

Міністерство освіти і науки України
Мукачівський державний університет
Департамент економічного розвитку та торгівлі Закарпатської ОДА
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці
Луцький національний технічний університет
Тернопільський національний педагогічний університет ім. В.Гнатюка



**Всеукраїнська
науково-практична конференція**

ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ: НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА

*Весь світ з вами,
якщо ви з нами !*

Збірник тез доповідей

**Україна, Мукачево
24 квітня 2018 р.**

Міністерство освіти і науки України
Мукачівський державний університет
Департамент економічного розвитку та торгівлі Закарпатської ОДА
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці
Луцький національний технічний університет
Тернопільський національний педагогічний університет ім. В.Гнатюка

Туризм і рекреація: наука, освіта, практика

***Тези доповідей Всеукраїнської
науково-практичної конференції 24 квітня 2018 року***

Мукачево 2018

УДК 338.48:91(043.2)

Т 86

*Рекомендовано до поширення через мережу Інтернет Науково-технічною радою Мукачівського державного університету
(протокол № 12 від 17 травня 2018 р.)*

*Рекомендовано до поширення через мережу Інтернет
Вченою радою Мукачівського державного університету
(протокол № 12 від 31 травня 2018 р.)*

Відповідальний за випуск – кандидат географічних наук, доцент Машіка Г.В.

Редакційна колегія: Щербан Т.Д. – д.психол.н., професор (голова); Гоблик В.В. – д.е.н., професор; Машіка Г.В. – к.геогр.н., доц.; Мовчан К.М. – директор Наукової бібліотеки МДУ; Медвідь Л.І. – ст. викл.; Кампов Н.С. – ст. викл.; Цупанич О.І. – провідний фахівець кафедри.

У збірнику тез висвітлюються погляди науковців, аспірантів, слухачів магістратури, представників підприємницьких структур на актуальні проблеми розвитку туризму та рекреації України та світу. Тематика конференції охоплює наукові, освітні та практичні погляди на розвиток туристичної та рекреаційної сфери на світовому, національному та регіональному рівні.

Т 86

Туризм і рекреація: наука, освіта, практика: тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції/ ред. кол.: Т.Д. Щербан (гол.) та ін. – Мукачево: РВВ МДУ, 2018.- 213с.

Матеріали подано в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів відповідають за точність наведених фактів, цитат, власних імен, статистичних матеріалів та інших відомостей.

© Мукачівський державний університет, 2018

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова організаційного комітету:

Щербан Тетяна Дмитрівна – ректор, Мукачівський державний університет, Заслужений працівник освіти України, доктор психологічних наук, професор.

Заступники голови організаційного комітету:

Гоблик Володимир Васильович – перший проректор, Мукачівський державний університет, Заслужений економіст України, доктор економічних наук, професор;

Папп Василь Васильович – проректор з науково-педагогічної роботи, Мукачівський державний університет, доктор економічних наук, професор.

Машіка Ганна Василівна – завідувач кафедри туризму і рекреації, Мукачівський державний університет, кандидат географічних наук, доцент.

Члени організаційного комітету:

Лужанська Т.Ю. – декан факультету туризму та готельно-ресторанного бізнесу, Мукачівський державний університет, кандидат географічних наук, доцент.

Смочко Н.М. – доцент кафедри туризму і рекреації, Мукачівський державний університет, кандидат географічних наук, доцент.

Медвідь Л.І. – старший викладач кафедри туризму і рекреації, Мукачівський державний університет.

Кампов Н.С. – старший викладач кафедри туризму і рекреації, Мукачівський державний університет.

Махлинець С.С. – старший викладач кафедри туризму і рекреації, Мукачівський державний університет;

Касинець О.В. – старший викладач кафедри туризму і рекреації, Мукачівський державний університет.

Маслиган О.О. – доцент кафедри туризму і рекреації, Мукачівський державний університет, кандидат економічних наук, доцент.

Токар Я.І. – асистент кафедри туризму і рекреації, Мукачівський державний університет, кандидат економічних наук.

Секретар:

Цупанич О.І. – провідний фахівець кафедри туризму і рекреації, Мукачівський державний університет.

Туризм і рекреація: наука, освіта, практика

Тематичні напрями роботи конференції:

- 1. Ресурсна складова розвитку сучасного туризму.**
- 2. Краєзнавчі дослідження в туризмі.**
- 3. Інституційне середовище туристично-рекреаційного комплексу регіону.**
- 4. Туризм і готельно-ресторанна справа: пріоритети та напрями розвитку.**
- 5. Економіка сучасного регіонального та міжнародного туризму.**
- 6. Психолого-педагогічні аспекти підготовки фахівців у сфері туризму.**

1. РЕСУРСНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ

УДК 338.48:711.435(477.87)

Гоблик В. В.

доктор економічних наук, професор
hoblik_v@ukr.net

Марушка В. Я.

магістрантка спеціальності «Психологія»
maryshka.viktorij@gmail.com

*Мукачівський державний університет
м. Мукачево*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕТНІЧНОГО ТУРИЗМУ В МІСТЕЧКОВИХ ПОСЕЛЕННЯХ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Сьогодні в географічній, економічній літературі термін «містечко», використовується мало; частіше ці терміни замінюють словами селище міського типу. Такі зміни у трактуванні цього поняття були зумовлені ще політикою Ради Народних Комісарів Української РСР які починаючи з грудня 1924 р. до жовтня 1925 р. прийняли по кожній губернії постанови «Про загальну назву селищ міського типу», якими назви поселень «містечко» замінили «селище міського типу». Така термінологія збереглась і по нині.

Що ж це таке етнотуризм? Всім відомо, що «етно», «етнос» означає «народ». Тобто «етнотуризм» - це ні що інше як туризм, який дає можливість познайомитися з життям того чи іншого народу, його історією, побутом, культурою тощо. 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].

У світі етнічний туризм починає набувати популярності, привертає увагу до нашої області, адже тому що довгі роки наш край грав роль своєрідного етнічного віночка, перебуваючи за останні сто років у восьми державних утвореннях: Австро-Угорщина, Угорська Республіка Рад, Чехословацька

республіка, Карпатська Україна, Закарпатське губернаторство, Закарпатська Україна, Українська Радянська Соціалістична Республіка, Україна.[2].

На сьогоднішній день на території краю проживають представники понад 100 народів і національностей. Найчисленніші – українці, угорці, румуни, росіяни, словаки, поляки, цигани, євреї, білоруси, вірмени, молдавани, грузини та інші. Кожен народ зберігає свої традиції, звичаї та культуру, і завдяки розвитку етнічного туризму у всіх бажаючих з'явилася можливість ближче познайомитися як зі своєю національною культурою, так і зануритися в традиції інших народів Закарпаття.

Містечка Закарпатської області відіграють важливу роль в розвитку Закарпатської області, оскільки питома вага населення таких поселень в регіоні є вищою (56,85 - 57,03%), ніж чисельність населення середніх та великих міст разом. Кожне з них є унікальним і володіє великим потенціалом для розвитку етнічного туризму [3].

Одним із яскравих прикладів містечко Усть-Чорна. Історія села розпочинається у 1775 році, коли сюди, найлісистішу частину Закарпаття, за спеціальним велінням імператриці Австро-Угорської імперії, Марії-Терезії, направили 108 сімей лісорубів з Верхньої Австрії для освоєння лісу та будівництва. Заселення німців почалося в теперішній Німецькій Мокрій. Одні заготовляли деревину, інші споруджували штучне озеро і плоти (бокори). Коли ж деревини назбирувалося доволі, греблю зрушували, і вода несла бокори аж до Тиси. У Солотвині їх вантажили «білим золотом» – сіллю – і рікою сплавливали далі, аж до серця Австро-Угорської імперії.

Перші німці-переселенці (майстри по деревообробці та інші спеціалісти з лісової галузі) прийшли сюди на проживання із австрійських районів Ебен Зес, Бад Ішл, Гоізерн. Розбудовувати селище почали від моста через Чорний потік і далі в напрямку до Руської Мокрої. Коли чисельність населення зростає, то будівництво розпочали у напрямку села Красна. Виділився як окремий населений пункт з Німецької Мокрої в 1815 році під назвою Кенігсфельд

(Königsfeld - «Королівське поле»). Друга хвиля колоністів прийшла в 1832 році з угорського міста Спіша (зараз територія Словаччини).

Під час Першої світової війни околиці селища були ареною бойових дій: в 1916 році війська Брусилова зломили оборону австрійців на прилеглий низовині Руський путь (раніше Німецька Поляна).

За результатами Першої світової війни територія, на якій розташовано селище Усть-Чорна, перейшла до Чехословаччини і була в її складі з 1918 року по 1938 рік. Тоді ж селище отримав свою нинішню назву - «Усть-Чорна» бо в селі устя Чорного потоку впадає в річку Тересва [4].

Приклад містечка Усть-Чорна, показує, що його етнокультурне різноманіття є невичерпним джерелом для розвитку туризму і має стати одним із пріоритетним напрямком туристичної діяльності в області. Звичайно, необхідно створювати етнографічні музеї під відкритим небом, етнографічні музеї-заповідники, археологічно-етнографічні комплекси, етнографічні оселі, театралізовані свята, дати можливість взяти участь в традиційних святах, обрядах і ритуалах, придбати предмети традиційного побуту в якості сувеніра, відчувати унікальність життя певного народу.

Розробка етнічних турів повинна базуватися на історичних і народних пам'ятках. В рамках таких турів туристам пропонується унікальна можливість знайомства з нерозтраченою культурою, традиціями і побутом народів, що там проживали і проживають, включаючи відвідування національних будинків, проживання в сім'ях різних національностей, участь в народних святах і гуляннях, ознайомлення з місцевими народною кухнею, народними промислами, прикладним мистецтвом тощо.

Максимальне використання наявного демографічного, унікального природно-ресурсного, економічного, історико-культурного, рекреаційного потенціалу, багато культурності, етнонаціонального складу жителів містечок, дасть змогу в складній економічній ситуації подолати низький рівень життя населення, безробіття, покращити інвестиційне середовище, інфраструктуру та демографічну ситуацію.

Список використаних джерел:

1. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. /М.П. Кляп, Ф.Ф.Шандор.- К.: Знання, 2011.-334с.- (Вища освіта XXI століття).
2.<https://uk.wikipedia.org>.
3. Гоблик В.В, Щербан Т.Д., Гарапко Е.В. Проблеми типології малих міст Закарпаття в сучасних умовах. Актуальные проблемы современной науки: тезисы докладов XXVIII Международной научно-практической конференции (Санкт-Петербург – Астана – Киев – Вена, 29 марта 2018).
4.<https://ru.wikipedia.org>.

УДК 911.7 (477.84)

Заставецька Л.Б.,

zast.lesia@gmail.com

Дударчук К.Д.

kdudarcuk@gmail.com

*Тернопільський національний педагогічний
університет ім. В. Гнатюка
м.Тернопіль*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Оскільки Тернопільська область має значний потенціал для розвитку туризму, варто виділити перспективні напрямки розвитку туризму для неї.

Початковим етапом дослідження є вивчення географічного положення території. Тернопільська область знаходиться на теренах Західної України, межує з Хмельницькою, івано-Франківською, Чернівецькою, Львівською та Рівненською областями. Має зручне транспортне сполучення із сусідніми регіонами та країнами – сусідами: Польщею, Словаччиною та ін. Територія області знаходиться на значній відстані від зони проведення бойових дій, що сприяє збільшенню туристичних потоків до неї.

Здійснено оцінку туристичного потенціалу. Виявлено, що Тернопільщина володіє потужним природно-ресурсним потенціалом.

Поряд із дуже відомими ресурсами, які презентують область, ми оцінили геоморфологічні та геологічні об'єкти, які мають значення для наукового та освітнього туризму. Це геологічні відслонення світового значення (Трубчин, Стінка, яр Жаб'як тощо), карстові печери, Медобори та інші, які можуть бути об'єктами наукового туризму для внутрішнього і закордонного споживача. Наявність унікальних спелеоресурсів дозволяє розвиток спелеологічного та екстремального видів туризму. На території області розвідано понад 100 печер.

Для наукового туризму можуть бути використані також археологічні ресурси. На території Тернопільської області відомо понад 2196 археологічних пам'яток. Шість із них мають національне значення - стоянки раннього палеоліту у с. Великий Глибочок Тернопільського і с. Буглів Лановецького районів, пам'ятки черняхівської культури - могильник у с. Чернелів-Руський Тернопільського та поселення в с. Кобилля Збаразького районів, давньоруські городища біля с. Городниця (Богіт) та с. Крутилів (Звенигород) Гусятинського району. В області знайдено археологічні пам'ятки світового значення (г. Куличівка).

Об'єктами наукового туризму є також розкопки похованих лесових ґрунтів поблизу с. Пронятин і В. Глибочок, у вересні 2015 р. їх виявили науковці Львівського інституту АН України та Польщі.

Вартими уваги є водні ресурси – річки Дністер, Серет та Збруч із їх каньйоноподібними долинами, Русилівські каскади та найвищий рівнинний в країні Джуринський водоспад. Об'єктами рекреації є також стави і водосховища.

Природоохоронні території сприяють розвитку *екотуризму* на території Тернопільської області.

На Тернопільщині нараховується п'ята частина всіх пам'яток природи України - 542 одиниці, серед яких:

- 14 регіональних ландшафтних парків,
- 117 заказників місцевого та загальнодержавного значення,
- 9 дендрологічних парків,
- 1 зоологічний парк,

- 13 парків - пам'яток садово-паркового мистецтва,
- 3 ботанічних сади.

Цікавими об'єктами туризму є парки у місті Тернопіль, які можуть нести важливі туристичні функції за умови визначення їх функціонального призначення. Наприклад, визначення їхньої тематики – розважальні, музичні, етнічні тощо.

Варто зазначити, що вся територія області є придатною для розвитку тих видів туризму, які базуються на використанні оборонних замкових та палацових комплексів.

Для розвитку *замкового туризму* придатний Збаразький архітектурний комплекс, Вишневецький палац, Кременецький та Бережанський замки. На їх території варто розвивати діловий туризм – проведення семінарів, конференцій, робочих нарад тощо.

Загалом, на території області знаходиться третина оборонних твердинь країни – 34 замкові об'єкти або їх руїни. На жаль, велика кількість із них не підлягає музеєфікації через занедбаний або невідреставрований вигляд. Тому надзвичайно важливе значення в розвитку історичного туризму має замузеєння будівель, що вимагають певного догляду та реставрації.

На основі цінних культурних споруд краю створено три історико-архітектурні заповідники: національний заповідник «Замки Тернопілля», державні Бережанський та Кременецько-Почаївський. Окрім оборонних споруд, заповідники охороняють й інші: культові чи світські будівлі.

Важливим є також збереження сакральних споруд, які є найчисельнішим видом архітектурних пам'яток в області та становлять потужний потенціал для розвитку *сакрального* туризму. Деякі з них мають велике значення для розвитку паломництва. Наприклад, Марійський духовний центр у с. Зарваниця Тербовлянського району, с. Заздрість, де народився патріарх УГКЦ Й. Сліпий, м. Почаїв Кременецького району щорічно приймають тисячі паломників із України та з-за кордону.

Архітектурні ансамблі Зарваницького духовного центру та Почаївської лаври включено до списку пам'яток архітектури, які мають національне значення.

Окрім відомих сакральних центрів, в області діє понад 200 дерев'яних церков.

Пізнавальний інтерес викликають музеї, яких на території області налічується 24. Найбільш відвідуваними є Тернопільський та Кременецький краєзнавчі музеї, а також меморіальний музей Соломії Крушельницької у с. Біла й інші музеї, присвячені видатним землякам краю. Тому *музейний* туризм є важливим напрямком туристичної діяльності в регіоні.

Важливим напрямком популяризації культурної спадщини у Тернопільській області є проведення фестивалів на території оборонних та інших культурних споруд. Так, найпопулярнішими сьогодні є щорічні фестивалі «В Борщівському краї цвітуть вишиванки» у м. Борщів, «КоропФест» у смт Коропець, «Княжі забави» у Кременецькому замку, «Чорна ліра» у Збаразькому замку та інші. Такі заходи сприяють популяризації фортець області як брендового туристичного продукту та дозволяють приносити прибутки до місцевих бюджетів. Отже, *фестивальний* туризм сьогодні є одним із найбільш перспективних напрямків туризму в області.

Нами окремо було досліджено заклади розміщення та харчування, а також транспортну інфраструктуру Тернопільської області.

За результатами нашого дослідження ми пропонуємо звернути особливу увагу на розвиток наступних напрямків туристичної діяльності в Тернопільській області:

- пізнавальний (пізнавально-освітній, науковий);
- спортивний туризм (спелеотуризм, водний туризм, пішохідний туризм, велотуризм, кінний туризм);
- сільський зелений та екологічний туризм;
- лікувально-оздоровчий;
- подійний туризм (гастрономічні, етнічні та інші фестивалі місцевого, національного та міжнародного статусів);

- сакральний (паломницький);
- замковий;
- ностальгійний (сентиментальний);
- діловий.

Як бачимо, туристичний потенціал області дозволяє розвивати на її території різноманітні види туризму, що сприятиме її соціально-економічному розквіту в умовах тяжкої економіко-політичної ситуації, що сталася в країні.

Список використаних джерел:

1. Заїкіна О. О. Аналіз стану туристської галузі України : реалії та проблеми інвестування // Наукові записки КУТЕП. Щорічник. – 2002. – Вип. 2. – С. 151–160.
2. Смалъ І. В. Туризм як форма господарського освоєння депресивних регіонів // Географія. Економіка. Туризм : Регіональні студії : зб. наук. праць / [за ред. І. В. Смаля]. – Ніжин : Тов „Аспект-Поліграф”, 2007. – С. 277–285.
3. Хільчевська І. Г. Соціокультурні та екологічні аспекти туризму в контексті сталого розвитку України / І. Г. Хільчевська, Р. В. Хільчевський // II Міжнародний конгрес : Інформатизація рекреаційної та туристичної діяльності (23-28 травня 2000 р., Трускавець). Трускавець, 2000. – Т.2. – С. 149–150.
4. Шаблій О. І. Основи загальної суспільної географії / О. І. Шаблій. – Л : Видавн. центр ЛНУ, 2003. – 444 с.

УДК 338.48-6:477.87)

Медвідь Л.І.

me_lar@ukr.net

Масалович Р.Е.

ellumog@gmail.com

Мукачівський державний університет

м. Мукачево

СОЦІАЛЬНО-ЕТНІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

В регіонах України під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників сформувалися власні етнокультурні особливості, ментальні відмінності, релігійні уподобання. Одним із способів ознайомлення з культурно-історичною спадщиною, духовним надбанням України та її регіонів є релігійний туризм,

який дозволяє популяризувати знання про культові споруди та пам'ятники, релігійні святині, сакральні місця та особливості архітектури храмового будівництва.

Поліконфесійний характер населення Закарпатської області обумовлюється його багатонаціональним складом та проявляється релігійно-церковними особливостями. Регіон і сьогодні є перехрестям латинської і візантійської культури, західного і східного християнства, в якому збереглися «святі місця» католицизму, православ'я, іудаїзму, протестантизму, вірменської церкви. Разом з тим, релігійне життя Закарпаття – це складна система стосунків, які розвиваються під впливом багатьох економічних, культурних і демографічних процесів. Сьогодні в області проживають представники 100 національностей, об'єднаних в 1938 релігійних організацій 37-и віросповідань, течій і напрямів, з яких: 1715 релігійних громад, 61 монастирів, шість духовних навчальних закладів, дев'ять релігійних братств, 8 місіонерських товариств, 3 центри та 14 управлінь. При релігійних громадах діє 1055 недільних шкіл. Частка забезпеченості релігійних організацій області культовими будівлями становить 81% [1].

Домінуючою релігійною громадою в всіх районах області є УПЦ: у Великоберезнянському районі – 34 зареєстровані громади (50,7%), у Виноградівському районі – 47 громад (30,3%), Іршавському – 43 громади (47,2%), Міжгірському – 40 громад (51,3%), Мукачівському районі та м. Мукачево – 99 громад (39,8%), Перечинському – 21 громади (36,9%), Рахівському – 43 громади (38,8%), Свалявському – 33 громади (43,4%), Тячівському – 78 громад (40,4%), Ужгородському – 46 громад (30,5%), Хустському районі та м. Хуст – 48 громад (47%) [2].

Друге місце за кількістю вірників та громад в регіоні займає Українська греко-католицька церква, греко-католиками себе вважає майже 20% населення регіону. Найбільша кількість зареєстрованих релігійних громад греко-католицька церква має в Мукачівському районі та м. Мукачеві – 62 громади (24,9%), Виноградівському – 43 громади (27,7%), Ужгородському – 43 громади

(26,9%), Тячівському – 39 громади (20,2%), Міжгірському – 29 громади (37,2%), Іршавському – 25 громади (27,8%), Рахівському – 27 громади (24,3%), Берегівському районі та м. Берегові – 24 громади (17,1%), Хустському районі та м. Хуст – 23 громади (22,5%) [2].

Римо-католицька церква нараховує понад 100 зареєстрованих громад, більшість парафій яких знаходиться в районах компактного проживання угорської, словацької та німецької національної меншини – Берегівський район та м. Берегово, Мукачівський район та м. Мукачево, Виноградівський, Рахівський та Тячівський райони.

Особливе місце в релігійно-церковному житті населення Закарпатської області належить Закарпатській реформаторській церкві. Абсолютну більшість її вірників складає населення угорської національної меншини. Найбільше зареєстрованих громад церква має в Берегівському районі та м. Берегові, Виноградівському та Ужгородському районах.

Сьогодні релігійні потреби та вподобання населення Закарпатської області є досить широкими, а тому релігійний туризм регіону включає такі головні напрямки: міжнародний туризм, міжобласний, місцевий.

Міжнародний туризм у регіоні реалізується в основному за межами України, наприклад, у вигляді пізнавальних та паломницьких турів до Угорщини, Італії, Єрусалиму, Мекки, Медини та інших сакральних святинь.

Міжобласний сакральний туризм здійснюється до духовних святинь, розташованих у межах України. Особливу цінність викликають паломницькі тури до комплексів Почаївської лаври та Марійського Духовного центру у Зарваниці. Частими є релігійні тури з області до християнських храмів Львівської та Івано-Франківської областей.

Внутрішньообласний туризм виражається в екскурсіях до сакральних об'єктів Закарпатської області, а також паломництві до духовних осередків, таких як Святомиколаївський жіночий монастир (м. Мукачево), Успенський жіночий монастир (с.Уголька), Свято-Введенський жіночий монастир (с. Кушниця Іршавський район), жіночий монастир Різдва Пресвятої Богородиці

(с. Липча Хустський район), Свято-Вознесенський жіночий монастир (с.Чумалево), Кирило-Мефодіївський жіночий монастир (м. Свалява), чоловічий монастир Святого Архистратига Михаїла (с.Імстичево), Свято-Покровський чоловічий монастир (с. Ракошино), монастир Святого Миколая (с. Мал. Березний, Дмитрівська церква (с. Вільховиця Мукачівський район), церква Св. Архангела Михаїла (с. Руська Кучава Мукачівський район), дерев'яна церква Св. Василя Великого та церква Покрови Пресвятої Богородиці (с. Кострино Великоберезнянський район) тощо. Ці храми були збудовані у різні періоди і є зразками храмової архітектури.

Отже, релігійність населення Закарпатської області є важливою передумовою розвитку туристичної галузі. Багатонаціональний склад населення та особливості його релігійно-церковного життя сприяють високій забезпеченості регіону релігійними об'єктами. Вони показують ставлення населення до духовності та слугують об'єктами туристсько-екскурсійного показу. Кожна етнічна група регіону має «свої» релігійні святині, більшість з яких – унікальні за старовинною побудовою, святими місцями, мощами святих та мучеників і безпосередньо пов'язані з історією та строкатим життям населення регіону. Важливою перевагою даного регіону, зокрема на міжнародному туристичному ринку, є наявність унікальної та різноманітної історико-архітектурної культової спадщини різних епох (XII – XIX ст.), що формує образ сучасної української культури.

Список використаних джерел

1. Звіт про мережу релігійних організацій в Україні станом на 01.01.2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://risu.org.ua/ua/index/exclusive>
2. Матеріали Управління національностей та релігій Закарпатської ОДА.– Режим доступу: <https://www.carpathia.gov.ua/ua/publication/content/497.htm>

Медвідь Л.І.

Мукачівський державний університет

м. Мукачево

me_lar@ukr.net

Мовчан А.І.

Київський національний університет ім.. Т.Г.Шевченка

м. Київ

movchan.mdu@gmail.com

ОРГАНІЗАЦІЯ ГІРСЬКОЛИЖНОГО ТУРИЗМУ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ

З врахуванням фізико-географічних, кліматичних, природно-ресурсних та соціально-економічних умов Закарпатська область відноситься до територій, сприятливих для розвитку туристично-рекреаційної галузі. Її гірські території характеризуються обмеженнями, які обумовлені географічною ізоляцією, складністю рельєфу та кліматичних умов, вразливістю екосистем та малодоступністю, які ускладнюють господарську діяльність, але є надзвичайно сприятливими для розвитку гірськолижного туризму.

Типовими районами Закарпатської області, які найбільш привабливі для розвитку гірськолижного туризму, є Рахівський (Драгобрат, Ясіня, Лезещина, Кобилецька Поляна, Богдан), Міжгірський (Пилипець, Ізки, Міжгір'я, Подобовець), Воловецький (Жденієво, Верхній Студений), Великоберезнянський (Ужок-Волосянка, Вишка-Красія), Свалявський (Солочин, Поляна), Тячівський (Усть-Чорна, Калина-Великий), Перечинський (Воеводино, Новоселиця), Хустський (Велятино, Шаян), Іршавський (Осій), Мукачівський (Синяк) [1].

Гірськолижні комплекси регіону розрізняються за такими показниками, як місткість, принцип розміщення в ландшафті, принципи містобудівного розміщення та тип композиційно-планувальної структури. За висотою, яка впливає на стійкість снігового покриву, їх можна поділити на три групи: 1)

високогірні – Драгобрат, Кострино («Красія») та Подобовець; 2) середньогірні – Пилипець, Ізки, Жденієво; 3) низькогірні – Синяк, Шаян, Поляна.

В області можна виділити багато гірсько-рекреаційних осередків розвитку гірськолижного туризму, які поєднують в собі бальнеологічні курорти та гірськолижні зони. Наприклад, «Поляна», «Квітка Полонини»), «Шаян», «Синяк» тощо (рис. 1).



Рис. 1. Головні гірськолижні курорти Закарпатської області (інтерактивна карта) [2].

Більшість гірськолижних комплексів регіону орієнтована на цілорічне туристичне обслуговування та розміщена вздовж основних транспортних автомагістралей міжнародного та національного значення, залізничних шляхів, або в структурі населеного пункту, що дозволяє комплексно розвивати і використовувати їх інфраструктуру. Лише окремі гірськолижні комплекси, зокрема Драгобрат, орієнтуються виключно на обслуговування гірськолижників. Це створює ряд проблем, зокрема з доставкою туристів до місця катання.

Кожна група курортів має свою специфіку, особливості територіального розташування, однак при цьому всім властиві диспропорції, які нівелюються соціально-економічним потенціалом: незадовільним станом автодорожніх комунікацій, фізичною та морально застарілою матеріально-технологічною базою, нерозвиненим середовищем правового та економічного регулювання

процесів інвестиційного забезпечення, слабким розвитком допоміжних інфраструктурних складових рекреаційної сфери, малоефективними організаційно-економічними методиками управління господарськими процесами.

Організація масового відпочинку гірськолижників відзначається рівнем розвитку інфраструктури, що забезпечує формування сучасних гірськолижних центрів, які включають готельні комплекси, систему підйомників, траси спусків різної протяжності та складності, служби облаштування і підготовки трас, контрольно-рятувальні служби, спортивні організації й споруди, магазини, пункти прокату спортінвентарю, «гірськолижні школи». Важливим елементом інфраструктури гірськолижних курортів, від якого залежать можливості використання схилів для катання, є стан гірськолижних трас, технічний стан обладнання (витягів та канатно-крісельних доріг), стан снігового покриття гірськолижних трас і можливості штучного засніження схилів, їх освітлення, умови придбання квитків на спуск тощо.

Отже, в цілому, Закарпатська область має сприятливі умови для розвитку гірськолижного туризму. Гірськолижні курорти мають хороше транспортне сполучення та розвинуту інфраструктуру – гірськолижні траси з витягами, обладнання для штучного засніження схилів, нічне освітлення. На їх території працюють пункти прокату гірськолижного спорядження та аксесуарів, сервісні пункти з підготовки та ремонту гірських лиж. На більшості гірськолижних курортів регіону зберігається баланс між розвитком інфраструктури проживання та відпочинку і самою гірськолижною інфраструктурою.

Список використаних джерел

1. Закарпаття зимове: лижі, витяги, оздоровлення. Департамент економічного розвитку і торгівлі. – Ужгород, 2016.
2. Головні гірськолижні курорти Закарпатської області (інтерактивна карта) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mukachevo.net/ua/news/view/136250>

Обриський С.В.

*Державне підприємство «Великобичківське
лісомисливське господарство»*

смт. Великий Бичків, Рахівський район

lishospvb@zakarpatlis.gov.ua

ТЕРИТОРІЇ «ДИКОЇ ПРИРОДИ» – ВАЖЛИВИЙ РЕСУРС ДЛЯ РОЗВИТКУ ПРИРОДО ОРІЄНТОВАНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ

Збереження природного середовища для майбутніх поколінь є важливим завданням для всіх регіонів. Збільшення урбанізаційних процесів і, як наслідок, несприятлива екологія, зростання екологічних катастроф змусили суспільство і людину звернути увагу на природу та спілкування з нею. Таку можливість дають природно-орієнтовані форми туризму, які набули широкого розповсюдження завдяки розвитку в суспільстві екологічних поглядів, політики охорони природи, збереження біорізноманіття, загострення проблем навколишнього середовища.

Однією з найпотужніших та екологічно вимогливих галузей економіки регіону є туризм. Зростання антропогенного впливу на природне середовище загострює проблему збереження природного характеру ландшафтів районів масового туризму та відпочинку людей.

Гармонійний розвиток природного середовища і людини пов'язаний з екологічною культурою та свідомістю культурного відпочинку на природі є екологічним туризмом. Він не завдає збитків навколишньому середовищу та дає змогу зберігати й відновлювати біологічну різноманітність і абіотичні умови існування живих організмів. Екотуризм орієнтується на відвідування мало змінених природних територій «дикої природи», а це вимагає суворого дотримання правил охорони довкілля [1]. Сьогодні «дика природа» є саморегулюючим, незалежним середовищем існування незліченних видів тварин, рослин і мікроорганізмів. Статус таких територій характеризується

відсутністю людського контролю і тимчасовою нетривалою присутністю людини, яка не залишається там. В більшості випадків це є важкодоступні ділянки земної поверхні з великою кількістю неляканих птахів і звірів, куди не ступала нога людини.

Важливим напрямком організаційної форми збереження дикої природи є природоохоронна діяльність. Завдяки природоохоронним територіям збереглися прояви дикої природи, велика кількість представників флори і фауни. Організаційними формами збереження природоохоронних територій є: природні і біосферні заповідники, національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, заказники, пам'ятки природи загальнодержавного і місцевого значення, заповідні урочища [2].

Подорожі в «дику природу» з кожним роком стають популярними. Сучасні туристи вже не хочуть відпочивати в п'ятизіркових готелях з усіма досягненнями цивілізації, їх приваблює «дикий» відпочинок – з чистим повітрям, неходженими доріжками і стежками, на яких можна побачити унікальні, в більшості червонокнижні, рослини і птахи, зустріти дикі тварини.

На території Закарпатської області в межах Великобичківського державного лісомисливського господарства (ДЛМГ) ще збереглася унікальна територія, де природа перебуває в дикому недоторканому стані. Саме такі території є перспективними для розвитку різних видів природничого туризму.

Великобичківське ДЛМГ розташоване в південно-східній частині Закарпатської області на території Рахівського адміністративного району. Територія господарства знаходиться в межах гірської системи Українських Карпат з переважанням долинно-терасових форм рельєфу, поверхні яких розчленовані долинами тимчасових водотоків. Велика кількість гірських струмків та потічків, які є притоками річки Тиси (Ліщинка, Довгарунь, Білий, Ільмен, Бринзин, Джамер, Скуртул, Григорцел, Попітник, Середній Плаюц, Тьовшаг тощо) та мальовничі озера які мають льодовиково-карстове походження є привабливими об'єктами для розвитку туризму.

Абсолютна висота місцевості розташування Великобичківського ДЛМГ суттєво впливає на розподіл представників флористично-фауністичних угруповань.

Лісова рослинність на території Великобичківського ДЛМГ займає 94% площі території і є унікальною екосистемою. Тут зосереджено 487 осередків червонокнижних рослин та тварин. До Червоної книги віднесено 42 види рослин, серед яких – арніка гірська, баранець звичайний, беладонна звичайна, білоцвіт весняний карпатський, волошка карпатська, дзвоники карпатські, зозулині черевички справжні та інші.

Тваринний світ багатий і різноманітний, представлений такими тваринами як олень благородний, кабан, козуля європейська, ведмідь бурий, кіт лісовий, горностаї тощо. На території господарства зустрічаються також інші цікаві представники лісової та річкової фауни.

Одним із напрямків діяльності Великобичківського ДЛМГ є гармонійне поєднання природних екосистем з розвитком туристично-рекреаційної інфраструктури. До послуг любителів подорожі в природу облаштовані будівлі, які забезпечують комфортні умови для рекреації та туризму в Кобилецько-Полянському лісництві (мисливський будинок «Генцінгерово», «Топірня-сауна» та гуртожиток «Довгий»), Верхньоводянському лісництві (лісовий комплекс «Тьовшажель», рекреаційні пункти «Апецька» та «Пуркарецин»), Лужанському лісництві (лісові кордони «Кізій» та «Діброва» рекреаційні пункти «Чорний міст» та «Кремніца»), Середньоріцькому лісництві (рекреаційний пункт «Буркут»), Щербіловському лісництві (контора лісництва «Джамер» та лісовий будинок «Сімка»), Діловецькому лісництві (рекреаційний пункт «Мала Росіш»), Косівсько-Полянському лісництві (мисливський будинок «Фірис», лісництві ім. Томашук (рекреаційний пункт «Федорово»).

Розвиток інфраструктури екологічного туризму є важливим напрямком подальшої роботи Великобичківського ДЛМГ, яке щорічно розширює свої рекреаційні можливості, відкриваючи нові території «недоторканої» природи для туристів. На території дев'яти лісництв, які входять до лісомисливського

господарства, проводяться активні роботи з прокладання екологічних маршрутів та стежок, розбудови інфраструктури для екологічного, мисливського, спортивного та інших видів природоорієнтованого туризму.

На території Великобичківського ДЛІМГ для любителів екологічного туризму спроектовано новий туристичний маршрут «Гора Апецька-рекреаційний пункт «Пуркарецин» загальною протяжністю понад 20 км.

Сьогодні підприємством проводяться активні роботи на першому етапі маршруту. Туристичний маршрут буде проходити пересічною місцевістю з перепадами висот від 1510 до 600 м, включає шість відрізків різної складності із загальною протяжністю близько 8 км. Маршрут буде промарковано з врахуванням європейських вимог. На ньому передбачено створити місця для короткочасного та тривалого відпочинку, майданчики для огляду краєвидів, альтанки різної місткості та призначення, рекламно-інформаційні щити з коротким описом місць зупинок. На маршруті можна буде помилуватися краєвидами недоторканої природи, спостерігати за дикими тваринами та їх поведінкою. За короткий час працівники лісгоспу вже проклали перші траси запланованого маршруту, встановили містки та кладки, відновили джерела питної води. Створення відповідної інфраструктури для здійснення природоорієнтованого туризму забезпечить умови стійкого розвитку природоохоронних територій.

Список використаних джерел

1. Борейко В.Е. Этика и практика охраны биоразнообразия / В.Е. Борейко. – Киев: Киевский эколого-культурный центр, Международный Социально-Экологический Союз, 2008. – 360 с.

2. Основные концепции и направления современного экотуризма: компаративный анализ / Е.И. Арсеньева, А.С. Кусков, Н.В. Феоктистова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tourlib.columb.net.ua/Statti/Tourism/arsenjeva.htm>.

ПРО ПЕРСПЕКТИВИ ГЕОТУРИЗМУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКОМУ ПОДНІСТЕР'І

З метою розвитку туризму на потенційних туристичних територіях України Українською асоціацією активного та екологічного туризму (UATA) реалізується проект створення мережі Зелених Шляхів (Greenways), яка зарекомендувала себе в світі дієвою та ефективною моделлю комплексного розвитку. Створення Зелених Шляхів передбачає розбудову мережі туристичних маршрутів і забезпечення їх інфраструктурою, налагодження співпраці з територіями природно-заповідного фонду, залучення громад і сприяння розвитку туристичного бізнесу.

У цьому контексті нам було розроблено низку спеціалізованих маршрутів у межах виокремлених асоціацією 5 основних туристичних зон вздовж Дністра (Зелений Шлях) – Буцацької, Устечківської, Чортківської, Заліщицько-Касперівсько-Більчанської та Борщівсько-Скала-Подільської, рейтингово геосайти з точки зору туристичної атрактивності, запропоновано основний геотуристичний шлях (геотраверс) для цих 5 районів, який ляже в основу майбутнього геопарку.

Пропонується 3 пішохідних та 3 автобусних маршрути у межах зазначених вище основних туристичних зон, а також геотраверс, в який включено найбільш атрактивні з різних позицій геосайти. Подібних маршрутів (пішохідних, велосипедних, кінних, автобусних) в подальшому можна розробити цілу низку, пропоновані ж можна взяти за основу саме на початковому етапі функціонування майбутнього геопарку.

Маршрут № 1 (Буцацька туристична зона), автобусний, одноденний: с. Коржова Монастирисьького району (доломіти середнього девону - м. Бучач

(стратотип нагірянських верств гелльветського ярусу міоцену) - с. Рукомиш (травертини з карстовими гротами) - с. Переволока (травертини з натічними формами кальциту) - с. Русилів (водоспади - сс. Скоморохи, Сокілець (скелі-останці) - с. Порохова (травертинові скелі з гротом) – с. Стінка (печерний храм у травертинах) - с. Космирин (подібні об'єкти) - с. Вістря (відслонення девону із захороненнями флористичних решток) - в смт Монастириськ.

Маршрут № 2 (Устечківська зона), пішохідний, одноденний: с. Устечко Заліщицького району – (дністровська серія нижнього девону з рибною брекчією) - с. Нирків (водоспад «Дівочі сльози» з травертиновими скелями із печерою відлюдника, Червоногородський водоспад, баденські гіпси, контакт червоноколірної дністровської серії з базальним горизонтом сеноманського ярусу крейди) - с. Устечко.

Маршрут № 3 (Чортківська зона). Маршрут пішохідний, одноденний: околиці м. Чорткова та Чортківський район в долині р. Серет - м. Чортків - с. Горішня Вигнанка (комплексна пам'ятка природи місцевого значення «Вавринів») - с. Біла (відслонення алювію р. Серет) - сс. Синякове - Угринь - с. Бердо (гравітаційні складки в баденських пісковиках) - об'їзна дорога м. Чорткова (товща тиверської серії нижнього девону з численними рештками морських безхребетних) - с. Залісся (гіпсова печера «Млинки») - м. Чортків.

Маршрут № 4 (Заліщицько-Більче-Золотецька зона). Маршрут одноденний, автобусний – м. Заліщики (товща порід від нижнього девону до антропогену включно) - с. Хрещатик (відслонення баденських гіпсів та літотамнієвих вапняків) - с. Касперівці (алювіальні відклади V тераси Дністра, форми звітрювання вапняків сеноманського ярусу крейдової системи (скелі-останці - с. Більче-Золоте (розріз альбу з численними палеонтологічними рештками і сеноману (піщано-опокові відклади, печера Вертеба – м. Заліщики.

Маршрут № 5 (Борщівська зона). Маршрут дводенний. Перший день – пішохідний, 2 день – автобусний: с. Дзвенигород Борщівського району (розрізи силурійської системи (трубчинської та дзвенигородської світ, окременілі

опокоподібні породи сеноману, баденські піски і пісковики, гіпси і розріз алювію Дністра) - с. Трубчин і с. Дністрове (силур, девон).

Другий день: с. Худиківці поблизу смт Мельниця-Подільська (альбські відклади з численними палеонтологічними рештками) - с. Пилипче (альб і сеноман, фосфоритовий горизонт) - у сс. Шишківці і Сков'ятин (розробки гіпсів кар'єрним способом - с. Кривче (відслонення тиверської серії нижнього девону і печера Кристалічна) - с. Дзвенигород.

Пропонований геотраверс по Подністер'ю включає такі вузлові пункти:

с. Коржова (розріз середнього девону) – с. Вістря (флора девону) – с. Порохова (травертини) – с. Русилів (водоспади) – с. Скоморохи (Скеля семи джерел) – с. Новосілка – с. Устечко (розріз нижнього девону) – с. Нирків (водоспад, девон, контакт девону з сеноманом) – м. Заліщики (розріз біля мосту) – с. Хрещатик (гіпси, неогенові вапняки. монастир, завод мінвод, вид на меандру Дністра) – с. Більче-Золоте (печера, відслонення нижньої крейди) – с. Шишківці, с. Сков'ятин (гіпсові розробки) – с. Кривче (печера, розріз нижнього девону) – смт Мельниця-Подільська – с. Худиківці, с. Пилипче (альбські відклади, фосфорити) - с. Дзвенигород (розріз фанерозою) – с. Трубчин (стратотип силуру).

Що стосується створення майбутнього геопарку на базі Дністровського національного парку, то, на наш погляд, варто було б реалізувати пілотний проект в межах більш компактної й цілісної території, наприклад, карстового поля у Подністер'ї (Подільсько-Покутський карстово-спелеологічний парк) [1]. Правда, відсутність мостових переходів через Дністер ускладнює доступ до чернівецьких печер, в такому разі можна б обмежитись лише Борщівщиною. Тим більше, що зазначена територія якнайкраще відповідає рекомендаціям ЮНЕСКО [3], щодо територій майбутніх геопарків: «геологічна спадщина має бути частиною цілісної концепції захисту, освіти та сталого розвитку, причому не лише за геологічними чи географічними мотивами, але й у силу своїх археологічних, екологічних чи історико-культурних цінностей, особливо, коли їх значення і зв'язок з ландшафтом та геологією може бути продемонстрований

відвідувачам. Це є невід'ємною частиною кожного геопарку». У випадку з пропонованим карстово-спелеологічним парком, це не тільки унікальні гіпсові печери, як основа геопарку, але й численні відслонення гірських порід різного віку, мальовничі долини Дністра та Збруча, городище у с. Дзвенигород, руїни замку в Скалі-Подільській [2], Гермаківський дендропарк, замки у сс. Кудринці та Кривче, археологічна пам'ятка в с. Більче-Золоте, ботанічний сад у м. Заліщики, завод мінеральних вод у с. Хрещатик, козацька могила у с. Білівці, діючі кар'єри у сс. Шишківці, Сков'ятин, Бурдяківці, краєвиди Товтровою кряжу, краєзнавчі музеї у Заліщиках, Борщові, Мельниці-Подільській, Кривчому, історичний музей у Більче-Золотому; єврейські некрополі у сс. Скала-Подільська, Мельниця-Подільська, Королівка, Озеряни, Товсте; кладовища УСС в Заліщиках, Ворвулинцях, Блищанці та ін. Позитивний досвід функціонування такого геопарку можна було б використати в організації подібних структур у Товтрах, Подністер'ї.

Список використаних джерел

1. Сивий М. Про потребу створення Подільсько-Покутського національного карстово-спелеологічного парку / М. Сивий, П. Дем'янчук // Геологічні пам'ятки – яскраві свідчення еволюції Землі: Матеріали II Міжнародної наук.-практичної конференції. – Кам.-Поділ., 2011. – С. 119-120.
2. Підставка Р. Замок у Скалі-Подільській: ретроспектива і сучасність / Р. Підставка, М. Сивий // Пам'ятки України: науковий альманах. Вип. 3. – К., 2017. – С. 41-51.
3. Уімблдон В. Проблеми охорони геологічної спадщини України / В. Уімблдон, Н. Герасименко, А. Іщенко. – К.: ДНЦ РНС НАНУ, 1999. – 129 с.

Сойма Ю.М.

*Державне підприємство «Великобичківське
лісомисливське господарство»
смт. Великий Бичків, Рахівський район
lishospvb@zakarpatlis.gov.ua*

РЕСУРСИ ЛІСОВОГО ФОНДУ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ ЗАЛУЧЕННЯ ДО РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розвиток рекреаційно-туристичної галузі України є важливим процесом в її позитивному перетворенні. Значні площі території України мають природно-географічну та історико-культурну цінність [1]. Серед компонентів природного ландшафту особливе місце займають лісові простори, які відрізняються різноманіттям та привабливістю.

Природно-кліматичні умови України та її регіонів є достатньо комфортними для відвідування лісів у різних частинах країни протягом усього року. Однак, загальна залісненість території України за останні роки знизилась, що потребує бережливого відношення до лісів в тому числі упорядкування місцями навіть зменшення антропогенного навантаження. З іншого боку, знайомство з природними ландшафтами сьогодні здебільшого носить стихійний неупорядкований характер. Умови реалізації рекреаційно-туристичної діяльності ще далекі від стандартів розвинутих країни [2].

Таким чином, існує проблема, що полягає в невідповідності якості сучасної організації рекреаційно-туристичної діяльності на територіях лісового фонду України як потребам рекреантів, так і вимогам збереження природних лісових ландшафтів.

Проблема формування об'єктів рекреаційно-туристичної діяльності на основі використання територій лісового фонду має декілька аспектів. Нові ринкові соціально-економічні відносини стимулюють пошук відповідних економічних ресурсів для розвитку лісового господарства. В якості таких ресурсів можуть стати надходження від організації рекреаційно-туристичної

діяльності на територіях лісів шляхом виділення та формування туристичних угідь – ділянок, у межах яких здійснюється туристична діяльність (мисливство, рибальство, прогулянки, збір грибів тощо). Досвіду країн світу доводить, що організації лісового господарства можуть стати успішними суб'єктами туристичної індустрії, які надають одну або декілька послуг. У лісовому господарстві країни є широкі можливості для розвитку такого напрямку туризму. Використання в якості об'єктів туристичного показу ландшафтів, пам'яток природи, унікальних ділянок лісу, флори фауни, облаштування стежок для прогулянок, розробка турів, високий рівень туристсько-екскурсійного обслуговування і реклама – сприяють залученню туристів до лісів для відпочинку, екологічного виховання і освіти [3].

Лісове господарство та суміжна з ним туристично-рекреаційна галузь традиційно посідають провідне місце в економіці та сфері зайнятості населення Закарпатської області. За лісистістю і запасами деревини регіон займає перше місце в Україні. Понад 80 % лісів розміщено у гірській місцевості. Загальна площа лісового фонду, закріплена за постійними лісокористувачами, становить 724,0 тис. га, (56,8 %). На одного жителя Закарпаття припадає 0,55 га лісів і 165 м³ деревини. Основною деревоутворюючою породою лісів є бук – 58,2% вкритої лісовою рослинністю площі, смерека – 26,4 %, дуб – 8,5 %, на інші деревні породи припадає 7,9%. У віковій структурі лісових порід переважають середньовікові – 45,4% насадження, на молоді припадає – 22,8%, пристигаючі – 11,5 %, стиглі й перестійні насадження – 20,3 % [4].

Ведення лісового господарства і збереження та раціональне використання лісових ресурсів забезпечується Закарпатським обласним управлінням лісового та мисливського господарства (ОУЛМГ), основною метою діяльності якого є організація ведення лісового господарства і використання лісових ресурсів на принципах невиснажливого і безперервного природокористування.

Загальна площа лісового фонду Закарпатського ОУЛМГ складає 588,8 тис. га, в тому числі вкриті лісовою рослинністю – 530,9 тис. га (90,2%). Загальний запас деревини складає 207,5 млн. м³. В підпорядкуванні Управління

знаходиться 20 держлісгоспів та 6 мисливських господарств в яких працює понад 3055 працівників [4].

Найбільшим підприємством Закарпатського ОУЛМГ є Державне підприємство «Великобичківське лісомисливське господарство» (ДП «ВЛМГ»), розташоване в південно-східній частині Закарпатської області на території Рахівського адміністративного району. До його складу входить дев'ять лісництв: Костилівське (4981 га), Діловецьке (4694 га), Лужанське (6445 га), Косівсько-Полянське (6805 га), ім. Томащука (5111 га), Кобилецько-Полянське (4919 га), Середньоріцьке (5750 га), Щербіловське (6295 га) та Верхньоводянське (8324 га).

