

**Міністерство освіти і науки України
Державний заклад
«Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка»
Інститут торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму
Кафедра туризму та готельного господарства**

ПЕРШИЙ КРОК У НАУКУ

*Збірник наукових праць
студентів та магістрантів*

Випуск № 3

**Луганськ
ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка»
2010**

УДК 338.48(08)
ББК 94.3+65.433я43
П27

П27 **Перший** крок у науку : зб. наук. праць студ. та
магістрантів. – Вип. 3. – Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені
Тараса Шевченка», 2010. – 131 с.

Відповідальний за випуск:

Щука Г. П.,
кандидат педагогічних наук, доцент
кафедри туризму та готельного господарства
Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму
Луганського національного університету
імені Тараса Шевченка

*Рекомендовано до друку на засіданні наукової комісії
Луганського національного університету
імені Тараса Шевченка
(протокол № 10 від 30 квітня 2010 року)*

© ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2010

ЗМІСТ

1. Барабаш О. І. Теоретична основа сутності туристичних ресурсів.....	5
2. Білоус І. С. Туристичні ресурси як важливі складові туристичного районування території України.....	11
3. Богатирьова Д. С. Підходи до бачення поняття „індустрія туризму” в науковій літературі.....	15
4. Вагал К. В. Служба прийому та розміщення в закладах розміщення різних типів.....	20
5. Галюта А. А. Характеристика туристичних ресурсів Попаснянського району Луганської області.....	23
6. Головко О. В. Туристичні ресурси як основа розвитку туризму Перевальського району Луганської області.....	27
7. Гречишкін Є. І. Туристичні об’єкти та їх вплив на розвиток регіонального туризму.....	31
8. Гулей А. А. Глобалізація в міжнародному туризмі.....	35
9. Дьякова І. О. Вдосконалення систем управління готельними підприємствами.....	40
10. Кикинєва Т. А. Анимация в санаторно-рекреационных комплексах.....	45
11. Коваленко Ю. О. Місце та роль екскурсійної послуги в туризмі.....	50
12. Короленко О. М. Рекреаційне використання природно-заповідного фонду Луганської області.....	54
13. Крамаренко Н. Л. Туристичні ресурси: їх поняття та класифікація.....	58
14. Мазейкіна Я. О. Організація харчування туристів.....	63
15. Морозова В. В. Умови розвитку екологічного туризму в Станично-Луганському районі.....	67
16. Охмат М. Ю. Структура системи управління персоналом у засобах розміщення.....	72
17. Склярєнко О. В. Аналіз розвитку туристичного ринку в Луганській області за 2008- 2009 роки.....	78
18. Субботіна Ю. В. Сучасний стан і перспективи розвитку готельного господарства на Україні.....	83
19. Стрижаченко С. О. Современное состояние и перспективы развития туризма в Лутугинском районе Луганской области.....	87
20. Сущенко Л. С. Проблематика визначення поняття гостинності та його складових.....	92
21. Фідійов Б. П. Храм Успіння Пресвятої Богородиці як об’єкт культурно-пізнавального туризму в Новопсковському районі Луганської області.....	97

22.	Фольгіна А. Ю. Готельний ланцюг як найвдаліша форма об'єднання в готельному господарстві.....	101
23.	Хаєцька І. Б. Місце анімаційних послуг в індустрії гостинності.....	107
24.	Хижняк Ю. І. Туристичний потенціал Старобільського району Луганської області.....	112
25.	Чуракова Я. Є. Перспективи створення природно-національного парку „Сіверсько-Донецький” на території Кремінського району Луганської області.....	116
26.	Шевченко О. В. Пріоритетні напрями розвитку туризму в Біловодському районі Луганської області.....	120
	Відомості про авторів та наукових керівників	126

Барабаш О. І.

ТЕОРЕТИЧНА ОСНОВА СУТНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ

Постановка проблеми. Рекреація і туризм мають яскраво виявлену ресурсну орієнтацію, що визиває потужні потоки рекреантів до місць концентрації ресурсів і нерідко визначає характер територіальної організації рекреаційних районів, розміщення туристичних центрів і спеціалізацію національного та регіонального туристичних продуктів країни. Володіння просторово скоординованою інформацією про туристичні ресурси забезпечує раціональний вибір сфери їх застосування в туристичному бізнесі, програмне наповнення турів, що розробляються та обґрунтування ефективних форм і методів туристичного ресурсовикористання.

