Іванов А. М.	197	Назаренко І. А.	71, 75
Івашина Л. Л.	61	Найдан В. М.	335

Найдан Р. О.	335	Ткачук Т. М.	220
Найдан Я. О.	335	Турчун О. В.	372, 374
Омельчук С. В.	369	Унрод В. И.	354
Онопрієнко О. В.	241	Філіпович Т. І.	304
Осипенкова І. І.	346, 349, 352	Філь М. І.	96
Петрук Т. М.	207	Фодор Д. Д.	271
Петько Г.	25	Фрей Л. В.	308
Рассадникова С. І.	81	Холявка В. З.	96
Рибальченко Н. П.	139	Худолей О. С.	167
Сидоренко І. О.	85	Цимбалова К.	332
Смирнов І. Г.	263, 367	Чепурда Г. М.	7
Стадник І. Ю.	275	Чепурда Л. М.	4
Столярчук В. М.	28	Чепурна О. Л.	346, 349,
Стрікаленко Т. В.	40, 44, 48,	352	
151		Чулкова Т. М.	142
Табенська О. І.	89	Шаш Е. Л.	313
Таньков К. М.	210	Шестель О. Г.	317
Теодорович Л. В.	93	Ярославська Л. П.	230
Тептюк Л. М.	164	Ярченко Ю. В.	37
Тищук І. В.	122	Ярьоменко С. Г.	48
Ткачова С. С.	32, 173	Яшан О. О.	321

ЗМІСТ

ШАНОВНІ КОЛЕГИ!	3
------------------------------	----------

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Чепурда Л. М. РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ	4
Чепурда Г. М. ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ ТА ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНОГО ВИКОРИСТАННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ	7
Антоненко І. Я. СТАЛИЙ ТУРИЗМ ЯК СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ.....	13
Басюк Д. І. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	17
By Aleksey Kornilow CASINOS AS AN IMPORTANT PART OF RECREATIONAL INDUSTRY: THE EXAMPLE OF THE UNITED STATES	19
Божук Т. І., Петько Г. АНАЛІЗ РЕКРЕАЦІЙНИХ ТЕРИТОРІЙ	25
Капліна Т. В., Столярчук В. М. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	28
Коніщева Н. Й., Власов В. О., Ткачова С. С. ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ТУРИСТИЧНО ПРИВАБЛИВИХ МІСТАХ	32
Любчук О. К., Ярченко Ю. В. ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ МІСТА МАРІУПОЛЯ	37
Стрікаленко Т. В., Д'яконова А. К. РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ОСОБИСТОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	40
Ляпіна О. В., Стрікаленко Т. В. ІННОВАЦІЙНА СПРАМОВАНІСТЬ ПІДГОТОВЛЕННЯ КАДРІВ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ	44
Стрікаленко Т. В., Ярьоменко С. Г. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ГОСПОДАРСТВА ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ	48

Галасюк С. С. ТУРИЗМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	52
Гурова Д. Д. УРБАНІЗОВАНИЙ ТУРИЗМ У ПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНАХ СХОДУ УКРАЇНИ.....	55
Дишко О. Л. РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ	58
Івашина Л. Л. ПОЗИТИВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	61
Малиновська О. Ю. РОЗВИТОК КОНЦЕПТУАЛЬНИХ РЕСТОРАНІВ В УКРАЇНІ	64
Мельник І. Л. КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В КРУЅНОМУ ТУРИЗМІ.....	67
Музичка Є. О. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	70
Назаренко І. А., Заболотня К. А., Зайченко Ю. В. ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ВЕСІЛЬНИХ БАНКЕТІВ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	71
Назаренко І. А., Заболотня К. А. РЕГІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В М. КРИВИЙ РІГ	75
Карпенко Ю. В., Животенко В. О. КОНЦЕСІЯ ЯК АКТУАЛЬНА ФОРМА ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СФЕРІ ТУРИЗМУ	78
Рассадникова С. І. ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ОБ'ЄКТІВ СФЕРИ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ЯК ПРОБЛЕМА УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЯМИ.....	82
Сидоренко І. О. АКТУАЛЬНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ	86
Табенська О. І. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ.....	90
Теодорович Л. В. ОРГАНІЗАЦІЯ ПОСЛУГ ХАРЧУВАННЯ НА ОСНОВІ ТРАДИЦІЙ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ	94
Холявка В. З., Філь М. І., Коропецька Т. О. ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ХОЛДІНГ ЕМОЦІЙ «FEST» У ЛЬВОВІ	97