Одним із напрямків діяльності Великобичківського ЛМГ є розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури, яка гармонійно поєднується з природними екосистемами. В господарстві ведеться цілеспрямована робота над створенням рекреаційної інфраструктури – створенням нових рекреаційних пунктів, мисливських будинків, лісових комплексів; розробкою нових туристичних маршрутів; прокладанням доріжково-стежкової мережі; обладнанням місць для відпочинку та ночівлі, притулків у разі негоди; підготовки майданчиків і дров для вогнищ; благоустроєм джерел, екологічних стежок; влаштуванням оглядових майданчиків, автостоянок тощо.

Для працівників лісової охорони та для прийому мисливців і туристів в урочищах Генцінгерово та Довгий (Кобилецько-Полянське лісництво), Тьовшажел, Апецька та Пуркарєцин (Верхньоводянське лісництво), Кізії, Діброва, Чорний міст, Кремніца (Лужанське лісництво), Попітник (Середньоріцьке лісництво), Джамер та Сімка (Щербіловське лісництво) використовуються облаштовані будівлі, які забезпечують комфортні умови для рекреації та туризму.

До послуг любителів подорожі в природу: 1) адміністративні приміщення лісництв зі спеціально облаштованими кімнатами для прийому гостей з постійним електропостачанням, опаленням, внутрішнім санвузлом; 2) лісові та мисливські будинки з додатковою інфраструктурою (гуцульською чи

вівчарською колибою, альтанками, гойдалками, куточками відпочинку тощо) – комфортабельні будинки з освітленням, опаленням, внутрішнім санвузлом та/чи зовнішнім туалетом, які знаходяться на туристичних маршрутах за межами населених пунктів; 3) рекреаційні пункти в найбільш мальовничих куточках лісу з гуцульською чи вівчарською колибою (з постійним чи тимчасовим електропостачанням, туалетом), альтанками, куточками відпочинку, облаштованими джерелами мінеральної чи питної води.

Отже, засади сталого розвитку, які впроваджують Закарпатським ОУЛМГ, передбачають не тільки безперервне та невиснажливе лісокористування, а й нарощення і використання екологічного потенціалу. Незважаючи на вже досягнуті успіхи в розбудові туристичної інфраструктури Великобичківському ЛМГ надалі необхідно розширювати мережу екологічних туристичних маршрутів за рахунок як нових лісових угідь, так і цікавих для туристів об'єктів населених пунктів, включивши їх до екологічних маршрутів; активізувати рекламне забезпечення туристично-рекреаційної інфраструктури лісомисливського господарства: розробити буклети, флаєри, відзняти відеоролик, надавати необхідну інформацію суб'єктам туристичної діяльності та засобам масової інформації тощо.

Список використаних джерел

1. Биржаков М. Б. Введение в туризм. / М. Б. Биржаков // Учебник. СПб.: Герда, 2004. – 1 68 с.
2. Панченко Т. Ф. Туристичне середовище: архітектура, природа, інфраструктура [Монографія]. /Т. Ф. Панченко-Київ: Логос, 2009. – 176 с.
3. Здоров А. Б. Экономика туризма. /А. Б. Здоров // М.: Финансы и статистика, 2004. – 06 с.
4. Закарпатське обласне управління лісового та мисливського господарства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakarpatlis.gov.ua>

Співак С.М.

*Виноградівський державний коледж
Мукачівського державного університету
м. Виноградів
svitlana.sp1007@gmail.com*

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ САНАТОРНО- КУРОРТНИХ ТА ОЗДОРОВЧИХ ЗАКЛАДІВ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Мальовничі ландшафти, географічне положення території Закарпаття в центрі Європи створили унікальний мікроклімат, що у поєднанні з рослинними та мінеральними ресурсами використовуються для лікування та оздоровлення людей. На сьогодні Закарпаття одночасно може прийняти близько 25 тисяч туристів.

Кількість лікувальних курортів і курортних місцевостей в Закарпатській області досягає 10 (Поляна, Голубине, Синяк, Сойми, Кваси, Шаян, Теплиця, Боржава, Солочин, Солотвино) [1].

До закладів санаторно-курортного комплексу відносять: санаторії, пансіонати з лікуванням, санаторії-профілакторії, будинки і пансіонати відпочинку, інші оздоровчі заклади.

Санаторії, розташовані на території Закарпатської області, спеціалізуються на лікуванні (оздоровленні) людини природними факторами (мінеральними водами, термальними водами, грязями, солоними озерами тощо), поєднані з фізіотерапією, лікувальною фізкультурою, дієтичним харчуванням в умовах санаторного режиму. Внаслідок курортно-рекреаційного зонування на території Закарпаття виділено 10 курортно-рекреаційних зон [3].

До мережі санаторно-курортних та оздоровчих закладів області станом на 1 січня 2016 р. увійшли 55 санаторно-курортних закладів різних типів: 21 санаторій, 2 санаторії-профілакторії, 4 будинки і пансіонати відпочинку, 28 баз та інших закладів відпочинку [4].

Сучасна туристична галузь і курортно-рекреаційна діяльність зокрема за останні кілька років зазнала певних змін, як кількісних, так і якісних. У функціональній структурі санаторно-курортних та оздоровчих закладів Закарпаття в цілому простежується динаміка до зменшення їх чисельності (рис. 1).

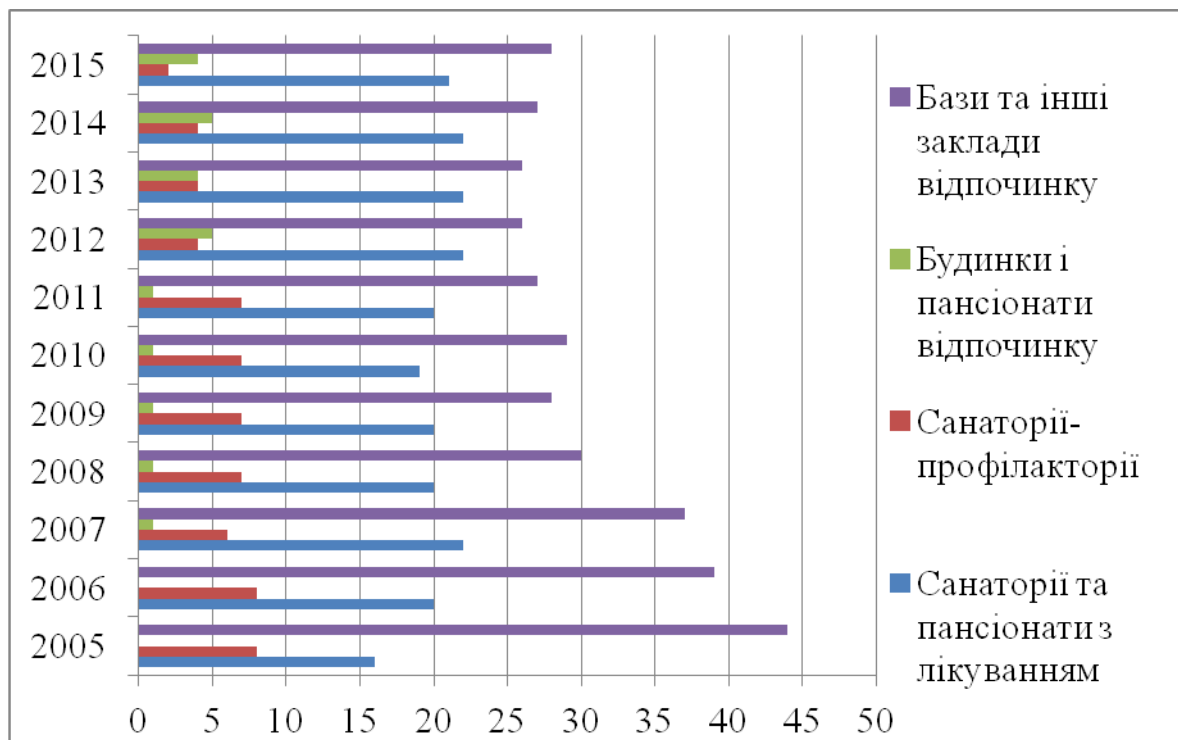


Рис. 1. Забезпеченість Закарпатської області санаторно-курортними та оздоровчими закладами [4].

Отже, як видно з рис. 1, кількість санаторно-курортних та оздоровчих закладів починаючи з 2005 р. істотно скоротилася. Найбільш помітно за період з 2005 по 2015 р. зменшилася кількість баз та інших закладів відпочинку (з 44 до 28), також відбулося суттєве зменшення чисельності санаторіїв-профілакторіїв (з 8 до 2), кількість санаторіїв та пансіонатів з лікуванням навпаки збільшилася (з 16 до 21), чисельність будинків і пансіонатів відпочинку теж істотно змінилася (у 2005 р. заклади такого профілю на території області не функціонували, у 2015 р. їх налічувалося 4).

За період 2005–2015 рр. кількість санаторно-курортних та оздоровчих закладів Закарпаття суттєво зменшилася. Такий процес можна пояснити не конкурентноспроможністю даних підприємств на сучасному ринку

рекреаційних послуг. Однією з основних проблем розвитку закладів даної спеціалізації є необхідність підвищення якості рекреаційно-оздоровчих послуг, так як матеріальна база переважної більшості з них є застарілою й потребує реконструкції й оновлення. На сучасному етапі відзначимо значне падіння попиту на санаторно-курортні послуги.

Серед конкурентних переваг санаторіїв Закарпатської області можна назвати доступні ціни, хороше харчування (закарпатська кухня дуже смачна), сприятливий клімат, близькість до Європи тощо.

Розглянемо зміни показників чисельності ліжкового фонду санаторно-курортних та оздоровчих закладів, які функціонують на території Закарпаття, (рис. 2).

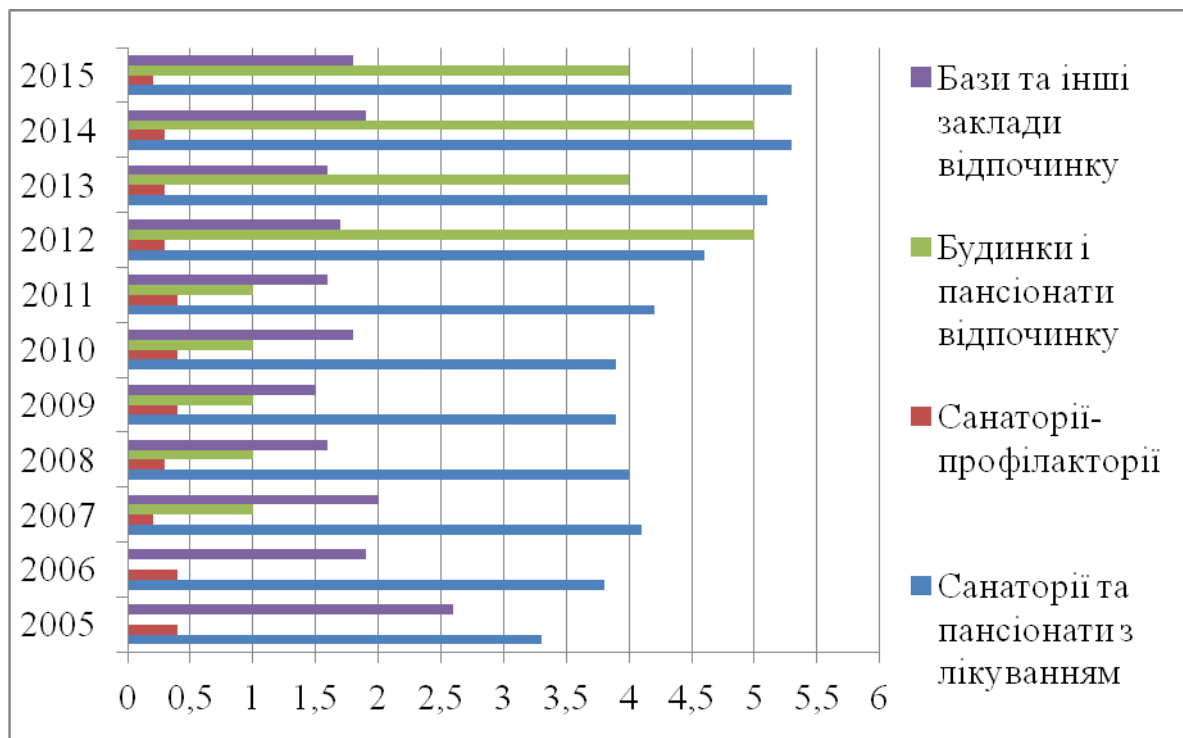


Рис. 2. Динаміка кількості ліжок (місць) у санаторно-курортних закладах Закарпатської області, тис. [4]

Аналіз статистичних даних наявного ліжкового фонду санаторно-курортних закладів Закарпаття показав наступне: у період 2005/2015 рр. їх кількість значно змінилася. Найбільше скорочення з 2,6 до 1,8 тис. місць припадає на бази та інші заклади відпочинку. Також зменшилася за даний період кількість ліжок у санаторіях-профілакторіях (з 0,4 до 0,2 тис. відповідно). Збільшилися показники ліжкового фонду санаторіїв та пансіонатів

з лікуванням на 2,0 тис. ліжок (з 3,3 тис. у 2005 р. до 5,3 тис. у 2015 р., тобто їх кількість зросла більш ніж на половину) та будинків і пансіонатів відпочинку (з 0 у 2005 р. до 0,2 тис. місць у 2015 р.).

Санаторно-курортні заклади Закарпатської області потребують покращення рівня сервісу, загальної реконструкції, розширення спектру рекреаційних та супутніх послуг, створення програм фінансування оздоровчих закладів з боку органів влади.

Доцільно розширити мережу курортної анімації, удосконалити і більш публічно використовувати рекламу, підвищити рівень культури обслуговування тощо [2].

Отже, в цілому динаміка розвитку санаторно-курортних та оздоровчих закладів Закарпаття є негативною. Потрібно покращити їх імідж з врахуванням специфічних особливостей області. Це сприятиме збільшенню суми надходжень до державного та місцевих бюджетів та створенню додаткових робочих місць.

Список використаних джерел

1. Волкова І. І. Розвиток санаторно-курортної діяльності в Карпатському регіоні. / Волкова І. І., Лось Ю. О. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». – 2017. – Випуск 6.– С. 143-153.

2. Габчак Н.Ф. Функціонування санаторно-курортної та оздоровчої сфери в межах Закарпатської області: головні аспекти дослідження / Н.Ф. Габчак // Географія та туризм. – 2012. – Вип. 23. – С. 113-120.

3. Головка О.М. Аналіз особливостей розвитку колективних засобів розміщення Закарпаття / О. Головка // Електронне наукове фахове видання. Серія Економіка та суспільство. – 2016. – Випуск 3. – С. 295-299.

4. Закарпаття – санаторії та туризм [Текст]: Статистичний збірник / Держ. ком. статистики України, Головне упр. Статистики у Закарпатській обл. / Н.П.Яцкулич (відп. за вип.). – Ужгород, 2016. – 116 с.

2. КРАЄЗНАВЧІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ТУРИЗМІ

УДК: 338.48+908]:37

Касинець О.В.

1954otokar@gmail.com

Смочко Н.М.

natazak@ukr.net

Мукачівський державний університет

м.Мукачево

КРАЄЗНАВСТВО І ТУРИЗМ У СИСТЕМІ НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОЇ РОБОТИ ОСВІТНІХ ЗАКЛАДІВ

Особливої актуальності у системі навчально-виховної роботи в освітніх закладах набуває нині туристсько-краєзнавча діяльність. Вона передбачає дослідження рідного краю у взаємозв'язку із вивченням глобальних і регіональних особливостей довкілля, створює умови для використання краєзнавчого матеріалу в навчально-виховній роботі освітніх закладів, забезпечує застосування набутих знань, умінь і навичок (як результат безпосереднього розвитку школярів і студентів, забезпечення їхнього життєвого досвіду).

Теоретико-методичні засади освітнього краєзнавства розглядали у своїх працях О. Барков, В. Борисов, М. Мілонов, А. Даринський, Ю. Кононов, М. Костриця, К. Строев та інші. Місце екскурсії в туристсько-краєзнавчій діяльності досліджували такі науковці: Бабарицька В., Короткова А., Малиновська О. Бурма Д., Горшков О., Мальська М., Худо В. Гасюк Н., Головатий М., Красій Р. та інші.

Туристсько-краєзнавча діяльність – комплексний засіб гармонійного розвитку дітей та юнацтва, що полягає в активному пізнанні і покращенні навколишнього середовища і самих себе в процесі туристичних подорожей; пошуку, обґрунтуванні і розкритті у взаємозв'язках і взаємозалежностях сукупності особливостей певної території, комплексному оцінюванні її у природно-історичному і соціально-економічному аспектах. Об'єктом туристсько-краєзнавчої діяльності є сукупність географічних, історичних

об'єктів і явищ суспільного життя та їх взаємозв'язків на певній території; суспільно-територіальний комплекс. Краєзнавство також містить знання історії, демографічного складу, духовної і матеріальної культури населення певної території. Об'єктом краєзнавства є соціально-економічний, політичний, історичний і культурний розвиток мікрорайону, села, міста, району, області, їх природні умови. Предметом туристсько-краєзнавчої діяльності є територія, етнічний простір історико-географічних одиниць.

Туристсько-краєзнавча діяльність передбачає виконання таких завдань: сприяння відродженню духовності, національної свідомості, любові до рідної країни у підростаючого покоління; виховання поваги до людини та її праці; підвищення результативності навчання й виховання за допомогою яскравих прикладів із навколишнього середовища; збагачення досвідом спільної діяльності, спілкування; здійснення особистісного розвитку кожного учня/студента; сприяння оздоровленню, підвищенню рівня фізичної підготовленості дітей, підлітків і молоді; розвиток вміння поповнювати зібраними під час походів і екскурсій матеріалами краєзнавчі музеї чи куточки, створювати нові; стеження за екологічним станом довкілля тощо.

Кожна подорож потребує певних знань, умінь та навичок туриста, що обумовлено вимогами безпечного проведення подорожі. Туризм охоплює практично всіх дітей та молодь і має епізодичний характер; туристсько-краєзнавчу діяльність реалізується також у постійній роботі туристських гуртків, клубів, краєзнавчих об'єднань тощо.

Найпростішою короткочасною формою туристичної роботи є прогулянка. Вона здійснюється з метою оздоровлення та загартування організму, а також має найпростіші елементи техніки туризму (подолання нескладних природних перешкод, елементи орієнтування на місцевості, елементи туристичного побуту).

Значно складнішою формою туристичної роботи є похід – включення людини в природне середовище пов'язана з активними способами пересування, автономністю існування туристської групи. Як правило, в туристсько-

краєзнавчій діяльності здійснюють одноденні (походи вихідного дня), та багатоденні походи. Вже традиційним став багатоденний похід першокурсників спеціальності «Туризм» Мукачівського державного університету на г. Говерлу. Тривалий переїзд до смт. Ясіня дає змогу побачити красу і велич Закарпаття, проїнятися любов'ю до рідного краю, свого трудолюбивого народу.

Найпопулярнішою серед учнівської та студентської молоді є екскурсія з пізнавальною чи навчальною метою для загального культурного розвитку. Сучасна екскурсія є цілеспрямованим ознайомленням екскурсантів із пам'ятками історії, культури, природи, місцями історичних подій, предметами, процесами тощо під керівництвом екскурсовода. Методика проведення екскурсії дає змогу враховувати такі чинники: час проведення екскурсії; вікові особливості екскурсантів; ступінь їх поінформованості; мета проведення екскурсії.

Для всіх першокурсників (географів і туристів) в рамках практики «Вступ до фаху» проводиться оглядова пішохідна екскурсія містом Мукачевом, яка об'єднує такі підтеми: історія міста; історико-культурна спадщина міста; культурний розвиток міста (видатні діячі культури, які народилися в місті чи творчість яких із ним пов'язана); розвиток науки в місті (стисла характеристика вищих навчальних закладів, дослідницьких установ; природа міста (ландшафт, характеристика парків, скверів та ін.). Протягом навчання організовуються навчальні виїзні автобусні екскурсії майже по всій території Закарпаття.

Освітніми програмами підготовки фахівців бакалаврів з туризму та географів в МДУ вивчення туристського краєзнавства передбачено за такими напрямками:

- 1) географічне краєзнавство і туризм (гідрологічні, геологічні, метеорологічні особливості рідного краю, природно-територіальних комплексів та інших географічних особливостей певної місцевості; природні краєзнавчо-туристичні ресурси України; курортні ресурси України; організація використання печер для туризму; фортеці, замки і монастирі як краєзнавчо-туристичні об'єкти; музеї як об'єкти краєзнавчо-туристичної діяльності);

2) біологічне краєзнавство (ознайомлення з представниками місцевої флори і фауни, їхніми особливостями, значенням у господарській діяльності, місцевими біогеоценозами, вивчення методики проведення спостережень за природою, дослідів, збирання різних краєзнавчих колекцій, ботанічного і зоологічного матеріалу);

3) етнографічне та релігійне краєзнавство (поселення, їх зовнішній вигляд, житла та різноманітні будівлі, предмети побуту; знаряддя і результати праці як свідчення різноманіття форм господарства, характер основних і підсобних занять; одяг і прикраси; народна художня творчість; ритуальні дії, звичаї та обряди; народні музичні інструменти; сімейні обряди та звичаї тощо);

4) літературне та мистецьке краєзнавство (українська народна пісенна творчість, художня література та історія рідного краю, діячі культури рідного краю, творча спадщина);

5) історико-культурне краєзнавство (краєзнавча бібліографія, історія краю як об'єкт вивчення туристичного краєзнавства, археологічне вивчення краю, пам'ятки історії та культури як об'єкти краєзнавчого вивчення, пам'ятки історії; пам'ятники археології; пам'ятки містобудування та архітектури; пам'ятники мистецтва; документальні пам'ятники; пам'ятники етнографії; монументальна скульптура; музеї; різновиди музеїв; структура краєзнавчих музеїв).

Різнобічне вивчення рідного краю краєзнавством і туризмом сприяє дослідженню, науковому обґрунтуванню, розробленню різноманітних форм передання наступним поколінням знань про минуле і сучасне людського суспільства й довкілля конкретної території.

Список використаних джерел

1. Бабарицька В., Короткова А., Малиновська О. Екскурсознавство і музеєзнавство: Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2007. – 464 с.

2. Пангелов, Б. П. Організація і проведення туристсько-краєзнавчих подорожей: реком. МОНУ як навч. посібник для студ. ВНЗ /Б.П.Пангелов. – К : Академвидав, 2010. – 248 с.

Лужанська Т.Ю.
к.г.н., доцент кафедри туризму і рекреації
Мадій Р.
магістранка спеціальності «Туризм»
Мукачівський державний університет
м. Мукачево
turizm305@ukr.net

ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ТЕРИТОРІЇ В КОНТЕКСТІ РОЗРОБКИ НОВИХ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ

Згідно чинної в Україні нормативної документації туристичний маршрут визначається як попередньо намічений шлях туристичної подорожі (екскурсії, походу), що характеризується визначеним напрямком пересування туристів через географічні пункти. Серед науковців туристичної галузі туристичний маршрут частіше розглядається як "напрямок переміщення туристів". Зазначеної точки зору дотримуються українські фахівці В. Кифяк, О. Любіцева, Г. Михайліченко та інші.

За Любіцевою О. О. розробка туристичного маршруту включає такі етапи: вибір пунктів маршруту, ієрархізація цих пунктів, вибір пунктів початку та закінчення маршруту, розробка схеми маршруту та його оптимізація. Розробка схеми маршруту та його програмне забезпечення є нерозривно пов'язаними паралельними процесами. Розрахунок вартості туру ґрунтується на проведених організаційно-технічних заходах з пошуку партнерів та укладених з ними угод. При виборі пунктів маршруту важливо умовою є вивчення району подорожі. Воно охоплює ознайомлення з літературою, картографічним матеріалом, соціологічними дослідженнями [1].

Важливим аспектом туристичної галузі є інженерне обґрунтування та проектування нових туристичних маршрутів. Особливо актуальною є підготовка фахівців, що проводитимуть інженерний аналіз та оцінювання природно-територіальних ресурсів для туристичного освоєння територій,

зокрема геодезичне та картографічне забезпечення вибору місця та будівництва туристичних і готельних комплексів на базі системи автоматизованого проектування та ГІС-технологій. Аналізуючи стан та враховуючи просторовий аспект туризму, дуже перспективним та актуальним є створення і застосування сучасних Web-ГІС систем та технологій, зокрема Національного туристичного Web-порталу, туристичних Web-сайтів у регіонах, Web-сторінок туристичних об'єктів тощо, які сьогодні лише починають впроваджувати.

Класифікація туристичних маршрутів приводиться в залежності від:

- 1) *території по якій вони прокладені* - далекобіжні (міжнародні, національні, регіональні), ближні, місцеві;
- 2) *засобу пересування* - пішохідні, велосипедні, лижні, водні, кінні, комбіновані;
- 3) *тривалості* – короткотермінові, багатоденні;
- 4) *мети подорожі (призначення)* – навчальні, пізнавальні (екскурсійні, краєзнавчі, екологічні), оздоровчі (рекреаційні), спортивні, екстремальні тощо.

Розробка туристичним підприємством нових туристичних маршрутів неможливо без знання особливостей ринку, на якому воно працює. При розробці нових туристичних маршрутів важливе місце повинно відводитися поняттю «туристичний попит», в концепції якого пріоритетне місце відводиться споживачу, чії потреби та бажання припускають задовольняти.

При розробці нових туристичних маршрутів складності полягають у тому, що оцінка якості туристичних послуг споживачем досить суб'єктивна і залежить від різних чинників: загальноекономічних; культурного та суспільно-психологічного характеру; соціально-демографічних; особистісно-поведінкових. Значний вплив на попит в сфері туристських послуг надають такі зміни в суспільній психології споживання, як інформованість, рівень освіченості; висока вимогливість до комфорту і якості послуг; індивідуальність; екологізація мислення споживача; мобільність; фізична та розумова активність на відпочинку; прагнення отримати калейдоскоп вражень [1].

В основі вибору туристом тієї чи іншої туристичної поїздки лежить його мотивація, яка є одним з найважливіших чинників прийняття рішення про подорож. Розуміння мотивів потенційного туриста має величезне значення при плануванні, формуванні та організації процесу реалізації туристської послуги.

Місто Мукачево – один з найвідоміших туристичних центрів, традиційно включений в екскурсійні маршрути Закарпатської області. Архітектура міста, в якій вгадуються нотки австро-угорського стилю, численні замки та храми щорічно приваблюють тисячі туристів з України та зарубіжжя. Перша письмова згадка про м. Мукачево датується другою половиною IX століття (хроніка "Геста гунгарорум"), хоча добре відомо, що слов'янські поселення в цих місцях вже існували в VI - IX ст. За багато століть місто неодноразово переходило у володіння різних держав. Це відобразилося в архітектурі міста, його національно-етнічному складі і традиціях.

Місто Мукачево має значний туристичний потенціал, зумовлений географічним положенням, особливостями історичного розвитку, національно-культурним різноманіттям, специфічною архітектурою міста, природними об'єктами, наявністю потенційно брендових туристичних продуктів, унікальним поєднанням у межах міста урбанізованих та індустріалізованих майданчиків із заповідними територіями, що сприятиме розвитку туристичної інфраструктури та галузі в цілому [3].

Запорукою успішного розвитку туризму на території м. Мукачево є вибір правильного стратегічного курсу. Звідси постає потреба у розробці механізму стратегічного управління розвитком туризму при організації та інфраструктурного облаштування туристичних маршрутів.

У місті Мукачево збережено культурні міфи, функціонують мистецькі осередки, що дає змогу активно розвивати мистецько-фестивальний туризм. Щорічно у місті проводиться близько 20 різноманітних масових заходів міського, національного та міжнародного значення. Привабливості місту надає поєднання традицій історії й культури міста та динаміки в пошуках новітніх форм діяльності.

У місті Мукачево працює чотири туроператори, два представництва регіональних туроператорів, 16 туристичних агентств, Закарпатська обласна федерація водного туризму та велосипедний клуб «Велобайк Мукачево», які надають широкий спектр туристичних послуг; три картинні галереї, мережа постійно діючих салонів продажу сувенірних виробів, музей дерев'яних церков Закарпаття, екуменічна церква та інші.

Важливу роль у розвитку туристичної галузі міста відіграє міжнародна співпраця. У рамках проекту для м. Мукачево було розроблено нові туристичні маршрути, закуплено пристрої для аудіоекскурсій, встановлено інформаційні покажчики, надруковано багатомовні туристичні путівники, випущено туристичні мапи, брошури для промоції міського культурного туризму. В 2016 році запропоновано гостям і мешканцям м. Мукачево ще один новітній туристичний продукт – мобільний додаток до смартфонів і планшетів «Мукачево для туристів».

Туризм у місті Мукачево повинен максимально використовувати не тільки історико-культурну спадщину, а й природні ресурси краю, можливості місцевого населення, сприяти формуванню нових традицій, а саме, місто має бути інтегроване до мережі туристичних маршрутів у межах Закарпатської області. Розвиток різних видів туризму дозволить зменшити негативний вплив сезонності, для чого слід розвивати як літні, так і зимові види туризму, що забезпечить зайнятість населення в галузі туризму протягом усього року.

Список використаних джерел

1. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг / О.О. Любіцева. - К.: Альтерпрес, 2006. - 436 с.
2. Сіренко К. В. Аналіз туристичного ринку України в сучасних умовах розвитку економіки / К. В. Сіренко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. - №12. – С.70-74.
3. Шандор Ф. Туристична галузь [Електронний ресурс] / Ф. Шандор. – Режим доступу : www.zakarpatia.com/.

Матвійчук Л.Ю.

Луцький національний технічний університет

м. Луцьк

Деркач В.Ю.

Мукачівський державний університет

м. Мукачево

turizm305@ukr.net

ПРОГРАМНИЙ ПАНОРАМНИЙ ПУТІВНИК ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

Інформаційно-інноваційний потенціал туристичних підприємств не може реалізуватися в Україні повною мірою через несприятливе соціально-економічне та нормативно-правове середовище щодо ведення підприємницької діяльності. Будь-які економічні перетворення залишаються незавершеними без налагодження ефективної державної туристичної політики, здатної мобілізувати внутрішні резерви виготовлення конкурентоспроможної продукції туристичним підприємством.

Застосування інформаційних технологій є одним з найбільш перспективних і важливих напрямків досліджень у туристичній сфері діяльності, що включає систематизацію інформації про туристичні ресурси і подальшу оцінку туристично-рекреаційного потенціалу певної території при створенні *програмного панорамного путівника*. На сьогодні створено панорамний путівник Західного регіону України. Проте подальших досліджень потребують питання його ефективного функціонування, наповнення змістовною інформацією, доступність користування для широких верств населення і т.д.

З метою підвищення репрезентативності туристичного іміджу Західного регіону України, упровадження перспективних напрямів розвитку регіонального туризму необхідно враховувати ті складові туристичного потенціалу, які мають необхідні властивості для розробки, створення та

успішного використання на регіональному і національному туристичних ринках конкурентоспроможного туристичного продукту. Західний регіон України має середній по державі показник забезпеченості ресурсним потенціалом для розвитку туризму, рекреації та екскурсійної діяльності. Але, крім природних та історико-культурних туристичних ресурсів, Західний регіон України має ще велику кількість об'єктів та територій наукового, освітнього, промислового, релігійного призначення, які доцільно використовувати для розвитку нетрадиційних видів туризму.

Програмний панорамний путівник являє 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. Програмний панорамний довідник повинен давати можливість оцінити вплив рішень, які приймаються при створенні інформаційної технології на підвищення ефективності тих процесів, що вона обслуговує, оскільки інформаційні процеси є вторинними відносно основних процесів даної предметної області.

Основними характеристиками програмного панорамного путівника є:

- об'єктом обробки є дані;
- метою обробки є отримання інформації;
- засобами реалізації процесу є програмні, апаратні, програмно-апаратні обчислювальні комплекси;
- процеси обробки даних розділяються на операції у відповідності з даною предметною областю;
- вибір керуючих дій процесами обробки здійснюється особами, що приймають рішення;
- критерієм оптимізації процесу обробки є своєчасність подання інформації користувачу, її достовірність, надійність, зрозумілість та повнота.

Методика створення інформаційної бази даних туристично-рекреаційних ресурсів програмного панорамного путівника Західного регіону України має на увазі облік їх основних характеристик, а саме:

1) площа поширення ресурсів, що дозволяє визначити потенційні туристичні території;

2) період їх можливої експлуатації, який визначає сезонність туризму, ритмічність туристичних потоків.

3) величина екологічного навантаження – кількість туристів, які може прийняти територія, що володіє туристичними ресурсами, визначається величинами нормативних і гранично допустимих навантажень;

4) атрактивність – складне психологічне явище, що складається з різних взаємозв'язаних чинників, що робить ресурси придатними для використання в туристичному бізнесі;

5) унікальність та екзотичність – як критерій тут можна розглядати приналежність об'єкта до пам'ятників державного, або місцевого значення;

6) транспортна доступність - фінансові і економічні витрати на досягнення туристської дестинації від вузлових точок;

7) популярність серед туристів – ступінь популяризації об'єкта в середовищі потенційних клієнтів туристичної індустрії;

8) надійність і безпека – відсутність можливих негативних наслідків від їх використання туристами і місцевим населенням;

9) інфраструктурна забезпеченість і стан ресурсу - його підготовленість до задоволення потреб туристів.

Об'єктом програмного панорамного путівника туристично-рекреаційних ресурсів є реальні, об'єктивно існуючі територіальні туристично-рекреаційні комплекси Західного регіону України, що поєднують природні, біокультурні, історико-культурні, соціально-економічні системи різного рівня, які доцільно використовувати в пріоритетних туристичних продуктах. Найбільш комплексно вони можуть бути відображені за допомогою поліструктурних банків даних і знань з відповідним наповненням.

Інформаційна база даних панорамного путівника Західного регіону України включає:

- картографічні твори (туристичні карти Волинської, Закарпатської, Івано-Франківської, Львівської, Рівненської, Тернопільської областей та їх районів);
- табличні дані про об'єкти туризму та туристичної інфраструктури областей (з розширеною семантичною інформацією, які утворюють атрибутивну базу даних з територіальною прив'язкою даної інформації до відповідного об'єкта на карті);
- графічні зображення (об'єкти туризму та туристичної інфраструктури, природні ландшафти, експозиції музеїв);
- текстові фрагменти (з описами маршрутів, визначних туристично-екскурсійних об'єктів та об'єктів туристичної індустрії Західного регіону);
- мультимедійні елементи, які містять звукові описи та відеозображення пам'яток і туристичних маршрутів.

Таким чином, розробка програмного панорамного путівника туристично-рекреаційних ресурсів Західного регіону України базувалася на відповідних потребах різних видів і форм туризму, класифікації користувачів за спрямованістю необхідної інформації, враховувалась сутність туризму, етапи підготовки, впровадження та реалізації туристичних продуктів, на яких використовуються різноманітні джерела інформації, вимоги різних груп туристів до змісту програмного продукту та відображення інформації, сучасні Інтернет-технології представлення інформації користувачу.

Список використаних джерел

1. Геєць В.М. Інноваційні перспективи України / В.М.Геєць, В.П.Семиноженко. – Харків: Константа, 2006.– 272 с.
2. Сучасний стан інноваційного потенціалу України / М.О.Джаман // Економічний форум. Науковий журнал ЛНТУ. – 2016. – Вип. № 3. – С. 33.

Могілевська Є.Д.
Попович С. І.
Національний університет
фізичного виховання і спорту України
м. Київ
ellumog@gmail.com

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Актуальність дослідження полягає у тому, що Сумська область є своєрідною білою плямою на туристичній карті України. Володіючи значним потенціалом, досліджувана область вкрай недостатньо задіяна у системі туристично-екскурсійного обслуговування. Саме це й спонукало автора взятися за дослідження цієї теми. На жаль, у вітчизняній спеціалізованій літературі недостатньо висвітлено проблеми розвитку туризму на території Сумської області. Тому автору довелося звернутися до опрацювання значного масиву інформації з досліджуваної проблематики з всесвітньої мережі Інтернет.

Сумська область володіє значними природними туристичними ресурсами. У цілому природно-заповідний фонд досліджуваної області налічує 269 територій та об'єктів, з них загальнодержавного значення – 19 об'єктів, місцевого значення – 250 об'єкт. Відношення площі ПЗФ до площі області становить 7,42 % [1]. Найвідомішими об'єктами природно-заповідного фонду є національні природні парки «Деснянсько-Старогутський» та «Гетьманський», природний заповідник «Михайлівська цілина», парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва «Тростянецький» та природна пам'ятка Кролевецька «Яблуня-колонія». Саме тут можливо розвивати екологічний туризм.

Сумська область також багата на історико-культурний потенціал. Загалом під державною охороною перебуває 3465 об'єктів, у тому числі, археологічних – 1003, історичних – 1900, архітектурних – 430, музеїв – 26 [2]. Найвідомішими історико-культурними пам'ятками є Пам'ятник мамонту (с. Кулішівка), садиба-манеж «Круглий двір» (м. Тростянець), Софроніївський монастир (с. Нова

Слобода), Трьох-Анастасіївська церква (м. Глухів) та Свято-Покровський собор (м. Охтирка). Ці пам'ятки, насамперед, важливі для розвитку пізнавального та релігійного туризму.

На жаль, незважаючи на значні атрактивні ресурси, область посідає одне з останніх місць у туристичному рейтингу України. У 2016 р. на теренах Сумщини суб'єктами туристичної діяльності обслуговано 8819 туристів, з них внутрішніх туристів – 2641 осіб, туристів-громадян України, які виїхали за кордон – 6178 особи, іноземних туристів не зареєстровано [3].

Матеріально-технічна база досліджуваної області налічує понад 60 підприємств готельного типу та понад 50 закладів харчування. Найвідомішими готелями є ТОВ «Reikartz Hotel Management» та Premier Hotel Shafran. В області функціонує 18 садиб сільського зеленого туризму. Особливої популярності набуває садиба «Північний ліс», що є першою зеленою садибою Сумської області.

З метою розвитку туристичної сфери Відділом промоції та туризму Сумської Обласної Державної Адміністрації розроблено Програму сталого розвитку туризму у Сумській області на 2018-2022 рр.

Найактуальнішими проблемами Сумщини на цей час є її недостатня впізнаваність на фоні інших областей України, незадовільне транспортне сполучення з іншими областями, низький рівень галузевих маркетингових досліджень і брак висококваліфікованих спеціалістів туристичної сфери.

Об'єктивно проаналізувавши сучасний стан розвитку туризму на Сумщині, автор пропонує декілька рекомендацій щодо вирішення цих проблем: для створення сприятливого туристичного іміджу області, місцеві органи влади мають приділити увагу діям, пов'язаним з оптимізацією туризму як сфери людської діяльності. Головним завданням на цей час має стати створення та просування на ринок конкурентоспроможного туристичного продукту.

Отже, Сумська область, багата на природні та історико-культурні туристичні ресурси, може та повинна стати однією з найперспективніших в туристичному відношенні областей України.

Список використаних джерел

1. Заповідні скарби Сумщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pек.sm.gov.ua/index.php/uk/2013-04-18-21-50-35>
2. Звід пам'яток історії та культури України. Сумська область [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?C21COM=2&I21DBN=ELIB&P21DBN=ELIB&Image_file_name=book/0013186.pdf
3. Туристичні потоки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sumy.ukrstat.gov.ua/?menu=126&level=3>

3. ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНУ

УДК 005.591.452: [351.711+342.513] (477)

Карпенко Ю. В.,

Дробиш Л. В.

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,*

м. Полтава

9410020@gmail.com

ОСНОВНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІНСТИТУТУ ПУБЛІЧНО- ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ

Інститути, за Д. Нортон [1] – «правила гри» у суспільстві «створені людиною» обмежувальні рамки, що організують взаємовідносини між людьми, а також система заходів, що забезпечує їх виконання. Вони поділяються на неформальні (загальноприйняті умовності та етичні кодекси поведінки людей) та формальні (правила, що створені і спеціально підтримуються уповноваженими особами) [2, с. 26]. Існування формальних інститутів неможливе без наявності організацій, які створюються для впровадження формальних правил, контролю за їх дотриманням та застосування відповідних санкцій у разі їх невиконання. Наприклад, формальні інститути державно-правного партнерства (ДПП) передбачають створення відповідних формальних організацій. В Україні де інститут державно-приватного партнерства в Україні було закріплено законодавчо ще у 2010 р., наразі тільки починається практика його реалізації. Зокрема, при Мінекономрозвитку у Департаменті залучення інвестицій є відділ державно-приватного партнерства, що виконує зазвичай інформаційну функцію, щодо стану здійснення ДПП, є «дошкою оголошень» щодо проведення конкурсів з визначення приватного партнера тощо. З метою забезпечення швидкого та ефективного розвитку механізму державно-приватного партнерства в Україні при Мінінфраструктури було створено

Проектний офіс з розвитку державно-приватного партнерства діяльність, якого спрямована на зміну українського законодавства, на підготовку та реалізацію перших трьох пілотних проектів. Неформальні інститути теж можуть передбачати створення організацій, які виникають зазвичай спонтанно, не мають писаних норм, але регулярно здійснюють спільні дії для досягнення певної мети (надання послуг неформальної освіти в Університетах третього віку, коли вищі навчальні заклади можуть виступати партнерами органів місцевого самоврядування; громадські толоки як форма громадських робіт та взаємодопомоги тощо). Прикладом, є непідприємницька організація Установа «Український центр сприяння розвитку публічно-приватного партнерства» яку створено на базі моделі реалізації суспільно значущих проектів, що ініціюються авторитетними, відомими особистостями, які задають тон у становленні нових піонерних напрямів розвитку суспільства, шляхом створення інституції з чітко визначеною метою та завданнями. Такі, партнерські відносини тривають так довго, як довго учасники взаємодії дотримуються певних норм, правил та виконують свої обов'язки, функції, ролі. Отже, учасниками таких відносин можуть бути не тільки державні партнери – органи державної влади, але й місцевого самоврядування, громадські організації та благодійні фонди – публічні партнери. Тобто, іде мова про розширення змісту категорії ДПП в інституційній площині і появу її нових дефініцій – «публічно-приватне партнерство» (ППП), «суспільно-приватне партнерство» (СПП).

ППП може розглядитися з двох позицій: з позицій соціально-економічної сутності та політико-правової точки зору. У зв'язку з цим, детально зупинимося на розгляді лише на ключових тез та широко розповсюджених твердженнях, що виникають у цій сфері досліджень.

Трактування наведені В. Г. Варнавським [3] та В. А. Гусевим [4, с. 69] схожі за сутністю, але різні за змістовним наповненням. Як зазначає В. А. Гусев ППП має ознаки політично-управлінського категорійно-понятійного комплексу і на відміну від ДПП розширює коло партнерських відносин між приватним сектором і державою, а також між суб'єктами публічного права. З приводу

цього також є слушною думка Л. А. Васютинської, яка зазначає, що інституціональна основа такого альянсу виявляється шляхом реалізації принципів адаптивної та алокативної ефективності, які відображають специфічність взаємодії держави і бізнесу як інституту ДПП [5, с. 32].

А. А. Гриценко зазначає, що інститут виникає як форма розв'язання суперечності між індивідуальними і суспільними інтересами шляхом створення опосередкованої ланки (правила, норми, установи тощо). Ринкова економіка і держава виконують свої, незамінні комплементарні функції. Подальший процес посилення компліментарності ринку і держави здійснюється шляхом розвитку різноманітних форм суспільно (державно)-приватного партнерства [6, с. 7, 32].

Наведені К. В. Павлюк, С. М. Павлюк [7, с. 11] та С. В. Сімак [8, с. 43] трактування СПП, ППП певною мірою підводять до більш широкого розуміння даного поняття. Слушним є те, що дослідники чітко виокремлюють у даному комплексному механізмі співробітництва окрім органів державної влади і бізнесу, ще й розвинені громадянські інститути, які забезпечують громадський контроль над проектами в рамках такого партнерства. Схожої позиції дотримуються також Т. В. Новаченко та Н. В. Піроженко, які стверджують, що теорія ДПП тісно пов'язана з теорією самоорганізації сучасних суспільств. Де економічні, політичні і соціальні процеси на нинішньому етапі неможливі без відповідного контролю з боку державних інститутів та позитивні для громадянського суспільства процеси нездійсненні без «аккумуляції» соціальних структур, здатних забезпечити створення «держави загального благоденства» [9, с. 8-10]. Такий контроль можуть здійснювати інститути держави, які забезпечують цілісне регулювання відносин суспільства і держави, в нашому випадку – партнерства публічної влади та бізнесу.

Отже, проведений аналіз дозволяє стверджувати, що публічно-приватного партнерство – соціальний інститут, який виник внаслідок поділу праці та приватної власності, диференціації суспільних відносин, головною ознакою якого є взаємодія між суб'єктами відносин, що має стійкий характер і здійснюється на основі формальних і неформальних норм.

Список використаних джерел

1. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / Д. Норт. – К.: Основи, 2000. – 198 с.
2. Эволюция институциональной теории. Постсоветский институционализм: монография / Под ред. В. М. Нуреева, В. В. Дементьева. – Донецк: Каштан, 2005. – С. 6-31.
3. Варнавский В. Государственно-частное партнерство в России: проблемы становления / В. Варнавский // Отечественные записки. – 2004. – № 6 (21) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/2004/6/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo-v-rossii-problemy-stanovleniya>.
4. Гусев В. О. Публічно-приватне партнерство як механізм реалізації «Стратегії сталого розвитку «Україна 2020» / В. О. Гусев // Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. – 2015. – № 4. – С. 67-73.
5. Васютинська Л. А. Державно-приватне партнерство у контексті інституціональної теорії / Л. А. Васютинська // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. – 2016. – Вип. 16. – Ч. 1. – С. 30-33.
6. Інституційні трансформації соціально-економічної системи України: монографія. За ред. чл.-кор. НАН України Гриценко А.А. – К.: НАН України, ДУ «Інститут економ. та прогнозування НАН України», 2015. – 344 с.
7. Павлюк К. В. Сутність і роль державно-приватного партнерства в соціально-економічному розвитку держави / К. В. Павлюк, С. М. Павлюк / Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2010. – Вип. 17. – С. 10-19.
8. Сімак С. В. Інституційний розвиток публічно-приватного партнерства в системі державного управління: дис... д-ра наук з держ. упр.: 25.00.02 / С. В. Сімак. – Київ, 447 с.
9. Новаченко Т. В. Державне та приватне партнерство: український та міжнародний досвід: навч.-метод. матеріали / Т. В. Новаченко, Н. В. Піроженко. – К.: НАДУ, 2013. – 48 с.

4. ТУРИЗМ І ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА: ПРІОРИТЕТИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

УДК 005.334:640.4

Білак Г.Г.
bilakgeorg@gmail.com
Фединець О.Р.
fedynets1994@gmail.com
Мукачівський державний університет
м. Мукачево

ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ У КРИЗОВИХ УМОВАХ

Сучасний стан України характеризується масштабними процесами соціально-економічного розвитку, які об'єднують в собі суперечливість формування динамічних і конкурентоспроможних ринкових структур, економічних відносин, інтересів, що може призвести до глибокої системної кризи. Його елементи впливають на всі складові суспільного життя, мають соціальні наслідки, сприяють розвитку або приводять до банкрутства підприємств, зокрема готельно-ресторанної галузі.

Готельно-ресторанний бізнес є галуззю з високим рівнем розвитку, що має за мету максимально задовольнити потреби споживачів, забезпечити високий рівень комфорту, задовольнити найрізноманітніші побутові, господарські і культурні запити гостей. З кожним роком вимоги до рівня цих послуг зростають. Чим вищими є культура та якість обслуговування відвідувачів, тим вищим є імідж готелю й ресторану, тим привабливіші вони для клієнтів.

Готельно-ресторанна справа – це надання таких послуг, які б задовольнили і навіть перевершили очікування споживачів.

Основним завданням сучасних готелів і ресторанів є створення і впровадження новітніх прийомів роботи, що забезпечуються колективними

зусиллями працівників усіх служб, постійним і ефективним контролем, удосконаленням форм і методів обслуговування, вивченням і впровадженням передового досвіду, нової техніки і технологій [3].