На даному етапі розвитку туризму науковці та вчені не можуть дійти згоди щодо таких елементарних понять як «туристичні ресурси», «рекреаційні ресурси», «туристично-рекреаційні ресурси», і тому невизначеність понятійного апарату не дає змогу правильно систематизувати, а потім і раціонально використовувати ресурсну базу туристичної сфери.

Аналіз останніх досліджень. Особлива увага приділяється вивченню туристичних ресурсів в працях О.О.Бейдика, О.О.Любіцевої, Є.В.Панкової, В.І.Стафійчука, П.О.Масляк, В.І.Мацоли, Д.В.Ніколаєнко, В.К.Федорченко та ін. Розробкою класифікацій туристичних ресурсів займалися вітчизняні науковці Н.В.Фоменко, І.М.Яковенко, Ф.Ю.Поклонський, Н.П.Крачило, С.О.Дітковська, Л.В.Мальцева. Велику популярність мають праці М.Труаси та П.Дефера. Актуальність проблеми підтверджується дослідженнями, проведеними в цьому напрямку вітчизняними і закордонними вченими і практичними працівниками.

Мета дослідження – розкрити теоретичну основу сутності туристичних ресурсів та дослідити представлені в науковій літературі їх класифікації, що дозволить систематизувати існуючі туристичні ресурси. Для її досягнення необхідно вирішити наступні завдання: 1) визначити сутність поняття туристичних ресурсів; 2) розглянути і проаналізувати найпопулярніші їх класифікації; 3) визначити сфери застосування результатів даного дослідження.

Викладення основного матеріалу. У науковій туристичній літературі термін «туристичні ресурси» тлумачиться по-різному. В рамках даної роботи проведимо огляд даного поняття, проаналізувавши і зіставивши точки зору різних фахівців на «туристичні ресурси», а також їх класифікацію.

Чинне законодавство України у Законі України «Про туризм» визначає туристичні ресурси як сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних і соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють всілякі потреби туриста [1].

По-іншому визначають туристичні ресурси автори словника-довідника «Екологія, здоров'є, курорти, туризм»: «Туристские ресурсы – природные, исторические, социально-культурные и другие объекты, стимулирующие туристов к путешествию, способные удовлетворить потребности в восстановлении и развитии физических, эмоциональных и интеллектуальных сил человека» [2, с. 218].

З точки зору рекреаційної географії до туристичних ресурсів відносять природні та антропогенні геосистеми, тіла і явища природи, артефакти (від лат. arte – мистецтво, factus – зроблений), що володіють комфортними властивостями і споживною вартістю для рекреаційної діяльності, які можуть бути використані для організації відпочинку й оздоровлення певного контингенту людей у фіксований час за допомогою певної технології і наявних матеріальних можливостей [3, с. 377].

Необхідно уточнити, що поняття туристичні ресурси й рекреаційні ресурси досить часто прирівнювалися і прирівнюються в наш час в силу того, що у СРСР туризм розглядався як різновид рекреації та один із видів активного відпочинку. Багато вчених говорячи про рекреаційні ресурси мають на увазі туристичні ресурси. Приведемо приклад ототожнення даних понять. Н.П.Крачило дає наступне визначення: «Під рекреаційними ресурсами слід розуміти поєднання компонентів природи, соціально-економічних умов і культурних цінностей, які виступають як умови задоволення рекреаційних потреб людини» [4, с. 78]. У Федеральному законі Росії «Об основах туристской деятельности в РФ» дається інше за формою, але схоже за сенсом поняття: «Туристские ресурсы – природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил» [4, с. 78].

На підставі цього і для спрощення сприйняття вищезгаданих ми пропонуємо ототожнювати терміни «рекреаційні ресурси», «туристично-рекреаційні ресурси» та «туристичні ресурси».