Борсук О. М. ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ	101
Бурса О. В. ПРОФЕСІЙНЕ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД	103
Герман І. В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	107
Кампов Н. С., Медвідь Л. І. ВИКОРИСТАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ КУЛІНАРНИХ ТРАДИЦІЙ У РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ	110
Махлинець С. С., Касинець О. В. МІСЦЕ ТУРИСТСЬКО-КРАЄЗНАВЧОЇ РОБОТИ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ	114
Коренець Ю. М., Зубенко О. А. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	118
Мариненко С. І., Мариненко Г. П. ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ У ГОТЕЛЯХ	121
Тищук І. В. ДИНАМІКА ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ	123
Глушко В. О. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	127
Дуга В. О. ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ АГРОТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	130
Зікій Н. Л. ТУРИСТИЧНІ ПІДПРИЄМСТВА: АНАЛІЗ ТА СПЕЦИФІКА ДІЯЛЬНОСТІ	133
Матічин Ю. М. ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	137
Рибальченко Н. П. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	140
Чулкова Т. М. РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ОБ'ЄКТІВ ШЕВЧЕНКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАПОВІДНИКАУ МИСТЕЦЬКИХ ТВОРАХ.....	143

**ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ
ДО СВІТОВОГО ПРОСТОРУ В ТУРИСТИЧНОМУ
ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

Матвійчук Л. Ю. МОДЕЛЬ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ОХОРОНИ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ	148
Ляпіна О. В., Стрікаленко Т. В. ІННОВАЦІЙНА СПРЯМОВАНІСТЬ ПІДГОТОВЛЕННЯ КАДРІВ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ	152
Галасюк С. С. ТУРИЗМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	156
Карпенко Ю. В., Животенко В. О. КОНЦЕСІЯ ЯК АКТУАЛЬНА ФОРМА ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СФЕРІ ТУРИЗМУ.....	159
Музичка С. О. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	163
Тептюк Л. М. ПРОБЛЕМНІ ПИТАНЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕДУРИ ВСТАНОВЛЕННЯ КАТЕГОРІЙ ГОТЕЛЯМ ТА ІНШИМ ОБ'ЄКТАМ, ЩО НАДАЮТЬ ПОСЛУГИ З ТИМЧАСОВОГО РОЗМІЩЕННЯ (ПРОЖИВАННЯ) В УКРАЇНІ	165
Худолей О. С. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДОГОВОРУ КОМЕРЦІЙНОЇ КОНЦЕСІЇ ТА ДОГОВОРУ ФРАНЧАЙЗИНГУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ	168
Мариненко С. І., Мариненко Г. П. ПОТРЕБА СТУДЕНТІВ КАФЕДРИ ТУРИЗМУ У ЗДОРОВОМУ СПОСОБІ ЖИТТЯ	170

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Коніщева Н. Й., Власов В. О., Ткачова С. С. ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ТУРИСТИЧНО ПРИВАБЛИВИХ МІСТАХ	174
Гаврилюк А. М. СУЧАСНІ ТУРИСТИЧНІ АРТЕФАКТИ УКРАЇНИ: НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ІННОВАТИКА ПРОМОЦІЇ	179
Лепкий М. І. ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ.....	183

**СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ
В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

Мальська М. П. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА МАЛОГО ТА СЕРЕДЬНОГО БІЗНЕСУ ЛЬВІВСЬКОЇ ТА ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	187
Мельниченко С. В., Кудлай Т. В. ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ МЕРЕЖЕВИХ ГОТЕЛІВ	190
Беляєва С. С. МЕНЕДЖМЕНТ І КОМУНІКАЦІЇ В ТУРИЗМІ	194
Іванов А. М. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗМІН	198
Крупський О. П., Єрмакова А. О. ДИНАМІЧНІ ЗДІБНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	202
Мельникова Я. В. СИСТЕМА «5S» ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ОХОРОНОЮ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	206
Петрук Т. М. КАДРОВА ПОЛІТИКА ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ	208
Таньков К. М. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ВЗАЄМВІДНОСИН НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	211
Заворуєва О. С. ВПЛИВ ТУРИЗМУ НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ	214
Кулінська Є. В. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	218
Ткачук Т. М. ТУРИСТИЧНА ФРАНШИЗА В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ.....	221

**ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ**

Данилюк А. М. СУЧАСНИЙ СТАН І ПРОБЛЕМИ ОЗДОРОВЛЕННЯ ДІТЕЙ У ЗАКЛАДАХ РЕКРЕАЦІЇ В ЛІТНІЙ ПЕРІОД.....	225
Загородній В. В., Ярославська Л. П. СПОРТИВНЕ ОРІЄНТУВАННЯ – ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ	231

Корнілова Н. В.
ПЕРЕРОЗПОДІЛ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ В СВІТІ У ЗВ'ЯЗКУ З ПОГІРШЕННЯМ БЕЗПЕКИ ТУРИСТІВ ТА НЕСТАБІЛЬНИМ ЕКОНОМІЧНИМ СТАНОМ..... 235

Онопрієнко О. В.
ПЕДАГОГІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ФОРМ ТА ЗМІСТУ ПОЗААУДИТОРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ ВИЩОГО ПЕДАГОГІЧНОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ 242

Матусевич А. М.
ФІТНЕС-ТУРИЗМ..... 245

Кандиба П. О.
ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ РУХЛИВИХ ІГОР І ЕСТАФЕТ НА МІСЦЕВОСТІ 249

Глушко В. О.
АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ 250

Воробйова Н. С.
ВІДРОДЖЕННЯ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В ПРИЧОРНОМОР'І 253