Кожне підприємство в своїй діяльності так чи інакше постійно стикається з проблемами або критичними періодами, тож кризи існують у життєвому циклі будь-якого готельно-ресторанного комплексу. Часто кризи призводять до руйнування бізнесових процесів та структур, що привертає увагу до різноманітних кризових процесів із боку науковців і практиків.

Поняття «криза на підприємстві» описує багатогранні феномени у життєвому циклі підприємства, від звичайних проблем у його функціонуванні через різноманітні конфлікти до його ліквідації. Тому під кризою розуміють незапланований і небажаний, обмежений у часі процес, що істотно перешкоджає або навіть робить неможливим функціонування підприємства [1].

Зараз особливої актуальності набуває вивчення можливостей ефективного управління готельно-ресторанним підприємством в умовах кризи, визначення її глибини, дослідження причин розвитку, здійснення контролю за розподілом коштів. Аналізуючи сучасний розвиток економіки України, можна прослідкувати, що нестабільність та її кризовий стан виступають звичайним явищем. Сильний вплив на діяльність вітчизняних готельно-ресторанних підприємств здійснюють: глобальний фінансово-економічний колапс, колізії вітчизняного законодавства і незадовільний рівень державної політики. В подібних умовах господарювання і управління підприємствами гостинності існує високий рівень впливу факторів зовнішнього середовища, адже тільки тоді управління може постійно носити антикризовий характер.

Аналіз основних функцій і особливостей управління діяльністю готелю чи ресторану у важкий період дає можливість виділити різні стратегії антикризового управління: превентивні заходи щодо попередження кризи; протидія кризовим явищам, ущільнення їх процесів; стабілізація ситуації за допомогою використання резервів, додаткових ресурсів на основі заздалегідь

розроблених заходів антикризового управління; поступовий вихід з кризи; усунення наслідків кризи [2].

На нашу думку, готельно-ресторанне підприємство в кризовій ситуації повинно спиратися на наступні принципи:

- повинно мати стратегію розвитку бізнесу мінімум на три роки;
- до кризи потрібно бути готовим заздалегідь, тобто мати розроблену антикризову програму, при розробці антикризової стратегії необхідно визначити цільову аудиторію, найбільш значущу для підприємства;
- кожен співробітник повинен знати, які дії зробити до кризи, під час кризи, після кризи;
- виділити інформаційні потоки, які проходять через цільову аудиторію;
- призначити відповідальних осіб за координацію заходів;
- призначити співробітників для ведення переговорів зі ЗМІ;
- необхідно періодично організовувати «спровоковані кризи».

Тож, антикризове управління готельно-ресторанним комплексом спрямоване на попередження і подолання криз підприємства, а також мінімізацію їх негативних наслідків. Головною метою антикризового управління є відновлення рівноваги в функціонуванні закладу. В процесі реалізації своєї головної мети антикризове управління підприємством потрібно впроваджувати не в період погіршення показників, а значно раніше, коли починають з'являтися перші симптоми кризи.

Список використаних джерел

1. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2003. 273 с.
2. Салига О.Я., Ляшенко Є.І., Дацій Н.В., Корецька С.О., Несторенко Н.В., Салига К.С. Антикризове фінансове управління підприємством: Навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 208 с.
3. Уокер Д.Р. Введення в гостинність: Навч. посіб. М.: "Фінанси і статистика", 2003. 37 с.

Бляшин Н.Я.

магістрант спеціальності «Туризм»

Маслиган О.О.

к.е.н., доц. кафедри туризму та рекреації

Мукачівський державний університет

м. Мукачево

sms11111@rambler.ru

ІСТОРИЧНИЙ ГЕНЕЗИС ВЕЛНЕС ТУРИЗМУ

Велнес туризм розглядається як відносно новий напрямок туристичної галузі та складова лікувально-оздоровчого сегменту, проте безліч знахідок археологів свідчать про те, що подорожі, головна мета яких покращення здоров'я, існували вже тисячі років тому. До прикладу у античних греків, існував термін «Kalokagatia» (що означав єдність душі і тіла) [3], а в Угорщині «well» (джерело або святе джерело), що розглядався як аналог послуг з відвідування купалень з термальними водами. Зважаючи на це має сенс поєднання категорій wellness & spa, яке характерно для більшості велнес-центрів. Вперше базова категорія «Wellness», що є основою цього напрямку розглянута та впроваджена у практику у 1959 р. американським лікарем Х.Л. Данном. Дана категорія мала походження від слів «fitness» і «well-being» та була синонімом гарного самопочуття та добробуту людини. Велнес набирив популярності у американському суспільстві через чисельні публікації Х. Данна, Д. Арделла и др.. [3], які стали основою для виділення основних принципів здорового способу життя [3] або принципів Wellness (рис. 1.).

У Європі категорія «Wellness» набула популярності до початку 1990-х р. і тільки з 2000-х р. з'явилося і в Україні, як оздоровчий або велнес туризм. та складова лікувально-оздоровчого туризму. При цьому періодизацію розвитку велнес-туризму можна поділити на такі етапи:

1) початковий - з античних часів і до XVIII ст. На цьому етапі з'являються перші курорти (Абано-Терме, Монтекатіні-Терме, Монсумано-Терме, Сірміоне-

Терме, Сан-Пелегріно-Терме), які мали змогу відвідувати тільки окремі особи) та формується вислів «sanitas pro aqua», що означає здоров'я через воду. Подорожі головна мета яких оздоровлення, мали місце у I-II ст. н. е. у Римі;

2) становлення організованого лікувально-оздоровчого туризму - з XVIII ст. до другої половини XX ст. Етап характеризується вивченням властивостей природних та кліматичних ресурсів, появою спеціалізованих курортів (зокрема Віші, Баден-Баден, Карлсбад [1]) та розширенням їх інфраструктури;

3) виокремлення велнес-туризму у новий вид туристичної діяльності та розвиток - з другої половини XX ст. і до тепер. Для цього етапу характерне поглиблення спеціалізації курортів та розширення асортименту оздоровчих програм.



Рис.1. Принципи Wellness (розроблено автором на основі [2])

Примітки.

* - 1. Особистісний розвиток, самоосвіта; 2. заходи спрямовані на попередження захворювань; 3. раціональне використання власного життєвого потенціалу, відсутність шкідливих звичок; 4. збалансоване харчування, яке передуює зміцненню здоров'я; 5. догляд за тілом та розумні фізичні навантаження.

Разом з тим до 2014 р. тільки 7% від їх загальної кількості пов'язані з оздоровленням. Враховуючи це лише в 11% з них оздоровлення це головна мета (решта орієнтуються на велнес, як на доповнення до основного відпочинку). Однак, у 2015-2017 рр. велнес туризм розвивається швидше

(зокрема це 20% від їх загальної кількості [2]) та починає становлення як окремий вид туризму.

Список використаних джерел

1. Устименко Л.М. Історія туризму. [Текст]/ Л. М. Устименко, І.Ю. Афанасьєв – К.: Альтерпрес, 2005. – 320 с.
2. Тренды велнес-туризма. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotelier.pro/sales/item/2401-wellness>
3. Що таке Wellness? Велнес-індустрія. Принципи велнесу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://womenshealth.pp.ua/>

УДК 338.48 (477)

Галасюк С.С.

*Одеський національний економічний університет
м. Одеса
svetlana.galasyuk@gmail.com*

ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

За часів набуття незалежності в Україні почався досить складний етап у вітчизняному готельному бізнесі, ознаками якого були: повсюдне закриття чи перепрофілювання готелів; відсутність необхідних інвестицій в їх розвиток; катастрофічне зменшення рентабельності, зростання плинності кадрів [1]. В умовах сьогодення на розвиток сфери туризму та гостинності негативно впливають анексія АР Крим, проведення АТО на Донбасі, погіршення соціально-економічного стану та інвестиційного клімату держави, низький рівень загальної та туристичної інфраструктури тощо.

Оцінка сучасного стану засобів розміщення України та пропонування ймовірних шляхів щодо його вдосконалення є предметом наукових праць багатьох українських вчених [1; 2; 3; 4; 5].

Динаміку розвитку вітчизняних підприємств готельного господарства за 2014-2016 роки можна проаналізувати на підставі даних статистичних бюлетенів [6] (табл. 1).

Аналіз показників діяльності підприємств готельного господарства України за
2014-2016 роки

Показники	Значення показників по роках			Зміна значень показників 2016 р. до 2014 р., %
	2014	2015	2016	
Кількість колективних засобів розміщення, од.	4572	4341	4256	- 6,9 %
Кількість підприємств готельного господарства, од.	1086	1021	980	- 9,8 %
Одноразова місткість підприємств готельного господарства, місць	95415	93186	89843	- 5,8 %
Середня ємкість підприємств готельного господарства, місць	88	91	92	+ 4,5 %
Загальна кількість обслужованих приїжджих, осіб	2811129	3202322	3685463	+ 31,1 %
Тривалість перебування приїжджих у ПГГ, людино-дів	7085839	6940922	7522267	+ 6,2 %
Середній час перебування приїжджих, дів	2,5	2,2	2,0	- 20,0 %
Рівень завантаження підприємств готельного господарства, %	20,3 %	20,4 %	22,9 %	x

Відомості табл. 1 свідчать про те, що за період 2014-2016 років:

– Поступово зменшується кількість колективних засобів розміщення (до яких належать готелі, аналогічні засоби розміщення, спеціалізовані та інші колективні заклади проживання, оформлені як на юридичних осіб, так і на фізичних осіб-підприємців) – на 316 од., або практично на 7% за три роки.

– Одночасно зменшується й кількість підприємств готельного господарства (готелів та аналогічних засобів розміщення, зареєстрованих на юридичних осіб) – на 106 од., або на 9,8%. Варто зазначити, що частка підприємств готельного господарства становить лише 23% у загальній структурі колективних засобів розміщення. Їх склад досить неоднорідний – через недосконалість статистичного обліку «готельна база» України містить відомості також про кемпінги, гірські притулки, студентські літні табори та навіть про гуртожитки

для приїжджих. Таким чином, питома вага справжніх підприємств готельного господарства у загальній структурі засобів розміщення ще менше.

– Зменшується також одноразова місткість підприємств готельного господарства – на 5572 місця, або на 5,8%.

– На тлі зниження значень попередніх показників зростає середня ємкість закладів готельного господарства. За три роки кількість місць, що припадає у розрахунку на кожне готельне підприємство, збільшилась з 88 до 92, що указує на тенденцію виводу з експлуатації закладів переважно з невеликим номерним фондом.

– Позитивним явищем є зростання загальної кількості обслуговуваних гостей та тривалості їх перебування – відповідно на 31,1% та 6,2%. Низький темп росту останнього показника пояснюється зменшенням середнього часу перебування приїжджих у закладах готельного господарства – на 20%. Отже, незважаючи на те, що проживаючих у готельних підприємствах стало більше, вони воліють здійснювати короткочасні візити, не затримуючись надовго.

– Підвищення рівня завантаженості підприємств готельного господарства, безумовно, є позитивною тенденцією. Але значення даного показника ще надто малі – 20,3% у 2014 р. та 22,9% у 2016 р., та значно відстають від аналогічних показників туристично розвинутих дестинацій.

Таким чином, аналіз динаміки розвитку підприємств готельного господарства України дозволяє зробити висновки про існування таких проблем:

- недосконалість структури підприємств готельного господарства;
- недостатня потужність номерного фонду;
- низький рівень завантаження готельного фонду;
- переважання в структурі підприємств готельного господарства закладів із середнім та великим номерним фондом;

– зменшення середнього часу перебування приїжджих у готельних підприємствах.

Для вирішення даних проблем необхідно:

- удосконалити термінологічний апарат по засобах розміщення, упорядкувати структуру готельних закладів за типами, надати статус готеля не тільки юридичним особам, але й фізичним особам-підприємцям;
- впровадити дієву систему статистичних спостережень за ринком готельних послуг, створити такі форми звітності, згідно з якими можна було б визначити реальні межі готельної бази;
- розробити національну та регіональні програми розвитку готельного бізнесу на найближчу перспективу та сприяти їх чіткому виконанню тощо.

Список використаних джерел

1. Галасюк С. С. Сучасні проблеми розвитку готельної індустрії України / С. С. Галасюк // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – Том 2. – № 7. – Харків: ХНАДУ, 2014. – С. 9-13.
2. Кузнєцова Н. М. Регіональний вимір розвитку туристичного та готельного бізнесу: монографія / Н. М. Кузнєцова, С. Г. Нездоймінов. – Одеса: Астропринт, 2010. – 256 с.
3. Галасюк С. М. Готельний бізнес в умовах світової фінансової кризи / С. С. Галасюк // Стратегія розвитку України у глобальному середовищі: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Сімферополь: КІБ, 2009. – С. 45-47.
4. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / В. Г. Герасименко, Г. К. Бедрадіна, С. С. Галасюк / За заг. ред. В. Г. Герасименко. – Одеса: ОНЕУ, 2016. – 262 с.
5. Галасюк С. С. Напрями удосконалення організаційно-економічного забезпечення функціонування готельних підприємств / С. С. Галасюк // Актуальні питання управління сталим розвитком у сучасному суспільстві: проблеми та перспективи: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 30-31.10.2014 р. – Кременчук: КрНУ ім. М. Остроградського, 2014. – С. 35-39.
6. Колективні засоби розміщування в Україні за 2014-2016 роки: статистичні бюлетені [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ПОКРАЩЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Закарпатська область набуває все більшого значення як центр міжнародного туризму, являючись своєрідними в'їзними воротами в Україну. З іншого боку, місто Мукачево – багатонаціональний, культурний центр Закарпатської системи населених місць, пов'язаний з ними багаточисельними виробничими, трудовими та культурно-побутовими зв'язками.

Для туристів дуже привабливою є територія Закарпаття з точки зору гастрономічного туризму. Так сталося з часів заселення території сучасної України, які надавали перевагу землеробству і осілому способу життя. В уяві іноземних туристів склалася думка, що Україна – це борщ, сало, хліб, м'ясо та плодоносні дерева. Це свого роду гастрономічне кліше нашої нації.

Звичайно, багато країн світу мають своє гастрономічне кліше, яке є запорукою ідентифікації, виділення з ряду інших країн світу та розвитку туристичної та готельно-ресторанної галузі економіки. Так, наприклад, італійців асоціюють з пастою та піцою, французів – з багетом і вином, німців – з пивом і сосисками, росіян – зі щами та пельменями, японців – із суші. Таким чином, в галузі та науці існує термін національна страва.

Дослідженню питань формування та розвитку національних кухонь та ресторанного господарства загалом присвячені публікації практиків ресторанного бізнесу та вітчизняних і закордонних науковців, серед яких Басюк Д.І. [1], Доцяк В.С. [2], Дідковський С. [3], Головка О.М., Гоблик-Маркович Н.М. та ін.

Більшість досліджень показують, що ресторанне господарство є найпрогресивнішим видом бізнесу. По-перше, заклади ресторанного господарства є мобільні. Вони швидко прилаштовуються під світові тенденції і створюють власні тренди. Так, наприклад, у Закарпатті пропонується унікальний гастрономічний продукт:

- у селі Ботар у Виноградівському районі є незвичайна ферма «Тізеш», де знаходиться дегустаційний зал варення (На місцевому сленгу варення це «леквар»). Карпатське варення роблять тільки з екологічних продуктів, вирощених під чуйною увагою господарів ферми. В асортименті яблучне, кизилкове, сливове, полуничне, порічкове і чорничне варення. У дегустаційному залі пропонують скуштувати фірмову страву – ковбасу з варенням. М'ясо для ковбаси також виготовляють на фермі і не з кого попало, а зі справжньої волохатою свині, карпатської корови і чеської кози.

- біле золото Карпат – бринза, що виробляється у Селиській сироварні. У Нижньому Селищі поблизу долини нарцисів розташувалася сироварня з залом для дегустації. Сир тут виготовляють за інноваційною швейцарською технологією без ароматизаторів та консервантів. За технологією майстри можуть використовувати тільки коров'яче молоко. В асортименті три фірмових сири: «Сільський», «Нарцис Карпат» і «Хуст».

- у Міжгірській пивоварні щодня проходить дегустація різних видів пива. Крім того, обов'язковим пунктом потрібно внести село Гукливе – місце «проживання» чорниці. А в мілітарі-садибі Grün Hof, між іншим, проходять майстер-класи від Ференца Гукливчика з приготування грибного заливного на багатті [4].

Друга причина – усереднений ресторан завжди готовий до експериментів, отже володіє відкритим мисленням. Абсолютно точно можна стверджувати, що чим швидше змінюється світ, що нас оточує, тим менш ефективними стають ті види бізнесу, які відрізняються консервативністю і неповторністю.

Третя причина - грамотний підхід до бізнесу дозволяє отримувати високий прибуток з низькими капіталовкладеннями. Рентабельність

ресторанного бізнесу може досягти сотень відсотків. На нашу думку, для цього необхідно зробити міста Мукачево, Ужгород, Берегово, Міжгір'я, Рахів гастрономічними центрами туризму в Закарпатській області. Підтвердженням цьому можуть слугувати наступні відмінні ознаки:

- прийнятні ціни, що набагато менші в регіоні, ніж у великих містах України;

- домашня атмосфера, увага і гостинність;
- екологічно чисті продукти, смачні домашні національні страви;
- можливість вивчення самобутніх народних традицій.

Четверта причина – висока конкуренція між ресторанами за свого клієнта є основою розвитку конкретного підприємства і ринку в цілому. Конкурентна ситуація на регіональному ринку Закарпаття спонукає більшість підприємств галузі йти в ногу з часом і використовувати сучасні, інноваційні засоби конкурентної боротьби. Так, наприклад, популярні заклади ресторанного господарства міст Мукачево («Графський двір», «Бограч» «Винний сад», «КД Бондаренко» та ін.), Ужгород («Деца у нотаря», «Кілікія», «КД Штефаньо», «Колиба»), Берегово («Chizay. Мала гора», «Мисливська чарда»), Міжгір'я («Тополя», «Казка», «Трембіта») використовують наступні засоби конкурентної боротьби:

- організація та проведення івентів, виступів відомих людей, party,
- подача інформації у соціальних мережах Facebook, фото в Instagram,
- представлення процесу приготування або подачі фірмових страв;
- організація комунікації зі споживачами на сайті, швидке реагування на скарги та ін.

П'ята, і найголовніша причина – додана вартість у ресторанному бізнесі формується «прозора» щодо кінцевих споживачів. Свіжі та правильні інгредієнти, оформлені у смачну страву, принесену ввічливим і уважним офіціантом в чистому і стильному ресторані – це запорука високого прибутку.

Отже, актуальним і перспективним є розвиток ресторанного бізнесу, що має шанс стати флагманом розвитку економіки Закарпатської області. Крім

того, ресторанний ринок є потужним медіумом розвитку культури і комунікацій. Завдяки багатокультурності, розвитку міжнародних ділових відносин, туризму у Закарпатті стало можливим зустрічатися і спілкуватися за ресторанним столом, а не в кухні. Мислення відвідувачів ресторанів стає ширшим, а разом зі споживанням страв інших, зарубіжних кухонь, людина стає трохи ближчою до цінностей і особливостей інших народів. Ресторанне господарство Закарпатської області – один з небагатьох видів господарської діяльності, в якому наш край може конкурувати не тільки на національному, а й світовому ринку.

Список використаних джерел

1. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наукові праці НУХТ. – 2012. – № 45. – С. 128–132.
2. Доцяк, В.С. Українська кухня : підручник для учнів проф.-техн. закладів освіти / В.С. Доцяк. - Львів : Оріяна Нова, 1998. - 556с.
3. Дідковський С. Ресторани – той бізнес, у якому Україна може конкурувати на світовому ринку // ОТЕЛЬЕР & РЕСТОРАТОР.
4. Гастрономічний туризм в Україні: кращі напрямки, місця та рекомендації // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukraine-is.com/uk/gastronomichnij-turizm-v-ukra%D1%97ni-krashhi-napryamki-miscya-ta-rekomendaci%D1%97>.

УДК [338.48:640.4]:338.32

Головко О.М.
Молнар-Бабіля Д.І
Мукачівський державний університет
м. Мукачєво
olgagolovko@ukr.net

АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОСНАЩЕННЯ УСТАТКУВАННЯМ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ (ТУРИЗМУ Й ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА)

Характерною особливістю діяльності підприємств сфери послуг (туризму й готельно-ресторанного господарства) є направленість на

підвищення ефективної діяльності за рахунок запровадження нових видів послуг, нової продукції, організації відпочинку, дозвілля і розваг, організації екскурсій за рахунок оновлення матеріально-технічної бази, вибору і оснащення устаткуванням, транспортними засобами тощо.

Дослідження розвитку туристичної галузі й закладів готельно-ресторанного господарства як її складових та доцільності оновлення і оснащення устаткуванням, яке має задовольняти встановлені вимоги: технологічні, експлуатаційні, конструктивні, економічні, естетичні, ергономічні, безпеки тощо розглядаються й аналізуються науковцями В.Ф. Доценко, С.Л.Шаповал, І.І.Тарасенко, О.П.Шинкаренко, Л.П.Дешевенко, А.А.Рябєв та ін.

Оснащення це – забезпечувати необхідними технічними засобами, обладнанням; забезпечувати якими-небудь пристроями; обладнувати снастями (човен тощо) [1]. Оснащеність устаткуванням готельно-ресторанних й туристських комплексів забезпечує високу культуру і якість обслуговування як місцевих жителів різних соціальних груп так і «приїжджих гостей» [2]; забезпечує умови високоякісного відпочинку, дозвілля і розваг, що сприяє підвищенню ефективної діяльності.

Культура обслуговування здійснюється кожним підприємством сфери послуг (туризму й готельно-ресторанного господарства). На одному підприємстві вона є низькою, а на іншому - досить високою. Прояв високої культури і якості обслуговування визначається наявністю сучасного устаткування, експлуатація наявного устаткування високопрофесійним персоналом, поведженням персоналу тощо.

Устаткування має різні технічні характеристики, випускається різними фірмами і потребою є розбиратися і вміти вибирати: 1) *механічне устаткування* - технологічні машини, що призначені для проведення механічних і гідромеханічних процесів обробки сировини і матеріалів. Продукти при цьому не змінюють своїх властивостей; 2) *теплове устаткування* призначене для теплової обробки харчових продуктів: пастеризації, стерилізації, варіння,

смаження. Теплова обробка – це процес зміни теплового стану продуктів та інших речовин середовища; *холодильне устаткування* призначене для холодильної обробки харчових продуктів з метою продовження їх зберігання; *піднімально-транспортне устаткування* – це машини і механізми, призначені для механізації робіт при навантаженні і розвантаженні сировини, продуктів, матеріалів, інвентарю, обладнання, піднімання і опускання вантажів (ліфти, лебідки тощо).

Устаткування для послуг оздоровлення, спортивних видів розваг, паркове устаткування й устаткування інформаційного обслуговування – призначене для відпочинку, оздоровлення, що сприяє відновленню здоров'я людини: соматичного, фізичного [2], психічного, морального. Вказаним устаткуванням оснащують тренажерні зали, кабінети масажу, відділення гідро процедур, плавальні басейни, сауна, солярій, парки (гойдалки, гірки, каруселі, атракціони) тощо, які складають основу активного відпочинку, що забезпечує ефективність готельно-ресторанних й туристських комплексів.

Сьогодні більшість підприємств сфери послуг (туризму й готельно-ресторанного господарства) у складі матеріально-технічної бази мають *транспортні засоби* [3], які використовують для: надання послуг з прокату автомобіля, мотоцикла, квадроцикла, здійснення трансферів, використовуючи автомобілі або автобуси, літаки, катери тощо; надання можливості відпочивальникам, мандрівникам, туристам займатися спортом, розважатися, з використанням катерів, яхт, мотедельтапланів і т.д.; для ефективного обслуговування потреб матеріально-технічної бази.

Фірми виробники різного устаткування вивчають тенденції та прогнозують розвиток готельно-ресторанних й туристичних комплексів. Прогнози містять аналіз різних факторів соціального характеру, розвитку, вплив їх на появу нових звичок, потреб тощо.

На сьогодні в експлуатації знаходяться найрізноманітніше побутове і професійне устаткування, яке знаходиться і буде знаходитися в експлуатації ще ряд років. Сьогодні в час стрімкого технічного прогресу на ринку з'являються

види устаткування з новими технічними характеристиками вітчизняного й закордонного виробника, що вимагає від фахівців сфери послуг (туризму й готельно-ресторанної справи) володіння відповідними знаннями, з вибирання устаткування, монтажу, експлуатації й обслуговування.

В цілому, сучасне устаткування характеризується різними ступенями технічної досконалості - від традиційних машин з ручним керуванням до апаратів з повним програмуванням технологічного процесу та його здійсненням в автоматичному режимі тощо. Інноваційні рішення забезпечують безпеку, комфорт й дбайливе ставлення до навколишнього середовища тощо.

Безпека – важлива складова частина діяльності підприємств сфери послуг, завдяки наявній матеріально-технічній базі і фірм виробників, які поставляють і встановлюють та обслуговують свою продукцію (устаткування) ефективно і швидко.

Разом з безпекою забезпечується комфорт, тобто зручність експлуатації устаткування, створення затишку, побутових зручностей тощо; забезпечується дбайливе ставлення до навколишнього середовища, ефективне використання енергії та ресурсів.

Економічна сутність діяльності підприємств сфери послуг (туризму й готельно-ресторанного господарства) суттєво залежить від оснащеності сучасним устаткуванням, меблями і полягає в тому, що вони мають як матеріальний так і нематеріальний характер. Тобто результатом є виготовлення продукції й надання різних за змістом і формою послуг. Виготовлення продукції, надання послуг не можуть здійснюватися без наявної матеріально-технічної бази (будівель, споруд, устаткування, транспортних засобів тощо).

Прискорення розвитку сфери туризму, прагнення ефективної діяльності сприяє розширенню й урізноманітненню діяльності підприємств, підвищення культури і якості обслуговування тощо. Тобто, поряд з екскурсійними послугами, послугами розміщення і харчування завдяки оснащеності сучасним устаткуванням, автомобільним транспортом пропонуються послуги для

обслуговування ділових зустрічей, конференцій, медичні послуги, послуги спортивного спорядження, транспортні послуги тощо.

Таким чином, дотримання стандартних вимог щодо матеріально-технічної бази підприємств туризму й готельно-ресторанного господарства: оснащення устаткуванням; оснащення необхідним обладнанням для водопостачання, постачання тепла, енергії; забезпечення інформаційними комунікаціями, транспортом тощо; підходами до їх вибору, монтажу, обслуговування, експлуатації забезпечується культура і якість обслуговування, комфорт, ефективність діяльності.

Список використаної літератури

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Укл. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2004. – 1440.
2. Організація готельного господарства: Навчальний посібник / за редакцією О.М. Головка. - К.: Кондор-видавництво, 2012. – 338 с.
3. Рябев А.А. Конспект лекцій з дисципліни «Устаткування закладів готельно-ресторанного господарства». Харк. Нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2013. – 66.

УДК 338.48 (477)

**Гурова Д.Д.
Соколова О.І.**

*Запорізький національний технічний університет
м. Запоріжжя
daryazntu@gmail.com*

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКИХ РЕГІОНІВ СВІТУ

Всесвітня туристська організація ЮНВТО опублікувала свою доповідь, з матеріалів якої можна зробити висновок, що в сучасних умовах глобалізації світовий туристичний потік постійно зростає. Так, міжнародні туристські прибуття зросли на 7% в 2017 році, досягаючи загалом 1,322 мільйонів, за даними останнього Світового туристичного барометру ЮНВТО. Це значно перевищує стійку і послідовну тенденцію зростання на 4% або більше з 2010

року та є найсильнішим результатом за сім років. Очікується, що цей сильний імпульс продовжиться у 2018 році у розмірі 4 – 5%.

У Європі надзвичайні результати були зафіксовані для такого великого і досить зрілого регіону, як середземноморський, – на 8% більше прибулих у регіон, ніж у 2016 році. Африка консолідувала своє відновлення у 2016 році, збільшившись на 8%. Азія та Тихий океан зареєстрували зростання на 6%, Близький Схід – 5%, Америка – 3% [1].

2017 рік характеризувався стійким зростанням у багатьох напрямках та стабільним відновленням тих, що зазнали зменшення в попередні роки. Результати частково сформувалися завдяки глобальному економічному підйому та надійному вихідному попиту на багатьох традиційних та вихідних ринках, зокрема, відновлення витрат на туризм з Бразилії та Російської Федерації після декількох років зниження.

Міжнародні подорожі продовжують сильно зростати, зміцнюючи туристичний сектор як ключовий чинник економічного розвитку. Як третій експортний сектор у світі, туризм є важливим для створення робочих місць та процвітання громад в усьому світі.

Міжнародні туристичні прибуття в Європі досягли 671 мільйона у 2017 році, що стало значним збільшенням на 8% після порівняно слабшого 2016 року. Зростання було обумовлено надзвичайними результатами в Південній та Середній Європі (+ 13%). Західна Європа (+ 7%), Північна Європа та Центральна та Східна Європа (обидва регіони + 5%) також відзначили стійке зростання [1].

Азіатсько-Тихоокеанський регіон (+ 6%) зафіксував 327 мільйонів іноземних туристів у 2017 році. Прибуття до Південної Азії зросло на 10%, у Південно-Східній Азії – 8%, в Океані – 7%. Прибуття до Північно-Східної Азії збільшилося на 3%.

Американські країни (+ 3%) вітали 207 мільйонів іноземних туристів у 2017 році, більшість напрямків мали позитивні результати. Південна Америка (+ 7%), за нею йдуть Центральна Америка та Карибський басейн (обидва + 4%),

причому останній демонструє явні ознаки відновлення після наслідків ураганів Ірма та Марії. У Північній Америці (+ 2%). Стійкі результати в Мексиці та Канаді контрастують із зменшенням у Сполучених Штатах [2].

На основі наявних даних для Африки, зростання в 2017 році оцінюється у 8%. Регіон досяг рекордних 62 млн. міжнародних прибуттів. Північна Африка насолоджувалася сильним відновленням, коли прибуття зросли на 13%, а прибуття в країни Африки на південь від Сахари збільшилися на 5%.

На Близькому Сході (+ 5%) було отримано 58 мільйонів іноземних туристів у 2017 році, із стабільним зростанням в деяких напрямках та сильним відновленням в інших [2].

Очікується, що нинішній сильний імпульс продовжуватиметься і в 2018 році, хоча і в більш стійких темпах після восьми років експансії після економічної та фінансової кризи 2008 – 2009 рр. На основі поточних тенденцій, проекти ЮНВТО передбачають збільшення міжнародних прибуттів туристів у світі в розмірі 4 – 5% у 2018 році. Це трохи вище, ніж прогнозований раніше середній приріст 3,8%, який був розрахований ЮНВТО у своєму туристичному довгостроковому прогнозі. Очікується, що обидва регіони – Європа та Америка побачать зростання на 3,5 – 4,5%, Азійсько-Тихоокеанський регіон на 5% – 6%, в Африці на 5% – 7%, а на Близькому Сході – на 4% – 6% [1].

Список використаних джерел

1. 2017 International Tourism Results: the highest in seven years [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://media.unwto.org/press-release/2018-01-15/2017-international-tourism-results-highest-seven-years>
2. 10 destinations where tourism is booming in 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.telegraph.co.uk/travel/news/countries-where-tourism-is-booming-in-2017/>

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

Динамічний ріст туристично-готельного бізнесу викликає в компаніях необхідність розробляти стратегію формування і розвитку кадрового потенціалу, без якої неможливе ефективне функціонування підприємства індустрії гостинності. На сьогодні в Україні в готельній справі зайнято 0,1% економічно активного населення. Для порівняння: у Великобританії – 10,3%. Загалом же у світі у туристично-готельному бізнесі зайнято понад 8% працездатного населення, а за прогнозами найближчим часом очікується 9% і більше – тобто десь у межах 260 млн. осіб.

Тому потрібно звертатися до досвіду країн, що досягли певного успіху в професійній готельній освіті, але при цьому вже пройшли етапи, на яких зараз знаходиться Україна [1].

Міркуючи в руслі заданої проблеми, доцільно розглянути деякі приклади організації підготовки кадрів за кордоном. Так, Університет прикладних наук в австрійському місті Кремсе (IMC University of Applied Sciences Krems) приділяє велику увагу в освітніх програмах можливостям розвитку кар'єри в міжнародному аспекті [1].

Наприклад, бізнес-партнерами Університету в підготовці фахівців з цієї програми являються великі авіакомпанії, готельні оператори, казино, ресторани підприємства, музеї і туристські фірми в 70 країнах світу. У розвитку навичок міжкультурного спілкування значну допомогу можуть надати міжнародні студентські конференції з туризму та гостинності.

Для розвитку і підтримки міжнародних зв'язків і контактів Університет активно бере участь в міжнародних проектах, конференціях, а також є асоційованим членом Міжнародного центру передової освіти в туризмі і гостинності – International Centre of Excellence in Tourism and Hospitality education (Міжнародний центр передової освіти в туризмі і гостинності створений в Австралії у 2004 р.) [4].

Безумовним лідером в підготовці кадрів для готельного бізнесу являється Швейцарія, де знаходяться найпрестижніші школи готельного і туристичного менеджменту. Одна з кращих і найбільших – SHMS (Swiss Hotel Management School) біля Монтре, член ACEN. Тут проходять навчання 900 студентів з 25 країн, викладання ведеться англійською мовою.

Випускники однієї з кращих швейцарських шкіл ІНТТІ в Невшателе знаходять собі місце в готелях найвідоміших мереж, в ресторанах і туристичних компаніях.

Серед інших відомих швейцарських центрів – Інститут готельного менеджменту, туризму і спорту Glion Institute of Higher Education, в мережу якого входять Glion Hotel School, European Center for Tourism Studies на Корфу (Греція), школа готельного бізнесу Les Rocher Марбелья (Іспанія). Мережа шкіл Hotelconsult Cesar Ritz Colleges включає чотири школи на трьох континентах. У їх програмах сполучені швейцарські традиції готельного господарства і успіхи американського менеджменту [3].

«Інститут Ватель» (Vatel), школа міжнародного готельного і туристичного менеджменту, у Франції займає друге місце в європейській класифікації найвідоміших шкіл. Викладання тут ведеться англійською мовою, але для проходження практики необхідно уміти говорити і по-французьки. Інститут має декілька відділень в Парижі, Ліоні, Ниме. Найбільший навчальний центр знаходиться в Ниме, де створені виняткові умови для навчання: діючий 4 зірковий готель, три ресторани, три оснащені сучасним устаткуванням кухні.

Інститут готує менеджерів по різних напрямках: продовольство та напої, служба розміщення, курортологія, круїзи, клуби, авіа-послуги [4].

Гідністю міжнародних моделей професійної підготовки кадрів для туристсько-готельної сфери є:

- значна частина учбового часу призначена для отримання практичних навичок в ході практичних занять, практик і стажувань на підприємствах галузі;
- визнані у всьому світі дипломи, що дозволяють влаштуватися на роботу в різних країнах;
- висока мобільність студентів [2].

Отже, розглянувши досвід організації професійної освіти у сфері готельного господарства у Швейцарії та Франції, відзначаємо, що в досліджуваних країнах простежуються такі основні тенденції розвитку систем готельної освіти:

- висока якість підготовки, на яку рівняються країни інших регіонів світу, зокрема й Україна;
- вільне володіння студентами та викладачами кількома іноземними мовами й відмінно – рідною, загальнодержавною;
- інформатизація, упровадження нових і новітніх педагогічних технологій;
- відповідність освітніх стандартів потребам галузі готельного господарства;
- тісне злиття навчальних закладів з провідними підприємствами готельного господарства та наявність власних діючих і повністю укомплектованих баз практики, що дозволяє поєднувати теоретичну підготовку з практичною тощо [2].

В цілому, аналіз зарубіжного досвіду підготовки кадрів для туристсько-готельної сфери показує, що постійний розвиток і впровадження в процес навчання стратегічно спланованих і практико-орієнтованих бізнес-технологій при раціонально побудованій моделі в підготовці кадрів є необхідною умовою успішного розвитку кар'єри в міжнародному масштабі.

Підготовка фахівців готельного господарства в Україні поступово набуває ознак системи, елементи якої знаходяться ще на стадії свого

формування та мають характерні риси, які відрізняють вітчизняну систему підготовки кадрів від інших систем освіти в галузі готельного господарства: незначний досвід підготовки фахівців для закладів розміщення; швидке та неконтрольоване зростання навчальних закладів, які здійснюють підготовку фахівців для готельного господарства країни; надто широкий профіль підготовки фахівців готельної сфери; недосконалі галузеві стандарти профільної освіти в готельному господарстві; незначна кількість наукових та науково-методичних об'єднань, асоціацій у системі готельної професійної освіти; відсутність національних на державному рівні підкріплених програм і проектів розвитку професійної освіти в готельній галузі [4].

Реалізація цих ідей у практиці професійної підготовки фахівців готельної галузі не потребує від України кардинальних змін та перебудов у системі готельної освіти, але дасть змогу усунути наявні недоліки в процесі підготовки вітчизняних фахівців для готельної галузі та покращити її якість.

Список використаних джерел

1. Віндюк А.В. Професійна підготовка майбутніх фахівців з готельно-курортної справи в умовах ступеневої освіти: теорія та методика: монографія / А.В. Віндюк. – Запоріжжя: КПУ, 2011. – 340 с.
2. Готельне господарство; основні показники, оцінка якості послуг: Навч. посібник / Уклад. В.К. Федорченко, І.М. Мініч. – К.: Логос, 2002. – 76 с.
3. Організація й керування готельним бізнесом: Підручник / Під ред. А.Л. Лісника, І.П. Мацицко, А.В. Чернишова. – К.: Интел універсал, 2000. – 420 с.
4. Сакун Л.В. Теорія і практика підготовки фахівців сфери туризму в розвинутих країнах світу: монографія / Л.В. Сакун. – К.: МАУП, 2004. – 399 с.

Кампов Н.С.
Мукачівський державний університет
м. Мукачево
hojsaknad@gmail.com

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА НАЙБІЛЬШ ВІДВІДУВАНИХ ЗАМКІВ ЗАКАРПАТТЯ

Найбільш відвідуваними екскурсантами є Мукачівський, Невицький, Ужгородський і Чинадіївський замок. Проаналізуємо перераховані об'єкти в наступному порядку: час створення, місце розташування, стратегічне значення розташування, призначення, ландшафтний опис, характеристика та індивідуальні особливості фортифікаційної системи в основний період її експлуатації, фіксація етапів будівництва і перебудов, стилі будівництва, причини припинення функціонування, сучасне використання.

Час створення. Найстарішим є Ужгородський замок (кінець X - початок XI ст.), трохи молодшим є Невицький замок (друга половина XIII ст.), Чинадіївський і Мукачівський майже однакові за віком (початок будівництва в XIV ст.), хоча основних перебудов всі досліджувані замки зазнали в XVI – XVII ст.

Місце розташування. Всі закарпатські замки, окрім Середнянського та Чинадіївського, збудовані на височинах (стрімка скеля, одинокий пагорб серед рівнини). Вдале природно-ландшафтне розташування, поряд із іншими позитивними тактико-стратегічними можливостями створювало умови для ефективного контролю над підлеглою територією. Невицький замок контролював прохід Ужанською долиною, якою йшов торговельний шлях Угорщини через Ужоцький перевал в Галицько-Волинську державу, Польщу, Литву. Мукачівська фортеця збудована для охорони і контролю торговельних і військових шляхів, що схрещувалися тут. Один із цих шляхів проходив через Верецький перевал і в давнину називався Великими руськими воротами. Біля м. Мукачева він виходив у Середньо-дунайську низовину, з'єднуючи її зі Східною

Європою. Проте головним призначенням форпосту був контроль над соляними караванами по Тисі. Замкова гора, на якій розміщена Ужгородська твердиня, знаходиться посеред місцевості, де передгірні пагорби Анталовецької поляни підступають до Унгської рівнини, що давало йому можливість контролювати шляхи через Ужоцький перевал. Чинадіївський замок, як і Мукачівський, контролював територію перед Верецьким перевалом.

Стиль будівництва. Всі ці замки неодноразово перебудовувалися, а тому у кожного з них залишилися архітектурні фрагменти із різних стилів. Так, Ужгородський замок у внутрішньому палаці, відкриває перед нами різоліт відкритих дверей у романському стилі, до речі це єдиний чистий приклад романського стилю на Закарпатті. Замок в Ужгороді кілька разів перебудовувався і остаточний свій вигляд здобув у XVII ст. під архітектурним керівництвом французького інженера Лемера. Більш яскраво виражена готика у замковій архітектурі. Це готичні вежі Невицького, готичні палаци Мукачівського та Ужгородського замків. Трішки незначною хвилиною захопив фортифікаційні споруди і ренесанс, це можна спостерігати на прикладі внутрішнього оформлення замків Ужгорода і Мукачева з стрілчастими арками. Невицький замок побудований в класичному італійському стилі [1].

Найчастіше архітектори й будівельники епохи готики, керуючись принципами фортифікації, вели будівництво замку відповідно до рельєфу скелі чи пагорба, на якому замок будувався. План замку набував неправильних форм. Такі барвисті контури плану надавали замку творчу натуральність. Замкові стіни і вежі здавалися продовженням скелі, начебто сама природа породила архітектурні форми замку. Так як природа недолюблює повторень, так і архітектура замків, тісно зв'язана з нею, стає індивідуальною. План Невицького замку має вигляд витягнутої краплі, Ужгородського - неправильного чотирикутника, Мукачівського - витягнутого, дещо завуженого, прямокутника.

Основні елементи. Замок як архітектурна споруда має свої основні елементи: головна вежа - «донжон», в'їзна брама, круті овальні вежі - «рондела», охоронна бокова вежа - «барбакан», замкова каплиця, кілька систем

мурів, замковий палац, допоміжні прибудови (кухня, кузня, стайня, рицарський зал), таємні ходи, замковий двір. Вежі у замках Закарпаття використовуються різного типу: квадратні, трикутні, шестикутні, круглі, барбакан, донжон [3].

Значно посилює обороноздатність замків округла вежа з руба. На проекції згори вежа має форму трикутника, кут, вершина якого дорівнює 75-90 градусів. Катети даного трикутника - дві прямі боку - створюють гостре ребро, що мала би мінімізувати ефективність прямого влучення ворожих снарядів на стіни. Такі вежі спостерігаємо в Чинадіївському, Мукачівському, Невицькому замках. Для Ужгородського та Мукачівського замків характерні ромбовидні бастіони, висунуті за лінію квадрата стін, що давало можливість контролювати підхід до стін замку і збільшувало простір обстрілу з гармат. Роги бастіонів викладені квадратними плитами з каменю.

Барбакан - елемент пізньосередньовічних фортифікацій, призначений для захисту підступів до міських брам. Складався з укріплень баштового чи бастіонного типу навколо зовнішньої брами, з'єднаних з внутрішньою міською брамою критим проходом. Для захисту проїзду до міста осі прорізів внутрішньої і зовнішньої брам не збігалися. Перед зовнішньою брамою був звідний міст понад ровом, що охоплював барбакан.

У Невицькому замку найбільш вразливу сторону захищала шестикутна башта - барбакан, яка сполучалася сполучався із головною внутрішньою частиною замку двома паралельними фортечними мурами, що утворювали своєрідний оборонний двоповерховий «коридор»- галерею завдовжки 35 м. Зараз по їх залишках із задоволенням ходять туристи і здійснюють фото сесії. Така ж башта - барбакан є і в Мукачівському замку довжиною 34 м. для охорони замкових воріт [2].

Донжон - головна житлова і найкраще укріплена башта феодального замку в середньовічній Європі, яка виступала в якості рятівного пункту оборони. Якщо ворог захоплював замок, то донжон залишалась останнім «володінням», звідсіля й назва. Донжон вважавсь символом неприступності замку. Являв собою масивну циліндричну або призматичну споруду з товстими

міцними стінами, прорізними бійницями й амбраурами. Донжон знаходився всередині фортечних мурів і часто розміщувався на підвищеному і важкодоступному місці, відкритому з усіх боків. Крім господарських приміщень, житлових кімнат і рицарського залу тут містилися зброярня, головний колодязь, харчові склади, а у підземеллі - тюрма. Крім того, хоча зазвичай замки були територією, обнесеною стінами з баштами і донжоном усередині, багато з них по суті складалось лише з самих «центральных» башт (без фортечних мурів) - прикладом може послужити Середнянський замок, напівзруйнований донжон якого зберігся до наших днів.

Для захисту замків були споруджені системи валів і ровів. Ужгородський замок з трьох боків оточений сухим ровом, вирубаним у скелях на глибину 8 - 10 м., Мукачівський замок – сухим ровом глибиною 10-12 м, Невицький замок захищали три ряди сухих ровів, один з яких теж видовбаний у монолітній скалі. І тільки Чинадіївський замок захищали земляні рови та вали. Вхід замкової споруди захищав і підйомний міст, що перекидався через рів [3].

Замковий палац двоповерховий палац із центральною чотириповерховою баштою – донжоном у Невицькому, двоповерховий, п'ятикутний у плані, зі стрільницями та двома кутовими круглими триярусними баштами палац у Чинадіївському замку, палац – цитадель Ужгородського замку. Всі замки мали потайні ходи (у Чинадіївському замку яскраво демонструють екскурсантам один із внутрішніх потайних ходів, пропонуючи пройти ним до другого залу), а також підземні ходи, які виходили далеко за межі замків.

Список використаних джерел

1. Закарпаття - сплануй і подорожуй. Туристичний путівник. – Ужгород: «Ліра», 2003.–120 с.
2. Замки Закарпаття [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.transcarpathiatour.com.ua/atrac_zamok
3. Сова П. Архітектурні пам'ятки Закарпаття. – Ужгород, 1958. – 104 с.

Крафта В.І.
Соскіда І.М.
Мукачівський державний університет
м. Мукачево
08101991kv@gmail.com

ГІРСЬКІ ТЕРИТОРІЇ: ДОСВІД ЄС У СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ

У Законі України від 15 лютого 1995 року № 15/95-ВР визначено «Про статус гірських населених пунктів в Україні»[1] та постанові Кабінету Міністрів України від 11 серпня 1995 року № 648 «Про умови оплати праці осіб, які працюють в гірських умовах» [2] встановлено основні засади державної політики щодо розвитку гірських населених пунктів. Обумовлені критерії, за якими населеним пунктам в Україні можуть надати статус гірських територій, порядок надання такого статусу, державні гарантії соціально-економічного розвитку населених пунктів, яким надано статус гірських, порядок надання людині статусу особи, що проживає і працює (навчається) на території населеного пункту, якому надано статус гірського, перелік пільг, які надаються таким особам та встановлені доплати на рівні 20% та 25%. Тобто встановлюються соціальні гарантії, що є нормою для інших європейських країн.

Втім, перелік соціально-економічних гарантій гірським територіям обмежений та не відповідає сучасним європейським підходам до захисту гірських регіонів. Позаяк у ЄС перелік гарантій розвитку гірських регіонів значно ширший, спрямований на розвиток підприємницької діяльності, сучасного розвитку господарства, безпеки та захисту довкілля, при цьому застосовуються досягнення науки і техніки, захист та популяризацію історичних і культурних звичаїв регіону, створенню демонстраційних полонинських господарств.

В. Кравців відмічає, що гірська політика Європейського Союзу має свої специфічні особливості, оскільки країни – члени ЄС за їх підходом до

формування політики щодо розвитку гірської місцевості можна розділити на три групи [1]:

– перша група країн, до яких відносяться Угорщина і Словаччина, де гірська політика є галузевою з акцентуванням на розвиток аграрного сектору, а в окремих випадках пов'язується з довкіллям і питаннями розвитку села;

– друга група, до якої належать Австрія, Німеччина та Іспанія, – гірська політика спрямована на багатогалузевий розвиток, де знижується роль сільського господарства у розвитку гірських територій і акцентується увага на розвиток інших секторів економіки, зокрема туризму, громадської інфраструктури і довкілля. Перелік галузевих напрямів політики зі спеціальними модифікаціями, було поступово розширено, і зараз вони охоплюють такі питання, як професійна підготовка, освіта, регіональний розвиток, землекористування і просторове планування;

– третя група країн (Франція, Італія та Швейцарія), що мають офіційну інтегральну гірську політику, яка охоплює розвиток у цілому.