Проаналізувавши джерела ми прийшли до висновку, що найчастіше в науковій літературі вживається визначення туристичних ресурсів, запропоноване М.Б. Біржаковим. На його думку, туристичні ресурси – природно-кліматичні, соціокультурні, історичні, архітектурні й археологічні, наукові і промислові, видовищні, культові та інші об'єкти й явища, здатні задовольнити потреби людини в процесі і цілях туризму [5, с. 180].

Підводячи певний підсумок, можемо стверджувати, що вищевказані дефініції не суперечать, а в певній мірі доповнюють одна одну. Це надає нам змогу виділити характеристики туристичних ресурсів, притаманні усім поняттям: 1) туристичні ресурси – це обов’язково сукупність природних і антропогенних об’єктів та явищ; 2) туристичні ресурси дають змогу організувати туристичну діяльність і задовольнити потреби туриста.

В науковій літературі існує велика кількість різних класифікацій туристичних ресурсів. Це пов’язано з тим, що кожен науковець або вчений по-різному визначає сам термін «туристичні ресурси», і залежно від того, яким змістом він даний термін наповнює, здійснюється класифікація.

В першу чергу, більшість вітчизняних та російських науковців (О.О.Бейдик, І.М.Яковенко, О.Л.Драчева, Ю.В.Забаєв, Д.К.Ісмаєв та ін.) ділять туристичні ресурси за ознакою цільового призначення на дві великі групи: безпосередні і непрямі. До безпосередніх відносяться переважно природні і історико-культурні ресурси, що використовуються самими туристами і відпочиваючими (привабливість ландшафту, оздоровчі можливості місцевості, об’єкти пізнання і т. д.), до непрямих – соціально-економічні туристичні ресурси, що притягуються для освоєння і використання безпосередніх туристичних ресурсів; їх підрозділяють на матеріальні, технічні, фінансові, трудові та ін..

Інші вчені такі, як О.О.Любіцева, В.І.Стафійчук, Є.В.Панкова туристичні ресурси ділять за функціональною ознакою на: оздоровчі, пізнавальні і спортивні. Важливе значення при цьому має природно-естетична цінність території, яка підсилює або, навпаки, знижує функціональні якості. Пізнавальні властивості території обумовлені наявністю природних і соціально-культурних об’єктів (пам’ятників історії і культури, музеїв, національних особливостей і традицій населення, унікальних об’єктів природи, культури, промисловості й ін.) [4, с. 79].

Найбільш поширеними є класифікації, запропоновані польським економістом М.Труаси (M.Troisi) (1963 р.) і французьким економістом П.Дефером (P.Defert) (1972 р.).

В основі класифікації М.Труаси лежить поділ туристичних ресурсів за джерелом створення, тобто, на створені і нестворені працею людини. М.Труаси виділяє наступні три групи туристичних ресурсів.

1. Природні туристичні ресурси, визначені як «потенційний туристичний капітал», до яких відносяться клімат, повітря, пейзаж, моря, озера, річки, гори, ліси й ін. Особливістю природних ресурсів є те, що вони не відновлюються по мірі вживання або відновлюються десятиліттями або навіть століттями, наприклад ліси.

2. Туристичні ресурси, створені працею людини, тобто архітектурні споруди, пам’ятники, витвори мистецтва й ін.

3. «Додаткові» туристичні ресурси, створені працею людини для надання послуг, охоплюють інфраструктуру району і всі підприємства з прийому і обслуговуванню туристів. [3, с. 378].

На відміну від М.Труаси П.Дефер не відносить до туристичних ресурсів підприємства з прийому і обслуговуванню туристів. З його думкою згодні російські вчені доцент М.Е.Немоляєв і професор Л.Ф.Ходорков, що пропрацювали багато років у сфері іноземного туризму. Вони вважають, що підприємства з прийому і обслуговуванню туристів не можна відносити до туристичних ресурсів, оскільки «ці підприємства дозволяють використовувати туристичні ресурси, але самі по собі не можуть служити метою туристської подорожі» [3, с.378].

В основі класифікації П.Дефера лежить поділ туристичних ресурсів за характером використання компонентів навколишнього середовища. Він підрозділяє всі туристичні ресурси на чотири групи: гідром (всі стічні і проточні води), фітом (ліси, гори, національні парки), літом (пам'ятники архітектури і минулих цивілізацій, просте житло, що характеризує життя і побут людей; сучасні споруди), антропом (результати і види людської діяльності, промислові, сільськогосподарські підприємства, соціально-побутові об'єкти) [3, с. 379-380].