ІСТОРИЧНЕ КРАЇНОЗНАВСТВО ЯК РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Бушин М. І.
РОБОТА МУЗЕЇВ ЧЕРКАЩИНИ ЗІ СТУДЕНТАМИ ЧДТУ 256

Лазуренко В. М.
ВНЕСОК НАУКОВІ ШКОЛИ З ПРОБЛЕМ ІСТОРІЇ ЧЕРКАСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ У ВИСВІТЛЕННЯ ІСТОРІЇ ЧИГИРИНЩИНИ 259

Смирнов І. Г.
«CITY BRANDING» ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ 264

Смирнов І. Г.
«CITY LOGISTICS» ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ 268

Бергхауер О. О., Фодор Д. Д.
ПОПИТ ТА ПРОПОЗИЦІЯ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЗАКАРПАТТЯ..... 273

Стадник І. Ю.
ПАМ'ЯТКИ ПЕРВІСНОЇ КУЛЬТУРИ ЧЕРКАЩИНИ ЯК ТУРИСТИЧНІ ОБЄКТИ..... 277

Білокін О. В., Дзима В. В.
«БАРВІНОК ЦВІВ І ЗЕЛЕНІВ»: ОЗНАКУВАННЯ ПРИЧЕТНОСТІ ЛИКЕРИ ПОЛУСМАК ДО КАНЕВА (НА 100-РІЧЧЯ З ДНЯ СМЕРТІ) 280

Вовк Ю. І.
ДУКАЧ ЯК НАЦІОНАЛЬНА ЖІНОЧА ПРИКРАСА В УКРАЇНІ..... 284

Волохова О. В., Крижановська О. Т.
ТЕРИТОРІЇ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ ЯК РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ 287

Ілляшенко Ю. Ю.
МАСТКИ XVIII – XIX СТ. ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС ЧЕРКАЩИНИ..... 290

Лисенко А. І.
МОНАСТІРІ ЯК ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ЧЕРКАЩИНИ 294

Маланюк Т. З.
СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ 298

Мезенцева І. В.
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ПРИРОДООХОРОННИХ ТЕРИТОРІЯХ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ 301

Філіпович Т. І.
ТРАХТЕМИРІВ І МОНАСТІРИЩЕ – ПОДОРОЖУ ГЛИБИНУ ВІКІВ 305

Фрей Л. В.
СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 309

Іжак Т. Й., Шаш Е. Л.
ФЕСТИВАЛІ ЗАКАРПАТТЯ..... 315

Шестель О. Г.
ВНУТРІШНІЙ ЕТНІЧНИЙ ТУРИЗМ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 319

Яшан О. О.
ПАМ'ЯТКИ ТРИПІЛЬСЬКОЇ КУЛЬТУРИ НА ЧЕРКАЩИНІ..... 323

Заїка О. І., Гуслистий О. С.
ФЕСТИВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ НА ПРИКЛАДІ «ДИВНИХ» ФЕСТИВАЛІВ СВІТУ 327

Мариненко С. І., Мариненко Г. П.
ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ ЧЕРКАЩИНИ..... 330

Цимбалова К.
РОЗВИТОК «ЗАМКОВОГО» ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ..... 334

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ

Найдан В. М., Найдан Я. О., Найдан Р. О.
ВИНО З КИЗИЛУ З ДОДАВАННЯМ ВИНОГРАДНОГО СОКУ..... 337

Бондарчук З. В.
ВПЛИВ ФАКТОРІВ ВИДОУТВОРЕННЯ НА ШВИДКІСТЬ ВИЗРІВАННЯ СИРІВ..... 340

Горяйнова Ю. А.
КІЛЬКІСНА ОЦІНКА СКЛАДУ ОСНОВНИХ ХАРЧОВИХ РЕЧОВИН У ВИРОБАХ З ПІСОЧНОГО ТІСТА З ДОБАВКАМИ ЧОРНОПІЛДНОЇ ГОРОБИНИ. 342

Дзюндзя О. В.
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ І СТАН ТЕХНОЛОГІЙ ОЗДОРОВЧИХ ПРОДУКТІВ НА ОСНОВІ ІРГИ..... 345

Навчальне видання

**ТУРИСТИЧНИЙ
ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ:
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ**

**Том I
Матеріали VIII Міжнародної
науково-практичної конференції**

В авторській редакції

Технічний редактор – Ю. Чабаненко
Верстка – В. Шакун

Підписано до друку 14.02.2017.
Формат 60x84 1/16. Папір офсетний.
Умов. друк. арк. 5,5. Гарнітура Neuristica.
Зам. № 1523. **Тираж 300 прим.**

Видавець: Чабаненко Ю. А.
Свідоцтво про внесення
до Державного реєстру видавців
серія ДК № 1898 від 11. 08. 2004 р.
Україна, м. Черкаси, вул. О. Дашковича, 39
Тел: 0472/32-97-45, 093/788-99-99
E-mail: office@2upost.com

Друк ФОП Чабаненко Ю. А.
Україна, м. Черкаси, вул. О. Дашковича, 39
Тел: 0472/32-97-45, 093/788-99-99
E-mail: office@2upost.com