Досвід європейських країн зумовлюється різнобічними підходами до врегулювання проблемних питань розвитку гірських територій. Так, досвід Німеччини, де території гірської місцевості займають значну площу, свідчить про відсутність суттєвих проблем щодо забезпечення сталого розвитку гірської місцевості, оскільки на відмічених територіях розташовані міста, які є регіональними економічними центрами і мають відповідну інфраструктуру, транспортну доступність, а деякі з гірських регіонів із середньовисотною місцевістю, зокрема район навколо Штутгарту, відносяться до економічно високорозвинутих територій Німеччини. Окремі гірські райони, що знаходяться поблизу Альп, є відносно невеликими, однак відзначаються транспортною доступністю та інтегрованістю до загальної території країни, оскільки межують з низинними територіями. Такі ж тенденції прослідковуються і в аналогічних гірських регіонах Швейцарії та Австрії [4]. У Швейцарії накопичено більш як 50-річний досвід у напрямі забезпечення сталого розвитку гірських територій, де підтримка з боку держави спрямовується передусім для перспективного

розвитку сільського господарства, формування транспортної політики та фінансування пріоритетних інвестиційних проектів [5].

У процесі розроблення концепції загальноекономічного розвитку для 50 гірських областей Швейцарії було зацентовано увагу на виробництві тих товарів у гірській місцевості, для яких є всі сприятливі умови. При цьому розподіл фінансової допомоги гірським депресивним районам спрямовувався таким чином [6, с. 176]: на реалізацію програм із водопостачання, каналізації та утилізації відходів передбачалося 21%; на освітні заходи – 20,8%, на проекти, пов'язані з відпочинком і спортом, – 17,2%. Особлива увага у «Швейцарській концепції розвитку туризму» приділялася залученню місцевих ресурсів і раціональному використанню наявного потенціалу територій гірської місцевості. Вагомий акцент ставився на розвиток інфраструктури, передусім транспортної мережі, що повинно було сприяти підвищенню рівня розвитку відсталих гірських регіонів [7]. Нині увага акцентується на розробленні регіональних програм розвитку, фінансування яких частково здійснюватиме федеральних уряд.

Отже, проаналізувавши досвід європейських країн можна зазначити, що фактично всі держави, які мають гірські території, провадять державну політику щодо їх розвитку або використовують законодавчо встановлені підходи до вирішення певних проблем. Що до України, то розвиток гірських регіонів є питанням вкрай важливим в наш час, який забезпечить додатковий потенціал держави, зокрема в напрямку туризму та інфраструктури.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про статус гірських населених пунктів в Україні» від 15.02.1995 №15/95-ВР. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/56/95-%D0%B2%D1%80>.
2. Постанова Кабінету Міністрів України від 11.09.1995 № 648 «Про умови оплати праці осіб, які працюють в гірських умовах». – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/648-95-%D0%BF>.
3. Кравців В.С Гірська політика в Україні: проблеми становлення та перспективи розвитку / В.С. Кравців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uadocs.exdat.com/docs/index-308694.html?page=8>.

4. Бюлетень Західного наукового центру / Національна академія наук України та Міністерство освіти і науки України. Захід- ний науковий центр. – Львів: ПАІС, 2010. – 240 с.

5. Люкшандерль Л. Спасите Альпы / Л. Люкшандерль; пер. с нем. – М.: Прогресс, 1987. – 362 с.

6. Стадницький Ю.І. Світовий досвід управління соціально-економічним розвитком гірських територій / Ю.І. Стадницький, О.Е. Товкан // Гори і люди (у контексті сталого розвитку): матеріали Міжнародної конференції, присвяченої Міжнарод- ному року гір (Рахів, 14–18 жовтня 2002 р.); відп. ред. Ф.Д. Гамор [та ін.]. – Рахів, 2002. – Т. 1. – С. 175–179.

7. Управління розвитком гірських територій: зарубіжний досвід / В.С. Кравців, Ю.І. Стадницький, В.В. Демченко [та ін.]. – Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2001. – 69 с.

УДК 338.48(477.87)

Лендел О.Д.
Мукачівський державний університет
м. Мукачево
lend.oleg@gmail.com

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ РЕГІОНУ

Через кардинальні зміни в соціально-економічному житті держави і нові соціально-політичні орієнтири зростає роль наукових досліджень туристично-рекреаційної сфери, серед яких вагоме місце займають питання регіонального розвитку рекреації та туризму. Україна має значні можливості для динамічного розвитку туристичної та рекреаційної галузі, однак наявний потенціал реалізується недостатньою мірою.

Відсутність чіткої стратегії регіонального розвитку туризму може призвести до значних диспропорцій в розвитку галузі, нераціонального використання туристичних ресурсів та розміщення туристичних об'єктів, бездумної експлуатації об'єктів культурної спадщини та заповідних територій. Державна політика в сфері туризму та рекреації повинна базуватися на основі дослідження та аналізу наявної туристичної інфраструктури, визначних пам'яток, видів діяльності, ринків туризму з урахуванням екологічних і

соціально-економічних факторів. Відсутність узгодженості в діях по розвитку туризму приводить до порушення пропорцій між в'їзним і виїзним туризмом, що значно знижує економічну ефективність туризму.

Пріоритетними напрямками економічної політики у сфері туризму повинні бути: захист прав туристів, розвиток різних форм туризму, зокрема екологічного, сільського зеленого туризму, конгресового, культурного та соціального туризму, розвиток внутрішнього туризму та встановлення оптимальних пропорцій між в'їзним та виїзним туризмом.

Більшість вітчизняних туристичних підприємств слабо орієнтована на закордонні ринки, навіть серед підприємств які відповідають міжнародним стандартам. Така ситуація зумовлена відсутністю комплексних туристичних продуктів, їх низьким маркетинговим та інформаційним забезпеченням. Закордонні туристи надають перевагу своїм туристичним агентствам, які досить успішно працюють на українському ринку активно створюючи агентську мережу. При чому, досвід розвинутих країн свідчить, що для того щоб туризм дійсно сприяв розвитку економіки, важливими є як прийом так і відправка туристів. Україна, як і більшість країн-сусідів володіє значним потенціалом розвитку туризму, якому сприяє в першу чергу поступове зростання міжнародного туризму, а також зростання виїзного та внутрішнього туризму. Проте, труднощі пов'язані не лише з залученням іноземних туристів, а й із організацією внутрішнього туризму.

Закарпатська область володіє високим туристичним потенціалом, має вигідне географічне положення, поєднання різноманітних природних туристично-рекреаційних ресурсів та багатої історично-культурної спадщини. Однак, в останні роки сфера туризму Закарпатської області розвивалась нерівномірно. В зв'язку з чим виникла потреба пошуку більш раціонального шляху розвитку туризму в регіоні. Туристична модель області та Карпатського Єврорегіону в цілому повинна бути економічно вигідною для України і екологічно сумісною з прилеглими територіями сусідніх країн, а так само відкритою для інших країн, оскільки туристична сфера в перспективі займе

своє чільне місце за статтею прибутковості.

З урахуванням природного, економічного, наукового і технічного потенціалів, що є в регіоні, а так само його історичних і географічних особливостей, мета перспективного співробітництва в розвитку території полягає в тому, щоб на основі оптимального використання природи, матеріально-технічних, трудових і інтелектуальних ресурсів створити ефективну економічну систему, яка забезпечить матеріальний добробут населення і екологічну безпеку Карпатського регіону [3, с. 24].

На сьогодні важливо провести ряд ефективних заходів як по залученню традиційного контингенту відпочиваючих на Закарпатті так і розвивати нові сфери туризму: сільський зелений туризм, екотуризм, агротуризм, пішохідний та конгресовий туризм. Важливим є підвищення якості обслуговування до рівня світових стандартів, без чого неможливе зростання частки закордонних туристів. На внутрішньому ринку вітчизняні туристи також з кожним роком стають вимогливішими до рівня обслуговування і багатьом туристичним фірмам важко конкурувати із закордонними.

Визначальними умовами розвитку внутрішнього і в'їзного туризму є залучення інвестицій в розвиток туристичної інфраструктури. В першу чергу, вітчизняні і іноземні інвестиції необхідні для формування мережі готелів, зокрема - малих, мотелів, розташованих на дорогах міжнародного значення, що забезпечують комфортне проживання за умови доступних цін.

До просування туризму на міжнародному ринку необхідно підходити з ретельною підготовкою і чітким плануванням заходів. Це означає систематичний розгляд питань і проблем, які можуть виникнути при формуванні нових туристичних продуктів, а також розробку серії альтернативних заходів при виникненні непередбачуваних ситуацій.

Для успішного розвитку і розширення діяльності по міжнародному туризму необхідно:

- чітко визначити туристичні продукти, які будуть просуватись на міжнародному ринку та врахувати особливості визначних пам'яток, які з

найбільшою вірогідністю зможуть зацікавити і привернути увагу іноземних туристів;

- провести інвентаризацію та оцінку ресурсного рекреаційного потенціалу територій області, визначити об'єкти туристичної інфраструктури, які будуть задіяні в процесі розміщення, харчування, транспортування, розваг, освіти, надання інформації і послуг іноземним туристам;

- проаналізувати ринок з метою визначення ймовірного кола потенційних відвідувачів, а також оцінити характер і масштаби конкуренції з боку інших країн і ЄС в цілому;

- розширювати коло міжнародних зв'язків для представлення необхідної та ефективної інформації про туристичні об'єкти, традиції, звичаї та культуру місцевого населення;

- координувати діяльність всіх учасників процесу залучення і прийому іноземних туристів, для чого можливе створення спеціального адміністративного органу;

- постійно вдосконалювати елементи туристичної інфраструктури для того, щоб рекреанти, які прибули вперше, відчули привітність і гостинність, а також щоб ці відвідувачі після повернення сприяли створенню позитивного іміджу і залучали друзів, родичів чи колег, повторно відвідували Закарпаття;

- зобов'язати туристично-інформаційні центри, як на рівні області так і на рівні регіону, постійно відслідковувати за змінами на ринку міжнародних туристичних послуг, надавати інформацію про зміну кон'юнктури та рекомендації щодо можливої кількості відвідувачів;

- розробити рекламні матеріали, різноманітні друковані і електронні видання, корисні як для фахівців, які займаються плануванням туризму, так і для іноземних туристів, що підбирають маршрути для подорожей;

- налагодити співпрацю з підприємствами, що володіють досвідом і розташовані в країнах де проводяться маркетингові операції, в цілях підвищення ефективності діяльності по просуванню туризму.

Підвищення вимог щодо якості обслуговування повинно пов'язуватися з

підвищенням загального рівня професіоналізму працівників в туристичній сфері. На Закарпатті великої уваги заслуговують санаторно-оздоровчі комплекси, які мають значний потенціал щодо розвитку і можуть принести відчутну віддачу. Але поряд з цим не потрібно забувати про такі приховані можливості розвитку туризму які криються в заповідних територіях, зокрема, розвиток екологічного туризму, як модель сталого розвитку гірських районів Українських Карпат, з екологічно зорієнтованою спрямованістю економіки районів на розвиток туристично-рекреаційної індустрії.

Список використаних джерел

1. Літинська В. А. Роль та значення туризму в економіці України та світу // Вісник Хмельницького національного університету. (Серія "Економічні науки"). 2013. № 6. Т. 1. С. 229–233.
2. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. - Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. - 153 с.
3. Химинець В.В. Перспективи еколого-економічного розвитку Карпатського регіону // Науковий вісник Ужгородського університету Серія Економіка. 2016. - Випуск 1(47).Т. 2. С. 23-29.

УДК 338.48-6-021.131:004

Лепкий М.І.

*Луцький національний технічний університет
м. Луцьк*

Кампо І.О.

*Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці
м. Берегово*

turizm305@ukr.net

ВПЛИВ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Технологічний прогрес є сьогодні не тільки головним фактором забезпечення добробуту нації, а й найважливішою умовою процесу її сталого розвитку. В загальній концепції інформаційної технології є діалектичний

взаємозв'язок - розвиток інформаційної технології вимагає вдосконалення засобів, які її забезпечують і, навпаки, поява певних засобів вимагає створення нових прийомів, методів і способів.

Розвиток суспільства на сучасному етапі характеризується поступовим перетворенням традиційної економіки у віртуальну, яка дозволяє здійснювати економічні операції та будувати ділові взаємовідносини у віртуальному просторі і відображається у розвитку електронного бізнесу, функціонуванні віртуальних туристичних підприємств. Формування мережі віртуальних туристичних фірм пов'язано з низкою питань організаційного, економічного і правового характеру, що обумовлює необхідність визначення організаційних стадій створення віртуальних туристичних підприємств та впровадження комплексної системи автоматизації діяльності фірми.

Сучасним напрямком використання Інтернету в туризмі є розвиток «віртуального туризму». Це можуть бути подорожі по музеях чи інших визначних місцях не покидаючи власної домівки з використанням комп'ютера. Такі подорожі здійснюють подвійний вплив на "віртуальних туристів" – вони не лише підіймають їх інтелектуальний рівень, але й заохочують побачити в реальному світі те, що вони зустріли в Інтернеті.

Інтернет також надає можливість побувати в різних куточках земної кулі, де встановлені численні веб-камери, так звані «живі камери». Наприклад туристичний Інтернет-ресурс «Все страны мира» (<http://www.stranymira.com/webcam>), який дозволяє віртуально відвідати найкращі курорти та міста світу.

Встановлюючи веб-камери і транслюючи зображення в Інтернеті, туристичні фірми можуть таким чином приваблювати відвідувачів Інтернету, заохочувати їх відвідати визначені готелі, курорти тощо.

У 2007 році всесвітньо відома пошукова Інтернет-мережа Google запустила унікальний сервіс - Google Street View, який дозволяє користувачам Інтернету в усьому світі здійснювати віртуальні подорожі різними містами планети.

Можливості глобальної комп'ютерної мережі Інтернет дозволяють використовувати її як ефективний засіб у діяльності туристичних фірм України, передусім, в маркетингу. Сьогодні без Інтернету неможливо уявити діяльність сучасної туристичної фірми. Інтернет використовується практично переважають у всіх основних бізнес-процесах всередині туристичної компанії, починаючи з пошуку клієнтів і як комунікаційного і маркетингового інструменту та закінчуючи формуванням турпродукту.

Нині в Україні існує гостра потреба в інформаційному забезпеченні при відкритті певного напрямку подорожей, створенні нового туристичного продукту або внесенні змін в існуючий туристичний продукт. У цьому контексті інформація виступає інструментом прийняття рішень, наприклад, під час оцінки можливостей території та наявної ресурсної бази. До того ж інформативність туристичної системи виступає окремим самостійним туристичним продуктом для потенційних туристів та рекреантів. Будь-яке наукове чи аматорське дослідження території майбутньої подорожі, передбачає збір інформації - статистичної, літературної, картографічної, відомчої та інших видів в бібліотеках, Інтернеті, державних органах управління, наукових і господарських установах, у польових дослідженнях.

Проблема дистанційного акумулювання інформації про туристично-рекреаційні ресурси України була вирішена за рахунок використання необхідних відомостей про досліджувані об'єкти, які були отримані від фахівців, туристів, мандрівників, інтегрованих в єдине інформаційне поле за рахунок коштів мережі Інтернет. Поява нових, все більш детальних відкритих джерел просторових даних у вільному доступі - одна з тенденцій, які сприяють виконанню нового виду туристичних досліджень.

Віртуальний тур - це мультимедійний спосіб представлення навколишнього простору. Це може бути кругова панорама приміщення або огляд території туристично-екскурсійного об'єкта, відеоекскурсія приміщеннями готельного комплексу або відеокаталог пропозицій туристичної

фірми. Повний ефект присутності, що створюється технологією віртуального туризму, має низку характеристик:

- зображення (або серія зображень) ландшафту, історичних місць представлені на суцільній поверхні, що оточує глядача; зображення розгорнуте перед глядачем таким чином, щоби створити враження його безперервності;

- необмежений вигляд у всіх напрямках;

- вичерпне вивчення, оцінка предмета;

- безперервна серія сцен або подій, які постійно змінюються. На екрані монітора створюється панорамне 3D-зображення, яке оточує глядача площиною в 360°. Переглядаючи віртуальну 3D-панораму, глядач отримує більший обсяг візуальної інформації, ніж на звичайній фотографії. Керуючи клавішами або мишею, можливо, відповідно до свого бажання, озирнутися навколо або повернутися, наблизити або віддалити предмет, який вас зацікавив, розгорнути картину під потрібним кутом.

Така інтерактивність віртуальних 3D-панорам створює ефект присутності. Це помітна перевага в порівнянні з іншими засобами візуалізації. Віртуальний тур, як і окремі 3D-панорами, може передбачати 3D-анімацію, звуковий супровід та інші мультимедійні елементи. Нині це один із найбільш наочних та видовищних способів показу нового простору.

Діапазон можливостей представлення Інтернет-презентації туристичного продукту є досить широкий і найчастіше охоплює графічні або звукові форми, які розміщуються в різних місцях фірмової веб-сторінки. Знаряддям рекламної презентації в Інтернеті є *банери*, тобто рекламні стрічки, що висвітлюються на веб-сторінках. Банери розміщують на:

- найчастіше відвідуваних веб-сторінках (пошукові сервери, інформаційні сервіси), забезпечуючи максимальне охоплення реклами;

- тематичних сторінках, наприклад, «Туризм і відпочинок» чи «Рекреація і спорт»;

- сервісі служби обміну банерами, що передбачає безкоштовний обмін банерів між учасниками певної системи.

Таким чином, вплив Інтернет-технологій на розвиток туризму значний, оскільки прямо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як кожного туроператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому. Це прямо впливає на конкурентноздатність фірми на туристичному ринку.

Список використаних джерел

1. Геєць В.М. Інноваційні перспективи України / В.М.Геєць, В.П.Семиноженко. - Харків: Константа, 2006.- 272 с.
2. Джаман М.О. Теорія економіки регіонів: навч. Посібник / М.О.Джаман - К.: «Центр учбової літератури», 2014.- 384 с.
3. Шевчук А.В. Глобальні та національні перспективи і ризики розвитку ринку штучного інтелекту / А.В.Шевчук // Вісник Одеського національного університету. - Том 21. Випуск 2. - Серія «Економіка». - 2016.- С.16.

УДК 338.488.1

Лужанська Т.Ю.
к.г.н., доцент кафедри туризму і рекреації
Михайлович Л.
магістрантка спеціальності «Туризм»
Мукачівський державний університет
м. Мукачєво
turizm305@ukr.net

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ

Нині неможливо уявити собі розвиток туристичної галузі без існування розвиненої транспортної мережі, оскільки туризм тісно пов'язаний з подоланням простору. В середині ХХ ст. у світі здійснювалось щорічно близько 25 млн. міжнародних туристичних подорожей. До 2020 р. Всесвітня туристична організація прогнозує зростання туристичного потоку майже до 1,6 млрд. чол. Значному розвитку світового туризму сприяли зростання платоспроможності населення більшості країн світу; інтенсифікація праці, збільшення терміну

відпустки та поділ її на кілька частин; розвиток системи перевезень; удосконалення видів транспорту, підвищення комфортності, зниження вартості перевезень.

Високі темпи росту туристичних подорожей, значна їх частка в загальному обсязі перевезень, збільшення рухливості туристів, здійснюють прямий вплив на розвиток транспорту. У рамках світового туризму конкретний результат даного впливу можна розглянути в таких основних аспектах:

1. Спостерігається кількісне зростання окремих складових матеріальної бази всіх видів пасажирського транспорту для задоволення потреб туристів: будівництво суден і літаків великої потужності, двоповерхових вагонів і автобусів; зростає пропускна спроможність санітарно-технічних споруд на транспорті; вводяться в дію нові й реконструюються діючі аеропорти і залізничні вокзали, морські та річкові пристані;

2. Відбувається якісне вдосконалювання рухомого складу і стаціонарних транспортних споруд. Спостерігаються зміни у транспортній системі, які проявляються переважно в збільшенні техніко-експлуатаційної швидкості пасажирських транспортних засобів, скороченні часу подорожі, поліпшенні інтер'єру і якості обслуговування в транспортних засобах, удосконаленні їхньої конструкції згідно вимогам туристів, забезпеченні підвищених мір безпеки руху.

3) Відбувається вдосконалення організації транспортної діяльності й обслуговування. Нині у багатьох країнах світу існують і успішно працюють самостійні транспортні організації, єдиною діяльністю яких є обслуговування туристів у подорожі; створюються спеціальні транспортні підрозділи в структурі самих туристичних підприємств. Ріст туристичного потоку викликав до життя застосування таких форм обслуговування, як комбіновані транспортні послуги по формулах «потяг + автомобіль», «потяг + автобус + судно», «літак + автомобіль», «судно + літак» тощо [3].

При плануванні своєї подорожі турист враховує швидкість доставки до мети поїздки, комфорт подорожі, вартість, можливість перевезення багажу і його

вага, можливість зупинки у дорозі, умови харчування, рівень шуму, вібрацій, умови для сну та відпочинку, можливість широкого огляду під час поїздки, наявність несприятливих екологічних факторів, безпека [1].

Зростання кількості подорожей потребує вдосконалення інформаційної системи на транспорті, поліпшення обслуговування клієнтів-туристів у період, що передує початку їхньої подорожі. Для задоволення цих вимог на транспорті вводиться нова техніка для служб інформації і резервування місць. Організаційні зміни у транспортному обслуговуванні туристів пов'язані з потребою поєднати транспортне пересування з елементами туристичного обслуговування загалом. Наприклад, у повітряному транспорті вводяться чартерні подорожі, або інклюзив-тури, які пропонують туристам прямі транспортні сполучення і низку додаткових туристичних послуг, що входять до загальної вартості путівки.

Один із видів міжнародного регулювання авіаперевезень – створення пулів, що об'єднують авіакомпанії, які діють на певних міжнародних маршрутах. До логістичної схеми взаємодії авіакомпанії належать: блок організаційного та правового забезпечення (ІСАО, ІАТА, органи державного регулювання), блок виробничого забезпечення (аеропорти, підприємства сервісу, інші авіакомпанії), блок забезпечення сервісу (митниця, транспортні підприємства, страхові організації, банки) і блок забезпечення збуту авіатранспортної продукції (автоматизовані системи продажу та бронювання квитків, власна мережа продажу, продаж через туристичні фірми). Тобто логістичне співробітництво турфірм та авіакомпаній передбачає як спільну координацію авіаперевезень туристів, так і співпрацю у реалізації квитків (туристам та іншим особам). В цій галузі провідну роль відіграють глобальні автоматизовані системи збуту (ГАСЗ) авіатранспортної продукції, наприклад, системи «Габріель», «Амадеус», «Галілео», «Сирена-2000» [3].

Згідно з Концепцією розвитку транспортно-дорожнього комплексу (ТДК) України на середньостроковий період та до 2020 року передбачено активізацію процесів інтеграції ТДК України до європейської та світової транспортних

систем. Відповідно прогнозам очікується щорічне зростання попиту на транспортні послуги на 4-5%, обсяги перевезень вантажів та пасажирів зростуть, у перспективі до 2020 року вантажів – у 1,5-2 рази, пасажирів – у 1,3-1,5 рази. Нині транспортна система України не в повній мірі готова до забезпечення перевезень у таких обсягах.

Одним з дієвих засобів прискорення розвитку туризму в Україні є розвиток туристичної інфраструктури у Мережі міжнародних транспортних коридорів (МТК). За оцінками експертів, вона має найвищий у Європі коефіцієнт транзитності (з 13 тис. км автомобільних шляхів державного значення понад 9 тис. км є магістралями, пов'язаними з МТК). У поєднанні із значним туристичним потенціалом держави цей факт може стати важливим фактором розвитку вітчизняної економіки [2].

Закарпатська область могла б відігравати визначальну роль у забезпеченні євразійських транспортно-торговельних зв'язків. Адже на території області є один із найбільших прикордонних транспортних комплексів України у складі 5-го міжнародного транспортного коридору та шести міжнародних і чотирьох міждержавних залізничних й автомобільних переходів, міжнародного аеропорту. Є можливості для розвитку ще й річкового транспорту. Це об'єктивно визначає Закарпаття як природний транзитний міст між Європою й Азією.

Будівництво Бескидського тунелю – це проект, завдяки якому Україна зможе реалізувати свій транзитний потенціал. Сьогодні через Бескид здійснюється 60% обсягів перевезень, які ідуть через західний кордон, у тому числі транзитних. Новий тунель дозволить створити конкурентні умови для перевезення вантажів за цим напрямком. Новий тунель проектується під швидкість 60-70 кілометрів за годину і збільшить пропускну здатність цієї ділянки шляху зі 47 до 100 пар поїздів на добу.

Пріоритетними напрямками державного регулювання в транспортній галузі, зокрема, мають стати модернізація транспортної мережі і термінальних комплексів у складі МТК, впровадження інформаційних технологій,

електронного документообігу, розвитку комбінованого транспорту, створення інституту операторів змішаних перевезень, формування та реалізація цільових програм оновлення рухомого складу на всіх видах транспорту.

Список використаних джерел

1. Григорович М.В. Транспортна система України: еколого-геоморфологічні проблеми розвитку // Український географічний журнал, 1997. №3. – С.21-25.
 2. Міжнародні транспортні коридори України: <http://www.magistral.inc.ru>. 3.
- Черних Н. Б. Технологія подорожей та організація обслуговування клієнтів: Учеб посібник. - М.: Сов. спорт, 2002.

УДК 338.48+640.4

Мальська М.П

Кізима В. Л.

Львівський національний університет ім. Івана Франка

м.Львів

malskym@ukr.net

ПРІОРИТЕТИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ І ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

Функціонування туристичної галузі можливе тільки за наявності матеріально-технічної бази, яку утворюють: будівельна індустрія, машинобудування, хімічна промисловість, ремонтний комплекс, місцева промисловість, легка промисловість, деревообробна промисловість, тваринництво, рослинництво.

Враховуючи те, що у відпочинковій сфері поєднується діяльність різних суміжних видів господарювання, а її економічна сутність проявляється через попит на споживання товарів і послуг, витрати споживачів, вважаємо за доцільне в основу аналізу покласти його поділ на сектори. Чи не найважливішим компонентом туристичної індустрії є готельне господарство.

У поняття “готельне господарство”, “готельна індустрія”, “готельна справа”, “готельна сфера”, “готельна галузь”, “готельний бізнес” у різний час у

різних країнах вкладалися різні значення. Не вдалося подолати ці розбіжності і сучасній науці.

Для означення готельного сектору за умов адміністративно-командної системи вживався термін “готельне господарство”. Із зростанням значення соціальної сфери та розвитком ринкових відносин на зміну йому прийшов термін, який на той час вже набув поширення у західній економічній літературі, – “індустрія гостинності”.

Оскільки всі відомі визначення тією чи іншою мірою відображають господарську діяльність готельних підприємств, пропонуємо, вживаючи терміни “готельне господарство”, “готельна індустрія”, “готельна справа”, “готельна сфера”, “готельна галузь”, “готельний бізнес”, в загальному контексті розуміти під ними готельну діяльність, тобто вважати їх синонімічними терміносполученнями.

Готельна діяльність – це господарська діяльність, пов’язана з виробництвом і наданням комплексного обслуговування на комерційній основі, яке забезпечує споживачеві необхідні матеріальні умови та послуги (основні та додаткові) під час подорожі.

Готельне господарство України привертає до себе значну увагу, оскільки виступає складовою економічної діяльності країни, що забезпечує фінансовий і господарський ефект. Відповідно до Державного класифікатора України, “діяльність готелів і ресторанів” включає два види діяльності – надання місць для тимчасового, переважно короткотермінового, проживання та надання готових страв і напоїв (алкогольних і безалкогольних) для споживання на місці.

Ключовим поняттям готельної діяльності є готель. Відповідно до Закону України “Про туризм”, готель – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов’язковим обслуговуванням.

В Україні сучасні підприємства готельного типу надають постояльцям не тільки послуги розміщення, а й низку додаткових послуг: харчування, побутові

послуги, транспортні, розважальні, послуги зв'язку тощо. Отже, готельні підприємства у структурі туристичної сфери виконують провідну функцію, пропонуючи споживачам комплексний готельний продукт.

Готельна індустрія України в своїй основі цілком і повністю орієнтована на споживання послуг і безпосередньо залежить від ділової активності, від руху зовнішніх і внутрішніх туристичних потоків. Своєю чергою стан готельного господарства у державі активно впливає на життєдіяльність суспільства і водночас залежить від нього, від розвитку його виробничих відносин і продуктивних сил.

Поряд з цим готельна галузь має велике значення для України, оскільки може виступати каталізатором економічного піднесення, залучаючи у бюджет країни значні кошти від зовнішнього туриста, що зупинився у тому чи іншому готелі. Готельне господарство як елемент структури туризму є однією з складових міжнародних відносин, оскільки обслуговуючи зовнішніх туристів, не лише залучає у державний бюджет значні кошти, а й формує імідж країни.

Ситуація, що склалася сьогодні на світовому ринку готельних послуг і безпосередньо впливає на стан готельної індустрії в Україні, характеризується такими процесами:

- глобалізація діяльності;
- готельні підприємства відмовляються від “широкої пропозиції” і переорієнтовуються на якість обслуговування;
- техніко-технологічні зміни;
- поглиблення спеціалізації;
- інтенсивне зростання кількості міжнародних готельних ланцюгів;
- розвиток мережі малих підприємств готельного типу;
- упровадження інноваційних технологій обслуговування.

Перебуваючи у постійному динамічному розвитку, готельне господарство з кожним роком зміцнює свої позиції. Пріоритетними напрямками розвитку сучасного світового готельного господарства є такі:

- підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку готельних послуг;
- зміцнення позицій готельних ланцюгів на міжнародному готельному ринку;
- витіснення з ринку незалежних підприємств готельного типу, які не входять до готельних ланцюгів;
- зміна тенденцій в інвестиційній політиці міжнародних готельних об'єднань: надання переваги малим і середнім готелям з одночасним зменшенням акцентів на фешенебельні заклади розміщення.

Процеси, які відбуваються на світовому туристичному ринку, безпосередньо вплинули і на стан готельної галузі в Україні, змушуючи її до активного пошуку засобів подолання наслідків світової фінансової та економічної кризи, інтенсифікації виробництва готельного продукту, забезпечення необхідної його якості, створення об'єктів туристичної інфраструктури, які б відповідали світовим стандартам, підвищення кваліфікації персоналу, нормативно-правового та організаційного забезпечення туристичної та готельної діяльності, координації зусиль щодо просування туристичного продукту України на світовий ринок послуг.

Як свідчить практика, ринок готельних послуг стає динамічнішим, у розвинених країнах світу, де туризм і сфера гостинності посідають важливе місце у структурі господарства, пропозиція випереджає попит, відповідно, поживається конкуренція. Як наслідок змінюються, трансформуються очікування клієнта, тому тільки постійне поліпшення якості обслуговування та розширення спектру послуг може принести успіх сучасному готелю.

У наш час готель визначається вже не просто як місце для ночівлі. Це заклад, який надає комплекс послуг і багато в чому визначає спосіб життя того, хто подорожує, принаймні, на час його проживання у готельному номері. З розвитком туризму і готельного господарства з'являються нові заклади розміщення туристів. Єдиної класифікації готельних підприємств на сьогодні

не існує. Всесвітня туристична організація рекомендує типову класифікацію закладів розміщення

З кожним роком у готельній сфері з'являються нові форми діяльності, тому широкий спектр готельних підприємств, їх видів і типів робить будь-яку спробу уніфікації характеристик засобів розміщення умовною. Запровадити єдину класифікацію готелів світу неможливо через низку особливостей, притаманних кожній окремій країні: національні традиції, культурно-історичні чинники, розбіжності у критеріях якості та ін.

Проте цілком можливо виокремити основні показники, якими різняться сучасні готелі: розташуванням, рівнем комфорту, призначенням, місткістю, поверховістю, типами конструкцій, режимом експлуатації, забезпеченням харчуванням, цінами, тривалістю проживання, наявністю в них транспортних засобів, формою власності, асортиментом послуг.

УДК 338.48-52:796.855(520+510)

Маслиган Р.М.

Закарпатська обласна федерація Шотокан карате-до

м. Мукачево

sms11111@rambler.ru

БОЙОВІ МИСТЕЦТВА ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ ЯПОНІЇ ТА КИТАЮ

Сьогодні, у світі значного розвитку набув спортивний туризм, як неолімпійський вид спорту, що передбачає подолання певного відрізка земної поверхні, який називають маршрутом, природних, штучних перешкод або виконання технічних прийомів, спеціальних тактичних та технічних завдань [1]. Разом з тим, досліджуючи спортивний туризм таких країн як Японія та Китай, мова іде про виконання технічних прийомів, спеціальних тактичних, технічних завдань у межах найдавніших для цих місць видів масового дозвілля - бойових мистецтв [1].

Так, у Китайській Народній Республіці (КНР) розвиток спортивного туризму напряму пов'язаний із розвитком «ушу» (або сукупності бойових мистецтв, походження яких відслідковується від часів стародавнього Китаю) та «тагунфу» (що використовується в контексті, що не стосується бойових мистецтв та стосується майстерності, здобутої шляхом довгої та важкої праці) [1; 3]. Поява цих термінів пов'язана із розвитком даосизму та буддизму, які пов'язані з духовним самовдосконаленням.

Бойові мистецтва, головним чином, були спрямовані на розвиток в собі благородних якостей, артистичних здібностей, зміцнення здоров'я та забезпечення довголіття, а також служили для самозахисту і запобігання насильству [1; 3]. Не випадково ієрогліф «у» в слові «бойові мистецтва» («ушу»), що означає «бойовий, військовий», утворений з двох частин - «зупинити» і «спис» (тобто «зупинити війну») [3]. Стародавні китайці також мали вислів: «Військовій справі вчать для того, щоб принести користь державі» [3].

Перший військовий стиль в історії Китаю з'явився на війни Жовтого імператора проти Чи-юя (4 тис. р. тому) [3]. Пізніше, в період Воюючих царств (5-3 ст. до н.е.) зародилися різні техніки володіння мечем. З часів епохи Хань (206 р. до н.е. - 220 р. н.е.) і до кінця династії Тан (618-907 рр.) мистецтво володінням мечем наповнилося артистичним змістом [3].

На початку династії Мін (1368-1644 рр.) Даос Чжан Саньфен для свого духовного самовдосконалення у горах створив «тайцзіцюань» [3].

При династіях Мін і Цин (1644-1912 рр.) набули розповсюдження школи «багуа» і «сініцюань» [3].

Одночасно виникли інші стилі , відомі витонченістю , швидкістю і відкритістю, зокрема: Багуачжан, Бацзіцюань, Він-Чунь, Даченцюань, Дуаньцюань, Тайцзіцюань, Цайліфо, Сініцюань.

Розвиток окреслених стилів сформував досить специфічну спортивну культуру, що має масовий характер.

Елементом такої культури є дерев'яний манекен Му Рен Джан, який використовується при навчанні нанесення різних ударів і техніки ведення бою [3]. Володіння Му Рен Джан та тренування на ньому є традицією для більшості китайців та елементом культури. Таке відношення до цього предмету пов'язане не тільки з тим, що він використовується при навчанні нанесення різних ударів і техніки ведення бою. Згідно з легендою «в Шаолінському монастирі була Алея Дерев'яних Манекенів різних конструкцій для інтенсивних тренувань. Перші манекени представляли собою простий прямий дерев'яний стовп, який заміняв противника [3]. Пізніше перші майстри Вин-Чунь істотно поліпшили його конструкцію, додавши три «руки» і «ногу», так він і виглядає в наші дні. Спочатку прості вправи удосконалювалися, і врешті-решт повністю сформувалися в «Техніку дерев'яного манекена» [3].

Ураховуючи важливість Му Рен Джан у культурі Китаю, сьогодні є значна кількість модифікацій Му Рен Джан, сконструйованих відповідно до специфіки досліджуваного стилю. Крім того своєрідним елементом такої культури є тренування із холодною зброєю.

У Японії розвиток спортивного туризму пов'язаний, у першу чергу, з розвитком карате, сумо та ряду інших японських бойових мистецтв (у т.ч. картаю), що первинно були системою рукопашного бою, розробленого для самозахисту [2].

Про сумо є згадки ще в «Ніхонсьокі» та «Кодзікі» [2]. Зокрема, у давньому японському суспільстві сумо було поширеним ритуалом у сільському господарстві; сумо влаштовували під час проведення святкувань при імператорському дворі [2]. Воно, як елемент обрядовості, було наявне під час церемоній у буддистів та синтоїстів.

У епоху Едо існували феодали «даймо», тобто ті, що володіли власними «рікісі» (або борців сумо).

Періодично проводилися змагання з сумо, яке сьогодні стало частиною міської культури. Піднесення націоналізму (після Японсько-Китайської та Російсько-Японської війн) перетворили сумо на елемент національної ідеї. До

1909 р. сумо трансформувалося у різновид спорту та елемент спортивного туризму.

Карате, у даний час, набуло у Японії значного розповсюдження. Слід зазначити, що до цієї країни таке мистецтво потрапило з о. Окінава приблизно у кінці XIX ст. [2]. Сам о. Окінава у давні часи був центром незалежного королівства Рюкю та відчував на собі культурний вплив Японії і Китаю [2].

У XVII ст. королівство Рюкю завоювали самураї князівства Сацума, з якими жителі Рюкю вели партизанську боротьбу (створивши мистецтво ТОТЕ).

В кінці XIX ст. (під час адміністративних реформ в Японії), статус Рюкю, як васальної держави був ліквідований (фактично, територія о. Окінави стала префектурою Японії) [2]. Однак, бойові мистецтва, окресленого королівства, не зникли.

Під час набору в армію японські лікарі звернули увагу на те, що ряд призовників з о. Окінави відрізнялися відмінною фізичною формою. Коли було встановлено, що це наслідки практики місцевого бойового мистецтва ТОТЕ, його включили у програму викладання в молодших класах японських шкіл (у якості фізкультури). Це призвело до широкого поширення ТОТЕ, проте, зворотню стороною процесу стало те, що від цього виду бойових мистецтв відокремилася окрема ланка, та перетворилася в воєнізовану гімнастику.

Щодо класичного ТОТЕ, його розвитку спряв Гітін Фунакосі, він почав пропаганду цього напрямку спочатку на о. Окінаві, а потім в Японії (у 1924 р. майстер відкрив перший клуб карате в токійському університеті Кейо) [1; 2].

У популяризації окресленого мистецтва, значну роль відіграли: показові виступи; демонстраційні «тамесіварі»; спортивні змагання, що і сьогодні проводяться за програмами карате з куміте та ката.

Окрім карате, розвиток спортивного туризму Японії, пов'язаний із популяризацію ряду інших бойових мистецтв. Так, велика заслуга у цьому належить бойовому мистецтву [2].

Традиція сумо ведеться з давніх часів, тому кожен поєдинок супроводжується численними ритуалами. Розвитку цікавості туристів до цього

мистецтва сприяло те, що Японія є визнаним центром сумо і єдиною країною, де проводяться змагання професійних «рікісі» (або офіційні турніри професіоналів) [2].

В іншому світі існує тільки аматорське сумо. Так, сучасне професійне сумо поєднує у собі елементи спорту, єдиноборства, шоу, традицій та бізнесу.

Окрім карате та сумо розвитку спортивного туризму сприяли: Абе-рю; Айдзу Каге-рю; Аракі-рю; Асаяма Ітіден-рю, Будзінкан та ін.

Список використаних джерел

1. Апойко Р.Н. Эволюция и тенденции развития спортивной борьбы в современном олимпийском движении / Р.Н.Апойко, Б.И. Тараканов // Ученые записки университета им. ПФ Лесгафта.— 2013 р.— №. 8 (102).
2. Горбылев А. Секрет невидимости / А. Горбылев // Япония: Путь кисти и меча. № 1. -2004. - С. 42.
3. Мартьянова Л. «Народные традиции Китая» / Мартьянова Л. — И-во «Центрполиграф» - 2013 г - 224 с.

УДК:338:48-2-056.26

Махлинець С.С.

старший викладач кафедри туризму і рекреації

Мукачівський державний університет

м. Мукачево

maxsergey@meta.ua

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ТУРИЗМУ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ

На туристичних ринках багатьох країн світу відбуваються значні зміни: до загального туристичного простору залучені люди з обмеженими можливостями, а розробка спеціальних туристичних програм з урахуванням доступності для цієї категорії туристів створює рівні можливості для реалізації прав кожної людини на відпочинок.

Складність розвитку цього виду туризму полягає в неповноті нормативної бази, відсутності системи методичного супроводу, системи підготовки інструкторів-фахівців з роботи з особами з обмеженими можливостями (ООВ). Сьогодні у світі за цим різновидом туризму закріпився термін "туризм для людей з обмеженими життєвими можливостями" (ЛОЖВ), «інвалідний туризм», «туризм глухих», «туризм сліпих», «реабілітаційний туризм», «корекційно-освітній туризм». Необхідно зауважити, що під терміном "люди з обмеженими життєвими можливостями" маються на увазі не лише особи, які мають інвалідність, але й особи, які не мають інвалідності, але у них є ті чи інші відхилення, що знижують їх функціональні можливості [1]. Відсутність єдиного термінологічного апарату говорить про те, що приділяється мало уваги проблемам інвалідів. А це є одним із стримуючих факторів розвитку туризму для інвалідів.

Говорячи про туризм для інвалідів, за кордоном найбільш часто вживають такі поняття: «доступний туризм» (accessible tourism), «туризм для усіх» (tourism for all), «безбар'єрний туризм», «туризм для людей з обмеженими можливостями». Отже, виникає потреба уточнити зміст і суть цих термінів. Ураховуючи семантичні особливості мови, вищенаведені терміни мають різні смислові відтінки, а тому їх не завжди можна вважати тотожними.

Термін «туризм, доступний для усіх» закріплений у міжнародних нормативно-правових актах. У 1991 р. Генеральна асамблея ЮНВТО прийняла резолюцію під назвою «Створення можливостей для туризму людям з обмеженими можливостями в дев'яності роки» (Creating Tourism Opportunities for Handicapped People in the Nineties), текст якої був у подальшому поновлений у 2005 р. у Дакарі (Сенегал) і названий «Туризм, доступний для усіх» (Резолюція A/RES/492(XVI)/10). А в Рекомендаціях, прийнятих на 20-й сесії Генеральної асамблеї ЮНВТО від 11 червня 2013 р. надано таке визначення: «туризм, доступний для усіх, – це форма туризму, що передбачає процес співробітництва учасників туристичного процесу, що дозволяє людям, які мають потребу в доступі, зокрема пов'язану з мобільністю, зором, слухом і

когнітивними функціями, функціонувати незалежно, справедливо та доступним шляхом, надання їм розробленого на принципах універсального дизайну продуктів туризму, послуг та середовищ» [2].

Термін «доступний туризм» найчастіше характеризується як послуга в галузі туризму для усіх категорій споживачів незалежно від віку, фізичних можливостей конкретної людини або наявності інвалідності. Водночас доступним туризмом часто називають малобюджетні тури. Отже, на нашу думку, цей термін має більш широке, неоднозначне трактування. «Туризм, доступний для усіх», або доступний туризм, передбачає доступність туристичних об'єктів і установ щодо пристосування та адаптації інфраструктури для людей з обмеженими фізичними можливостями (інвалідів та осіб, що їх супроводжують, тимчасово маломобільних груп населення, літніх людей, осіб із дитячими візочками та ін.).

Ще одне популярне визначення: безбар'єрний туризм (accessible tourism) – це туризм, доступний для усіх незалежно від постійних або тимчасових обмежень фізичних можливостей. Серед праць зарубіжних учених особливий інтерес викликає дисертаційне дослідження Д. Смирнової, яка зазначає, що безбар'єрний туризм – це переміщення осіб із постійно або тимчасово обмеженою здатністю до мобільного пересування та осіб, що їх супроводжують, на територію, відмінну від постійного місця проживання, які мають усі необхідні ресурси для здійснення цілей подорожі.

Водночас безбар'єрний туризм – це діяльність підприємств туристичної (і суміжних із нею) індустрії, спрямована на формування і продаж комплексного туристичного продукту, що відповідає додатковим потребам окремих маломобільних категорій туристів (з урахуванням їхнього фізичного і психологічного стану здоров'я), а також людей, які їх супроводжують [3].

Безбар'єрний туризм – це процес розвитку туризму, що передбачає доступність туризму для широкого кола туристів, не тільки виключно для туристів інвалідністю, а й для людей із тимчасовими фізичними обмеженнями, їхніх опікунів, членів їхніх сімей, літніх людей. Головною особливістю

організації безбар'єрного туризму є урахування всіх потреб та поєднання потреб усіх категорій споживачів, що беруть участь у подорожі.

Анікеєва О.А. та Маньшина пропонують використовувати термін «інклюзивний туризм» (від фр. «включає у себе», лат. include – «укладаю», «включаю»), що означає процес розвитку туризму, який передбачає доступність туризму для усіх щодо пристосування інфраструктури туристичних центрів і об'єктів туристичного показу до різних потреб усіх людей, зокрема інвалідів, літніх осіб, їхніх опікунів та членів сімей, людей із тимчасово обмеженими можливостями, сімей із маленькими дітьми [4, 5].

Більшість науковців використовують поняття «адаптивний туризм», розуміючи його як туризм для інвалідів та осіб із відхиленнями у стані здоров'я, новий вид адаптивної рухової реакції, фізичної реабілітації, оздоровлення і соціальної інтеграції зазначеної категорії людей. Адаптивний туризм – це комплекс взаємовідносин соціального, спортивно-оздоровчого, медичного, психологічного чи іншого характеру, що зумовлюють специфіку туристичного продукту під час надання туристичних послуг особам з особливими потребами. Науковці наголошують, що основне призначення адаптивного туризму полягає у тому, щоб сприяти рішенню задач надання рівних можливостей для осіб з особливими потребами у туристичних послугах із метою їх повної соціальної інтеграції.

Отже, наявність усіх цих пропозицій і різноманіття термінів говорить про те, що досі немає єдиного визначення, закріпленого у нормативно-правових документах, а значить, і відображення багатогранності та специфіки цього виду туризму. В Україні для його визначення найчастіше використовують поняття «туризм для людей з обмеженими можливостями», «туризм неповносправних», «туризм для людей з інвалідністю», «адаптивний туризм». Суть цих визначень зводиться до того, що в них розглядається вид туризму, розрахований на людей з обмеженими можливостями здоров'я.

Список використаних джерел

1. Ковальська Л.В. Зарубіжний досвід розвитку туризму для неповносправних, та його інтерпретація в Україні /Л.В. Ковальська // Матеріали ІІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Стан та перспективи розвитку культурологічної науки в Україні»: Збірник тез доповідей (І частина). – Миколаїв: ВП «Миколаївська філія КНУКіМ», 2017. – 194 с.
2. UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/ru>.
3. Смирнова Д.Б. Безбарьерный туризм: основные понятия, перспективы развития / Д.Б. Смирнова, Ю.С. Смородина // World economy, finances and investments : сб. матер. ІІ Междунар. науч.-практ. конфер. – 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://www.asconf.com/view_arhiv.
4. Андреева И.В. Геоэкологические основы природного паратуризма / И.В. Андреева // Мир науки, культуры, образования. – 2013. – № 2 (39). – 304–307.
5. Аникеева О.А. Россия без барьеров: туризм, доступный для всех / О.А. Аникеева, Ю.А. Анисимова // Сервис в России и за рубежом. – 2011. – 25. – № 6. – С. 17–21.

УДК 338.48(1-32)

Мілашовська О.І.

д.е.н., проф., кафедри готельно-ресторанної справи

Гусар С. С.

магістрант спеціальності «Туризм»

Мукачівський державний університет

м.Мукачево

mila_olga@i.ua

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ

Для туристичної індустрії важливе значення має формування стратегії розвитку туристичних регіонів. Стратегія розвитку туристичних регіонів повинна бути інструментом зовнішньої і внутрішньої промоції регіону, який би демонстрував перспективи регіону; організації майбутньої діяльності регіональних органів влади, забезпечення інтеграції, всебічності та єдності політики органів регіональної влади.

Обґрунтування розробки регіональних стратегій повинно максимально враховувати регіональну специфіку розвитку суб'єктів туристичного бізнесу, наявний туристичний потенціал території, дотримання відповідності стратегічних перспектив розвитку інших (суміжних до туризму) видів економічної діяльності. Теоретичним базисом формування стратегії розвитку туристичних регіонів повинні бути комплексні теоретико-методологічні дослідження з детальним аналізом на основі даних офіційної статистики та якісно проведених соціологічних досліджень туристичного бізнесу. Необхідно постійно шукати і зміцнювати переваги свого регіону, розуміти, які функції області можуть і повинні розвиватися, що гальмує просування туристичного продукту та як усунути перешкоди. Ефективність стратегії залежить від того, наскільки правильно буде організований процес її розроблення, реалізації, контролю за її виконанням [1].