Український вчений Н.П.Крачило весь комплекс туристських ресурсів поділяє за предметною сутністю ресурсу на три групи: 1) природні: клімат, водні ресурси, мінеральні джерела і лікувальні грязі, рельєф, печери, рослинний і тваринний світ, природні пам'ятники і заповідники, живописні ландшафти, унікальні природні об'єкти та ін.; 2) культурно-історичні: музеї, виставки, театри, археологічні, історичні, архітектурні пам'ятники, етнографічні особливості, фольклор, центри прикладного мистецтва і т. д.; 3) соціально-економічні: економіко-географічне положення, транспортна доступність території, рівень її економічного розвитку, сучасна і перспективна територіальна організація, рівень забезпечення обслуговування населення, трудові ресурси, особливості населення, рівень розвитку транспортної мережі [4, с. 79].

Професор Ф.Ю.Поклонський визначає рекреаційні ресурси як сукупність компонентів природних комплексів і об'єктів історико-культурної спадщини, що формують гармонію цілісності ландшафту, пряме й опосередковане споживання яких сприятливо впливає, підтримує і відновлює фізичне і духовне здоров'я людини.

На думку професора, основними складовими природного потенціалу є рекреаційні ландшафти (лісові, приморські, гірські), оздоровчі ресурси (мінеральні води та лікувальні грязі) та території і об'єкти ПЗФ (біосферні заповідники, національні природні та регіональні ландшафтні парки, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва), які є основою розвитку курортів, створення рекреаційних зон відпочинку населення, організації системи туризму.

Соціально-побутові (антропогенні) рекреаційні ресурси – це будівлі, спорудження, комунікації, засоби зв'язку, комунальна інфраструктура, архітектурні, історичні, спортивні комплекси, інші об'єкти соціально-культурного призначення, що використовуються для рекреаційних потреб [6, с.103-104].

Доцільно розглянути ще одну класифікацію, сформульовану вченими кафедри туризму та готельного господарства Луганського національного університету імені Тараса Шевченка С.О.Дітковською, Л.В.Мальцевою. На нашу думку, вона є найбільш змістовною та конкретизованою. В основі класифікації лежить поділ туристичних ресурсів за джерелом створення.

Згідно з даною класифікацією туристичні ресурси поділяють на: 1) природні (кліматичні, гідрологічні, літолого-геоморфологічні, орографічні, біотичні, ландшафтні); 2) природно-антропогенні (природні (національні парки, заповідники, заказники, ботанічні сади, дендропарки), антропологічні (парки культури та відпочинку (в тому числі тематичні парки); 3) суспільно-історичні (історичні (пам'ятки історії та культури, пам'ятки мистецтва, техногенні споруди, містобудівні, місця, пов'язані з життям та діяльністю видатних людей, осередки традиційних культур різних народів), сучасні (містобудівні, техногенні споруди, пам'ятки мистецтва, подієві заходи, етнографічні особливості території); 4) інфраструктурні (життєзабезпечувальні (транспортне обслуговування, зв'язок, комунальне обслуговування, будівництво і експлуатація житла, роздрібна торгівля, громадське харчування, засоби розміщення та ін.) та соціокультурні (банківське обслуговування, медичні послуги, соціальне забезпечення, виробництво художньо-естетичних цінностей і культурних продуктів для відпочинку і розваг, кадрове забезпечення галузі).

Існує думка російських вчених М.Е.Немоляєва і Л.Ф.Ходоркова, що підприємства з прийому і розміщення туристів не можна віднести до туристичних ресурсів, так як «дані підприємства дозволяють використовувати туристські ресурси, але самі по собі не можуть служити метою туристської подорожі» [3, с. 378].

З даною точкою зору є всі підстави не погодитись. Приклад: готель Burj Al Arab 5* (ОАЕ) – це унікальна 321-метрова споруда, яка має форму вітрила та розташована на спеціально насипаному штучному острові або один з найекзотичніших ресторанів того ж готель, який знаходиться на дні моря на глибині 200 м. Відвідання або є проживання в такому готелі може стати метою подорожі статного туриста.