Стратегії розвитку туристичних регіонів повинні враховувати:

- адаптацію нормативно-правових і законодавчих актів галузі рекреації і туризму до стандартів, прийнятих у європейському співтоваристві;
- залучення зовнішніх інвестицій до реалізації програми регіонального розвитку, окремих проектів, що входять до її складу, зокрема на розвиток інфраструктури для обслуговування рекреаційних потоків,
- транспорт, торгівлю, зв'язок, виробництво продукції для використання у курортно-рекреаційній діяльності і сфері послуг;
- створення привабливого туристичного іміджу регіону та просування регіонального турпродукту на національний та міжнародний туристичний ринок;
- розвиток матеріально-технічної бази та інфраструктури туристичної індустрії;
- комплексний підхід до підвищення якості прийому туристів та сервісного обслуговування;
- доведення до міжнародного рівня організації готельно-ресторанної справи та її сервісного обслуговування;

- розширення кількості і якості туристичних послуг, що надаються;
- участь у роботі регіональних і європейських салонів і ярмарків;
- організацію турів, що дадуть змогу якнайкраще ознайомитися із запропонованою продукцією і оцінити якість прийому;
- здійснення системного маркетингу ринку туристичних послуг;
- створення сприятливих умов для інвестицій, податкового і митного регулювання розвитку регіону;
- забезпечення раціонального використання та охорони туристичних ресурсів регіону, створення програм та планування подальших перспектив розвитку туристичного регіону [3].

Процес розробки стратегії дуже трудомісткий. Стратегія діяльності туристичних підприємств орієнтує їх на успіх; допомагає підприємцеві зрозуміти суть туристичного бізнесу, визначити своїх конкурентів, постачальників і покупців; привчає до чіткого рішення поставлених завдань; значно підвищує шанси не тільки вижити, а й ефективно працювати в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Особливого значення набувають питання стратегічного планування місцевого розвитку на середньострокову перспективу, які мають бути результатом спільної роботи різних суб'єктів місцевого розвитку: від органів місцевого самоврядування, територіальних підрозділів центральних органів влади до представників асоціацій місцевих підприємців, громадськості, науковців, діячів культури, освіти і спорту.

Планування регіонального розвитку туристичної сфери діяльності починається з розробки стратегічної платформи. Стратегічна платформа містить соціально-економічний аналіз і SWOT-аналіз, визначення і відбір конкурентних переваг, і визначення концепції (бачення) розвитку і стратегічних цілей туристичної сфери.

Стратегічна платформа розвитку туристичної сфери регіону є документом довгострокового характеру, який спрямований на те, щоб сприяти

розвитку туризму регіону в цілому. Бажано, щоб термін регіональних стратегій розвитку туристичної сфери збігався зі стратегіями на державному рівні.

Стратегічний рівень являє собою основу регіонального розвитку туристичної сфери. Структура стратегічної платформи включає в себе наступні елементи:

- резюме аналізу ситуації,
- ключові внутрішні і зовнішні чинники (SWOT-аналіз),
- стратегічне фокусування,
- концепція (бачення) розвитку,
- стратегічні цілі розвитку.

Процес розробки стратегії розвитку туристичної сфери починається з підготовчого етапу, який включає запуск процесу розробки стратегії та мобілізацію регіональних зацікавлених сторін.

Крім того, протягом всього процесу розробки стратегії розвитку туристичної сфери регіони повинні працювати на створення регіональної мережі для підготовки проектів. Ця мережа буде використовуватися на стадії розробки стратегії для створення проектних ідей, необхідних для практичної реалізації стратегії, а також в ході її реалізації у розробці проектних пропозицій та імплементації регіональних проектів розвитку туристичної сфери. Компонентне фокусування базується на тих же принципах і кроках, що і стратегічне фокусування. Результатом повинен бути SWOT-аналіз і визначення конкурентних переваг і перешкод для трьох компонентів: регіональна економіка, соціальний розвиток та захист навколишнього середовища.

Плани реалізації стратегій регіонального розвитку туристичної сфери повинні включати два типи проектів: так звані проекти «швидкого результату» і проекти-каталізатори, які матимуть більш стратегічно-довгостроковий вплив щодо досягнення цілей розвитку і ефекти мультиплікації. Вибір між цими двома типами проектів залежить від існуючої довіри (соціальний капітал) в регіоні або в конкретній місцевості та наявності ресурсів для реалізації розроблених заходів у санаторно-курортній сфері. В регіоні без особливого

досвіду стратегічного планування доцільно почати реалізацію стратегії регіонального розвитку з більш простих проектів, для яких існують локально доступні ресурси, - це робиться для побудови необхідної довіри і впевненості.

Список використаних джерел

1. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія / М. Борушак. - Л.: ІРД НАН України, 2006. - 288 с.
2. Любіцева О.О. Туристичні ресурси України / О.О. Любіцева, Є.В. Панкова, В.І. Стафійчук. - К.: Альтерпрес, 2007. -369 с.
3. Мілашовська О. Регіональна політика соціально-економічного розвитку прикордонних регіонів: монографія / О. Мілашовська. - Ужгород: Карпати, 2008. - 512 с.

УДК 338.48(477.87)

П'ятка Н.С

Ткачук О.Р.

Мукачівський державний університет

м. Мукачєво

stojkanata1977@gmail.com

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ЗАКАРПАТТІ

На сьогодні туристична індустрія є однією із найбільш прогресуючих галузей світової економіки, тому її розглядають як самостійний вид економічної діяльності, так і як міжгалузевий комплекс. Для багатьох держав саме туризм приносить основний дохід та є джерелом прибутків. В економіці України туристична галузь відіграє вагомую роль.

Наша держава багата на туристичні зони, проте серед них можна виокремити Карпатський рекреаційний регіон, до якого входять Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська та Чернівецька області. Сьогодні Закарпаття є одним із найпривабливішим куточків України для туристів. Наявність курортного та рекреаційного потенціалу, мальовничі пейзажі, цікаві визначні пам'ятки історії, культури та архітектури, особливе географічне розміщення на перетині п'яти держав: України, Румунії, Словаччини, Польщі та Угорщини,

поєднання різних культур та особливостей сприяє поширенню туризму в цьому регіоні та з кожним роком приваблює все більше число туристів завітати сюди. Вище перелічені можливості і переваги дозволили увійти Закарпаттю у трійку найперспективніших і найпопулярніших туристичних об'єктів нашої держави. Найважливішою особливістю області є те, що вона межує із чотирма країнами Центральної Європи і завдяки цьому до Закарпаття надходять туристичні потоки із Заходу й Сходу, Півночі й Півдня Європейського континенту.

Закарпаття є оптимальним регіоном для туристів, які бажають не лише відпочити, а й оздоровитися та полікуватися. Край багатий на велику кількість мінеральних вод, найвідоміші з яких “Лужанська”, “Поляна квасова”, “Плосківська”, “Свалява” та інші [2]. На сьогодні налічується близько 50 родовищ мінеральної води, серед яких 38 мають промисловий інтерес (Ужгород, Сіль, Костріно, Лумшори, Солоні Млаки, Свалява, Карпати, Поляна, Плоске, Голубине, Неліпіно, Шаян, Вишково, Келечин, Сойми, Драгово, Александровка, Кобилецька Поляна, Кваси, Пасика). Особливою популярністю користуються термальні води, температура яких сягає від + 18 до + 80°C. Центрами термальних купалень є Берегове, Косино і Велятино, а міста Мукачєво і село Довге відомі своїми цілющими водами. Курортне містечко Берегове працює як влітку, так і взимку. У 1967 році тут було відкрито басейн з термальною водою, який і до сьогодні функціонує. Він наповнюється з гейзера кремнієво-азото-вуглекисло-хлоридно-натрієвими водами високої мінералізації, які відновлюють нервову систему, лікуються серцево-судинні хвороби, болі у м'язах, покращують імунну систему, знімають безсоння, усувають шкірні захворювання, головні болі. Окрім рекреації, можна відвідати ще і готичні храми, музей виноробства «Дім вина» у селі Янош. Наступним курортним місцем є Косино. Даний оздоровчо-рекреаційний комплекс "Термальні води Косино" має свою особливість, адже саме він розташований на шлейфі залягання мінеральних термальних вод, що проходить через Францію, Італію, Іспанію, Сербію, Хорватію, Австрію, Швейцарію та Балкани. Вони підходять для лікування хвороб опорно-рухового апарату, наслідків після отримання

різних травм кісток та м'язів та дають хороший результат у виведенні солі з нирок. Велятино відоме своїми термальними водами із вмістом бромю та йоду, що дають заспокійливий ефект на людське тіло та організм. Цікавим є те, що саме тут випадає нагода побачити буйволів, яких більше нема на ніде на території України і навіть посмакувати їхнє молоко, що має велику кількість корисних речовин. Іншим, не менш цікавим містом, є Довге. Тут знаходяться одні з найбільших термальних родовищ. У санаторії «Боржава» води використовуються для прийняття ванн у профілактиці та лікуванні серцево-судинних захворювань. Не даремно цю місцевість вважають перлиною Боржавської долини, адже тут зосереджені смерекові та букові ліси, гори, природний парк «Зачарований край», де ви можете залишитися наодинці з природою.

Окрім відомих санаторіїв, бальнеологічних комплексів, в Закарпатті є понад два десятки SPA та велнес-об'єктів, що надають послуги кліматолікування, бальнеолікування, спелеотерапії. Найвідвідуванішими зонами рекреаційного туризму в цій області є Синяк, Поляна, Голубине, Неліпино, Шаян, Сіль, Нижнє Ужгород, Карпати, Виноградово, Кваси, Сойми. Для любителів активного відпочинку зимою найкращим варіантом буде лижний спорт, який зосереджений у гірськолижних зонах: Драгобрат, Подобовець, Ізки, Синяк, Пилипець, Воловець та інші. Кожна з них має свої гірськолижні траси, підйомники, пункти прокату спорядження. До цього виду туризму також відносять і скі-тури (позатрасове катання) на гірських схилах без підйомників і гірськолижних курортів, і сноубординг, і сноутюбінг.

Туризм на Закарпатті має усі можливості для розвитку - це і природно-кліматичні та географічні особливості місцевості, унікальні туристичні об'єкти, наявність природно-заповідних та охоронних територій, сформована раніше база для розвитку різних видів туризму. Утім, не зважаючи на позитивні аспекти, все ж таки є і проблеми, які слід вирішувати. На жаль, матеріально-технічна база залишається на нижчому рівні від європейських стандартів. Місцевому уряду слід більше уваги сконцентрувати на вирішенні проблем.

Нижче перелічені можливі пропозиції і завдання для їх якнайшвидшого вирішення:

- участь у формуванні державної політики у сферах туризму та рекреації, забезпечення її реалізації;

- розроблення проектів програм щодо активізації зовнішньоекономічної та інвестиційної діяльності;

- залучення нових технологій, технічної допомоги для розроблення і реалізації соціальних, культурних та інших програм, спрямованих на розвиток області;

- співпраця із сусідніми, іншими європейськими державами з питань транскордонного співробітництва та європейської інтеграції у сфері політики, економіки, туризму, соціально-культурних питань;

- проведення фестивалів, заходів серед населення;

- співпраця з спілками, товариствами, асоціаціями.

Отже, Закарпаття має усі можливості та умови для розвитку туризму в цьому регіоні. Слід зазначити, що роботи для покращення умов, якості обслуговування, громадських закладів є однозначно багато, але поруч із цим йдуть складові успіху розвитку цього напрямку в регіоні – це збереженість природних ландшафтів, доступність місцевості, вигідна інфраструктура, цікаві туристичні місця та об'єкти, імідж області, рекреаційні комплекси та курорти. Туристичний потенціал цього краю багатий і його слід розвивати. На найближче майбутнє потрібно звернути увагу на налагодження конкурентоспроможного ринку рекреаційних послуг шляхом модернізації наявної відпочинкової інфраструктури та поширення малих форм рекреації, зокрема сільського зеленого туризму.

Список використаних джерел

1. Габчак Н. Сільський зелений туризм на Закарпатті // Географія та основи економіки в школі. - 2007. - №6. - С.39-41.
2. <http://zakarpattyachko.com.ua/pryroda/2011-07-29-19-37-39>.
3. <https://zakarpattyua.eu/turystychne-zakarpattyua/>.
4. <http://www.transcarpathiatour.com.ua/> -
5. <http://propohody.com/hike8-ua/> -

6. <http://www.uz.ukrstat.gov.ua/statinfo/turism/index.html> –

7. Внутрішній туризм в Україні: окремі аспекти. Збірка статей, 2007. – 161 с.

УДК 338.48-44(477.8)

П'ятка Н.С
Томинець Г.І.
Мукачівський державний університет
м. Мукачево
stojkanata1977@gmail.com

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ

У період переходу до ринкової економіки міжнародний туризм є одним із перспективних напрямків зовнішньоекономічної діяльності країни і її регіонів. Для економіки України з її найбільш розвиненими туристсько-рекреаційними центрами, їх унікальними мальовничими містами, які поєднують прикмети старовини і сучасності, значення міжнародного туризму полягає в тому, що, по-перше, це сфера швидкого обігу капіталу, при відносно невеликих капіталовкладеннях; по-друге, це ефективний засіб модернізації інфраструктури і, по-третє, можливість створення нових робочих місць як у державній, так і в регіональній економіці.

Проблемам розвитку туризму в Карпатському регіоні присвячені праці В. М. Вачевського [1], Кравціва [2], М. Долішнього [3], Н. Недашковської [4] та ін. Разом з тим, достатньо не вивчені можливості розвитку іноземного в'їзного туризму на території Українських Карпат.

Розвиток регіонального туристичного бізнесу в Карпатському регіоні буде сприяти створенню спеціальних малих і середніх підприємств, а також активізації і стимулюванню роботи цілої мережі галузей народного господарства: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, транспорту і зв'язку, формуванню сучасної кадрової політики в регіоні і поетапному виходу регіонального туристичного бізнесу як на загальнодержавний, так і на світовий рівень туристичних послуг.

У зв'язку з цим постає завдання виявлення перспективних напрямків розвитку міжнародного туризму в Карпатському регіоні.

Формування ринкових відносин у незалежній Україні вимагає посилення економічного та соціокультурного співробітництва із країнами світу. В цьому контексті постає необхідність всебічного сприяння розвитку туризму, що обумовлюється його неймовірною популярністю та стрімким розвитком. За даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО), чисельність міжнародних туристів на 2002 рік склала 702,6 млн. чол., тобто практично кожен дев'ятий мешканець планети відпочивав і подорожував за межами своєї країни [11]. Можна стверджувати, що туризм стає невід'ємною складовою життя людей більшості країн світу і одним із перспективних напрямків соціально-економічної діяльності в III тисячолітті.

Туристично-рекреаційний потенціал Карпатського регіону у поєднанні з вигідним географічним положенням, досить розвинутою транспортною мережею є важливою передумовою заохочення іноземних туристів до відвідання Карпат. Для підтвердження вищесказаного можна навести наступні основні аргументи.

1. Наявність природно-ресурсної бази. Природною базою для розвитку туристично-рекреаційного комплексу є понад 80 джерел мінеральних цілющих вод, достатніх для оздоровлення понад 7 млн. чол. у рік [5]. Розвідано також значні запаси лікувальних грязей та озокериту (місто Борислав та смт. Східниця). Ці ресурси у поєднанні з сприятливими кліматичними умовами є природною базою розвитку санаторно-курортної справи. Карпати мають потужний потенціал для розвитку різних видів туризму – мальовничі ландшафти, рельєф створюють сприятливий фон для короткотривалого відпочинку. Карпати не мають альтернативи в Україні щодо розвитку гірськолижного спорту на рівні світових стандартів.

2. Вигідне географічне положення. Регіон розташований в центрі Європи, через нього проходять різноманітні зв'язки, а непогана транспортна доступність є сприятливим фактором залучення контингенту відпочиваючих з

різних регіонів України та країн Європи. Карпати можуть служити своєрідним полігоном дислокації центрів міжнародного бізнесу, що стимулюватиме ріст комерційного та ділового туризму.

3. Фактор територіального поділу праці. В Україні фактично є два регіони, умови яких дозволяють забезпечити процес задоволення суспільних потреб в рекреаційних послугах. При зростаючому туристичному попиті Карпати виступають такою територією, яка може реалізувати незадоволений попит населення на оздоровлення і відпочинок.

4. Екологічний феномен території. Порівняно високий рівень екологічної безпеки і наявність великих запасів мінеральних вод для лікування радіаційних захворювань обумовлюють потребу в створенні в Карпатах широкої мережі оздоровниць для населення. Крім того, природа Карпат в порівнянні з іншими регіонами зазнала менших втрат і в багатьох місцях зберегла свій первісний стан. А для різних форм відпочинку і туризму це дуже важливо. І враховуючи винятково важливе – клімато, і водорегулююче значення Карпат як для України, так і для сусідніх Європейських держав, гостро стоїть питання збереження унікальної природи цього краю. Якщо відкинути чисто консервативні варіанти виконання цього завдання, то туризм і відпочинок в екологічно обґрунтованих межах можуть виступати активною формою забезпечення екологічної безпеки Карпат.

5. Соціально-економічна специфіка гірських місцевостей. В гірських районах чотирьох карпатських областей проживає біля 1,3 млн. чол., тобто близько 20% всього населення. З них третя частина на висоті 500 м. і вище. Гори створюють специфічні надзвичайно складні умови проживання та господарювання, особливо у сільському господарстві. Тому гостро стоїть проблема зайнятості населення тих районів, і як результат низький рівень матеріального добробуту жителів гір. Стабілізації цих та інших негативних процесів за рахунок розширення сфер зайнятості, розвитку інфраструктури сприятиме розвиток міжнародного туризму з відповідним сервісом та організацією обслуговування, в яких може бути задіяне місцеве населення.

Разом з тим, розвиток індустрії туризму в Карпатському регіоні та її інтеграція у світовий ринок вимагають вирішення гострих соціально-економічних проблем: низький рівень життя населення; недосконала державна політика в галузі туризму; нерозвинена інфраструктура туристичної галузі; незадовільне управління туристичними фірмами; відсутність належної реклами Карпатських курортів, природних та історичних пам'яток тощо.

Список використаної літератури

1. Вачевський М.В., Свінцов О.М., Кузнєцов В.Ф. Розвиток рекреаційної сфери в Карпатському регіоні // Український бальнеологічний журнал. – 2001. – №1. – С.99-104.
2. Кравців В.С., Жук П.В. Концептуальні основи перспективного розвитку рекреаційної індустрії в Карпатах // Економіка України. – 1993. – №12. – С.5762.
3. Долішній М.І., Кудельман М.С. Карпатський рекреаційний комплекс. – К.: Наукова думка, 1984. –148 с.
4. Недашковська Н.Ю. Рекреаційна система Карпат. – К.: Вища школа, 1983. – 117 с.
5. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: Навчальний посібник. – К.: Вища школа, 2002. – 195 с.
6. Черніна І.В. Міжнародний туризм як фактор соціально-економічного розвитку України: регіональний аспект. Автореферат дис... к.е.н. – Донецьк, 2000. – 22 с.

УДК 338.48-44(1-22)(477.8)

Папп В.В

професор кафедри туризму і рекреації

PappVV@mail.msu.edu.ua

Зеленська Л.В.

магістрант спеціальності «туризм»

Мукачівський державний університет

м. Мукачево

z.lilia3007@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ КАРПАТСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ

Сьогодні туристичний бізнес широко охоплює всі регіони України і є складовою їх економіки. Проте для одних він має локальний характер, а для

інших - має не тільки національне, але й міжнародне значення. Сільський зелений туризм (СЗТ) є важливим для Карпатського туристичного регіону. Адже цей район позиціонує себе як один з найпривабливіших, найпрестижніших в державі. Концепція багатофункціонального розвитку сільської місцевості та диверсифікації виробничої діяльності і послуг в агровиробничому секторі набуває все більшого визнання та прихильності.

До Карпатського туристичного регіону входять чотири західні області України (Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька). Сільські поселення становлять 83% населених пунктів Карпатського регіону, в яких проживає 63 % населення (в Україні загалом - 32 %). Можливість займатись сільським зеленим туризмом у приватній сільській садибі - цілорічна, а отримання прибутку забезпечують основні та додаткові послуги (рис. 1).

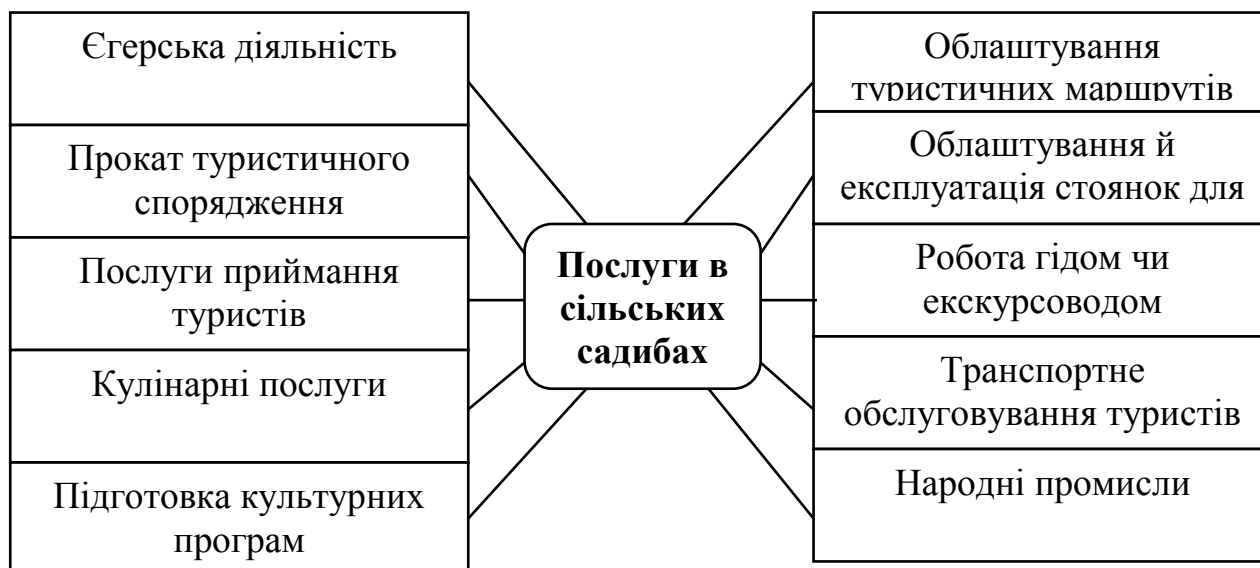


Рис. 1 Основні та додаткові послуги, що надаються в сільських зелених садибах

Головна особливість територіальної організації сільського зеленого туризму обумовлена геопросторовим розташуванням гірського масиву Українських Карпат. Масив простягається з північного заходу на південний схід на 37 000 км² (близько 65,5% території району). Територія, як одна з найважливіших складових ресурсного потенціалу села, є поєднанням низки

характеристик: розміру, конфігурації, місцезнаходження щодо інших територіальних систем, функціональних взаємозв'язків з ними та структурних особливостей.

Сільський зелений туризм займає невеликий сектор в структурі. У процесі вирівнювання регіональної диспропорції сільської території країни, сільський туризм є рушійною силою для розвитку Львівської, Івано-Франківської, Закарпатської та Чернівецької областей.

Територія Карпатського туристичного району охоплює 56,6 тис. км², або 9,4% території України. Територія функціонування сільських зелених садиб в регіоні - 24 169,5 км², що становить майже половину від загальної площі. При детальному аналізі можна зазначити, що сільським зеленим туризмом займаються лише 25 адміністративних районів з чотирьох областей. Понад 20% території кожного з цих районів розташовано в гірській місцевості, де абсолютні висоти становлять понад 500 м над рівнем моря [2].

Можна відмітити територіальну концентрацію в певних мікрорегіонах. Загальна щільність садиб на всій території регіону приблизно 116,2 од/100 км². Найбільша щільність садиб сільського зеленого туризму зустрічається в районах Передкарпаття Яремчанський мікрорайон - 405 садиб, Верховинський район - 108; в Львівській області Сколівський район 154, Дрогобицький район - 31; в Закарпатській області Свалявський район - 35, Рахівський район - 33, Міжгірський район - 32 садиби. Можна відзначити про створення цілої "агломерації" сільських садиб за площею функціонування.

Отже, сільський зелений туризм в своїй діяльності сприяє розвитку інфраструктури доріг, водо-, газо-, електрокомунікацій, транспорту, торгівлі товарів широкого вжитку. Крім того, такий відпочинок є близьким для вітчизняних туристів, а за рахунок унікальності культури і звичаїв – привабливим для іноземців. При такій організації міські мешканці отримують комплексний здоровий відпочинок за невелику ціну, а сільські жителі – джерело отримання прибутку за рахунок використання власного житла та прибудинкової території з можливістю реалізації продукції власного

виробництва на місці. Такий напрямок забезпечує розв'язання проблеми зайнятості населення в селах Карпатського регіону, отримати певні грошові надходження в місцевий бюджет.

Список використаних джерел

1. Законопроект «Про сільський зелений туризм» від 12.04.2007 № 3467
2. Стецюк О.В. Туристичний комплекс Карпатського регіону України: структура та територіальна організація: дис. ... канд. геогр. наук : спец. 11.00.12 / Оксана Василівна Стецюк; Львівський національний ун-т імені І. Я. Франка — Л., 2006. — 223 с.
3. Мельниченко С.В. Соціально-економічне значення та проблеми розвитку сільського зеленого туризму в Україні / С.В. Мельниченко, А.Ю. Єременко [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/grycku-andriesh.htm
4. Лебедева О.А. Вплив сектору туристичних послуг на розвиток національної економіки [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/dyshljuk.htm

УДК 338.48:004.738.5

Папп В.В.

д.е.н., проф. кафедри туризму і рекреації,

PappVV@mail.msu.edu.ua

Ольшаковська Г. В.

магістрант спеціальності «Туризм»

Мукачівський державний університет

turizm305@ukr.net

м. Мукачево

РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-ПРОЕКТІВ У ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

Необхідною умовою динамічного розвитку національного і регіонального туризму в умовах переходу до ринкової економіки виступає розробка, впровадження і подальша реалізація інноваційних довготривалих Інтернет-проектів регіональної туристичної діяльності, забезпечення їх ресурсною та інформаційною базою належної якості. У сфері туризму інформація про об'єкти

туризму та туристичної інфраструктури, умови і фактори розвитку туристичної діяльності стає головним ресурсом. Це потребує розробки пріоритетних інноваційних туристичних продуктів на регіональному та національному рівнях і наукового обґрунтування регіональної системи їх інформаційно-картографічного забезпечення.

Інтернет-проект - це комплекс дій (робіт, послуг, придбань, управлінських операцій і рішень), спрямованих на просування товарів з використанням мережі Інтернет і системи WWW. До найбільш поширених контентних Інтернет-проектів відносяться пошукові системи, горизонтальні портали, тематичні проекти, вертикальні портали і online-ЗМІ (мережеві засоби масової інформації).

Інтернет-проектами виконуються ряд функцій:

Інформаційна - двосторонній обмін інформацією за напрямками: користувачі мережі Інтернет - Інтернет-проект, Інтернет-проект - користувачі мережі Інтернет (з мережі поступає інформація про користувачів, їх інтереси, потреби, конкретні запити і замовлення. Інтернет-проект надає в мережу інформацію про свої характеристики і пропоновані товари);

Рекламна - залучення аудиторії на Web-сайт Інтернет-проекту; виконується завжди, коли Web-сайт Інтернет-проекту розміщений в мережі Інтернет. Перевагами реклами в Інтернеті є те, що вона дозволяє передавати текстову, графічну, аудіо- та відеоінформацію, а також оцінювати ефективність заходів за рахунок зворотного зв'язку із цільовою аудиторією. Реклама в Інтернеті стала можливою завдяки створенню та використанню туристичних Інтернет-ресурсів: Web-сайтів, Web-порталів, які дозволяють не лише ознайомитися з туристичними маршрутами, їх програмою але і забронювати їх через Мережу. Можливості реклами з Інтернеті не обмежуються лише туристичними сайтами. Ще одним досить корисним для рекламної компанії турфірм є використання можливостей пошукових систем. У залежності від специфіки пошуку можна використовувати як іноземні (www.yahoo.com,

www.altavista.com, www.google.com), а також українські системи (www.topping.com.ua та інші) [1].

Організація руху товару - виконується у тому випадку, якщо передача товарів Інтернет-проекту користувачам здійснюється через мережу Інтернет.

Платіжна. Виконується, якщо користувачі оплачують товари Інтернет-проекту через мережу Інтернет.

Створення доходу. Полягає в отриманні Інтернет-проектом доходу за рахунок розміщення на сторінках Web-сайту Інтернет-проекту сторонньої реклами.

Виробництво товарів. Виконується у тому випадку, якщо природа товарів Інтернет-проекту дозволяє створювати їх безпосередньо на його Web-сайті (пошук інформації, послуги електронної пошти, перевірка файлів на віруси, аналіз статистики відвідувань Web-сайту і т. п.).

Умовно всі сайти українських турфірм можна розділити на три групи:

Перша група - інформаційні ресурси, що представляють в кращому разі повні електронні варіанти операторських каталогів, і які підтримують прийом заявок на бронювання в режимі offline. Прикладом найбільш успішного Інтернет-проекту по створенню власних сайтів туристичних фірм в Україні виявився сайт фірми «Магазин Горящих путевок» (www.tournews.ru). Вдала назва фірми, стильний дизайн, уміле розкручування в мережі дозволили цьому сайту і фірмі вибитися в лідери серед українського турбізнесу. Це один з перших прикладів, коли турагентство зробило в своєму бізнесі ставку на Інтернет і добилося успіху.

Друга група - це сайти українських найбільш популярних українських туроператорів, що мають функцію бронювання турів. Умовно дані можна розподілити на дві категорії. До першої категорії відносять сайти, які дозволяють бронювати тури у європейському напрямку. Серед них можна назвати такі, як туроператора «Инкомартур 93» (www.incomartour.kiev.ua), туристичної фірми «Феерия» (www.feerie.com.ua), міжнародного туроператора «Артекс'94» (www.artex.com.ua). До другої категорії відносять сайти, які дозволяють бронювати тури у східному напрямку. Серед них можна назвати такі, як

міжнародного туроператора «Turtess» (www.turtess.com.ua), туроператора «Pegas Touristik» (www.pegast.com.ua), міжнародного туроператора «Teztour» (www.teztour.com), туроператора «Karyatour» (www.karyatour.com.ua), туроператора «Idriska-tour» (www.idriska-tour.com), туроператора «Anextour» (www.anextour.com).

До нечисленної третьої групи входять фірми - користувачі глобальних комп'ютерних систем бронювання (GDS) або партнери великих зарубіжних мегаоператорів, що використовують на своїх сайтах інтернет-системи бронювання, які побудовані на фірмовому програмному забезпеченні, - API у Amasdeus, Travel Select, Trip Manager у Worldspan, XML Select і у Galileo. Нині близько 90% ринку по бронюванню послуг займають чотири системи GDS: Galileo/Apollo, Amadeus/SystemOne, WorldSpan/Abacus, Sabre/Fantasia. Подібні повноцінні системи бронювання можна знайти на сайтах компаній «Destination of» (www.dotw.com), «Сага» (www.saga.ua), «Class-tour» (www.class-tour.com) та інші.

Розроблені в даний час інформаційні мережеві технології дозволили реалізувати бізнес-системи, в яких клієнт взаємодіє з постачальниками турпослуг повністю через Інтернет. При виборі систем on-line бронювання необхідно порівняти їх можливості: наскільки багато операторів представлено в системі, є можливість відображення додаткової інформації (опис готелів, погода, курси валют країни, що цікавить клієнта), як часто оновлюються пропозиції туроператорів. Важливим є створення сучасного інформаційного порталу про Україну, який містить всебічну інформацію про Україну, її історію та культуру, політичний устрій, економіку та інвестиційні можливості, здобутки та потенціал, а також туристичні ресурси.

В даний час набула поширення нова модель бізнесу, що заснована на використанні технологій ASP (Active Server Pages), і дозволяє не купувати інформаційно-технологічні ресурси у власність, а орендувати їх у провайдера прикладних послуг - ASP.

Таким чином, розвиток інформаційних технологій і посилення впливу інформаційних процесів на туристичну сферу веде до переосмислення ролі держави та регіонів у цьому процесі. У зв'язку з цим, розроблення програми розвитку інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної сфери дає можливість запровадження комплексу заходів щодо поліпшення використання різноманітних видів інформаційних технологій та сприятиме розвитку нових механізмів регулювання у туристичній сфері.

Список використаних джерел

1. Буднікевич І.М., Школа І.М. Становлення регіонального ринку інновацій в Україні.- Чернівці: «Зелена Буковина», 2002.- 200 с.
2. Геєць В.М. Інноваційні перспективи України / В.М.Геєць, В.П.Семиноженко. – Харків: Константа, 2006.- 272 с.
3. Сучасний стан інноваційного потенціалу України / М.О.Джаман // Економічний форум. Науковий журнал ЛНТУ. - 2016. – Вип. № 3. - С. 33.

УДК 338.48-6:615.8(477.8)

Перегінець Н.С.

pereginecs_n@ukr.net

Юрас Ю.І.

iuliia.murava@ukr.net

*Івано-Франківський національний технічний
університет нафти і газу
м. Івано-Франківськ*

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТА НАПРЯМІВ ОПТИМІЗАЦІЇ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ (НА ПРИКЛАДІ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ)

Карпатський регіон має всі умови, щоб стати успішним центром розвитку лікувально-оздоровчого туризму: особливості розміщення, природно-кліматичні умови, наявність мінеральних джерел, термальних джерел, велика кількість лісових масивів, соляних шахт тощо. Однак наявні ресурси потребують нових підходів до ринкового позиціонування, організації

інфраструктури, формату самого продукту, стилю менеджменту. Поступове покращення інфраструктури, розміщення і якості продукту буде відкривати для регіону нові можливості на нових ринках. Необхідно систематично і наполегливо працювати в країнах-сусідах, приділяючи більше уваги підтриманню уваги до Карпат і постійному покращенню іміджу регіону [1].

Авторами було проаналізовано численні курорти Карпатського регіону різних типів (бальнеологічні, термальні, кліматичні, змішані) з різною спеціалізацією та розроблено їх картосхему (рис. 1).

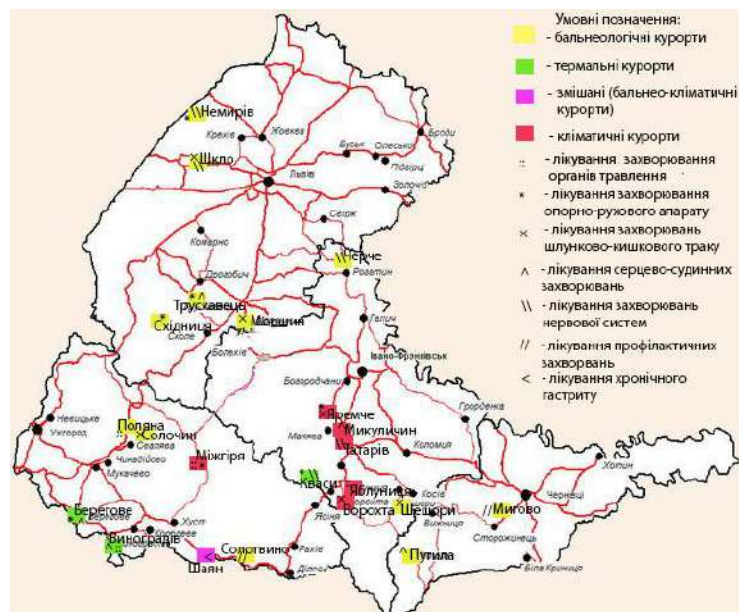


Рис. 1 - Основні лікувально-оздоровчі курорти Карпатського регіону

Проведені дослідження вказують на те, що Карпатський регіон має чітку лікувальну спеціалізацію. Львівська область займає першу позицію за кількістю санаторно-курортних закладів – 56 і їх частка у структурі Карпатського регіону становить 40,7%; Закарпатська область – 45 і на неї приходить 32,6%; у Івано-Франківській області 30 закладів і це 21,7%; у Чернівецькій області, у якій знаходиться лише 7 таких закладів, це всього 5% (рис. 2) [2-5].

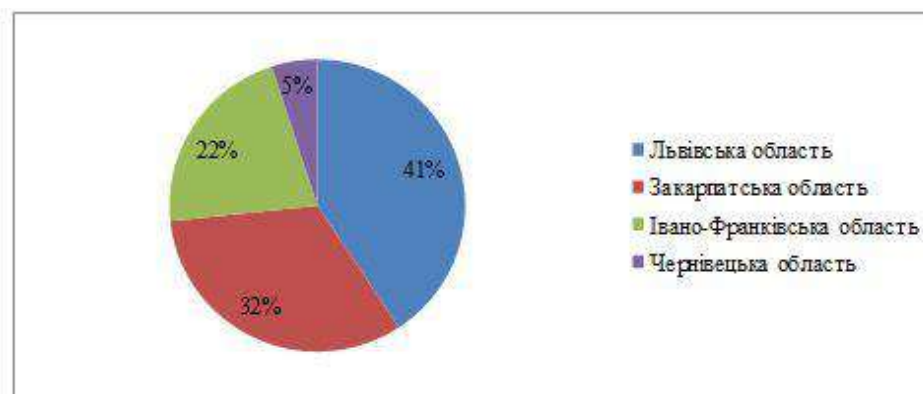


Рис. 2 – Кількість санаторно-курортних закладів у Карпатському регіоні станом на 2016 р.

Аналіз розподілу лікувально-оздоровчих закладів відповідно до їх спеціалізації (лікувальної або оздоровчої) вказав на те, що Львівська область має чітку лікувальну спеціалізацію – 51,9% (40) лікувальних і 26,3% (16) оздоровчих підприємств. У Івано-Франківській та Закарпатській областях їх співвідношення практично однакове, 50% (15) лікувальних і 50 % (15) оздоровчих підприємств, та 43 % (3) і 57 % (4) відповідно. У Закарпатській області переважають заклади оздоровчої спеціалізації – 58% (26) (рис. 3) [2-5].



Рис. 3 – Кількість закладів лікувальної та оздоровчої спеціалізації у Карпатському регіоні в 2016 р.

Аналіз статистичних даних Головних управлінь статистики щодо кількості санаторно-курортних закладів та їх ліжко-місць у Закарпатській, Івано-Франківській, Чернівецькій та Львівській областях у 2016 році вказав на те, що в структурі таких закладів переважають санаторії та пансіонати з лікуванням, бази та інші заклади відпочинку (рис. 4) [2-5]. Ще одним важливим показником є загальна кількість ліжок (місць), яка показує місткість закладів.

Станом на 2016 р. кількість місць у спеціалізованих закладах розміщення Карпатського регіону становить – 22700 і складає 9% від загальної їх кількості по Україні (рис. 4) [2-5].

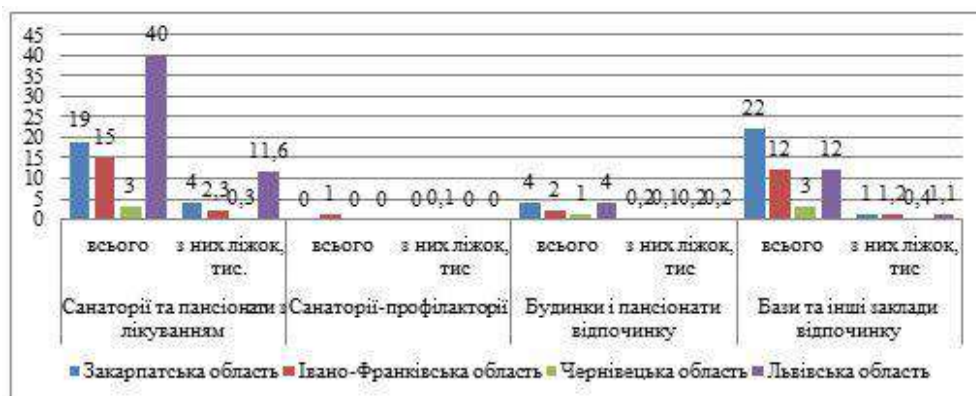


Рис. 4 – Кількість санаторно-курортних закладів по областях Карпатського регіону у 2016 р.

Існуючий стан лікувально-оздоровчої сфери Карпатського регіону вимагає суттєвих змін у напрямку вдосконалення, модернізації та суттєвих інвестувань. На основі аналізу наукової літератури виділяємо наступні напрями оптимізації:

- удосконалення нормативно-правової бази функціонування лікувально-оздоровчого комплексу;
- оптимізація підготовки майбутніх фахівців та ринку робочої сили лікувально-оздоровчої сфери туризму;
- покращення рекламно-інформаційного забезпечення розвитку лікувально-оздоровчого туризму та відповідних закладів;
- створення умов для залучення інвестицій в лікувально-оздоровчу сферу туристичної індустрії;
- згладжування сезонності функціонування лікувально-оздоровчих закладів;
- підвищення конкурентоспроможності Карпатського лікувально-оздоровчого туристичного продукту.

Список використаних джерел

1. Гетьман В. І. Сучасний стан і перспективи розвитку курортної справи в Карпатському регіоні / В.І. Гетьман // Гори і люди (у контексті сталого

розвитку). Матеріали міжнар. конф. (м. Рахів, 14-18 жовтня, 2002 р.). – Рахів, 2002. – С. 39–41.

2. Головне управління статистики у Івано-Франківській області: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.ifstat.gov.ua

3. Головне управління статистики у Закарпатській області: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.uz.ukrstat.gov.ua

4. Головне управління статистики у Чернівецькій області: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.cv.ukrstat.gov.ua

5. Головне управління статистики у Львівській області: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.lv.ukrstat.gov.ua

УДК 640.43:657.471:005

Рубіш М.А.

к.е.н., старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи

Чорій М.В.

старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи

Мукачівський державний університет

м. Мукачево

myroslavachorii@gmail.com

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: ШЛЯХИ ЇХ ОПТИМІЗАЦІЇ ТА РЕЗЕРВИ ЕКОНОМІЇ

Важливим фактором досягнення успіху закладу ресторанного господарства на ринку є налагодження процесу стратегічного управління витратами. Даний процес є складним та потребує поєднання інтересів бізнесу, працівників, споживачів та постачальників.

Дослідження питання управління витратами здійснювало багато українських вчених, зокрема: Г. О. Партин, А. А. Пилипенко [4], Ф. Ф. Бутинець [2], Ю. М. Великий, М. С. Пушкар, В. І. Оспіщев, В. Ф. Яценко, З. Л. Бандура, А. І. Ясінська, І. В. Десяткіна [3], Л. М. Янчева [5] та інші.

З початком економічних трансформацій прибутковість підприємств ресторанного господарства стає основною метою їх діяльності. Вплив різних зовнішніх факторів призвів до того, що значна частина таких підприємств є збитковими. За останні п'ять років рентабельність бізнесу суттєво знизилась та

сьогодні не перевищує 30% [1]. Українським рестораторам для подолання цієї проблеми доводиться враховувати національні особливості – низьку купівельну і платоспроможність споживачів, відсутність надійної системи постачання, дефіцит кваліфікованих працівників та професійного персоналу, високі ставки податків на заробітну плату, значне податкове навантаження.

Специфіка витрат ресторанного господарства полягає в тому, що вони включають витрати виробництва, витрати обігу і витрати з організації споживання. До витрат виробництва (приблизно 50 – 55 % усіх витрат) належать витрати на заробітну плату робітникам кухні, на амортизацію основних виробничих засобів, на оренду й утримання виробничих приміщень, на газ і електроенергію для виробничих потреб й інші виробничі витрати. На відміну від інших галузей економіки, в ресторанному господарстві вартість сировини та матеріалів у витрати виробництва не входить. Отже, витрати виробництва є неповною собівартістю готової продукції, а тільки затратами, що пов'язані з ходом її виготовлення. Витрати обігу (10-15 %) – це грошова форма витрат живої і уречевленої праці з реалізації товарів й доведення їх до конкретного споживача. До витрат з організації споживання належать витрати на оренду, амортизацію і утримання приміщень і обладнання торгових залів, на заробітну плату працівників, що пов'язані з організацією споживання та інші.

Ціна реалізації на продукцію власного виготовлення визначається на підставі калькуляції шляхом складання калькуляційних карток на кожну страву та напої власного виробництва відповідно до діючих Збірників рецептур та технологічних карток на фірмові страви. Сировина включається в калькуляцію за продажною ціною, тобто вже з торговою націнкою, яка встановлюється закладом ресторанного господарства у відповідності до його типу та класу.

Через високу конкуренцію у галузі ресторанного бізнесу рестораторам доводиться залишати конкурентні ціни, зменшуючи прибуток. У собівартість готової продукції вже закладено вартість сировини та інших продуктів харчування, тому прямою економією є придбання покупних товарів за нижчими цінами. Проте практика показує, що підприємства, які здійснюють продаж

якісної продукції не виправдано завищують ціни, оскільки ресторатор не може собі дозволити з такою ж легкістю піднімати ціни на свої страви чи продукцію. Для економії на продуктах харчування ресторани пропонують своїм споживачам сезонні меню, страви з локальних продуктів та напої місцевих виробників.

Все більше ресторанів при розробленні меню роблять акцент на натуральне використання продуктів та нескладні рецептури. Економічно вигідним є використання новітніх способів теплової кулінарної обробки страв: смаження на грилі, приготування на сковороді вок, деглясування, папільйот, фламбірування, приготування у вакуумі, підпікання, інтенсивне охолодження та шокове заморожування. Застосування перелічених вище технологій дозволяє зробити заготівлі заздалегідь, задіяти меншу кількість працівників, споживати меншу кількість енергоресурсів, а також знизити відходи виробництва.

Таким чином набуває популярність авторська кухня, що дозволяє творчо переробити існуючі кухні світу і створити свій власний продукт, який буде засновано на локальних продуктах і сучасних технологіях, які з одного боку дозволять скоротити витрати, а з іншого - привертатимуть споживача. Це позитивно впливає на позиціонування закладу ресторанного господарства на ринку та його конкурентоспроможності.

Для підвищення рівня конкурентоспроможності ресторатори повинні постійно придумувати щось нове, вводити інновації, які б сприяли скороченню витрат та зниженню цін, або пропонувати за ту ж ціну більше послуг. Корпоративні клієнти дуже цінні, тому ресторани йдуть на ряд поступок організованим групам туристів, корпоративним туристам. Наприклад, можуть готувати з продуктів клієнта, для них існують фіксовані знижки, працює правило: чим більше замовлень, тим більшу знижку отримує замовник. Адже для приготування десятків комплексних обідів можна наперед прорахувати витрати і скоригувати їх в сторону скорочення.

Останнім часом людському чиннику в індустрії гостинності приділяється важлива увага. Створення для працівників сприятливого клімату сприяє

вищому рівню трудової активності, що стимулює високу трудову активність кожного і відбивається на доходах підприємства в цілому. В останні роки зростає роль додаткового заохочення працівників з прибутку. Особливістю даного виду заохочення є те, що виплати являють собою відсоток від загального виторгу (може коливатися від 1% і до 5%), тобто існує прямий зв'язок між рівнем виконання роботи і рівнем оплати. Це стимулює працівників до більш напруженого графіку роботи, якісного виконання своїх професійних обов'язків. Тому для обслуговування відвідувачів потрібна менша кількість персоналу.

Отже, оптимізація витрат та застосування інноваційних підходів до організації процесу виробництва продукції дає змогу управляти витратами підприємства в сторону їх скорочення, економити, зменшувати собівартість продукції та як наслідок, не піднімаючи цін, збільшувати прибуток та рентабельність підприємств ресторанного господарства в цілому.

Список використаної літератури

1. Зігель Л.С. Ресторанный сервис. Основы международной практики обслуживания. – К.: 2010. – 288с.
2. Бухгалтерський облік у громадському харчуванні: навч. посіб./ Ф. Ф. Бутинець [та ін.]; за ред. проф. Ф. Ф. Бутиця. – Житомир: Рута, 2002. – 480с.
3. Десяткіна І. В. Підходи до організації обліку виготовлення продукції в закладах ресторанного господарства /І. В. Десяткіна, О. М. Глушук // Міжнародний збірник наукових праць. – 2011. – № 3 (21), Ч. 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pbo.ztu.edu.ua/article/view/45220/42251>
4. Пилипенко А. А.Формування обліково-аналітичного забезпечення управління витратами підприємств та їх об'єднань: монографія / А. А. Пилипенко, І. П. Дзьобко, О. В. Писарчук ; за заг. ред. докт. екон. наук, доцента Пилипенко А. А. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 344 с
5. Янчева Л. М. Методичні підходи до організації бухгалтерського обліку витрат виробництва та обігу на підприємствах ресторанного господарства / Л. М. Янчева, Т. В. Шталь, М. О. Ільченко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – № 2. – С. 11–17.

Фодор Д. Д.

Товт А. А.

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II

м. Берегово

gyulafodor@hotmail.com, t.attila9312@gmail.com

САНАТОРНО-КУРОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІВНІЧНО-ЗАХІДНОГО ТУРИСТИЧНОГО СУБРЕГІОНУ ЗАКАРПАТТЯ

Для забезпечення належного розвитку туризму в Україні (включаючи й Закарпатську область) потрібно запроваджувати новітню туристичну політику, у центрі якої мала б стояти маркетингова та рекламна діяльність, розвиток турпродуктів та інфраструктури, а також модернізація усєї туристичної галузі. Для започаткування подібного процесу на основі соціальних, етнокультурних, економічних та кліматичних особливостей в області слід відокремити три рекреаційно-туристичні субрегіони [2]. Їх географічне розташування зображено на рисунку 1.

1. Північно-західний субрегіон;
2. Центральний-східний субрегіон;
3. Південний субрегіон.

Північно-західний туристичний субрегіон Закарпаття включає в себе Великоберезнянський, Перечинський, Міжгірський, Свалявський, а також Воловецький райони. Вони розташовані в гірській місцевості, що й визначає основні напрями їх туристичного використання (гірські походи, рафтинг, зимові види спорту і т. п.)

Одним з найважливіших туристичних destinations регіону являється Свалявський район. Основу рекреаційно-туристичної діяльності тут створюють джерела гідрокарбонатно-натрієвих мінеральних вод (сmt. Поляна, м. Свалява, с. Голубине, с. Плоске, с. Неліпино). Найвідомішим рекреаційним комплексом у районі являється бальнеологічний курорт «Поляна», який розташований на

висоті 300-400 м над рівнем моря та має м'який клімат з теплою осінню. Місцеві мінеральні води використовуються вже з XVI століття [3].

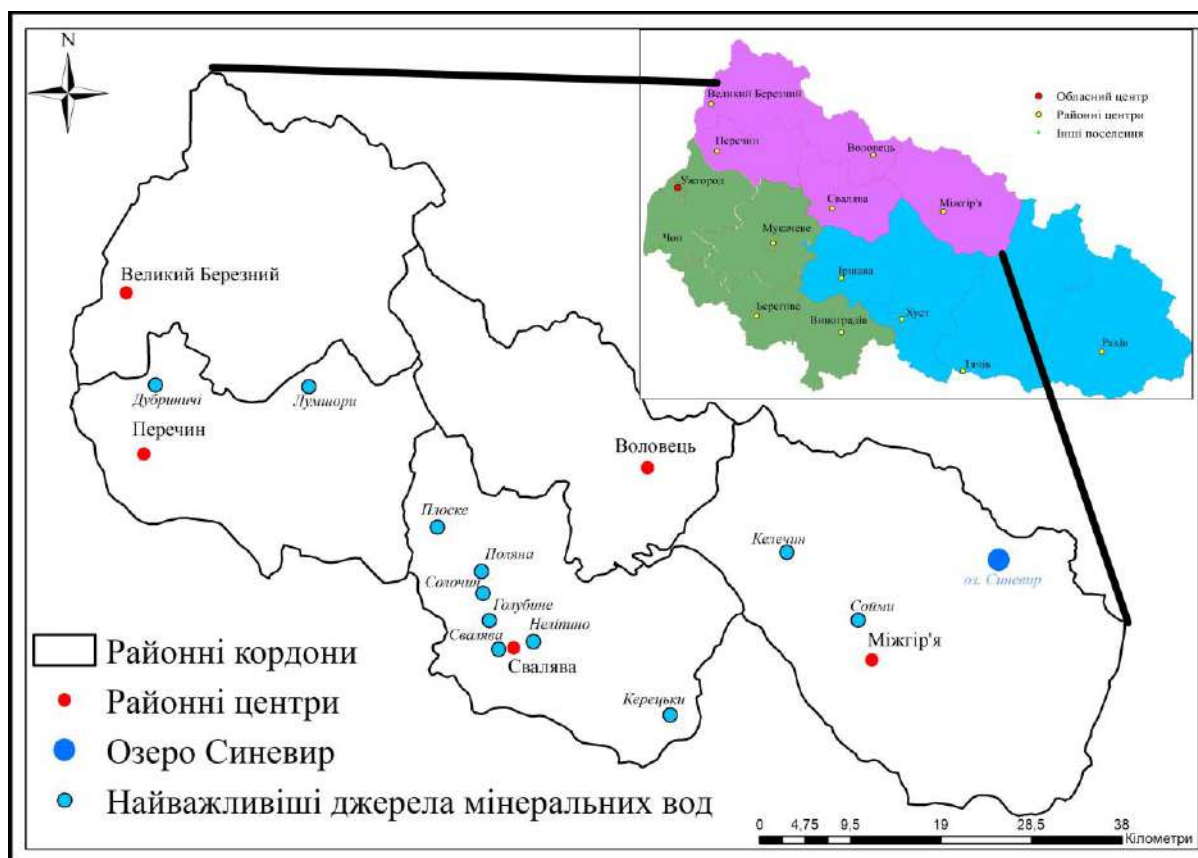


Рис. 1. Географія основних джерел мінеральних вод Північно-західного туристичного субрегіону Закарпаття

Джерело: власна редакція

Курортна зона Сялява-Неліпино була відкрита у 1800-му році. У 1878-му році графська сім'я Шенборнів розпочала розливання мінеральних вод із джерела неподалік с. Голубине. Найвідомішими джерелами були «Маргіт», «Луги-Єлизавета» та «Панонія-Софія». Води краю використовуються для лікування захворювань жовчного міхура, нирок, верхніх дихальних шляхів, травної системи, а також цукрового діабету.

Багато із санаторіїв Сялявського району базуються на вищеназваних бальнеологічних ресурсах, а саме:

- «Поляна» та «Сонячне Закарпаття» в смт. Поляна;

- «Човен» у с. Керецьки;
- «Квітка полонини» у с. Голубине;
- «Кришталеве джерело» у с. Солочин.

Таблиця 1.

**Зміна кількості санаторно-курортних та оздоровчих закладів по районах,
що належать до Північно-західного туристичного субрегіону**

Район	2000	2003/ 2004	2006/ 2007	2009/ 2010	2013	2016
Великоберезнянський район	6	4	2	2	3	1
Перечинський район	5	3	2	3	3	1
Міжгірський район	6	5	2	3	2	2
Свалявський район	7	9	14	10	8	8
Воловецький район	-	1	1	-	1	1

Джерело: Санаторії та туризм Закарпаття. Статистичний щорічник, 2008, 2011, 2016.

Рекреаційно-туристичні комплекси Великоберезнянського та Перечинського районів також базуються на місцевих (хлоридних-гідрокарбонатних-натрієвих) мінеральних водах. Перші писемні згадки про їх використання датовані 1600-ми роками: вже в ті часи поблизу поселення Лумшори був заснований лікувальний заклад, який з XVIII століття називали «Курорт Лумшори». Другим відомим лікувальним комплексом краю являється курорт «Дубриничі» в однойменному селі. Крім цього, у двох вищеназваних районах чекають бажаючих відпочити ще шість курортних зон.

Мінеральні води Міжгірського та Воловецького районів багаті на вуглекислий газ, тому місцеве населення називає їх «боркутами» (винними криницями). Найвідомішими серед них являються джерела біля с. Келечин (багаті на залізо) та с. Сойми (хлоридно-гідрокарбонатні). На базі останнього була розбудована курортна зона «Сойми», яка розташована у долині р. Ріка, на висоті 600 м над рівнем моря. Недалеко від нього, на висоті 989 м над рівнем моря знаходиться найвідоміше озеро Закарпаття – о. Синевир [1].

На основі досліджень можемо стверджувати, що ресурсна база мінеральних та термальних вод Закарпаття створює надзвичайно сприятливі умови для розвитку санаторно-курортної справи в регіоні. Не є винятком і територія Північно-західного туристичного субрегіону. Для ефективнішого використання ресурсів, на нашу думку, потрібно якнайшвидше створювати належну інфраструктурну базу, як у якісному, так і у кількісному відношенні. Тому важливим являється залучення внутрішніх та іноземних інвестицій, які в свою чергу стимулюватимуть розвиток усієї туристичної індустрії краю.

Список використаних джерел

1. Berghauer Sándor: Turizmus és rekreáció Kárpátalján [Туризм та рекреація на Закарпатті]. Kézirat, 2009
2. Tarpai József–Dancs Karola: Turisztikai együttműködések a magyar-ukrán határ mentén [Туристична співпраця на українсько-угорському кордоні]. In: „Magyar-ukrán határrégió. Együttműködés az Európai Unió külső határán” (szerk. Baranyai Béla), MTA Regionális Kutatások Központja, Debrecen, 2008 – 145-164 с.
3. Заставецька О. В., Заставецький Б. І., Дітчук І. Л., Ткач Д. В.: Географія Закарпатської області. Навчальний посібник. – Тернопіль: Підручники і посібники, 1996 – 96 с.
4. Закарпаття – Санаторії та туризм. Статистичний щорічник. Головне управління статистики у Закарпатській області, Ужгород, 2008, 2011, 2016

УДК 338.48(100)

Шитікова Т. В.

Мукачівський державний університет

м. Мукачево

shedko.tatyana@gmail.com

ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Туризм стає сферою розвитку соціально-економічного життя країн та регіонів світу. Завдяки збільшенню нових напрямків, та постійному

осучасненню вже існуючих, глобальний туристичний ринок перетворюється на все більш конкурентне середовище для туристичних дестинацій.

Оцінка привабливості туризму не представляє нову тему в науковій літературі та дослідженнях вчених з усього світу, однак навіть враховуючи це, на сьогоднішній день відсутня платформа для оцінки привабливості регіонів, а лише фрагментовано погляди дослідників. На сьогоднішній день багато авторів намагаються ідентифікувати фактори, які впливають на процес прийняття рішень туристами при виборі того чи іншого туристичного регіону як місця можливого відпочинку.

Визначення відносної важливості кожного чинника, який впливає на оцінку привабливості туристичного напрямку є найважливішим аспектом привабливості туризму.

У попередніх спробах визначити особливості туристичних показників з'явилися два цікаві моделі. Перша модель свідчить про те, що деякі показники мають універсальне значення для впливу на оцінки туристів щодо привабливості будь-якого туристичного напрямку. Наприклад, Майо (1973) провів загальнонаціональне опитування про ставлення американських автолюбителів до відпустки. Його опитування показало, що пейзажі, клімат та ціна були найважливішими критеріями, які респонденти використовували при оцінці привабливості будь-якого туристичного регіону. Гірінг, Сворт та Вар (1974) зробили дослідження для турецького уряду щодо оцінки туристичної привабливості серед різних регіонів. Їхні висновки показали, що "природна краса та клімат" були показниками, найбільш важливими для туристичної привабливості будь-якого регіону Туреччини. Універсальну важливість клімату та природних пейзажів у сприянні підвищенню привабливості місця призначення також підтримали Річі та Зінс (1978), які виявили, що серед восьми загальних чинників, які можуть вплинути на оцінки туристів щодо привабливості туризму міста Квебека, "природні краса і клімат" в цілому вийшли як найважливіші.

Друга модель, вказує на те, що, хоча вищезазначені два або три туристичні показники мають універсальне значення для сприяння привабливості будь-якого напрямку подорожі, існують туристичні показники, значення яких для сприяння туристичній привабливості залежить від типу місця призначення і відпустки, яку вони обирають. У дослідженні Кале та Вейра (1987), присвяченому іміджу Індії як пункту подорожі, культура як туристичний атрибут виявилася найважливішою у залученні американських респондентів до Індії, екзотичної східної країни з давньою історією та унікальною культурною традицією. Незважаючи на те, що цей соціокультурний аспект у багатьох випадках є одним з найважливіших факторів, що сприяють привабливості іноземного призначення, його значення має тенденцію до зменшення впливу на туристську привабливість місцевого призначення

Для визначення розміру туристичної привабливості дестинації враховуючи різну мету відпустки може бути використана модель Міллера та Гінтера (1978), що застосовується для різних ситуацій, що використовуються. Цю модель можна виразити так :

$$A_{js} = \sum_{i=1}^n (I_{is} B_{ijs}) , \quad (1)$$

де A_{js} – туристична привабливість дестинації j в залежності від мети відпустки типу s .

I_{is} - важливість туристичного показника « i » у сприянні збільшенню привабливості дестинації в залежності від мети відпустки типу s .

B_{ijs} – уявлення про здатність дестинації j задовольняти потреби туристів в показнику « i » в залежності від мети відпустки типу s .

n - кількість показників.

i – тип відпустки[1].

У дослідженнях К. Помпурової розглянуто привабливість туристичних дестинацій Словаччини як туристичного напрямку на прикладі його громадян , а також мешканців сусідніх країн Чехії, Угорщини та Польщі, які всі разом утворюють Вишеградську четвірку[2].

Найбільш вичерпним показником привабливості місця призначення є індекс привабливості дестинації (ІПД). Однак, він передбачає, що привабливість дестинації зростає із збільшенням відстані. Крім того, індекс ІПД застосовується лише при порівнянні кількох цільових ринків або при порівнянні кількох туристичних напрямків, відвіданих вибраним цільовим ринком. Вона не враховує розмір цільового ринку (його потенціал).

Автор у своєму дослідженні пропонує власний коефіцієнт (коефіцієнт привабливості дестинації, або КПД), який вказує, який відсоток цільової ринку відвідав місце призначення (КПД₁) або яка їх частка щорічно залишається на нічліг (КПД₂). Коефіцієнт не враховує мешканців цільового ринку, які не подорожували протягом розглянутого періоду (через економічні, медичні, сімейні чи інші причини), а також тих, хто залишився у друзів та родичів або тих, хто не були розміщені в пункті призначення взагалі (так як вони відвідували його під час оглядових екскурсій по декільком напрямкам). Цей коефіцієнт дає можливість порівняти фактичне відвідування туристичної дестинації з потенційним відвідуванням. Чим вищим є вищезазначений коефіцієнт, тим привабливішою є територія для цільового ринку. Такий коефіцієнт може бути розрахований згідно такої формули:

$$КПД_1 = \frac{\sum ЧВ_i}{\sum НЦР_i} \cdot 100, \quad КПД_2 = \frac{\sum ЧВ_i}{\sum НЦР_i} \cdot 100, \quad (2)$$

де **КПД** – де коефіцієнт привабливості дестинації для обраного цільового ринку,

ЧВ_i - число відвідувачів туристичної дестинації з цільового ринку, які прибули протягом періоду і,

ЧВ_{нi} - число відвідувачів туристичної дестинації з цільового ринку, які залишалися на нічліг протягом періоду і,

НЦР_i - загальна кількість населення цільового ринку за період і.

Але при цьому особливістю прогнозування соціально-економічних явищ, серед яких і туристична привабливість дестинації, є багатоваріантність, тобто

можливість використання різних методів та критеріїв оцінювання. Процес підвищення привабливості території має імовірний характер і оцінити його досить складно.

Список використаних джерел

1. Hu, Y. Measuring destination attractiveness: a contextual approach [Text]/ Y.Hu, J.R.B. Ritchie // Journal of Travel Research.- 1993.-p.25-34
2. Pompurova, K. Destination attractiveness of Slovakia: perspectives of demand from major tourism source markets [Text] / K.Pompurova, I. Simochkova // Ekonomika a management.- 2014.-p. 62- 73.doi: 15240/tul/001/2014-3-006

5. ЕКОНОМІКА СУЧАСНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО ТА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

УДК 005:338.48(477.87)

Білак Г.Г.

Мукачівський державний університет

м. Мукачево

bilakgeorg@gmail.com

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У РОЗВ'ЯЗАННІ СУЧАСНИХ ПРОБЛЕМ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ РЕГІОНУ

Ситуація, що склалася в туристичній сфері останнім часом, вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ та інтенсифікації виробництва туристичного продукту, із забезпеченням необхідної його якості.

Проблеми, які можна спостерігати сьогодні в галузі туризму України, є наслідком того економічного минулого, яке залишилося нашій державі після розпаду СРСР. Тому ці явища є досить глибинними, а їх розв'язання потребує комплексного та продуманого підходу. Фактори, що спричиняють розвиток іноземного туризму, не адекватний природо-ресурсному, історико-архітектурному та рекреаційному потенціалові України, перебувають як у суто внутрішній, галузевій, так і в зовнішній (переважно загальноекономічній) площинах. Основними з галузевих факторів є:

➤ Недостатній рівень розвитку безпосередньо мережі та об'єктів туристичної інфраструктури, їх невідповідність світовим стандартам. Слід пам'ятати, що виробнича база галузі формувалася, в основному, за радянських часів з орієнтацією переважно на невибагливого туриста, тому серед об'єктів інфраструктури переважають великі (порівняно з аналогічними закордонними) комплекси, із значною концентрацією місць та низьким рівнем комфортності. Потрібно також відзначити, що в Україні лише близько 10% готелів відповідають міжнародним стандартам, серед них станом на 2000 рік не було

жодного п'ятизіркового, і тільки шість мали чотири зірки. Зараз ситуація починає поступово змінюватися, але до стабілізації ситуації ще далеко. На щастя, усвідомлення цього як важливої проблеми галузі вже існує у державі, а про стан українських шляхів говорити взагалі не доводиться.

Одним із дійових засобів прискорення розвитку туризму в Україні є розвиток туристичної інфраструктури у мережі міжнародних транспортних коридорів. За оцінками експертів, вона має найвищий в Європі коефіцієнт транзитності (з 13 тис. км автомобільних шляхів державного значення понад 9 тис. км є магістралями, зв'язаними з міжнародними транспортними коридорами. У поєднанні з потужним туристичним потенціалом нашої країни цей факт може стати важливим фактором розвитку вітчизняної економіки.

➤ Відсутність скоординованої висококваліфікованої та грамотної системи дій з проведення туристичного продукту України на світовий ринок, яка б давала відчутні результати. Проблеми виникають насамперед з рекламою вітчизняних курортів. Тому абсолютно зрозуміло, що за кордоном дуже важко отримати інформацію як про саму Україну, так і про туристичні послуги, що в ній надаються. І хоча ще в далекому 2004 році в нашій країні було створено власну інформаційну систему (UTIS), вона в значній мірі носить комерційно-інформаційний, а не іміджевий характер. Зовсім інакше за кордоном. Наприклад, Великобританія, котру і так немає особливої потреби рекламувати, витрачає на ці цілі близько 80 млн. фунтів стерлінгів. На перший погляд здається, що це марнотратство. Але, як було підраховано, кожен вкладений в рекламу фунт приносить доход від залучених туристів у 27 фунтів. Тому спрямування переважної частини коштів на рекламу України по всьому світу та її широкі туристичні можливості, на нашу думку, буде вірним рішенням.

➤ Технологічна відсталість галузі. В Україні практично не застосовуються туристичні технології, які в розвинутих країнах набули ознак повсякденного використання: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються; у світі практично всі довідники з туризму випускаються в

електронному, а більшість – у Internet-форматах, що дає їх користувачам можливість бронювати місця в готелях і на транспорті у режимі реального часу – “on-line”. Останнім часом в галузі інформаційних технологій України спостерігається значне поживлення. Тому слід також активно використовувати цю можливість для наближення до виходу на світовий рівень обслуговування клієнтів.

➤ Низький рівень обслуговування, зумовлений загальною кваліфікацією працівників галузі. На сьогодні в Україні практично відсутні відповідна система в галузі туризму для підготовки і перепідготовки кадрів, а також чіткі та адекватні світовим стандартам кваліфікаційні вимоги; тим часом як у Росії, наприклад, яка, за прогнозами ВТО, у 2020 р. увійде до десятки найбільш відвідуваних країн світу, вже сьогодні функціонує близько 70 державних і приватних навчальних закладів підготовки кадрів для туризму. В нашій державі також поступово виникають відповідні навчальні заклади, але вони роблять лише перші кроки у цьому напрямку, не маючи відповідного досвіду.

➤ Відставання масштабів (навіть порівняно з середніми показниками по СНД) нормативно-правового та організаційного забезпечення туристичної діяльності, яке значною мірою пояснюється перманентною адміністративною реформою в Україні.

Головними зовнішніми факторами, які стримують розвиток туризму в Україні, є викликана млявістю та несподіваністю економічних реформ несприятливість існуючих умов для підприємництва взагалі та туристичного зокрема, недосконалість і навіть певна агресивність нормативно-правового поля (і в тому числі – правил і умов перетину кордонів іноземцями) і, як наслідок, відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму – як внутрішніх (через тривалу економічну кризу), так і іноземних (через несприятливий інвестиційний клімат). Несприятливість бізнесового клімату спричинила той факт, що з майже 3000 українських туристичних підприємств, які мають дійсні

ліцензії на надання туристичних послуг, фактично на ринку працюють лише близько третини.

На нашу думку, саме ці зовнішні та внутрішні фактори можуть стати базою, на основі якої розроблятимуться пропозиції щодо виходу туристичної галузі України з кризового становища та слугувати вказівниками подальших напрямків її розвитку.

УДК 338.48-52:796.855(520)

Будкевич Г.Б.

доцент кафедри суспільних дисциплін і та фізичної культури

Кампов Н.С.

ст. викладач кафедри туризму і рекреації

Мукачівський державний університет

м. Мукачево

hojsaknad@gmail.com

ХАРАКТЕРИСТИКА СПЕЦИФІКИ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ БОЙОВИХ МИСТЕЦТВ ЯПОНІЇ

У Японії культура бойових мистецтв має досить давню історію, і сформувалася вона під впливом значної кількості філософських поглядів, зокрема: «Ямабусі», «Бансенсюкай» (або керівництво по «ніндзюцу»), Бусідó (або кодекс самурая). Так, перша, яка значно вплинула на погляди сучасних японців у префектурах Міе і Сіга, є філософія «Бансенсюкай» або керівництво по «ніндзюцу», створена Самудзі Фудзібаяси в 1676 р. Це керівництво увібрало традиції і прийоми шкіл ніндзя Іга і Кока і включає інформацію про філософію військової стратегії та запозичення з трактату «Мистецтво війни». Цікаво, що у період Едо (з 1600 по 1868 рр.) клан Токугава забезпечив у країні мир, а «ніндзюцу» стало не потрібним. З метою уникнення втрати знань і традицій, прихильники «ніндзюцу» систематизували його атрибути у вигляді бойового

мистецтва і зберегли в письмовому вигляді інформацію про зброю, принципи, технічні прийоми та інструменти [1].

Слід зазначити, що філософія «Бансенсюкай» первинно була написана для кланів ніндзя. Окремої оригінальної системи рукопашного бою і бою з різними видами зброї у ніндзя не існувало, а ніндзя вивчали і адаптували під свої потреби вже існуючі у Японії стилі бойових мистецтв. За легендами, це були відважні, треновані люди, що пройшли ще з дитинства підготовку у дуже складному мистецтві «ніндзюцу», яке включало в себе дуже багато вмінь. Ніндзя повинен був добувати потрібну інформацію, а також володіти будь-яким предметом, як зброєю, оборонятися від будь-якої зброї, раптово з'являтися і непомітно ховатися, знати місцеву медицину, траволікування і голковколювання. Вони могли довго перебувати під водою, дихаючи через соломинку, лазити по скелях, орієнтуватися на місцевості, тренувати слух, зорову пам'ять, краще бачити в темряві, володіти тонким нюхом і багато іншого. Ініціація проводилася, як і в самурайських сім'ях, в 15 р. Тоді юнаки і дівчата переходили до вивчення дзен-буддизму і сянь-даосизму. Є припущення, що своїм походженням філософія ніндзя пов'язана з філософією яма буси [1].

Політично ніндзя були поза системою феодалних відносин, вони мали свою структуру [1]. Стародавні ніндзя були розкидані по всій країні, але основний їх осередок був у околиці Кіото і у гірських районах Іга і Кока. Іноді клани ніндзя поповнювалися самураями, які втратили своїх покровителів. До XVII ст. налічувалося 70 кланів ніндзя [3]. Наймогутнішими були школи Іга-рю і Кока-р. Формування клану ніндзя йшло паралельно зі становленням клану самураїв, але, так як останні, в силу своєї влади, стали панівним класом, то ніндзя зайняли місце у шпигунській мережі.

Ніндзя виходять на історичну арену в X ст. Їх розквіт припадає на 1460-1600 рр., епоху воюючих провінцій і об'єднання Японії [20]. У 1603 р перший сьогун Токугава, розсудивши, що організація ніндзя може бути використана проти нього, спровокував два найбільші клани ніндзя Кока і Іга, на протистояння. У результаті до 1604 р. від суспільства ніндзя залишилися лише

поодинокі, які згодом присягнули на вірність особисто сьогуну. Крім того, у зв'язку з припиненням феодалних воєн та встановленням внутрішнього світу з сьогунатом Токугава, ніндзя пропадають з політичної арени. Разом з тим, персонаж ніндзя став стандартним амплуа в японській культурі.

Поширення філософії «Бансенсюкай» призвело до появи такого унікального об'єкту, як Ярма ніндзя Ясика - найвідомішого музею ніндзя, в центральному парку міста Іга префектури Міе [1]. Так, у відреставрованій середньовічній будівлі збереглися таємні ходи, приховані кімнати, розсувні стелі і приховані пастки.

Серед сучасних прихильників буддизму Японії широкою популярністю користується філософія «Ямабусі», що була сформована гірськими відлюдниками в Стародавній Японії. Так, синтоїзм вшановував гори, як священне місце, де живуть «ками» і куди йдуть душі мертвих. Щоб зайти в святе місце, людина повинна «очиститися». Прості смертні не наближалися до цих місць. У якості засобу для досягнення чистоти використовувалася буддійська магія. Окреслена специфіка сформувала особливий вид гірських пустельників, званих «ямабусі» [1]. Поєднуючи синтоїстські вірування з буддійськими та даоськими практиками, вони виконували роль листонош всевишнього [1]. Однак, влада прагнула контролювати дану ідеологічну сферу і не визнавала статусу ямабусі [1].

В кінці періоду Нара (VIII ст.) в гори стали йти монахи (яких стали називати святими мудрецьми) [1]. Такі аскети славилися магічними вміннями, шанувалися як лікарі [2]. Багато «ямабусі» були адептами школи сінгон, відповідно до догматів якої, пробудження можна знайти через відлюдництво і [1]. Школи сінгон і тендай в однаковій мірі розглядали гори, як ідеальне місце для відлюдництва і споглядання природи [1]. У гірських притулках монахи-ямабусі займалися не тільки спогляданням але і вивчали бойові мистецтва. Згодом ямабусі застосовували свою майстерність в битвах дайме. Все це принесло ямабусі славу гарних воїнів.

У період Намбокутьо ямабусі почали організовуватися в особливі загони, керовані з головних монастирів шкіл буддизму, до яких належали воїни-відлюдники. Вони допомагали імператору Го Дайго повалити правління сьогуната Камакура. Відтак у період Сенгоку ямабусі були присутні серед радників при дворах і арміях всіх японських правителів.

Ямабусі, як і було прийнято для навчених воїнів того часу, чудово володіли луком і мечем, віддаючи, проте, перевагу нагін аті. Вважається, також, що ямабусі практикували ніндзюцу, і взагалі мали досить тісні зв'язки з ніндзя, яких навіть наймали для виконання особливих доручень [1]. Сьогодні прихильники «Ямабусі» демонструють лише Сюген-но (що є похідною від танцювальної вистави з елементами драми, яка виконувалася гірськими ченцями-відлюдниками). Танці сюген-но поділяються на чотири категорії: 1) ритуальні гірей-маї; 2) молитовні і заклиральні кито-маї, що показували фізичну силу ямабусі або їх здатність виганяти демонів; військові танці бусі-маї, що зображували легендарні сцени битв; 3) «Блазенські танці» доке-маї, в основі яких, комічні історії з життя народу.

На формування культури бойових мистецтв Японії сильно вплинуло «Бусідо» («шлях воїна»), що є кодексом самурая, та представляє собою систему правил, рекомендацій і норм поведінки воїна в суспільстві, в бою і наодинці з собою. «Бусідо», що виникло у вигляді принципів воїна в XII-XIII ст., але з розвитком класу самураїв зросло з ним. Як кодекс самурайської етики сформувалося в XVI-XVII ст. Особливо сильний вплив на «бусідо» мав буддизм махаяністського напрямку, що проник до Японії у 522 р. Багато філософських істин буддизму найбільш повно відповідали потребам та інтересам самураїв [1]. Це перш за все трепетне ставлення до смерті і байдужість до життя.

Справжній духовний сенс вчення «Бусідо» полягає у тому, що потрібно цінувати кожну хвилину, проведену за життя, тому що вона може виявитися останньою. Тільки людина, готова до смерті, може жити, сприймаючи цей світ

в повному кольорі, присвячуючи весь свій вільний час саморозвитку і допомоги ближнім.

Список використовуваної літератури

1. Donn Draeger. Classical Budo. The Martial Arts and Ways of Japan. – 2 изд. – Weatherhill, 2007. – Т. 2. – 128 с.
2. Fu Zhongwen. Mastering Yang Style Taijiquan. – Berkeley, California: Blue Snake Books, 1996, 2006.
3. Antony Karasulas Zaimokuza reconsidered: the forensic evidence, and classical Japanese swordsmanship (англ.) // World Archaeology,. – 2004.–Iss. 36.– No. 4. – P. 507-518.

УДК 338.48-52(510)

**Глагола К.
Касинець О. В.**

*Мукачівський державний університет
м. Мукачево
1954otokar@gmail.com*

БАЗОВА СТРАТЕГІЧНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ ФУЧЖАНЬ

У китайському ушу існує поширена думка про те, що Шаолінь сформував «зовнішні» і «жорсткі» стилі, а Удань - «внутрішні» і «м'які». За приблизними підрахунками, на сьогоднішній день Уданшаньське ушу налічує понад 60 стилів кулачного бої із застосуванням кількох десятків видів зброї. Потім, формуючи кластер у нього входять учасники виробничої індустрії. Представники шкіл Уданшань активно співпрацюють з владою автономних районів (АР) та місць центрального підпорядкування провінції Хубей, маючи розвинену мережу шкіл у: АР Цзінмень; АР Цзінчжоу; АР Шиянь. Більшість учасників кластеру (шкіл) діють як «сімейні підприємства» (при цьому їх управління здійснюється через сімейну концепцію, що орієнтована на формування особливого характеру взаємозв'язків співробітників). Організація співпраці у межах самого кластеру має риси союзу і групи. Слід зазначити, що

сімейно-орієнтоване управління школи Уданшань, як у і минулому, було сформовано за моделлю управління державою.

Так, главою держави був імператор, а вся держава вважалася однією великою родиною. Імператор і чиновники багато в чому були зрівняні, але всі отримані чиновниками блага визначалися імператором.

Крім того модель орієнтована на родинні зв'язки та диференційований підхід до винагороди і дисциплінарних стягнень (щодо співробітників, членів їх сімей та сторонніх працівників).

Від'ємною рисою школи Уданшань є не тільки розвинена дивізійна система підпорядкування за районами провінції Хубей, але і специфічна управлінська ідеологія, які у комплексі формують унікальну стратегічну модель розвитку спортивного туризму школи Уданшань, що сформувалася на фоні доволі специфічного стилю життя ченців Уданшань. Ці ченці вели ізольований стиль життя в долині від мирян, і твердо дотримувалися позиції ненападу, тому головною метою їх стратегії став самозахист. До конкурентного бою представники менеджменту вступають тільки в критичній ситуації, вважаючи за краще, при цьому діяти розумом, а не за допомогою сили (такий стиль управління сформувався на фоні того, що більшу частину часу ченці проводили в медитативних практиках). Базова стратегія, якої дотримувалася Уданшаньська школа, полягала в терпінні та вичікуванні. Даоські ченці нерідко просто брали противника «змором», чекаючи, коли той сам розкриє свої «карти» і відкриє «слабкі місця».

Так, у 1999 р. відомий китайський економіст та політик виділив базову стратегічну модель спортивного туризму школи Уданшань, яка пізніше отримала назву Фучжань. Так, Фучжань орієнтована на використання помилок конкурента, що ідентифікуються як ряд стратегічних ходів, до яких відносять:

- ходи орієнтовані на «все і відразу» - коли конкурент виявляє свою нездатність зробити вибір між кількома варіантами дій, що призводить до присвоєння однаково високих пріоритетів всім без винятку стратегічним

завданням; при цьому конкурент автоматично попадає у пастку розпорошення стратегічних зусиль, ресурсів та стає вразливим для миттєвої атаки;

- ходи Шомен Осау від найбільшого конкурента (результат такої стратегічної дії має для конкурента найбільш негативні наслідки, оскільки не зважає свої шанси на перемогу, а отже буде мати фінансові збитки);

- ходи «бою на кількох фронтах», а саме на кількох сегментах ринку або з кількома конкурентами одночасно. Так, у межах стратегії Фучжань, щоб конкурент потрапив у цю стратегічну пастку, необхідно знайти потенційних союзників у боротьбі з ним так, щоб конкурент відкрив стратегічну боротьбу на кількох фронтах, одночасно розпорошуючи свої зусилля;

- ходи «все для всіх», тобто коли конкурент робить спробу охопити всі сегменти споживача його послуг, канали продажів екіпірування та спортивного одягу, спортивних турів або кілька географічних зон розвитку, одночасно, то наслідок таких дій – це фінансова слабкість конкурента;

- ходи «шагуа», тобто такі, що характеризуються низькою ймовірністю для вдалої реалізації задумів. Це виявляє вибір вкрай завищених прагнень, що їх неможливо вдало реалізувати у повній мірі. Ресурси та стратегічні зусилля максимально мобілізуються не залишаючи простору для маневру у випадку конкурентної атаки Фучжань;

- ходи посередності, зокрема, конкурент вибудовує дії на самих звичайних галузевих стратегіях, які не відрізняються від стратегії інших їх конкурентів. Це дозволяє досить точно спрогнозувати майбутні ходи конкурента, та звести їх ефективність до нуля [1; 2].

За логікою Фучжань - треба вичікувати, коли застосувавши неефективні ходи конкурент накопичить слабкості, що зроблять його вкрай вразливим для стратегії нападу, які диференціюються у розрізі підтипів: наступ, обхід с флангів і партизанська війна [1]. Першочергове завдання - визначити місце конкурента у матриці (у якому квадраті він перебуватиме) окреслити його слабкості, і обрати свою стратегію поведінки (у т.ч. сфокусувати сили, щоб завдати удару по слабкому місцю).

Вихідним пунктом Фучжань є думка, що найкраща конкурента війна - це така війна, яка дає максимум вигоди при мінімальній шкоді.

Ця думка знаходить яскраве вираження у працях Се Фучжань. Так, науковець вважає «верхом неосвіченості та недалекоглядності» жалкувати кошти та зусилля на організацію «стратегічних пасток», або, інакше кажучи, вступати в конкурентну війну або вести таку війну наосліп, піддаючи свій бізнес ризику великих і непотрібних витрат [1].

Базовим у такій війні має бути прагнення захистити свій бізнес від розорення і отримати не розореного супротивника [1]. Така філософія характерна для військових і політичних філософів Китаю. Конкурентна війна для Се Фучжань – «на другорядному місці».

До неї вдаються, коли іншого виходу немає «той, хто вміє вести конкурентну війну, підкорює конкурентів не борючись. Хто це вміє, той вміє зберегти в цілості об'єкт завоювання» [1].

Характерним прикладом такої стратегії школи Уданшань було поглинення у 2000-х р. шкіл Туйшо у повіті Цзюнь, що орієнтувалися на тренувальну вправу, яка застосовується в тайцзицюань для розвитку чутливості. Зокрема, у бою туйшоу спортсмени повинні без використання захоплень і ударів змусити противника вийти за межі кола або впасти на землю. Зберігши ідею Туйшоу, вона була перетворена на один з напрямків школи Уданшань.

Список використаних джерел

1. Дудников Г.В. Специфика китайского стиля управления: сравнение с японским и американским менеджментом / Г.В.Дудников// Восток. Афро-Азиатские общества: история и современность. – 2011. - №4. – С.111-120.
2. Масааки Имаи. Кайдзен: ключ к успеху японских компаний/ Масааки Имаи; Пер. с англ. — М.: «Альпина Бизнес Букс», 2004. — 274 с.

Лужанська Т.Ю.
к.г.н., доцент кафедри туризму і рекреації
Довгінка М.
магістрант спеціальності «Туризм»
Мукачівський державний університет
м. Мукачево
turizm305@ukr.net

СИНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ В ТУРИЗМІ

Використання ефекту синергізму в економіці набуває дедалі більшого поширення, оскільки дозволяє виокремлювати несистемні, від'ємні ефекти в економіці, їх природу виникнення і, впливати на розвиток економічних процесів. Осмислення особливостей проявів синергетичних ефектів дозволяє здійснювати управління економічними процесами на якісно новому рівні та новими підходами щодо прогнозування, планування, регулювання як на мікро, так і макрорівнях.

Враховуючи необхідність прийняття ефективних заходів щодо модернізації національної економіки, забезпечення якості життя населення назріла потреба у всебічному вивченні синергетичних ефектів в економіці. Тільки за умови урахування впливу синергетичних ефектів на економічні відносини, економічне зростання можлива побудова ефективної, стійкої, інноваційної та соціально-спрямованої економіки. Перехід національної економіки на інноваційний шлях розвитку може результативно відбуватися при умові цілеспрямованої діяльності щодо синергетичного ефекту на основі запровадження інновацій, науково-технічного та технологічного прогресу [5].

Синергетика – це наука про колективні статичні і динамічні явища у відкритих та замкнених багатокомпонентних системах з «кооперативною» взаємодією між елементами системи. За Г. Хакеном синергетика займається вивченням систем, які складаються із значної кількості частин, компонент або підсистем, які узгоджено взаємодіють між собою, впливаючи тим самим на

поведінку системи в цілому з певним ефектом. Термін «синергетичний ефект» вперше використав І.Ансофф у 1963 році [4].

На сьогодні виникає потреба у дослідженні становлення та розвитку нової теорії синергетики – «синергетичної економіки туризму», виділенні основних напрямків теоретичних досліджень синергетики туризму, систематизації та узагальнення окремих наукових досліджень для вирішення проблем розвитку туристичної теорії та практики.

Нині використовуються два напрями синергетичної комбінації:

- *вертикальна синергізація* – система управління прогнозування через маркетингові дослідження туристичних ринків на всіх стадіях виробництва, безпосередньо саме виробництво, транспортування, збереження, обслуговування клієнтів тощо;

- *горизонтальна синергізація* – оцінка та аналіз ресурсів, персоналу, інформації, соціально-економічні, екологічні та інші процеси на всіх етапах виробництва.

Основна ідея синергетики полягає у створенні структури, набору інструментів, моделей, які дозволяють розробляти конструктивні рішення, застосовувати творчий підхід до проблемних ситуацій, шукати інноваційні способи досягнення конкурентоспроможності організації [1].

Синергетика успішно намагається перетворити деякі несвідомі механізми в свідомі так, щоб вони спрацьовували б відразу, як тільки в них з'являється необхідність. Найбільш ефективна робота сінекторів в області пошуку ідей нових товарів, у створенні ефективної і незвичайної реклами.

При аналізі синергетичного підходу до оцінки туристичних підприємств розглядають такі питання:

- узагальнений образ певної групи туристичних підприємств;
- вимоги до цієї групи туристичних підприємств з боку суспільства;
- вимоги до конкретного туристичного підприємства, його товарів чи послуг, що їх висувають споживачі цільових ринків;

- сприйняття споживачами особливостей туристичного підприємства, що ним декларуються;
- сприймання споживачами окремих сторін і атрибутів діяльності туристичного підприємства;
- загальне сприйняття туристичного підприємства споживачами;
- сприйняття туристичного підприємства його соціальним оточенням, співробітниками, адміністрацією, конкурентами тощо.

Позитивний імідж дозволяє туристичній фірмі не тільки зберігати своїх постійних партнерів і клієнтів, але і залучати нових споживачів товарів і послуг, збільшувати обсяг продажів цих товарів і послуг, залучати нових інвесторів і тим самим збільшувати капіталовкладення у власний розвиток. У своїй комплексній значимості позитивний імідж туристичної фірми підтримує високу її конкурентоспроможність в порівнянні з іншими конкуруючими з нею суб'єктами ринкових відносин, забезпечує туристичній фірмі більшу доступність до матеріальних, фінансових і трудових ресурсів.

Синергія при формуванні іміджу – це сформоване представлення цільовій аудиторії інформації про діяльність та успіхи туристичного підприємства, яка постійно та динамічно впливає на взаємини підприємства з його потенційними та фактичними покупцями, на його конкурентоспроможність, фінансові результати та контакти з іншими підприємствами, установами та організаціями. Синергія є найефективнішою формою подання повідомлення, здатною створити у цільовій аудиторії саме таке сприйняття, яке необхідне для досягнення конкретних цілей [3].

Ефект синергії – це не тільки сприятливе поєднання ресурсів, але і узгоджена поведінка, взаємозв'язки, взаємовідносини, політика партнерства, що характеризує складну виробничу та економічну системи. Синергізм впливає на скорочення витрат, виступає мотиватором впровадження інновацій, оптимізує завантаження виробничого обладнання або переоснащення, сприяє збільшенню продажів продукції та підвищенню продуктивності праці.

Від ефективного запровадження синергетичного ефекту розвитку туризму багато в чому залежить процес залучення інвестицій, туристів, реалізація перспективних бізнес-проектів, становище в державі. Необхідне всебічне глибоке вивчення різних аспектів синергетичного ефекту, які закріплюються в масовій свідомості у вигляді емоційно забарвлених стереотипів, в очах різних референтних груп (населення, бізнесменів, представників державних інститутів, ЗМІ, іноземних громадян і т.д.).

Таким чином, синергія - це досить складний феномен із взаємопереплетеними суттєво різнорідними чинниками. З одного боку, він є інструментом спілкування з аудиторією через певний позитивний образ, також сприяє досягненню стратегічних цілей туристичної організації, що торкаються основних сторін її діяльності та орієнтовані на перспективу. З іншого боку він підказує аудиторії, на що саме треба звернути увагу, формуючи позитивне сприйняття суспільством і образ конкурентоздатного туристичного підприємства.

Список використаних джерел

1. Волинчук Ю.З. Синергетичний ефект сталого розвитку регіонів / Ю.З. Волинчук // Фінансовий простір - № 3.- 2012.- С.66-69.
2. Дяченко Т. О. Організаційна культура та корпоративний імідж підприємства: Навч. посібник для студ. екон. вузів / Т. О. Дяченко, Л. І. Скібіцька - К.: Освіта України, 2011. - 114 с.
3. Ерохин С.А. Синергетическая парадигма современной экономической теории. // Актуальні проблеми економіки. - 2001. - № 1- С. 2-8.
4. Колесников А. А. Синергетика и научное знание / А.А. Колесников // Синергетика и проблемы теории управления. - М. : ФИЗМАТЛИТ, 2004. - С. 379–396.
5. Кузнецов Б. Л. Экономическая синергетика как методология экономического развития [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/free/12/s69.pdf>.

Маслиган О.О.

*к.е.н., доц. кафедри туризму та рекреації
sms11111@rambler.ru*

Кампов Н.С.

*ст. викладач кафедри туризму та рекреації
hojsaknad@gmail.com*

*Мукачівський державний університет
м. Мукачево*

ХАРАКТЕРИСТИКА СТРАТЕГІЧНИХ МОДЕЛЕЙ РОЗВИТКУ КЛАСТЕРІВ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ ЕЙТАРО НОРО

Досить цікавим явищем у побудові стратегічних моделей розвитку кластерів спортивного туризму є застосування ідей Ейтаро Норо, які певною мірою відкидають принцип ведення конкурентної боротьби, як війни, метою якої повинна, бути не обов'язкова поразка суперника. Характерним прикладом кластеру користувача такої моделі є Айкі, що знаходиться у м. Токіо [1]. Життєдіяльність цього кластеру забезпечує Фонд Айкікай, як організація популяризації айкідо, створена безпосередньо Кіссьомару Уесібою, яка офіційно визнана урядом Японії в 1940 р. [1]. У даний час, у всьому світі налічується десятки федерацій, в яких стиль айкідо істотно відрізняється. Так, кластер об'єднує додзо Айкідо, виробників традиційної зброї айкідо, спортивного одягу для айкідо, деякі університети м. Токіо та атестаційну раду.

Всі учасники співпрацюють за загальноприйнятою специфікою японського менеджменту, зокрема, орієнтуючись на принципи: позиттєвого найму; просування за віком (старший за віком отримує більш високу заробітну плату, в порівнянні з молодшим або новачком). Крім того, однією з особливостей менеджменту Айкі є прихильність до групової психології.

При цьому сутність стратегічної моделі Ейтаро Норо, у межах окресленого об'єднання, полягає в тому, щоб спробувати звести нанівець сильні сторони конкурента та використовувати його дії для перемоги над ним.

Разом з тим, мета не знищення конкурента, а завоювання переваг. Ця модель відображає риси самого айкідо (заснована на принципах абсолютної рефлексивності і забезпечення захисту від неспровокованої атаки з боку конкурента) [1].

У моделі не існує поняття власне «атаки», спрямованої на слабкі, вразливі місця противника, що пов'язано із самою філософією окресленого бойового мистецтва. Зокрема, засновник айкідо Моріхей Уесіба вивчав кілька напрямків традиційного дзю-дзюцу, кен-дзюцу, а також мистецтво каліграфії [1].

На основі отриманих знань він сформував свою систему – Айкідо, на протипагу традиційному бу-дзюцу, айкідо це шлях припинення вбивства [1; 2]. Це мистецтво вчить тим же вбивчим технікам бу-дзюцу, але не з метою вбивства, а з метою зупинити ворога, зробити людину сильною, допомагати іншим, об'єднати всіх людей на основі любові [2].

Моріхей Уесіба побудував свою філософію айкідо на принципах гармонії. Використовуючи методику аксіоматизації можна окреслити набір базових положень, на яких ґрунтується модель Уесіба. Базове положення полягає у тому, що агресія супротивника може бути спрямовано проти нього самого. У звичайному бойовому мистецтві – напад – агресія, захист – відповідь на агресію агресією. В Айкідо агресія нівелюється. Окреслена філософія знайшла відображення у розвитку кластеру Айкі. Передбачається, що кінцева мета захисту, в рамках стратегії айкідо, полягає не в знищенні супротивника-конкурента, а в його нейтралізації та набутті можливостей контролювати його дії, а також у власному самовдосконаленні.

Важливо продовжувати перемагати себе самого і йти вперед до нових звершень. У результаті, противник нейтралізований, але йому не завдано серйозної шкоди [2]. При цьому строго дотримується етика відносин, коли відбувається перехід від силової конкуренції до конвергенції (компромісів), координації інтересів і можливостей ринкової роботи з конкурентами. При

цьому досягається велика економія дефіцитних ресурсів, ефективність і результативність дій всіх учасників кластеру.

Ця стратегічна модель спрямована на використання для своєї вигоди не слабостей, а сильних сторін конкурента. Суть її також включає створення фізичного і ментального балансу, рівноваги місії, стратегії та організації і великих можливостей для зростання учасників кластеру [2].

Дана стратегія припускає передбачення дій конкурентів і протистояння неспровокованим атакам. За таких умов кластер Айкі не сприймає ні егоїзму, ні героїзму, відсутні і такі поняття, як невдача і успіх. Існує тільки результат – досвід, завдяки якому учасники кластеру стають краще, ніж раніше.

Одна з форм прояву стратегії Ейтаро Нороє те, що модель трансформована до потреб Айкідо та орієнтується на перехід від конкуренції між іншими стилями айкідо до співпраці за допомогою узгодження інтересів з конкурентами, і укладення з ними відповідних ділових стратегічних альянсів, у т.ч. міжнародних, як довгострокових угод між двома або більшою кількістю самостійних компаній або федерацій з різних держав. Ейтаро Норо вважав, що при традиційній конкуренції обидві компанії не реалізують повністю своїх цілей, оскільки діють паралельно і протистоять один одному. Енергія їх витрачається неефективно: не тільки на вивчення переваг споживачів цільового ринку і розробку оптимальних методів їх задоволення, а й на боротьбу з конкурентами. Як приклад не ефективності традиційної конкурентної стратегії Ейтаро Норо наводить помилкову стратегію «рукопашного бою» кластеру Кьокусінкай під девізом «Розгромимо кластери Шлях Меча». Так, кластер Кекусінкай був створений на протигагу безлічі безконтактних шкіл і самому принципу «карате без контакту». Демонструючи світу міць реального карате, Кекусінкай орієнтувався на аналогічну стратегію конкурентної боротьби. При цьому, Ейтаро Норо відзначав, що: «гравець, який перемагає ворога силою, підкорює його лише наполовину».