На нашу думку, на сучасному етапі розвитку туризму доцільно говорити про інфраструктурні ресурси як туристичні ресурси того чи іншого району. Варто згадати також, що в європейських та й в азіатських країнах все більш стають популярними спеціальні гастрономічні тури. Мета таких подорожей – відвідання ресторанів та знайомство з національною кухнею та кулінарними традиціями різних регіонів світу.

Висновок. Таким чином, можна підсумувати, що під туристичними ресурсами варто розуміти сукупність природних, природно-антропогенних, суспільно-історичних та інфраструктурних комплексів й їх елементів, що використовується для задоволення потреб людини, відновлення і розвитку її фізичних і духовних сил, та яка при сучасній і перспективній структурі техніко-економічних можливостей використовується для прямого і непрямого вжитку і виробництва туристичного продукту (послуги).

Розглянувши та проаналізувавши існуючі класифікації туристичних ресурсів, ми дійшли висновку, що найпопулярнішими є класифікації: 1) за ознакою цільового призначення (О.О.Бейдик, О.Л.Драчева, Д.К.Ісмаєв та ін.); 2) за функціональною ознакою (О.О.Любіцева, В.І.Стафійчук, Є.В.Панкова); 3) за джерелом створення (М.Труаси); 4) за характером використання компонентів навколишнього середовища (П.Дефер) 5) за предметною сутністю (Н.П.Крачило) та ін.

Найбільш вдалою ми вважаємо класифікацію, розроблену вченими С.О.Дітковською та Л.В.Мальцевою.

Результати даного дослідження надають змогу систематизувати наявні в Україні туристичні ресурси, а також можуть бути використані в науково-дослідній роботі як основа подальших розробок і теоретичного вивчення туристичних ресурсів; при створенні кадастру туристичних ресурсів; при розробці подальших регіональних програм розвитку туризму; при розробці туристичних маршрутів; у навчальному процесі – у ході вивчення фахових дисциплін зі спеціальності «Туризм».

Перспективи подальших досліджень. В силу невизначеності понятійного апарату туризмознавства постає необхідність його подальших теоретичних досліджень та розробок, що в значній мірі впливає на розвиток туристичної галузі.

Література

- 1. Закон** України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18.01.2003 № 1282-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : search.ligazakon.ua/1_doc2.nsk/link1?OpenAgent&id=T031282
- 2. Екологія, здоров'я, курорти, туризм** : словарь-справочник / [Криворучко В. И., Криворучко Л. В., Островерхов А. В., Лебедева И. П.] – М. : Медицина, 1997. – 224с.
- 3. Экономика** и организация туризма. Международный туризм / [Е. Л. Драчева, Ю. В. Забаев, Д. К. Исмаев и др.] ; под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой. – М. : КНОРУС, 2005. – 576с.
- 4. Рекреационная география** / А. С. Кусков, В. Л. Голубева, Т. Н. Одинцова. – М. : Изд-во МГУ, 2000. – 509 с.
- 5. Биржаков М. Б.** Введение в туризм : Учебник / М. Б. Биржаков. – Спб. : Невский Фонд, 2004. – 448с.
- 6. Поклонський Ф. Ю.** Напрями підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів

спеціалізованими підприємствами / Ф. Ю. Поклонський, Л. О. Кобанець // Вісник ДІТБ. – 2004. – №8. – С. 100-108.

Барабаш О.І. Теоретична основа сутності туристичних ресурсів

В даній роботі розкривається теоретична основа сутності туристичних ресурсів та досліджуються представлені в науковій літературі їх класифікації, які дозволять систематизувати існуючі туристичні ресурси, а також визначаються сфери застосування результатів даного дослідження.

Ключові слова: туризм, туристичні ресурси, класифікація туристичних ресурсів.

Барабаш О. И. Теоретическая основа сущности туристских ресурсов

Раскрывается теоретическая основа сущности туристских ресурсов и исследуются представленные в научной литературе их классификации, которые позволят систематизировать существующие туристские ресурсы, а также определяются сферы применения результатов данного исследования.

Ключевые слова: туризм, туристические ресурсы, классификация туристических ресурсов.