Ефективність традиційних агресивних конкурентних стратегій Кекусінкай в сучасний період не висока, оскільки її учасник приділяє надмірну

увагу діям конкурента, і фактично потрапляє у «дилему в'язня», які характерна для всіх гравців, що бажають розширити свій бізнес за рахунок іншої. Кластер Кьокусінкай обирає стратегію по горизонталі, а кластер – Айкі по вертикалі. Дилема полягає в тому, що вибір цим гравцем силової стратегії опору призведе до втрат. Зокрема, за оцінками менеджменту кластеру Айні, вигідніше діяти у відповідності зі стратегією Ейтаро Норо, тобто слід реагувати тільки в разі неспровокованої атаки, тоді прибуток учасників складе 5 млн. дол., а за традиційної силової стратегії \$ 2.

Список використаних джерел

1. Serge Mol. Classical Weaponry of Japan: Special Weapons and Tactics of the Martial Arts. – Kodansha International, 2003. – С. 81-87. – 217 с.

2. Ноздрева Р. Стратегия корпоративного айкідо [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://marketopedia.ru/96-strategiya-korporativnogo-ajkido.html>

УДК 338.48(100)

Махлинець А.С.

студентка спеціальності «Психологія»

Махлинець С.С.

Мукачівський державний університет

м. Мукачєво

maxsergey@meta.ua

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД СЕГМЕНТНОЇ ПОЛЯРИЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПОСЛУГИ

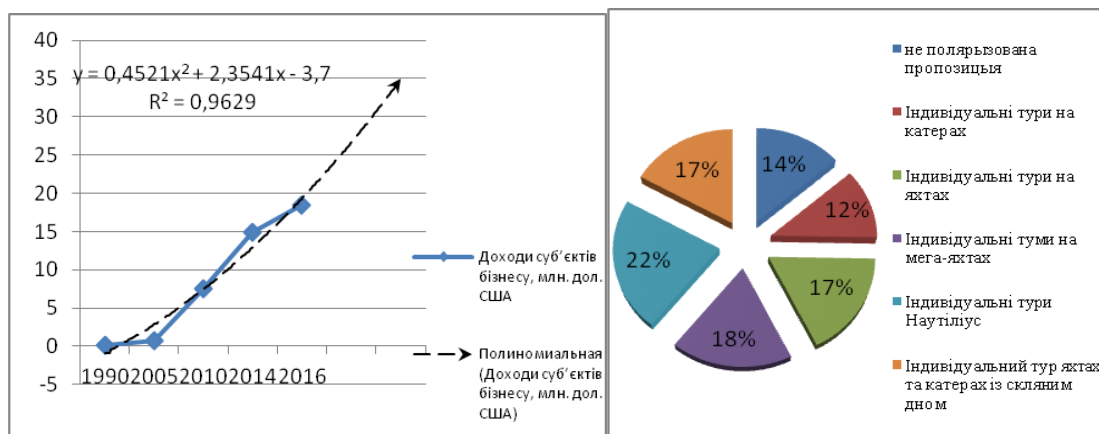
Кожна туристична територія відрізняється своєю специфічністю та унікальним набором характеристик (природно-ресурсних, кліматичних, культурних, економічних), які формують той її імідж, що приваблює туристів, мотивує їх візит, активізує весь туристсько-рекреаційний комплекс. В зв'язку з цим цікавим є вивчення досвіду Японії, оскільки ключові ідеї розвитку туристичної галузі цієї країни – це створення привабливих DESTINACIY, підвищення задоволення від подорожей Японією іноземними відвідувачами і стимулювання наступних туристичних подорожей. Префектури Окінава є не

тільки найдавнішою туристичною дестинацією, що існує виключно за рахунок туризму, але і такою, що найбільш активно розвивається.

З січня по березень океан, навколо префектури Окінави, знаходиться в самому центрі уваги. У цю пору року горбаті кити (горбачі, довжина яких досягає близько 15 метрів, а вага – близько 30 тонн) мігрують до узбережжя острова Дзама (Дзамами), де за ними найкраще в цей час спостерігати. Разом з тим, весь шлях горбатих китів простягається від півночі до островів Керама. Так, ці морські тварини проводять літо в північних морях і починають подорож на південь восени, де їх можна бачити навколо островів Огасавара і Окінава. Вони проходять відстань близько 9000 км.

Так, у межах сегментної поляризації туристам пропонуються наступні послуги: спостереження за китами, що організуються Асоціацією Дзама на початку квітня; спостереження за китами з круїзного лайнеру Topmarine Zanpa. Маршрути, що пропонуються асоціацією Дзама є відносно постійними, разом з тим, ціна може змінюватися, в залежності від використовуваного типу яхт чи мега-яхт. Найбільшою популярністю користуються яхти, що мають скляне дно, це свого роду пересувна підводна обсерваторія [1]. Зазвичай на таких яхтах дві оглядові палуби, одна з яких – підводна, дозволяє спостерігати через величезні прозорі вікна принади підводного світу, друга, надводна - обладнана комфортабельним баром. Кожен турист зможе легко підібрати для себе оптимальний варіант катерів (дейкруїзери, ранаботи, боурайдери та ін.), що задовольняє саме його запити [2].

Введення сегментної поляризації дозволила збільшити прибутковість турів з 1991 по 2016 р. с 0,12 млн. дол. США до 2,5 млн. дол. США, що проілюстровано за даними рис. 1.



	Доходи суб'єктів бізнесу, млн. дол. США					Темпи приросту (+;-),%			
	1990	2005	2010	2014	2016	2000/1991	2010/2000	2014/2010	2016/2014
Тури асоціації (стандарті, за розкладом)	0,12	0,65	1,12	1,78	2,5	441,67	72,31	58,93	40,45
Індивідуальні тури на катерах	0	0	1	1,56	2,15	0	0	56	37,8
Індивідуальні тури на яхтах	0	0,11	2,12	2,2	3,2	0	1827,27	3,77	45,45
Індивідуальні тури на мега-яхтах	0	0	1,34	3,14	3,33	0	0	134,33	6,1
Індивідуальні тури Наутілюс	0	0	0	3,77	4,11	0	0	0	9,02
Індивідуальний тур яхтах та катерах із скляним дном	0	0	1,94	2,44	3,1	0	0	25,77	27,05
Всього	0,12	0,76	7,52	14,9	18,39	533,33	889,47	98,01	23,51

Рис. 1. Динаміка та структура доходності турів асоціації Дзама з 1991 по 2016 р. * дані асоціації Дзама із спостереження за китами

При цьому слід зазначити, що основна доля прибутку ($\approx 84\%$) асоціації Дзама формується саме за рахунок поляризації пропозиції в тільки 14% у межах стандартних за розкладом маршрутів (які однак теж варіюються за сезонами, ціною та ін. ознаками).

Найбільш цікавою є специфіка сегментної поляризації круїзів компанії Tormarine Zampa, основною частиною яких є спостереження за горбачами з круїзних лайнерів, навколо берегів префектури Окінава та в інших місцях їх міграції.

Так, турист при бронюванні туру має можливість обрати категорію, тип круїзного лайнеру та тривалість. Реєстрація на круїз проводиться он-лайн. При цьому, якщо набирається необхідна кількість бажаючих, представники компанії Tormarine Zampa зв'язуються з клієнтами. Якщо бажаючих не достатньо, то

турист може придбати квиток на стандартний круїзний тур спостереження з горбачами на круїзній верф (на кораблях, флоту Carnival). Специфічним є те, що круїзна верф не тільки має на борту музей горбатих китів (де в якості експозицій фото-ідентифікації цих істот під час занурення і дослідження довкілля.) але і робить зупинку у берегів префектури Окінава, де для клієнтів організується спостереження за китами на різних видах транспорту, найбільш незвичайним з яких є яхта ВЕЙ, яка спеціально розроблена JungJun Park для спостереження за горбатими китами [2]. Так, для пасажирів яхти створено дві палуби. Передня палуба звичайна, плоска, її призначенням може стати «загар» і вечірки. Задня палуба особлива. Її особливість полягає в тому, що палуба ступінчаста, та найбільш зручна для спостереження за китами. У цілому туристів приваблює і надзвичайна форма яхти, що нагадує шарф, який розвивається.

Окрім яхти ВЕЙ до послуг туриста є й інші специфічні види транспорту (що експлуатуються виключно зі спеціальним інструктором), зокрема: Proteus Ugo Conti, Seabreacher, Cosmic Muffin, Quadrofoil, Turanor PlanetSolar, підводний човен для особистого використання та інші [3].

Спостереження за китами проходить на вибір туриста, який можна здійснити за спеціальною мапою. Всього у межах програми спостереження, проживання та харчування, клієнт має право зробити вибір специфіки круїзу у межах близько 400 опцій.

Отже, основною специфікою розвитку сучасного туристичного ринку префектури Окінава є його значна диверсифікація туристичного попиту, що проявляється у диференційованих підходах до пропозиції місцевого туристичного продукту. Зокрема, місцева культура туристичного обслуговування орієнтована у своїй діяльності не на анонімного туриста, а зосереджена на обслуговуванні чітко визначених груп споживачів (що теоретично є наслідком збільшення кількості споживачів, зміни купівельної спроможності населення, диференціації "фонду вільного рішення", розвитку індивідуальних переваг та можливостей здійснення вибору, тобто еволюція

смаків, навичок, мрій). Специфіка наявного у префектурі процесу сегментації ринку не має загальноприйнятих стандартів (у зв'язку з орієнтацією на внутрішнього туриста), тому навіть відносно однорідні групи територій характеризуються широкою сегментною поляризацією (тобто їм властиві процеси і стани, що пов'язані зі зміною специфіки туристичної пропозиції протягом року, в залежності від сезонів відпусток окремої категорії громадян).

Список використаних джерел

1. Рубель В.А. Японська цивілізація: традиційне суспільство і державність / В.А.Рубель. – К.: «Аквілон-Прес», 1997. – 256 с.
2. Тури Японією [Електронний ресурс] – режим доступу - <http://www.geograf.com.ua/japan/651-japan-tourism>
3. Окинава: Япония от А до Я. / Популярная иллюстрированная энциклопедия. (CD-ROM).—М.:Directmedia Publishing, «Япония сегодня», 2016 р.

УДК 338.48:005.336(477.8)

Машіка Г.В

*доцент кафедри туризму і рекреації
Мукачівський державний університет
м. Мукачево
mashika.g.v@i.ua*

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ

Для реалізації програми розвитку туризму в Україні та зростання його ефективності передусім необхідна відповідна матеріально-технічна база з широко розгалуженою туристичною інфраструктурою, особливо в регіонах. Одним із таких регіонів є Карпатський – він представлений такими областями: Івано-Франківська, Закарпатська, Львівська та Чернівецька. На території цих областей діє Рада з туризму Карпатського регіону, яку було створено в серпні 2001 р. Закарпатською, Івано-Франківською, Львівською та Чернівецькою облдержадміністраціями з ініціативи Івано-Франківської обласної державної

адміністрації. В 2003 р. в Раду з туризму прийнято Тернопільську обласну державну адміністрацію, тому в статті розглянуто аналіз п'яти областей.

Головною метою діяльності Ради з туризму Карпатського регіону є підтримка розвитку та маркетинг туристичної галузі регіону. Основні напрямки діяльності Ради включають координацію зусиль областей з розвитку туристичної галузі, аналіз розвитку туризму та діяльності туристичних підприємств, проведення навчальних семінарів, конференцій, круглих столів; здійснення маркетингу туристичних ресурсів регіону, трудових ресурсів сфери, моніторинг діяльності туристичної індустрії в регіоні, координація діяльності туристичних підприємств з урядовими, недержавними, міжнародними, донорськими та туристичними організаціями [1].

Основним показником туристичної діяльності є кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності, динаміку якого за останні роки наведено в табл. 1.

Таблиця 1 Динаміка кількості туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності Карпатського регіону

Назва області	2016 р.		2017 р.		Відхилення +, -
	Кількість туристів, осіб	Питома вага, %	Кількість туристів, осіб	Питома вага, %	
Закарпатська	72970	4,65	76965	8,28	3995
Івано-Франківська	1268923	80,93	595031	64,01	-673892
Львівська	117242	7,48	143610	15,45	26360
Тернопільська	33092	2,11	32929	3,53	-163
Чернівецька	75758	4,83	80987	8,73	5229
Разом Карпатський регіон	1567985	100	929522	100	-638463

Все більш популярним стає сільський зелений туризм. Сьогодні 638 сільських господарів приймають туристів у своїх садибах. Туристів приваблює до них зручна система поселення, сучасне обладнання приватних пансіонатів, близькість до природи, співвідношення «ціна» – «якість послуг», гостинність та домашня атмосфера при організації відпочинку.

Сьогодні в Чернівецькій області також формується розуміння сільського зеленого туризму як специфічної форми відпочинку на селі з широкою можливістю використання природного, матеріального і культурного потенціалу регіону. На території Чернівецької області за підсумками 2008 року в сфері сільського зеленого туризму працювало понад 80 приватних садиб. Сільський зелений туризм у більшості країн розглядається як невід'ємна складова частина комплексного соціально-економічного розвитку села та як один із засобів розв'язання багатьох сільських проблем [3].

Враховуючи те, що в умовах загальноекономічної кризи економічні і соціальні проблеми села надзвичайно загострилися, широке розповсюдження і розвиток сільського зеленого туризму є особливо бажаним. Позитивний вплив сільського зеленого туризму на розв'язання соціально-економічних проблем села полягає передусім у тому, що він розширює сферу зайнятості сільського населення, особливо жінок, і дає селянам додатковий заробіток; розширює можливості зайнятості сільського господаря не тільки у виробничій сфері, але й у сфері обслуговування. При певному нагромадженні кількості відпочиваючих з'являється потреба в задоволенні їх різноманітних запитів, а це, у свою чергу, стимулює розвиток сфери послуг: транспортних, зв'язку, торгівлі, служби побуту, відпочинково-розважальних та інших.

Основною рушійною силою розвитку туризму залишаються економічні вигоди, які він надає. Так, туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він приводить до збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників зумовлює збільшення сум податку з доходів, що виплачується ними в бюджет, а збільшення доходів туристичних підприємств – збільшують податки на прибуток). Окрім цього, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти й різного роду інвестицій. Він сприяє диверсифікації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію

туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації [2].

Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється в підвищенні ділової активності й розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних і місцевих екскурсантів. Туристичний бізнес стимулює розвиток таких галузей, як будівництво, зв'язок, харчова промисловість, сільське господарство, торгівля, виробництво товарів народного споживання та інші.

Список використаних джерел

1. Трудовий потенціал: поняття, структура і показники оцінки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/12810419/ekonomika/trudoviy_potentsial_ponyattya_struktur_a_pokazniki_otsinki
2. Методи оцінки і діагностики кадрового та трудового потенціалу працівників [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://pidruchniki.com/14990528/ekonomika/metodi_otsinki_diaagnostiki_kadrovogo_trudovogo_potentsialu_pratsivnikiv.
3. Рошко Н.Б. Розвиток туристичної діяльності в Карпатському регіоні / Рошко // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: "Економічні науки". - 2009. - №4(50). - С.223-226.

УДК 338.48-44:005.52:005.33(1-32)

Машіка Г.В.

к.г.н., доцент кафедри туризму і рекреації
mashika.g.v@i.ua

Мар'ян Д.І.

студент спеціальності «Туризм»
denus141997@gmail.com

Мукачівський державний університет
м. Мукачево

SWOT-АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ВИНОГРАДІВСЬКОГО ТА МУКАЧІВСЬКОГО РАЙОНІВ

Останнім часом разом у туристському лексиконі вкорінюється поняття «регіонального туризму», яке містить у собі два тісно зв'язані між собою

аспекти: географічний і соціально-економічний. Перший відображає просторовий розподіл рекреаційних ресурсів, об'єм рекреаційних потреб місцевого населення і ступінь задоволення їх у конкретному районі, а також можливості для залучення зовнішніх туристських потоків на дану територію. Другий свідчить про рівень рекреаційного розвитку території, що зумовив місце даного регіону на вітчизняному і світовому туристському ринку, і соціально-економічні умови, здатні стимулювати або стримувати розвиток сфери туризму [1, с. 20].

Функції туризму перш за все проявляються на територіях конкретних регіонів, а можливості його розвитку визначаються умовами регіонів. Тому розгляд туризму як інструменту соціально-економічного розвитку особливо актуально з позиції регіонального підходу. Забезпечення зростаючої ролі туризму на соціально-економічні умови функціонування регіону вимагає вирішення низки конкретних завдань, серед яких першочерговими є: оцінка ресурсної забезпеченості і туристичних можливостей регіону; виявлення унікальних об'єктів туристського інтересу; визначення напрямів розвитку ресурсної бази для досягнення бажаного соціально-економічного результату і т. д. – тобто завдань, які пов'язані з управлінням туристичними ресурсами.

На даний час економіко-статистична оцінка туристичної сфери на будь-якій придатній для туризму території, ведеться за трьома основними напрямками: оцінка економічного впливу; оцінка соціального впливу і взаємодії туристів і місцевого населення; оцінка екологічної дії туризму.

Найбільш дослідженим є перший напрям, хоча соціальний і екологічний вплив туризму на сталий розвиток туристських територій також є надзвичайно важливим. Окрім суттєвого економічного впливу туризм здійснює соціальний вплив на туристичні і рекреаційні території. Проблема соціального впливу туризму має цілий ряд аспектів, і, перш за все регіональний. Особливої значущості подібні дослідження набувають, коли досліджується соціальне значення туризму для регіонів з туристично-рекреаційною спеціалізацією, жителі яких випробовують на собі вплив рекреації і туризму не як споживачі, а

як приймаюча сторона [3]. Розуміння важливості і значущості тієї ролі, яку відіграє туризм для економіки в цілому, спонукало до побудови розгалуженої і всеосяжної системи державного регулювання туризму, що охоплює всі сфери, прямо або що побічно зачіпають туристичну діяльність [10, с. 81].

Не винятком є і наш край – Закарпаття, яке за адміністративно-територіальним поділом Закарпатська область має 13 районів, котрі різняться між собою в плані культури та менталітету, на які вплинули історичні події, потенціалом, а також туризмом. Для того, щоб вивести оптимальну концепцію розвитку регіонального туризму району, на нашу думку, доцільно порівняти два райони з метою аналітики. Візьмемо Виноградівський та Мукачівський райони.

Найкраще висвітлить позиції районів на туристичному ринку Закарпаття SWOT-аналіз (див. табл. 1), який дасть нам змогу побачити та виділити сильні та слабкі сторони, проблеми та перспективи, що здатні сприяти розвитку сфери туризму в регіоні або гальмувати його.

Таблиця 1

SWOT-аналіз регіонального розвитку туризму

Виноградівський район	Мукачівський район
Сильні сторони (S)	
привабливі природні умови та можливість розвитку водного, велотуризму, сільського зеленого туризму, пригодницького та екстремального відпочинку; наявні численні пам'ятки історії, культури та архітектури; діють громадські організації, робота яких спрямована на захист культурної та історичної спадщини; готовність місцевого населення до ведення туристичного бізнесу; збережені сільські традиції, культура, етнографічна спадщина; наявність різноманітних рекреаційних ресурсів та цікавих екскурсійних об'єктів.	вигідне геополітичне розташування, автомобільні, залізничні шляхи міжнародного значення; транскордонне співробітництво; природні (насамперед лісові та водні), еколого-рекреаційні ресурси; розвинена торгівельна інфраструктура; етнічна, культурна та мовна самобутність національних меншин, їх гармонійне співіснування в межах регіону; інвестиційна привабливість регіону; потужна санаторно-лікувальна база; порівняно низький рівень забруднення навколишнього середовища; велика кількість сакральних об'єктів; автентичні культурні традиції, звичаї та обряди місцевого населення.
Слабкі сторони (W)	

<p>низький рівень маркетингу туристичної галузі в районі; неналежний рівень транспортної інфраструктури; незадовільний стан пам'яток природи, історії, культури, архітектури; низький рівень розвитку туристичної інфраструктури; недостатня кількість розроблених туристичних маршрутів в межах району; неналежний рівень надання послуг об'єктами готельного господарства; неточність інформаційного забезпечення для туристів, в тому числі відсутність вказівних знаків на вулицях населених пунктів та за їх межами; відсутність рекламно-інформаційної продукції на іноземних мовах.</p>	<p>низький рівень розвитку дорожньо-транспортної інфраструктури; відсутність КПП, так як район знаходиться в центрі Закарпатської області; відсутність громадських туалетів; трудова еміграція кадрів у сусідні країни; недостатній рівень забезпеченості місцями паркування (актуально для туристів, які відвідують край автобусом); конкуренція з боку країн-сусідів та інших регіонів; залежність успішності бізнесу від сезону року; невисокі доходи внутрішніх туристів; складність отримання земельних ділянок для великих інвестиційних проектів.</p>
Можливості (О)	
<p>впровадження дієвої маркетингової стратегії (програми); вихід з місцевим туристичним продуктом на міжнародний ринок та завоювання більшої аудиторії на вітчизняному; використання досвіду прикордонних партнерів (Румунія, Угорщина) при розробці та впровадженні якісного туристичного продукту; покращення рівня обслуговування рекреантів і туристів; підвищення професійного рівня обслуговуючого персоналу; створення нових робочих місць (зокрема через розвиток сільського зеленого туризму); включення деяких об'єктів природи, культури та архітектури до екскурсійних маршрутів обласного, міжнародного та загальнодержавного значення; відновлення традицій народної культури, звичаїв, обрядів, національних ремесел та кухні.</p>	<p>виділення туристичної індустрії району пріоритетом економічного розвитку; можливість навчання, стажування, набуття досвіду роботи за кордоном; налагодження співпраці з науковими установами сусідніх держав; участь у міжрегіональних та міжнародних ярмарках, бізнес-зустрічах, виставках; розширення асортименту туристичних послуг; розробка нового туру або вдосконалення вже існуючого; розширення міжнародної співпраці та промоції міста на регіональному та міжнародному рівні; залучення європейських структурних фондів, участь у грантових програмах; проведення активної рекламно-інформаційної роботи щодо заохочення інвестування туристичної галузі; урізноманітнення послуг на діючих туристичних об'єктах.</p>
Загрози (Т)	
<p>недосконале податкове законодавство; відсутність нормативних документів, які б регулювали діяльність власників сільських садиб; обмежене фінансування з державного бюджету; недооцінка значення туризму для розвитку регіону; недостатня співпраця органів влади,</p>	<p>висока конкурентність туристичних ринків, складність виходу на них; перенаправлення туристичних потоків краю в інші західні регіони та країни ЄС; нестабільність, зміна законодавчої та нормативно-правової бази; внутрішня конкуренція з боку інших областей України (Карпатський регіон); зміна у смаках споживачів;</p>

державних підприємств та установ, представників приватного бізнесу та громадських організацій; б. низький рівень підготовки управлінських кадрів.	несвоєчасна реакція на зміни у зовнішньому середовищі.
--	--

Отже, з проведеного аналізу випливає, що туризм у Виноградівському районі має всі можливості стати важливим джерелом надходження коштів у регіон, розширення сфери зайнятості місцевого населення, покращення рівня обслуговування та удосконалення інфраструктури.

Список використаних джерел

1. Александрова А.Ю. Международный туризм / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
2. Соловйова О. Ефективність державного управління. 2010, с. 106-111.
3. Н. В. Бошота: Туризм як пріоритетний напрям розвитку економіки регіону [Електронний ресурс]. Режим доступу: ([http://ird.gov.ua/sep/sep20143\(107\)/sep20143\(107\)_528_PappVV,BoshotaNV.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20143(107)/sep20143(107)_528_PappVV,BoshotaNV.pdf))
4. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.

УДК 338.48:005.8(477+4)

Машіка Г.В.

к.г.н., доцент кафедри туризму і рекреації
mashika.g.v@i.ua

Попович М.М.

студент спеціальності «Туризм»
mirchik.porovich@mail.ru

Мукачівський державний університет
м. Мукачєво

ПРОЕКТ ЯК ОДИН ІЗ ВАЖЛИВИХ НАПРЯМКІВ СПІВПРАЦІ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ З ГРАНИЧНИМИ ОБЛАСТЯМИ ЄС В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Транскордонне співробітництво означає будь-які спільні дії, спрямовані на поглиблення добросусідських відносин між територіальними громадами або органами влади, які перебувають під юрисдикцією двох і більше національних договірних сторін. Ця співпраця здійснюється в межах компетенції

територіальних громад або органів влади, які визначаються національним законодавством, шляхом укладання відповідних угод або домовленостей, які спрямовані на вирішення спільних проблем.

Розташування Закарпатської області на кордонах з чотирма центральноевропейськими країнами – Польщею, Словаччиною, Угорщиною та Румунією – визначає важливість для регіону розвитку транскордонного співробітництва з прилеглими територіями суміжних країн, а для України – використання потенціалу краю як природного сполучення між Східною та Центральною Європою. Як показує практика міжнародних відносин, міжнародний туризм на всіх етапах свого розвитку є фактором, що сприяє покращенню взаєморозуміння між державами і народами, важливим засобом укріплення миру і дружби, активним стимулятором розвитку зовнішньоекономічних, торгових і культурних відносин.

За роки еволюції масового міжнародного туризму були розроблені й широко застосовуються різноманітні й ефективні форми співпраці в цій сфері. Основними цілями такої співпраці є: 1) використання туристських зв'язків для укріплення взаєморозуміння й довіри між країнами; 2) використання туризму для розвитку взаємовигідних економічних і торгових відносин; 3) розширення зв'язків і контактів по лінії науково-технічних і культурних організацій, окремих особистостей; 4) створення на взаємних засадах більш сприятливих умов для туристського обміну між зацікавленими країнами [3, с. 19].

Туризм - це одна із бюджетоутворюючих галузей Закарпаття. Для полегшення виконання бюджетних програм Закарпатська обласна рада виграла європейський грант на загальну суму понад 890 тисяч євро на проект «Підтримка економіки Закарпатської області через розвиток і промоцію її туристичного потенціалу». Даний проект є основним рушієм розвитку туризму в Закарпатській області та працює за трьома основними напрямками: розвиток регіональної туристичної інфраструктури, покращення промоції туризму регіону як всередині країни, так і за кордоном, розробка та впровадження регіональної політики у сфері туризму. Дії даного проекту полягають в:

проведенні фінансово-економічного аналізу туристичної інфраструктури області, підготовці посібника з економічного аналізу розвитку туристичної галузі Закарпаття, розробці рекомендацій до Програми розвитку туризму Закарпаття 2016-2022.

Заслуговує на увагу також рішення учасників круглого столу, який відбувся 22.03.2013 р. за участі представників місцевих органів влади, громадських організацій, туристичних асоціацій, бізнес-структур та окремих експертів з питань розвитку туризму як із Закарпатської області, так і з Саболч-Сатмар-Березької області Угорщини на тему «Актуальні проблеми та перспективи розвитку транскордонного туризму на українсько-угорському кордоні», в ході якого обговорювалися актуальні проблеми і перспективи розвитку транскордонного туризму на українсько-угорському кордоні. Учасники круглого столу, розуміючи важливість транскордонного туризму для забезпечення сталого розвитку прикордонних регіонів, беручи до уваги законодавчо закріплений курс України на євроінтеграцію, відзначаючи необхідність широкого залучення європейського досвіду в управлінні туризмом та поступового впровадження спільних стандартів якості у сфері туризму, маючи на меті сприяння гармонійному розвитку транскордонного туризму, покращенню рівня обслуговування туристів та просуванню транскордонного регіону як цілісної туристичної одиниці, вирішили: 1) ініціювати створення спільної українсько-угорської транскордонної туристичної комісії за участю представників органів регіональної влади, місцевих самоврядувань, місцевих туристичних асоціацій, неурядових організацій, малого і середнього бізнесу в сфері туризму для спільного розгляду і вирішення нагальних проблем розвитку транскордонного туризму на українсько-угорському кордоні; 2) пропонувати включити до порядку денного роботи спільної українсько-угорської транскордонної туристичної комісії питання покращення роботи прикордонної та митної служб щодо пропуску організованих груп туристів [4].

Нові виробники, які приходять з інших видів економічної діяльності та розширюють набір послуг, прискорюють свій розвиток, стимулюючи пошук

сучасних інноваційних технологій, проведення науково-дослідних робіт та забезпечують необхідні кошти для впровадження нових стратегій; взаємозв'язки кластера з зовнішнім середовищем постійно розширюються та набувають вагомості, підвищують конкурентоспроможність послуг та створюють нові можливості [2, с.78].

Як стверджує науковець Доценко А.І., центрами активізації транскордонного співробітництва потрібно вважати ті населені пункти, в яких спостерігається підвищена концентрація транскордонних контактів. Для досягнення позитивних результатів співпраця не повинна мати адміністративно-територіальні межі, а повинна базуватися на добровільній кооперації з метою підвищення рівня економічного розвитку певної території, створюючи так звані статистичні й програмові регіони для формування транскордонних туристичних регіонів [1, с. 195].

Перспективним напрямом є також формування транскордонних туристичних агломерацій місцевого значення, які спроможні підвищити соціально-економічний розвиток ТТК. Такі прикордонні туристичні агломерації пов'язані між собою спільним статусом перетину державного кордону, місцевим прикордонним рухом, їхній туристичний потенціал взаємно доповнюється, тож згодом можна буде сформувати специфічну інфраструктуру обслуговування туристів у прикордонній смузі, одночасно створюючи робочі місця для місцевого населення [5, с. 98].

Найбільш дієвою формою транскордонного співробітництва на сьогодні є єврорегіони, проте залишається багато невирішених проблем і питань через відсутність чіткого розуміння ролі і відповідного забезпечення умов їх функціонування, що спонукає створювати та запроваджувати нові форми транскордонного співробітництва, діяльність яких би приносила очікувані результати. Відповідно розширюються бачення і можливості єврорегіональної співпраці як взаємодії в рамках інституціоналізованих структур транскордонного співробітництва.

Список використаних джерел

1. Доценко А.І. Регіональне розселення: проблеми і перспективи / А.І. Доценко. – К.: Наук. думка, 1994. – 195 с.
2. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Вид-во «Книги – XXI», 2003. – 300 с.
3. Міщенко А. Г. Міжнародне співробітництво в сфері туризму /А. Г. Міщенко //Науковий вісник Київського гуманітарного інституту. Серія: Економічні науки. – Київ, 2008. - №1. – С.18-24.
4. На розвиток туризму на українсько-угорському кордоні ЄС витратив 2,5 млн євро [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.zaholovok.com.ua/.
5. Посацький Б. Досвід та перспективи розвитку міст України / Б. Посацький, О. Ярема // Збірник наукових праць. – 2010. – №18. – С. 96-103.

УДК 338.48:331.54:316.77

Моргун А.В.

Мукачівський державний університет

м.Мукачево

morgunalla56@gmail.com

КОМУНІКАТИВНИЙ ХАРАКТЕР ПРОФЕСІЙНО-ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Вже сталою є думка, що туристична діяльність – це не тільки організація подорожей та екскурсій і не лише економічна діяльність. Сьогодні сфера туристичних послуг, як соціокультурний феномен, націлена на проектування інноваційних програм, відповідної соціокультурної переорієнтації професійної підготовки у вищій школі, ефективність яких забезпечується належним рівнем комунікації як з вітчизняними, так і з іноземними партнерами.

Інтеграція України в міжнародний простір, поглиблення економічних зв'язків вимагають модернізації підготовки фахівців туристичної сфери, здатних вести діалог в умовах полікультурного світу.

У системі сучасної освіти все більшої актуальності набуває дослідження професійної підготовки майбутніх спеціалістів сфери туризму, зокрема її комунікативний аспект, оскільки спілкування зі споживачами туристичного продукту є основним знаряддям професійної діяльності фахівця в індустрії туризму.

Питання професійного спілкування, розвитку комунікативних умінь та формування комунікативної культури фахівців різних спеціальностей досліджували С. Амеліна, С. Александрова, Л.Барановська, Н.Бориско, Н.Волкова, С. Тимченко, М. Жумбей, В.Кан-Калик, О.Баглай, М.Галицька, Б.Слющинський, Т.Колбіна, І.Кухта та інші вчені.

Окремі аспекти професійної підготовки фахівців туристичної сфери висвітлювали у своїх дослідженнях Н. Бондар, Д. Гальперін, І.Зорін, В. Квартальнов, Л.Кнодель, В.Лозовецька, Л.Устименко, Н.Хмілярчук, В.Христюк, В.Федорченко та інші.

Однак, незважаючи на достатній рівень як теоретичних, так і практичних напрацювань науковців зазначеної сфери, проблема підготовки майбутніх фахівців сфери туризму до міжкультурного діалогу ще недостатньо досліджена. Так, зокрема, невизначені психолого-педагогічні умови підготовки та модель їх реалізації, рівні й методики діагностики готовності майбутніх фахівців до міжкультурного діалогу, не розроблена психолого-педагогічна система як структура та технологія формування готовності відповідних фахівців до професійної діяльності.

Підготовка висококваліфікованих та конкурентоспроможних фахівців сфери туризму має бути спрямована на створення такого фахівця, який би відповідав світовим вимогам індустрії туризму. У зв'язку з тим, що у багатьох представників підприємств туристичної галузі відсутні навички професійного спілкування, проблема міжкультурної комунікації визначається як одна з нагальних. Вирішення даного питання можна під час фахової підготовки майбутніх фахівців туристичної сфери і це має стати запорукою підвищення якості наданих ними послуг в Україні.

Невід'ємною складовою професійної підготовки фахівців є мовленнєва підготовка, адже від уміння орієнтуватися в будь-яких комунікативних ситуаціях, вдало застосовувати мовні засоби, володіти необхідними мовленнєвими вміннями й навичками залежить успішність фахової діяльності спеціаліста.

Відповідна підготовка фахівців сфери туризму до міжкультурного діалогу можлива завдяки інтеграції змісту соціогуманітарних дисциплін, розвитку креативності студентів через організацію навчально-творчої діяльності й діалогізацію педагогічного процесу.

Поєднання різних видів діяльності майбутнього фахівця сфери туризму полягає в інтеграції таких видів діяльності, як навчально-мовленнєва, комунікативна та туристична, які взаємодоповнюють одна одну і, таким чином, створюють умови для формування готовності до діалогової комунікації.

Навчально-мовленнєва діяльність передбачає створення умовних, штучних ситуацій, які готують студентів до реальної, природної комунікації і яка реалізується в навчально-мовленнєвих ситуаціях, що є ефективним засобом розвитку мовленнєвих навичок та вмінь. Комунікативна діяльність є основою діяльності людини, виникнення та розвитку міжособистісних стосунків, а її успішність залежить від наявності відповідних здібностей, таких як: уміння особистості ефективно взаємодіяти на рівні вихованості, на основі гуманістичних особистісних якостей з урахуванням комунікативних можливостей співрозмовника.

Інтеграція навчально-мовленнєвої, комунікативної і туристичної діяльності полягає у використанні знань мовних і фахових (туристичних) дисциплін для забезпечення комунікативної активності фахівців. Таким чином, мовленнєві вміння студентів доповнююся туристичними знаннями для вироблення комунікативних навичок діалогового спілкування.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в розробці та апробації методик підвищення якості професійного спілкування фахівців сфери туризму.

Список використаних джерел

1. Власова Т.И. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма: учеб. пособие для вузов/Т.И.Власова, А.П.Шарухин, М.М.Данилова. — М.: Издательский центр «Академия», 2007. - 256с.

2.Свентицька Н.В. Міжкультурна комунікація як інтегративний компонент туристичної освіти /Н.В. Свентицька//Вісник Луганського національного університету ім. Т. Шевченка. - 2012. - №4(239). - Ч.ІІ. - С.35-40.

3. Тарнопольський О.Б., Корнева З.Б. Аспектний підхід до навчання англійської мови для спеціальних цілей у немовних ВНЗ. / О. Б. Тарнопольський, З. М. Корнева // Викладання мов у вищих навчальних закладах освіти на сучасному етапі. Міжпредметні зв'язки. Наукові дослідження. Досвід. Пошуки . — 2011 . — Вип.18 . — С. 231-239.

УДК 338.486.2:330.322

Папп В.В.

Бошота Н.В.

*Мукачівський державний університет
м. Мукачево*

PappVV@mail.msu.edu.ua

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Сьогодні залучення інвестицій в реальний сектор економіки, до якого відноситься туризм і його обслуговуюча інфраструктура, - питання виживання. Інвестиції необхідні в першу чергу для забезпечення розширеного відтворення, виробництва нових послуг з покращеними кількісно-якісними показниками, що додасть їм високу привабливість і конкурентоспроможність. Один з найбільш важливих і відповідальних етапів даного процесу - це вибір підприємства, в яке будуть вкладені інвестиційні ресурси. На вибір самого об'єкта інвестування в основному впливає така категорія, як інвестиційна привабливість підприємства [1].

Аналіз інвестиційної привабливості підприємств, як частина економічного аналізу, є елементом системи управління туристичним підприємством. Його функції в системі управління реалізуються через прийняття обґрунтованих рішень про доцільність вкладень інвестиційних коштів в той чи інший об'єкт через формування позитивного інвестиційного

образу підприємства на ринку капіталу. Основною метою аналізу інвестиційної привабливості туристичного підприємства є кількісна оцінка досягнутого рівня інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання. Предметом аналізу інвестиційної привабливості туристичного підприємства є виробничо-господарські процеси, отримані фінансові результати і ефективність діяльності, а також галузеві особливості функціонування підприємства. Як об'єкт розглядається туристичне підприємство.

На інвестиційну діяльність туристичного підприємства впливають дві групи чинників - зовнішні і внутрішні. Зовнішні фактори збігаються з тими факторами, які впливають на фінансову стійкість туристичного підприємства [2].

До внутрішніх факторів можна віднести:

- Розміри туристичного підприємства;
- Фінансовий стан туристичного підприємства;
- Науково - технічну політику туристичного підприємства;
- Інвестиційну політику;
- Організаційно - правову форму господарювання.

При проведенні аналізу інвестиційної привабливості туристичного підприємства використовують систему показників, об'єднаних в блоки:

- аналіз фінансової привабливості;
- аналіз ресурсного потенціалу;
- аналіз туристичних потоків;
- аналіз впливу сезонності на фінансово-господарську діяльність туристичної фірми.

В першому блоці для оцінки фінансової привабливості підприємства користуються традиційними групами показників фінансового аналізу: аналіз платоспроможності, фінансової стійкості, ефективності і результативності діяльності, оптимальності структури капіталу, здатності своєчасно проводити платежі, фінансувати свою діяльність, зберігати рівновагу активів і пасивів в мінливих умовах внутрішнього і зовнішнього середовища.

Показники фінансово-економічної діяльності туристичного підприємства включають:

- обсяг продажів - кількість проданих турів;
- виручку від продажів туристичного продукту;
- показники використання ресурсів робочої сили;
- показники використання основних фондів і оборотних коштів;
- показники продуктивності праці і фонду заробітної плати;
- собівартість поданих турпродуктів і т.д.

На другому етапі (другий блок) оцінюють темпи розвитку туристичного підприємства і визначають, в якій мірі воно наблизилося до найвищого рівня використання ресурсів і ефективності діяльності. Безпосередньо для визначення ефективності функціонування підприємства соціально-культурного сервісу і туризму необхідно оцінити ефективність використання наявних ресурсів. Для цього використовують порівняльні показники, тобто визначається функція ефективності використання ресурсів [3].

Аналіз туристичних потоків (третій блок) на ринку туристичних послуг та його подальше прогнозування є найважливішими складовими успіху турфірм. Це стає більш актуальним в умовах конкуренції, що загострюється конкурентної боротьби. Економічний і маркетинговий аналіз ринкового попиту сприяє підвищенню рівня його регульованої та передбачуваності, що дозволяє будувати відповідні маркетингові стратегії та максимально ефективно здійснювати бізнес-планування.

Для туристичного ринку і для суб'єктів, які здійснюють свою діяльність характерні значні сезонні коливання попиту на туристичні продукти (четвертий блок). Сезонність - явище складне і за своїми наслідками суперечливе. Динаміка попиту на різні турпродукти обумовлює коливання цін протягом року.

Дані підходи до аналізу інвестиційної привабливості підприємств сфери туризму, який базується на комплексному підході до вивчення об'єкта дослідження, дозволяє враховувати різноманітні аспекти привабливості

підприємства та галузеві особливості його діяльності, що забезпечує найбільш точні і достовірні результати проведених аналітичних процедур.

В кінцевому підсумку подібний аналіз допомагає досягненню турфірмою її основоположних цілей, заснованих на сучасному маркетинговому підході, - отримання максимально можливого прибутку на основі задоволення потреб споживачів у туристичних послугах, збільшення своєї інвестиційної привабливості.

Розвиток туристичного бізнесу є одним із головних завдань серед тих, які ставлять перед собою підприємства даної сфери, виходячи на ринок. Для того, щоб займати лідируючі позиції на туристичному ринку і отримати перевагу перед конкурентами, розвивати нові напрямки свого бізнесу, потрібні певні фінансові вливання. У зв'язку з цим переважна більшість туристичних підприємств зацікавлене в інвестиціях.

Список літератури:

1. Гуляєва Н.М. Сутнісні ознаки інвестиційної привабливості підприємства: факторна природа формування [Текст] / Н.М. Гуляєва, Н.К. Рябченко // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – № 1 (13). – С. 22–28.
2. Колесник О.О. Оцінка інвестиційного забезпечення розвитку туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/kolesnyk6.htm.
3. Пилипенко О.І. Методика аналізу інвестиційної привабливості підприємства: макро- і мікроекономічний аспекти [Електронний ресурс] / О.І. Пилипенко // Режим доступу: http://www.ztu.edu.ua/ua/science/publishing/visnik/econom/4_50/25.pdf

КИТАЙСЬКІ ТУРИСТИ ЯК ПРІОРИТЕТНІ СПОЖИВАЧІ ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРПРОДУКТУ

Китайська агенція туризму (СТА) при Китайській національній адміністрації туризму (CNTA) опублікувала щорічний звіт щодо виїзних потоків китайських туристів. У 2016 році кількість виїзних китайських туристів досягла 122 мільйонів чоловік – Китай посів перше місце серед всіх країн-туристичних ринків світу. Крім того, китайські відвідувачі витратили 260 мільярдів доларів (близько 760 мільярдів юанів) у закордонних дестинаціях [1].

На основі даних Китайської агенції туризму виділимо **основні характеристики виїзного китайського туристичного ринку** [1]: гіперобсяг; значна купівельна спроможність; кластерні (комбіновані) подорожі; короткотерміновість поїздок; надання переваги національній китайській кухні; організованість, груповий характер; особливості поведінки в подорожах; переважання жінок-туристів; переважання певних видів туризму; пріоритетність азіатських напрямків, але водночас зародження інтересу до країн ЄС та Росії; пріоритетність он-лайн бронювання турів; сезонність; сталі темпи зростання. Дані особливості китайського виїзного туристського ринку обов'язково повинні враховуватись при розробці турпродукту для китайців та створенні стратегії збільшення туристичних потоків з Китаю для будь-якої дестинації та туристичного об'єкту.

Особливості двосторонніх туристичних потоків «Україна-Китай». На сьогодні Китай посідає 28 місце за кількістю в'їзних туристів в Україну. Незважаючи на те, що кількість в'їзних громадян КНР у 2016 р. стала

найбільшою за всі роки незалежності України – все одно їх кількість залишається вкрай низькою, всього трохи більше 20 тисяч чол. (менше 0,01% загального виїзного китайського турпоток) [2]. Основні причини низького турпоток з КНР: брак інформації про Україну та необхідність отримання візи.

Вплив лібералізації візового режиму на в'їзні туристичні потоки. Ефективність заходів з лібералізації візового режиму задля активізації туристичної активності можна відслідкувати на прикладі Російської Федерації, де завдяки впровадженню безвізового режиму для в'їзду китайських туристичних груп було досягнуто майже 30% зростання туристичного поток з Китаю [3]. У 2014 році Китай посів перше місце серед усіх країн, громадяни яких відвідували РФ з туристичною метою.

Наслідуючи приклад Росії, задля активізації китайського туристичного та інвестиційного потоків, у травні 2017 року Республіка Білорусь запровадила безвізовий режим для громадян КНР з паспортами для офіційних поїздок (дипломати, чиновники, парламентарі, керівники великих державних підприємств). До цього Білорусь запровадила безвізовий в'їзд для громадян 80-ти країн, у тому числі і Китаю, за умови, що особа прибуває через «Національний аеропорт Мінськ», має відкриту багаторазову Шенгенську візу та перебуватиме на території Білорусі не більше 120 годин (5 діб) [4].

КНР також почала політику лібералізації візового режиму. З січня 2016 року влада КНР запровадила в односторонньому порядку для 51 країни (у тому числі й для України) можливість перебувати без відкриття візи 144 години на території Шанхая, провінцій Цзянсу та Чженцзян.

Проаналізуємо особливості візового режиму України з Китаєм, як одного з визначальних факторів активізації туристичної та інвестиційної активності між країнами. Відповідно до законодавства обох країн, між Китаєм та Україною встановлено візовий режим в'їзду на територію. З 1 жовтня 2017 р., після успішного експерименту, на постійній основі в аеропортах «Бориспіль» та «Одеса» громадянам КНР можна отримати візу на місці, «по прильоту».

Китай також запровадив низку візових спрощень для громадян України.

Зокрема, з 30 січня 2016 року в усіх відкритих для в'їзду іноземців морських, сухопутних та повітряних (міжнародний аеропорт Пудун) контрольно-пропускних пунктах міста Шанхай, а також в міжнародних аеропортах міст Наньцзін, провінціях Цзянсу та Ханчжоу, провінції Чжецян громадяни України можуть скористатися 144-годинним (6 діб) режимом безвізового в'їзду для іноземців, які прямують через вказані міжнародні контрольно-пропускні пункти КНР транзитом з однієї країни до іншої. Як симетрична відповідь на візову лібералізацію з боку КНР для громадян України має слідувати ряд заходів щодо полегшення в'їзду громадян Китаю в Україну.

Пропозиції щодо лібералізації візового режиму для китайських туристів:

1. Розробити полегшений механізм отримання візи для організованих груп китайських туристів.

2. Скасувати необхідність отримання української візи громадянам КНР з відкритою Шенгенською візою.

3. Запровадити для громадян КНР, які прямують через міжнародні контрольно-пропускні пункти України транзитом з однієї країни до іншої, аналогічний їхньому 144-годинний (6 діб) режим безвізового в'їзду.

4. Забезпечити переклад он-лайн візових анкет з української мови на китайську, шляхом внесення зміни до абзацу 2, пункту 3.1. Інструкції про порядок оформлення іноземцям та особам без громадянства віз для в'їзду в Україну і транзитного проїзду через її територію, затвердженої наказом МЗС від 26.07.2011 р. №196, де додати китайську мову до переліку мов, на які перекладаються бланки візової анкети.

Логістичне сполучення з Китаєм. Одним з основних факторів стимулювання туристичних потоків «Україна-Китай» є розвинуте пасажирське транспортне сполучення. Проте з КНР в Україну існує лише один прямий авіарейс «Пекін-Київ», який чотири рази на тиждень здійснює авіакомпанія Міжнародні Авіалінії України (МАУ). Попри намір започаткувати прямий авіарейс з іншого великого китайського міста Шанхаю з населенням більше 24

млн. чол. навесні 2018 – поки ці плани не реалізовані через бюрократичні процедури.

Список використаних джерел

1. China Outbound Tourism Market Report 2017-2022: Outbound Tourists Visits, Tourists Market (Spending) & Forecasts – Research and Markets. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://www.researchandmarkets.com/research/dwgvhk/china_outbound_
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Новое соглашение России и Китая позволит увеличить количество туристов. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://ria.ru/tourism/20170823/1500957215.html>.
4. Комментарии к Указу Президента Беларуси №173 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда граждан Китайской Народной Республики» / Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/kommentarij-k-ukazu-173-o-bezvizovom-rezhime-dlja-grazhdan-knr-16239.

УДК 338.48-44(1-22)(477.87)

Токар Я.І.

2503yaryna.tb90@gmail.com

Дем'ян Я.Ю.

yaroslavademyan88@gmail.com

Мукачівський державний університет

м. Мукачєво

ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ

З огляду на особливе географічне розміщення Закарпаття, наявність рекреаційних ресурсів, вагому етнокультурну та історичну спадщину, стійкі зв'язки з сусідніми державами тощо, особливе значення має сприяння розвитку туризму [1]. Область є однією із найперспективніших для розвитку зеленого туризму, оскільки територія характеризується унікальним мікрокліматом:

гірське повітря та мальовничі природні ландшафти, цілющі мінеральні води. За неофіційними даними, станом на кінець 2017 року в області нараховують понад 400 сільських садиб і сьогодні вже можна говорити про конкурентну боротьбу між ними.

В Закарпатській області цей тип туризму характеризується такими перевагами:

1. Харчування екопродуктами, що є запорукою здоров'я та вважається останнім трендом сучасності. Проте доцільно відмітити, що більшість садиб у Закарпатській області не мають наявних відповідних сертифікатів, але все ж таки продукція вирощена в домашніх умовах є кориснішою ніж куплена в супермаркетах та інших великих торговельних мережах.

2. Можливість огляду туристичних «родзинок»: пам'яток, архітектурних об'єктів, музеїв тощо. В Закарпатській області до таких належить: Мукачівський та Ужгородський замки, Невицький замок та замок Шенборнів, долина нарцисів, озеро «Синевир», гори Говерла і Петрос, водоспад Шипіт, Карпатський біосферний заповідник, найдовша у Європі Липова алея, солені озера в Солотвино [2] і т.д.

3. Збереження природних ландшафтів, що забезпечує екологічну стабільність географічного середовища, необхідної для існування всіх представників рослинного та тваринного світу.

4. Зростаючий імідж Закарпатської області, яку бажають відвідати туристи. Це стало можливим, як завдяки зміні в структурі внутрішнього туризму (через тимчасову окупацію Криму, який був найпопулярнішим напрямком для українського туриста), так і завдяки зміні в підходах до позиціонування області на туристичній карті України.

5. Доступність місцевості, оскільки через територію Закарпатської області проліг МТК № 5 (Критський) за маршрутом Лісабон-Трієст-Любляна-Будапешт-Київ-Волгоград, який сполучає західно- і східноєвропейські автодорожні, залізничні та річкові національні мережі у напрямку Європа-Азія. Закарпатська область межує з Польщею, Словаччиною, Угорщиною та

Румунією (облаштовано 16 пунктів пропуску та митних постів, з яких 9 із статусом міжнародних, 6 – міждержавних та 8 пунктів спрощеного переходу; діє міжнародний повітряний пункт перетину кордону – аеропорт «Ужгород» [3].

6. Співвідношення «ціна-якість» на туристичні послуги порівняно із іншими регіонами є досить прийнятною для населення. Є можливість орієнтації попиту на більш дешеві пропозиції через наявність тіньової частини ринку, що приваблює туристів.

7. Ознайомлення з сільськими традиціями та культурою, народними промислами та ремеслами регіону, що приваблює сучасного споживача туристичних послуг Закарпаття. Наприклад, виготовляти горщики з глини, плести вироби з лози, ткати з льону, майструвати дерев'яні речі тощо. Також туристи можуть брати участь у народних обрядах та гуляннях.

Загалом, можемо зазначити, що туристична галузь Закарпатської області має великий економічний вплив на її розвиток. Зокрема, на створення робочих місць і формування доходів місцевих бюджетів. Відмітимо, що попит на якісний сільський зелений туризм зростатиме, а отримання якісних послуг забезпечить приток туристів. Проте проблемою, яка і досі існує та потребує негайного втручання з боку державних органів – є виведення зеленого туризму області з тіні.

Список використаних джерел

1. Дем'ян, Я. Ю. Аграрна сфера Закарпаття: інвестиційне забезпечення сталого розвитку : монографія / Я. Ю. Дем'ян. – Мукачево : РВВ МДУ, 2017. – 202 с.

2. Пам'ятки Закарпатської області. URL: https://ua.igotoworld.com/ua/poi_catalog/3111-1-attractions-zakarpattia-transcarpathian-oblast.htm (дата звернення 21.04.2018).

Механізми забезпечення ефективного використання туристично-рекреаційного потенціалу гірських районів західних регіонів України: Аналітична записка (Національний інститут стратегічних досліджень). URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1178/> (дата звернення 20.04.2018).

Фегир Х. Р.
магістрант спеціальності «Туризм»
Маслиган О.О.
к.е.н., доц. кафедри туризму та рекреації
Мукачівський державний Університет
м. Мукачево
sms11111@rambler.ru

МОДЕЛІ ЗАЛУЧЕННЯ ТУРИСТІВ У КЛАСТЕРИ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ КИТАЮ

Для залучення туристів спортивні кластери карате Китаю застосовують такі моделі, як: організація літніх таборів, спортивні та наукові семінари, змагання, фестивалі бойових мистецтв, майстер-класи, до монастирів та святих місць. Так, місцями розвитку спортивного туризму Китаю є переважно святі місця, де практикується або практикувалось ушу.

Емейшаньська школа залучає спортсменів до паломництва на г. Тайшань у китайській провінції Шаньдун. зокрема, на території гори є храми, руїни, чисельні малюнки і нескельні написи [1]. Тут побудовано довгі сходи до вершини, воріт, галерей. Є на горі храм Божества Гори Тай, що є найбільшим і стародавнім комплексом, побудованим під час династії Цинь [1]. З часу правління династії Хань він став повторювати архітектуру імператорського палацу і Храму Конфуція [1].

Уданшаньська школа залучає спортсменів до паломництва на гору Уданшан (невеликий гірський хребет в провінції Хубей, який знаходиться недалеко від промислового міста Шиян та близько 120 км. від міста Сянфань), а Шаолінська до паломництва у монастирі провінцій Хенань, Ганьсу, Шаньси та Чжецзян [1].

Напрямок залучення туристів є фестивалі бойових мистецтв - де є можливість ознайомитися з найрізноманітнішими течіями, стилями або видами систем єдиноборств і самозахисту національного походження, що розвивалися головним чином як засоби ведення рукопашного поєдинку.

Перший такий фестиваль було проведено у 1980-х р. на території «Забороненого міста». З тих пір, на таких дійствах організуються показові виступи (як реклама різних шкіл бойових мистецтв), семінари та вуличні ярмарки спортивного екіпірування.

Окрім визначених вище напрямків у кластерах Китаю практикують:

1) спортивні табори для спортсменів, як комплекси тимчасових або постійних будівель та споруд, спеціально обладнаних для тимчасового проживання в ньому спортсменів. Це, можуть бути оздоровчі табори, де оздоровлюються спортсмени, що займаються мистецтвом ушу. Під час перебування у таборі, спортсменами виконувалися спеціальні вправи для вироблення навичок почуття дистанції, рівноваги, опанування технік карате. Крім того організаторами проводилися різні спортивні і розважальні ігри, турніри та змагання по бойовим мистецтвам;

2) спортивний турніри та змагання - спортивні змагання з деяких видів бойових мистецтв з великим числом учасників (або команд). Змагання регламентуються спеціалізованими правилами змагань (однак, змагання передбачені не в усіх школах ушу);

3) майстер-класи як оригінальний метод навчання бойовим мистецтвам і конкретне заняття по вдосконаленню практичної майстерності у цій сфері [1]. Такі заходи проводяться майстром фахівцем в певній галузі мистецтва для осіб, які досягли достатнього рівня професіоналізму [1; 2]. Віддаленим попередником майстер-класу вважають методику викладання софістів в Стародавній Греції, що полягала у демонстрація своєї майстерності софістом учням в присутності публіки, що поєднувалася з детальною розробкою виступів самих учнів викладачем [2].

Список використаних джерел

1. Тарас А.Е. Боевые искусства: 200 школ боевых искусств Востока и Запада: Традиционные и современные боевые единоборства Востока и Запада. / А.Е. Тарас— Харвест, 1996.
2. Гомперц Т. Греческие мыслители./ Т. Гомперц - Мн.: Харвест. 1999. Т. 1. С. 422—446.

6. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

УДК 371.134

О. В. Браславська

Уманський державний педагогічний університет

імені Павла Тичини

м. Умань

timets07@rambler.ru

ПРОФЕСІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВЧИТЕЛЯ ГЕОГРАФІЇ: ЗДАТНІСТЬ ДО ІННОВАЦІЙ

Повноцінний розвиток сучасного освітнього простору передбачає нові підходи до організації освіти, формування професійного потенціалу вчителів як процес вироблення у них вмінь працювати в ногу з часом, займатися самоосвітою, вивчаючи бази банків даних про педагогічні технології з досвіду роботи кращих педагогів. Вивчення педагогічних технологій дозволяє визначити можливості їх використання та вплив на розвиток власного професійного потенціалу вчителя, розробити шляхи подальших науково-теоретичних і практичних пошуків з метою створення власних інновацій.

Загальна інноваційність в освіті сприяє приведенню освітянської сфери у відповідність з новими потребами людини і суспільства, реалізації завдань навчання і виховання особистості, дотримання людиноцентристських тенденцій, виведенню держави на новий рівень соціально-економічного розвитку, на що і спрямований вектор географічної освіти. Саме такі положення визначають її мету, реалізацію змісту, зміну цінностей, інформаційно-технологічне забезпечення освітнього процесу.

Професійний потенціал вчителя географії розглядається як сукупність природних та набутих якостей, що визначають спроможність виконувати свої професійні обов'язки на заданому рівні, бачити, розуміти, ставити і вирішувати освітні питання.

У розрізі нашого дослідження професійний потенціал визначається як

спроєктована здатність педагога створювати й реалізовувати педагогічні технології, що виступають фундаментом співпраці з учнями у процесі опанування ними географії. Зокрема, у практиці вивчення географічної інформації школярами інновації можуть мати різний характер. Наприклад, виділяється початкова інновація, яка полягає у повторенні відомої географічної інформації з несуттєвими змінами і доповненнями; ступенева інновація – перетворення, переосмислення відомого та застосування нових методів, засобів, прийомів, і власне, інновація (створення нових методик, програм, підручників, посібників), яка полягає в оволодінні вчителем географії технологією складного процесу формування в учнів географічного світогляду, з обов'язковою умовою проходження шляху від розв'язання найпростіших до складних, власне інноваційних явищ.

Швидкі зміни суспільного життя зумовлюють те, що географія, докорінно й невинно оновлюючись, у відповідності з вимогами сьогодення намагається зберігати поруч із стабільністю власної структури гнучкість й здатність до змін. Інновації в географічній освіті – створення і виконання проекту зближення теорії з практикою, конкретної методики з певними умовами, що зумовлює ефективність змісту, методів, форм навчальної, дослідницької, пізнавальної діяльності учнів на уроках географії. Це можливо лише в постійній активній взаємодії всіх учасників освітнього процесу. Інновації використовуються як у структурі традиційних уроків, так і при проведенні нетрадиційних. Їх можна застосовувати під час актуалізації знань, вивчення нового матеріалу, його закріплення, повторення. Даючи відповіді на нестандартні за змістом запитання, розв'язуючи незвичні проблеми, займаючись географічною дослідницькою роботою в природі й соціальному суспільстві, учні відкриватимуть нове, непізнане, робитимуть свої маленькі відкриття. Саме дослідницька робота пов'язана з навчальною роботою з географії і має міжпредметний зміст, є сучасною та актуальною, широко висвітлюється засобами масової інформації, містить елементи експериментальних досліджень і практичного використання, спирається на певну матеріально-технічну базу.

Практика свідчить, що ефективними інноваціями у застосуванні вчителем географії є моделювання педагогічних ситуацій, вирішення аналітичних і конструктивних географічних задач, уроків, навчально-дослідницьких робіт, екскурсій, віртуальних експедицій і подорожей. Вчитель аналізує певну педагогічну ситуацію, а учні шукають засоби її вирішення, виробляють критерії і показники її оцінки. І все це залежить від рівня професійного потенціалу вчителя так як саме він має бачити і розуміти потребу кожного учня в інтенсивному навчанні географії, ставити і вирішувати нестандартні питання. Актуальними сьогодні є також нові інформаційні технології навчання, які включають програмоване навчання, експертні системи, мультимедіа, імітаційне навчання та технології евристичного навчання (модифіковані евристичні уроки-лекції, пошукові, з груповою і індивідуальною роботою уроки, евристичне занурення, творчий тиждень на географічну тематику, евристична олімпіада тощо).

Отже, формування професійного потенціалу вчителя географії на основі сприйняття сучасних інновацій має суттєве практичне значення, адже навчальні заклади нового типу, кожен з яких має право працювати за авторськими програмами, потребують вчителів з високим рівнем знань, зі сформованим характером, акторськими і організаторськими вміннями, інноваційним мисленням, здатних оцінювати, розпізнавати кожну ситуацію і досягати успіху.

Список використаних джерел:

- 1.Алексюк А.М. Педагогіка вищої школи: Курс лекцій: модульне навчання / А. М. Алексюк – К. : Вища школа , 1998. – 367 с.
- 2.Коберник О. М. Освітні технології: навч. посібн. / О. М. Коберник, О. В. Бялик – Умань: ПП Жовтий О. О – 2012. – 268 с.
- 3.Освітні технології: Навч.-метод. посібник / За заг. ред. О. М. Пехоти. – К. : А.С.К., 2002. – 255 с.
- 4.Пометун О. Інтерактивні технології навчання: теорія, практика, досвід: метод. посібник \ О. Пометун О., Л. Пироженко – К. : АПН., 2002. – 136 с.
- 5.Семиченко В. А. Функціональний склад діяльності педагога – важлива передумова гуманізації навчання // Професійна освіта: теорія і практика. Науково-практичний журнал / В. А. Семиченко – № 1-2 (15-16) 2002. – Харків. – С. 159-167.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ЕФЕКТИВНОГО ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Метою підвищення кваліфікації фахівців сфери туризму є задоволення їхніх індивідуальних потреб у особистісному та професійному зростанні, а також забезпечення потреб держави у кваліфікованих кадрах високого рівня професіоналізму та культури, здатних компетентно та відповідально виконувати професійні функції, впроваджувати у виробництво новітні технології, сприяти подальшому соціально-економічному розвитку галузі.

Розв'язання проблеми підвищення кваліфікації фахівців сфери туризму потребує пошуку нових шляхів до організації навчального процесу й обґрунтування організаційно-педагогічних умов його ефективності.

Особливості професійної підготовки майбутніх фахівців для сфери туризму охарактеризовано в працях В. Зоріна, В. Квартальнова, Л. Кнодель, А. Коноха, О. Король, В. Лозовецької, Л. Сакун, Л. Поважної, В. Федорченка, Н. Фоменко, О. Фоміної, Н. Хмілярчук та ін.

Основними завданнями сучасної професійної освіти в галузі туризму можна вважати:

- 1) забезпечення фундаментальної наукової, професійної і практичної підготовки у сфері туристської діяльності;
- 2) здобуття студентами знань і вмінь освітньо-кваліфікаційних рівнів відповідно до їх покликання, інтересів і здібностей;
- 3) удосконалення наукової і професійної підготовки кадрів для сфери туризму [3].

Існує три аспекти підготовки фахівців, що важливі для будь-якої сфери туризму. А саме:

1. Фундаментальне навчання (знання), яке відповідає за отримання знань згідно навчальному плану спеціальності;
2. Технічне навчання (знання як робити), яке відточує майстерність і розробляє навички, необхідні для даної спеціалізації;
3. Особисті здібності (знати як бути і як себе поводити), що відображають особисті якості фахівця [2].

У сучасній дидактиці методи навчання розглядаються разом з організаційними формами і засобами, що створює багатомірні дидактичні моделі. В реальних умовах педагогічного процесу методи його здійснення виступають в складній і суперечливій єдності. Вибір методів навчання залежить від мети, змісту і вікових особливостей тих, хто навчається. Оскільки їхній ступінь самостійності є одним з найважливіших критеріїв вибору методів навчання, то активізація самостійної навчально-пізнавальної діяльності фахівців сфери туризму на основі використання різних методів навчання є ще однією організаційно-педагогічною умовою ефективного підвищення кваліфікації фахівців сфери туризму. Тільки такий шлях веде до справжнього розвитку мислення і призводить до формування розумових здібностей людини, яка може не тільки діяти за готовими шаблонами, а й активно шукати і знаходити нове, підвищуючи рівень своєї кваліфікації.

Формування культури професійного спілкування, як обов'язкової професійної складової фахівців сфери туризму, є важливою організаційно-педагогічною умовою ефективного підвищення кваліфікації. У процесі дослідної роботи встановлено, що культура професійного спілкування фахівця сфери туризму включає такі елементи: комунікативний (культура мовлення та слухання); інтерактивний (уміння будувати відносини з будь-яким партнером, домагатися ефективної взаємодії на основі спільних інтересів); перцептивний (уміння об'єктивно сприймати і правильно розуміти партнера по спілкуванню).

Аналіз теорії і практики фахової підготовки фахівців сфери туризму, котрі безпосередньо спілкуються з клієнтами, дозволив нам визначити перелік комунікативних умінь, якими повинен володіти фахівець індустрії туризму в

процесі розв'язання сучасних професійних завдань До них належать: уміння «читати» невербальні виразні рухи співрозмовника, за особливостями міміки розпізнавати його емоційний стан, мотиви поведінки і наміри; за зовнішністю визначати тип особистості, особливості темпераменту і характеру, інтелектуальний і культурний рівень; обирати найбільш доцільний стиль спілкування; попереджати і розв'язувати міжособистісні конфлікти, обирати оптимальну стратегію поведінки у конфліктній ситуації; впливати на співрозмовників, наполягати на своєму; знаходити емоційний контакт, налагоджувати відносини взаємної довіри і симпатії, виявляти доброзичливість і тактовність у стосунках з людьми.

Грибова Л. В. пропонує при вивченні наявних у педагогічній теорії та практиці надбань використовувати організаційно-методичну модель ефективного підвищення кваліфікації фахівців сфери туризму (рис.1). Модель передбачає підвищення кваліфікації фахівців сфери туризму у три взаємопов'язані етапи: мотиваційно-організаційний; когнітивно-процесуальний; результативно-рефлексивний [1].

Отже, поетапне підвищення кваліфікації фахівців сфери туризму у навчальному процесі здійснюватиметься у процесі викладання нормативних дисциплін, які вивчаються на курсах підвищення кваліфікації, а також під час практичних занять в умовах навчальних лабораторій, занять в умовах реального виробництва.

Список використаних джерел:

1. Грибова Л. В. Організаційно-методичні засади підвищення кваліфікації фахівців сфери туризму.-Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.google.com.ua/search?q=83&aqs=chrome..69i57.26305j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
2. Лук'янова Л. Г. Освіта в туризмі: [навч.-метод. посіб. для студ. вищих навч. закл.] / Л.Г. Лук'янова. – К. : Вид-во «Вища школа», 2008. – 719 с.
3. Сакур Л. В. Теорія і практика підготовки фахівців сфери туризму в розвинутих країнах світу: [монографія] / Л.В. Сакур. – К. : «МАУП», 2004. – 399 с.

Ліба Н.С.
Марценюк М. О.
Мукачівський державний університет
м. Мукачево
msu.oblik@gmail.com

ПСИХОЛОГО - ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ТУРИЗМУ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ

Модернізація системи освіти в Україні викликана процесами глобалізації, інтернаціоналізації світового господарства, інтеграції європейської спільноти, соціально-економічними та політичними змінами. Інтенсифікація життєдіяльності, нові соціально-економічні умови, динаміка змін на ринку праці спонукають до розробки, створення і впровадження в практику перспективних моделей підготовки конкурентоспроможних фахівців, здатних забезпечувати поступальний розвиток суспільства, усіх галузей господарства і культури.

Зміст соціального досвіду і культури ще не визначає конкретного змісту освіти у навчальних закладах туристського спрямування. В змісті соціального досвіду та культури необхідно відкрити джерела, що формують зміст туристської освіти. Вони визначають принципи відбору матеріалу, побудови і конструювання його у відповідну структуру. Такими є теорія і практика туристичної галузі, виробництво матеріальних і духовних благ, досвід туризму, духовні цінності, форми суспільної свідомості, основні види туристської діяльності, до яких належать: проектувальна, організаційна, управлінська, виконавська. Формування змісту навчального матеріалу здійснюється з урахуванням викладених вище положень. Відповідно до цих положень зміст соціального досвіду потребує філософсько-методологічного, педагогічного осмислення і відбирається з позицій його цінності доцільність та забезпечення потреб для активної участі випускників туристських закладів у житті, у туристській діяльності, для забезпечення завдань розвитку їх особистісних якостей. Відбір змісту туристської освіти визначається потребами суспільства в

освічених та компетентних фахівців сфери туризму. При цьому враховуються реальні можливості процесу навчання, виховання і розвитку; оптимальні можливості претендентів на навчання, а також потреби особистості в освіті. У формуванні змісту освіти винятково важливе значення має врахування потреб і вимог до особистісного розвитку фахівця сфери туризму, його здібностей, обдаровань, інтересів. З цією метою у змісті туристської освіти передбачено вивчення, поряд з обов'язковими, дисципліни для вільного вибору [1; 2].

Детермінантами структури змісту туристської освіти виступають ряд закономірностей.

Першою групою закономірностей є поділ туристського й особистого досвіду, виконання різних видів діяльності, залежно від їх загальності (види діяльності, що виконуються всіма людьми і види спеціальної туристської діяльності). Звідси – поділ змісту освіти на такі складові: гуманітарну та соціально-економічну, природничо-наукову та професійну (прогностичну).

Друга детермінанта – це сукупність закономірностей, що визначають послідовність ланок неперервної туристської освіти. Цю детермінанту ще називають ступневістю освіти (дошкільна підготовка; початкова і основна школа – школяр ((туристський ліцей, старша школа – ліцеїст; професійні навчальні заклади – туристська професійна; вищі навчальні заклади I-IV рівня акредитації молодший спеціаліст, бакалавр, магістр, післядипломна освіта).

Третя детермінанта – це сукупність закономірностей, що визначають необхідність поділу туристської освіти на теоретичну і практичну. Окреслення цієї детермінанти пов'язано з особливостями теоретичної і практичної діяльності фахівців сфери туризму, необхідністю формування у них відповідних якостей.

Четверта детермінанта пов'язана з поділом досвіду і якості особистості та доцільної рівності, залежно від міри прояву творчості. З цими закономірностями пов'язаний розподіл компонентів змісту освіти, що спрямовуються на формування творчих, лідерських якостей особистості, уміння діяти самостійно в різних умовах професійної діяльності.

П'ята детермінанта відображає специфіку індивідуального розвитку особистості і пов'язана з особистісно-орієнтованою освітньою діяльністю фахівця сфери туризму.

Шоста детермінанта – самовдосконалення особистості в освітньому процесі. Ця закономірність відображає свідоме прагнення особистості виробити духовно-моральні, вольові, психологічні та фізичні якості шляхом самовиховання та самоосвіти в умовах загального та туристського соціуму.

Особливістю зазначених детермінант структури змісту туристської освіти є те, що вони визначають загальні підходи, проявляються на всіх ієрархічних рівнях [3, с. 195-196].

Професійна туристська освіта пов'язана партнерськими відносинами з основною вищою освітою, загальноосвітньою і професійною підготовкою, інституціональними системами екології і охорони навколишнього середовища, соціальною зайнятістю, економічним розвитком і суспільним захистом, а також із засобами масової інформації.

Список використаних джерел:

1. Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України; головний ред. В. Г. Кремень. — К. : Юрінком Інтер, 2008. — 1040 с.
2. Формування професійної компетентності фахівця сфери послуг і туризму: навчально-методичний посібник / [В.Т. Лозовецька, Л.Б. Лук'янова, Л.В. Козак та ін.] : за заг. ред. В.Т. Лозовецької – К. : 2010. – 382 с.
3. Федорченко В.К. Теоретичні та методологічні засади підготовки фахівців для сфери туризму. – К.: Вид. дім „Слово”, 2004. – 278 с.
4. Закон України про освіту. Режим доступу: <https://ru.osvita.ua/legislation/law/2231/>.

Медвідь Л.І.

me_lar@ukr.net

Гецовський Р.Г.

r.gertsovskiy@gmail.com

Мукачівський державний університет

м. Мукачево

РЕЛІГІЙНІ ОБ'ЄКТИ УКРАЇНИ В ТАБЛИЦЯХ БЛОКА

Головними вимогами до сучасної підготовки фахівців туристичної сфери, крім професійних знань, вмінь та навичок є професійна мобільність. У зв'язку з цим акценти вивчення окремих дисциплін повністю залежить від пізнавальної активності самого студента, його сприйняття, пам'яті та особистісного потенціалу, застосування репродуктивних або активних методів навчання.

В сучасних умовах в навчальному процесі при теоретичному навчанні і у практичній діяльності успішно використовуються ділові ігри, тренінги, тести.

Одним із способів ознайомлення з культурно–історичною спадщиною, духовним надбанням України та її регіонів є релігійний туризм, який дозволяє популяризувати знання про культові споруди та пам'ятники, релігійні святині, сакральні місця та особливості архітектури храмового будівництва. Креативним наповненням аудиторного і поза аудиторного навчання має поживати та забезпечити активне застосування освітніх технологій.

Одним із методів психолого-педагогічних технологій вивчення об'єктів релігійного туризму є таблиці Блока.

Таблиця Блока – випадково розташовані числа (або інші об'єкти) для тренування швидкого їх знаходження за порядком. Їх застосування пов'язано із дослідження та розвитком психічного темпу сприйняття, швидкістю зорових орієнтовно-пошукових рухів та скороченням часу пошуку інформативних фрагментів текстів. Правила тренування на таблицях Блока полягають в наступному. Вказувати цифри-об'єкти необхідно у зростаючому порядку. На психологічних тренінгах цифри вказуються тільки поглядом, а час зчитування однієї таблиці не має перевищувати 25 сек. Перед початком роботи з таблицею

погляд фіксується в її центрі. При послідовному пошуку цифр-об'єктів дозволяється фіксація очей в центрі таблиці, а горизонтальних рухів очей бажано уникати. Відстань від таблиці до очей має бути такою ж, як і при читанні звичайного тексту – 25-30 см. При реалізації тренінгу треба уникати перевтоми. При роботі з таблицями Блока слід пам'ятати про те, що тренування не є самоціллю, головне – розширення поля зору.

Аналіз релігійних об'єктів за регіонами України дав можливість виділити та з них, які є різнорідними, значущими, контрастними (рис.1).



Рис. 1. Релігійні об'єкти України в таблиці Блока [2]

Пояснення до рис. 1.

1. Церква Святого Духа (м. Рогатин Івано-Франківська область);
2. Вірменська церква (м. Чернівці);
3. Троїцький собор (м. Новомосковськ Дніпропетровська область);
4. Собор Бориса й Гліба (м. Чернігів);
5. Свято-Троїцький кафедральний собор (м. Луцьк);
6. Єврейська синагога (Меджибожі, Хмельницька область);
7. Свято-Успенська Святогірська лавра (м. Святогірськ, Донецька область);
8. Патріарший Свято-Володимирський кафедральний собор Української Православної Церкви Київського патріархату (м. Київ);
9. Стефанівська церква (м. Рівне);
10. Церква Різдва Пресвятої Богородиці (Закарпатська область, Міжгірський район, с. Пилипець);
11. Храм Білий Лотос (Буддиський храм, м. Черкаси)
12. Синагога, Шаргород (Вінницька область м. Шаргород);
13. Свято-Успенська Почаївська лавра (Тернопільська область, м. Почаїв);
14. Храм Святого Андрія (м. Львів);
15. Троїцький собор (м. Суми);
16. Хоральна синагога (м. Кропивницький);
17. Благовіщенський собор (м. Харків);
18. Спасо-Преображенський Мгарський монастир (м. Лубни Полтавська область);
19. Іллінська церква (с. Тернівка, Запоріжська область);
20. Костел Святого Йосипа (м. Миколаїв);
21. Свято Пантелеймонівський чоловічий монастир (м. Одеса);
22. Греко-Софійська церква (м. Херсон);
23. Покровська церква (м. Фастів, Київська область);
24. Церква Святого Миколая (Закарпатська область, Рахівський район, с. Середнє Водяне);
25. Антонієві печери (м. Чернігів).

Отже, закладені в таблиці Блока принципи є універсальними, тому їх можна застосовувати на тренінгах різного змістового предметно-об'єктного наповнення [1]. Принципова адаптація таблиці Блока щодо вивчення релігійних об'єктів України полягає у: самостійному пошуку зображень певної групи; проведення самостійної класифікації, групування, ранжування об'єктів; набуття навичок компонування, редагування, ранжування, виявлення нових об'єктів; тощо.

Список використаних джерел

1. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №67838. Україна. Наукова стаття «Застосування таблиць Шульте при вивченні географічних та історичних дисциплін» / Бейдик О. О. (Україна). – 15.09.2016.
2. Пам'ятки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ua.igotoworld.com/ua/poi_catalog/6-1-attractions-ukraine.htm

УДК 332.024.3

Стрікаленко Т. В.

*Одеська національна академія харчових технологій,
м. Одеса
alpha_water@ukr.net*

ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ: ПРІОРИТЕТИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Актуальність розвитку в нашій країні лікувально-оздоровчого туризму визначена вже назвою документу, що визначає стратегії розвитку туризму в Україні [1]. Адже саме сфера туризму та курортів є у світі однією з пріоритетних напрямків тому, що впливає на тенденції розвитку світової економіки, що вона пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей тощо. Зазвичай, констатуючи ці факти, відзначають переважно значення туризму та курортів з огляду на конкретні економічні показники (інноваційна діяльність, диверсифікація національних економік, екологічно безпечне довкілля та навіть реалізація зовнішньої політики держави тощо), проте значно менше уваги

приділяють підвищенню рівня здоров'я туристів та підготовці кваліфікованих кадрів, здатних забезпечити ефективну діяльність галузей сфери туризму і курортів.

Лікувально-оздоровчий туризм (ЛОТ) розглядає організацію роботи санаторно-курортних закладів з позиції організації технології подорожей. Основою формування туристичного продукту у цій сфері є лікувальні чи оздоровчі технології, що покращують якість життя. Соціальне значення ЛОТ полягає у створенні вагової складової охорони здоров'я у зв'язку із створенням блоку «відпочинок» (для здорових, ослаблених і хворих людей) і підвищенням рентабельності санаторно-курортної галузі через впровадження в її роботу туристичного бізнесу і технологій управління якістю обслуговування. Для цього вкрай недостатньо лише вишукування недоліків та недопрацювань санаторіїв/курортів [2, 3]. Слід розробляти для організації роботи санаторіїв принципово нові підходи, що ґрунтуються на нових засобах господарювання та максимального задоволення потреб споживачів послуг у відпочинку під час подорожей. Не менш важливою складовою такої роботи є формування відповідного світогляду та знань у майбутніх фахівців туристичної галузі – тоді, коли формуються професійне мислення та навички професійної майстерності [4]. Деякий аналіз роботи, що виконується в ОНАХТ (навчальний предмет «Лікувально-оздоровчий туризм та курортна справа») у цьому напрямку, був метою нашого повідомлення.

Приріст створюваних цінностей у сучасній економіці відбувається за рахунок підвищення продуктивності та застосування знань на практиці, використання інноваційних технологій тощо, проте аналіз теорій управління дозволяє зауважити, що більшість з них націлені, переважно, на одночасне поліпшення всіх процесів [5]. Тобто можливість досягнення максимального ефекту лише за умови роботи в оптимальному режимі всіх процесів в організації (санаторно-курортному закладі). Проте, жодна організація не є простим набором процесів чи елементів – вони взаємозалежні і взаємовпливові усередині системи (організації/ї/). Саме цей постулат є базовим у Теорії

обмежень системи (ТОС) Еллі Голдратта [6]. А всі складові системи пов'язані між собою причинно-наслідковими зв'язками: від того, наскільки кваліфіковано в системі організацій збудовано взаємодію елементів, залежить її майбутнє. Ніяке покращення існуючих процесів/елементів не приведе до помітного поліпшення, якщо зусилля не будуть спрямовані на зміцнення найслабшого елемента. Тобто, серед безлічі елементів чи процесів системи, які можуть бути оптимізовані, є лише декілька, що повинні бути покращені для реальної оптимізації роботи всієї системи [6, 7]. А тому слід, в першу чергу, визначити обмеження системи, далі – знайти шляхи його максимального використання та підпорядкувати всі інші елементи системи прийнятому рішенню.

Наш досвід дозволяє вважати, що суттєвим обмеженням системи надання послуг санаторно-курортного оздоровлення є різне сприйняття цінності цього продукту клієнтом (туристом, відпочиваючим) та його виробником (санаторно-курортним закладом). Тобто саме це є ключовим обмеженням успішності закладу і, відповідно, можливостей його включення до ЛОТ. Тому пошуки шляхів збільшення сприйняття клієнтом цінності послуг санаторно-курортного оздоровлення і є пошуками реального покращення роботи закладу. Чим більшу кількість проблем клієнта/туриста/відпочиваючого вирішує послуга, що її надає санаторно-курортний заклад, тим більшою буде сприйняття цінності послуги, тим більше вигоди отримає клієнт, а тому питання щодо невідповідності послуги та її ціни навіть не виникне.

Про успішність такого підходу (ТОС) до реального покращення роботи санаторно-курортних закладів та їх взаємодії з організацією туристичних послуг свідчать Програми санаторно-курортної профілактики, відновлювального лікування та медичної реабілітації – обговорення їх змісту викладено в [8]. Важливо зазначити, що такі Програми, створені з урахуванням особливостей курорту та його природних лікувальних ресурсів, рівня сприятливості їх екологічного благополуччя та інфраструктурної забезпеченості, а також можливостей залучення культурних, історичних та

пізнавальних заходів, місцевого колориту тощо, практично неможливо відтворити в іншому місці, а тому вони є, безумовно, унікальними, що також додає певну ціну до їх цінності.

При вивченні курсу «Лікувально-оздоровчий туризм і курортна справа» студентів знайомлять з основними положеннями ТОС - теорії обмежень Е. Голдратта, що сприяє поглибленому розумінню запитів потенційних туристів (тобто їх вимог до очікуваних цінностей санаторно-курортного оздоровлення) та проблем стратегії розвитку індустрії лікувально-оздоровчого туризму, а тому видається важливим для їх подальшої успішної практичної діяльності. Одночасно, цей підхід, на наш погляд, може бути вагомим чинником перспектив розвитку та взаємодії установ санаторно-курортної галузі та туризму (сфери обслуговування)

Список використаних джерел

1. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2020 року. / Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р.
2. Лебедева В. В. Стратегія розвитку підприємств санаторно-курортного комплексу./Автореф дис.....канд. екон. н. – Одеса, 2011.
3. Туризм – рушій соціально-економічного розвитку України (2011—2013р.р) // Мат-ли XIII міжнар. економ. форуму. – Трускавець, 2013 р.
4. Андрианова И. А. Развитие профессиональных интересов студентов туристского ВУЗа в сфере гостеприимства / И. А. Андрианова // [Текст] – Автореф. дисс..... канд. пед. наук – М.: РМАТ, 2009.
5. Гаман П. І. Менеджмент як теорія і практика для керівника санаторно-курортного закладу // Економіка та держава. – 2007, № 9. – С. 56-59.
6. Голдратт Е. М. Цель-2. Дело не в везении / М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 280с.
7. Коуэн О., Федурко Е. Основы теории ограничений / Таллинн: ТОС Strategic Solutions, 2012. – 332 с.
8. Стрікаленко Т.В. Сучасні тенденції та перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні. / Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: Мат-ли VI міжнар. науково-практ. конф. – Черкаси: ЧДТУ, 2015. – С. 16-19.

Щербан Т. Д.

*доктор психологічних наук, професор
Мукачівський державний університет*

м. Мукачево

t.scherban@mail.msu.edu.ua

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ МОЛОДОГО СПЕЦІАЛІСТА У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Самореалізація будь-якого випускника вузу супроводжується реконструкцією професійно ціннісних орієнтацій особистості, виробленням необхідних умінь, навичок, способів діяльності, розвитком мотивації, нагромадженням власного досвіду практичної діяльності. Проблему самореалізації молодих спеціалістів доцільно розглядати крізь призму внутрішніх протиріч етапу адаптації професійної діяльності, сутність якої полягає в тому, що індивід перебравши на себе професійну роль, лише розпочинає освоєння функціонального змісту професійної діяльності. Набутий у навчальному закладі теоретичний потенціал молодого фахівця має бути реалізованим у практичній діяльності.

Проблема професійного самореалізації молодого фахівця вивчалася у рамках: загально психологічної теорії діяльності (П.Я. Гальперін, Г. С. Костюк, О.М. Леонт'єв, С.Д. Максименко та ін.); соціальної перцепції (Н.Б. Ковальова, Ю.І. Лобанова, С.Д. Максименко, С.М. Маслов, М.В. Савчин, Т.С. Яценко та ін.); міжособистого спілкування (Л.А. Петровська та ін.); творчого аспекту (В.О. Моляко та ін.); здатності особистості не тільки адаптуватися, але й творчо змінювати своє оточення, реалізуюючи в діях власні цінності та смисли (Л.М. Карамушка, А.Б. Коваленко, Н.Л. Коломинський та ін.); принципу між групової взаємодії у групах соціально-психологічного тренінгу (О.Ф. Бондаренко, Л.А. Петровська, Т.С. Яценко та ін.). Про те, у жодному із наведених вище підходів проблема професійної самореалізації саме молодого спеціаліста у сфері туризму не виокремлювалася в якості предмета спеціального дослідження.

Отже, мета дослідження – виокремити деякі психологічні особливості процесу самореалізації молодого спеціаліста у сфері туризму.

Реальна професійна діяльність багато в чому відрізняється від навчання у вузі. Перш за все змінюється статус молодого фахівця. Зрозуміло, що потрібний деякий час для того, щоб молодий спеціаліст зміг практично освоїти свої нові функції. Професійній діяльності у сфері туризму притаманні такі характеристики, як конкретність, ситуативність, цілісність, що вимагає від особистості не лише оволодіння певними науково-теоретичними знаннями, але й використання останніх у практиці, творчого осмислення, трансформації у конструктивно-методичні схеми прийняття професійних рішень.

Нами проведено опитування з молодими спеціалістами, які працюють у сфері туризму та експертами даної (які мають стаж роботи більше 10 років): Аналізувалися ті труднощі, з якими зіштовхуються молоді спеціалісти під час первинного етапу професійної самореалізації. Передусім з допомогою нестандартизованого інтерв'ю з'ясувався характер та зміст таких труднощів. Одержана інформація була систематизована у вигляді спеціального опитувальника, який і був запропонований експериментальній групі молодих спеціалістів (75 чоловік). Перед ними було поставлено завдання проранжувати по значущості виділені труднощі. Обробка результатів передбачала визначення середнього арифметичного рангу кожної труднощі та визначення показнику її значимості у педагогічній діяльності початківців. Відмітимо, що різниця між середніми арифметичними рангами виділених труднощів носить статистично значущий характер. При порівнянні рангів першого і шостого місця критерій достовірності різниці по Ст'юденту складає 10,04. Навіть між показниками окремих місць різниця статистично достовірна (приміром, між показниками першого і другого місця критерій Ст'юдента складає 2,62, що відповідає рівню значущості 0,01).

Аналіз одержаних даних дозволяє відмітити наступне. У процесі професійної самореалізації молоді спеціалісти у сфері туризму зіштовхуються з серйозними проблемами зовнішнього, предметного характеру і труднощами,

зумовленими особистісними, психологічними причинами. Виокремлені труднощі, зумовлені невмінням використовувати теоретичні знання професійній діяльності, тому професійні функції багатьма з них здійснюються на емпіричному рівні.

Відповідно до сутності етапу професійного становлення можна вважати, що провідною психологічною тенденцією особистості, що практично оволодіває професією у сфері туризму, є тенденція до самоутвердження у системі нових для себе стосунків. Зовнішнє протиріччя цього етапу (між підготовкою, одержаною у вузі, попередніми уявленнями про працю, соціальними і соціально-психологічними сподіваннями та реальними вимогами, конкретними умовами професійної діяльності, повсякденною практикою) проявляється на особистісному рівні як суперечність між новим статусом та його усвідомленням початківцями.

Список використаних джерел:

1. Балл Г.А. Теория учебных задач: Психолого-педагогический аспект. -М.: Педагогика. 1990,-184 с.; 2. Щербан Т.Д. Дослідження відповідальності в системі профвідбору/ Т. Д. Щербан// Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С.Костюка НАПН України. - Київ, 2015.- Випуск 21, Том XII : Психологія творчості. - С.329-340.; 3.Щербан Т.Д. Деякі проблеми професійної готовності/ Т. Д. Щербан, В. В. Гоблик// Особистість у соціальному, віковому та клінічному вимірі сучасного життя: збірник наукових статей. - Луцьк: Вежа-Друк, 2016.- С.22-27.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. РЕСУРСНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ.....	6
Гоблик В.В., Марушка В. Я. Перспективи розвитку етнічного туризму в містечкових поселеннях Закарпатської області.....	6
Заставецька Л. Б., Дударчук К.Д. Сучасні тенденції розвитку туризму в Тернопільській області.....	9
Медвідь Л.І., Масалович Р.Е. Соціально-етнічні передумови розвитку релігійного туризму в регіоні.....	13
Медвідь Л.І., Мовчан А.І. Організація гірськолижного туризму в Закарпатській області.....	17
Обриський С.В. Території «дикої природи» – важливий ресурс для розвитку природо орієнтованих видів туризму	20
Сивий М.Я. Про перспективи геотуризму в Тернопільському Подністер’ї.....	24
Сойма Ю.М. Ресурси лісового фонду та можливості їх залучення до рекреаційно-туристичної діяльності	28
Співак С.М. Статистичний аналіз динаміки розвитку санаторно-курортних та оздоровчих закладів Закарпатської області.....	32
СЕКЦІЯ 2. КРАЄЗНАВЧІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ТУРИЗМІ.....	36
Касинець О.В., Смочко Н.М. Краєзнавство і туризм у системі навчально-виховної роботи освітніх закладів.....	36
Лужанська Т.Ю., Мадій Р. Туристична привабливість території в контексті розробки нових туристичних маршрутів.....	40
Матвійчук Л.Ю., Деркач В.Ю. Програмний панорамний путівник західного регіону України.....	44
Могілевська Є.Д., Попович С.І. Сучасний стан розвитку туризму у Сумській області.....	48
СЕКЦІЯ 3. ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНУ.....	51
Карпенко Ю.В., Дробиш Л.В. Основні аспекти розвитку інституту публічно-приватного партнерства в Україні.....	51
СЕКЦІЯ 4. ТУРИЗМ І ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА: ПРІОРИТЕТИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ.....	55
Білак Г.Г., Фединець О.Р. Функціонування готельно-ресторанних комплексів у кризових умовах.....	55
Бляшин Н.Я., Маслиган О. О. Історичний генезис велнес туризму.....	58
Галасюк С.С. Динаміка розвитку підприємств готельного господарства України.....	60
Гоблик-Маркович Н.М., Ільтьо Т.І. Покращення привабливості закарпатської області шляхом розвитку сфери гостинності.....	64
Головко О.М., Молнар-Бабіля Д.І. Аналіз особливостей оснащення	

устаткуванням підприємств сфери послуг (туризму й готельно-ресторанного господарства).....	67
Гурова Д.Д., Соколова О.І. Сучасний стан розвитку туристських регіонів світу.....	71
Журавльова С.М., Деревцова Д.В. Можливості використання закордонного досвіду в процесі підготовки фахівців готельного господарства в Україні.....	74
Кампов Н.С. Порівняльна характеристика найбільш відвідуваних замків Закарпаття.....	78
Крафта В.І., Соскіда І.М. Гірські території: досвід ЄС у соціально-економічному розвитку.....	82
Лендел О.Д. Напрямки розвитку ринку туристичних послуг регіону.....	85
Лепкий М.І., Кампо І.О. Вплив віртуального туризму на розвиток інформаційних технологій.....	89
Лужанська Т.Ю., Михайлович Л. Проблеми та перспективи розвитку транспортного обслуговування туристів.....	93
Мальська М.П., Кізіма В.Л. Пріоритети та напрями розвитку туризму і готельно-ресторанної справи.....	97
Маслиган Р.М. Бойові мистецтва як основа розвитку спортивного туризму Японії та Китаю.....	101
Махлинець С.С. Сучасні підходи до визначення поняття туризму для людей з обмеженими можливостями.....	105
Мілашовська О.І., Гусар С. Формування стратегії розвитку туристичних регіонів.....	109
П'ятка Н.С., Ткачук Л. Проблеми та перспективи розвитку туризму на Закарпатті.....	113
П'ятка Н.С., Томинець Г. Перспективи розвитку міжнародного туризму в Карпатському регіоні.....	117
Папп В.В., Зеленська Л. В. Особливості територіальної організації сільського зеленого туризму карпатського туристичного регіону.....	120
Папп В.В., Ольшаківська Г. В. Роль інтернет-проектів у діяльності суб'єктів туристичного ринку.....	123
Перегінець Н.С., Юрас Ю.І. Аналіз розвитку та напрямів оптимізації лікувально-оздоровчого туризму (на прикладі Карпатського регіону).....	127
Рубіш М.А., Чорій М.В. Управління витратами ресторанного господарства: шляхи їх оптимізації та резерви економії.....	131
Фодор Д.Д., Товт А.А. Санаторно-курортний потенціал Північно-західного туристичного субрегіону Закарпаття.....	135
Шітікова Т. Іноземний досвід дослідження привабливості туристичної індустрії.....	138
СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА СУЧАСНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО ТА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ.....	143
Білак Г.Г. Напрями підвищення ролі міжнародного менеджменту у розв'язанні сучасних проблем туристичних послуг регіону.....	143
Будкевич Г.В., Кампов Н.С. Характеристика специфіки формування культури	

бойових мистецтв Японії.....	146
Глагола К., Касинець О.В. Базова стратегічна модель розвитку спортивного туризму Фучжань.....	150
Лужанська Т.Ю., Довгінка М. Синергетичний ефект в туризмі.....	154
Маслиган О.О., Кампов Н.С. Характеристика стратегічних моделей розвитку кластерів спортивного туризму Ейтаро Норо.....	158
Махлинець А.С., Махлинець С.С. Зарубіжний досвід сегментної поляризації туристичної послуги.....	161
Машіка Г.В. Аналіз тенденцій розвитку трудового туристичного потенціалу Карпатського регіону.....	165
Машіка Г.В., Мар'ян Д.І. SWOT-аналіз розвитку регіонального туризму Виноградівського та Мукачівського районів.....	168
Машіка Г.В., Попович М.М. Проект як один із важливих напрямків співпраці Закарпатської області з граничними областями ЄС в галузі туризму.....	172
Моргун А.В. Комунікативний характер професійно-практичної підготовки фахівців сфери туризму.....	176
Папп В.В., Бошота Н.В. Інвестиційна привабливість підприємств сфери туризму.....	179
Романова А.А. Китайські туристи як пріоритетні споживачі вітчизняного турпродукту.....	183
Токар Я.І., Дем'ян Я.Ю. Переваги використання зеленого туризму в Закарпатській області.....	186
Фегир Х.Р., Маслиган О.О. Моделі залучення туристів у кластери спортивного туризму Китаю.....	189
СЕКЦІЯ 6. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ.....	191
Браславська О.В. Професійний потенціал вчителя географії: здатність до інновацій.....	191
Ліба Н.С., Вибер Е.Ф. Організаційно-педагогічні умови ефективного підвищення кваліфікації фахівців сфери туризму	194
Ліба Н.С., Марценюк М. О. Психолого-педагогічні аспекти підготовки фахівців туризму у вищих навчальних закладах України.....	197
Медвідь Л.І., Герцовський Р.Г. Релігійні об'єкти в таблицях Блока.....	200
Стрікаленко Т.В. Лікувально-оздоровчий туризм: пріоритети і перспективи розвитку.....	203
Щербан Т. Д. Психологічні особливості самореалізації молодого спеціаліста у сфері туризму.....	207

Наукове видання

**ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ:
НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА**

24 квітня 2018 р.

**Збірник тез доповідей за матеріалами
Всеукраїнської науково-практичної конференції**

Відповідальний за випуск: кандидат географічних наук, доцент Машіка Г.В.
Верстка: Мороз І.Ф.

Підписано до друку 31.05.2018 р. Формат 60x84 1/16
Папір офсет. Умовн. друк. аркушів – 9,39.

Видруковано у видавництві
Мукачівського державного університету

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до
Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої
продукції ДК № 4916 від 16.06.2015 р.

Адреса видавництва:
Мукачівський державний університет,
вул. Ужгородська, 26, м. Мукачево, Закарпатська обл., 89600.
тел./факс (03131) 2-11-09, 3-13-43