УДК 338.483.1(477)

Білоус І. С.

ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ЯК ВАЖЛИВІ СКЛАДОВІ ТУРИСТИЧНОГО РАЙОНУВАННЯ ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

Постановка проблеми. Туризм – складний соціокультурний та історичний феномен, який з форми проведення дозвілля та способу заняття вільного часу поступово перетворився у фактор світового значення нового тисячоліття, у фактор багатоплановий: економічний, соціокультурний, політичний, комунікативний, міжнародний.

Не дивлячись на бурхливий розвиток туризму, він неможливий без наявності тих, чи інших туристичних ресурсів. Адже вони мають важливе значення для розвитку як міжнародного, так і внутрішнього туризму. Саме туристичні ресурси зумовлюють і визначають найважливіші економічні показники туризму, такі як кількість туристів, ціна за послуги, географія подорожей та їх сезонний розподіл, тривалість перебування та таке інше. Тому необхідно проводити всеохоплюючий облік туристичних ресурсів як у цілому по країні, так і по окремих регіонах.

Аналіз останніх досліджень. Свідченням актуальності проблеми щодо туристських ресурсів є відображення її у низці наукових праць. Питання комплексної оцінки туристичних ресурсів досліджували такі вчені, як В. І. Стафійчук, О. О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. Ф. Кіфяк, В. В. Худо, М. П. Мальська, І. М. Яковенко, А. С. Кусков, Н. П. Крачіло, А. А. Бейдик, А. П. Дурович, В. А. Квартальнов, та інші.

Метою даної статті являється визначення сутності поняття „туристичні ресурси” як важливої складової території України.

Викладення основного матеріалу. Відповідно до мети дослідження поставлені такі завдання: дати визначення поняття „туристичні ресурси”, розглянути етапи виконання базових розробок районування території України для розвитку курортів, рекреації та туризму.

У „Туристському термінологічному словнику” наведене таке трактування туристичних ресурсів: „ресурси туристські – природні, історичні, соціально - культурні об’єкти, з об’єктами туристичного показу включно, а також інші об’єкти, здатні задовольняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їх фізичних сил. Туристські ресурси є доступними для ознайомлення і використання незалежно від форм власності, якщо до того немає законодавчо накладених обмежень [4,с.5].

В.А. Квартальнов, дає наступне трактування поняття туристичні ресурси, отже: туристичні ресурси – це, сукупність штучно створених людиною об’єктів, придатних для створення туристського продукту. До них можна віднести природні, історико - культурні і соціально - економічні об’єкти, які включають об’єкти туристського показу, а також інші об’єкти, здатні задовольняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню й розвитку їх фізичних сил [5, с.208].

Багато дослідників (В.А. Квартальнов, В.Ф. Кіфяк, М.П. Мальська В.В. Худо та інші) виокремлюють три типи туристичних ресурсів: історико – культурні, природні, соціально - економічні.

Проблема туристичного районування територій в наукових дослідженнях з містобудування та з географії остаточно сформувалась у 80-90-ті роки ХХ ст. Термінологічно вона визначалась як “рекреаційне районування” і була предметом вивчення в різних регіональних наукових школах, найбільш відомими з яких були: московська школа (Б. Ліханов, В. Преображенський, Ю. Веденін та ін.); київська школа (В. Зарецький, Т. Панченко, І. Родічкін, О. Мазуркевич, П. Шищенко та ін.); мінська школа (І. Руденко, Н. Єленська, Г. Потаєв та ін.) та в багатьох інших наукових та навчальних установах у республіках колишнього СРСР (В. Стаускас, Г. Берідзе, А. Мелік-Пашаєв та ін.).

Дамо основні понятійно-термінологічні визначення стосовно “туристичного районування”.

Туристичне районування – один із видів економіко-географічної таксономізації території (виділення територіальних таксономічних

одиниць – таксонів) за двома основними критеріями: туристської специфіки даного таксона і єдності, цілісності його складових елементів [7, с.42].

Таксони туристичного районування – це регіон, район, зона. Це території, що мають специфічні особливості для туристичного розвитку, спільність в географічному, історичному, ресурсному плані, певні традиції в організації відпочинку та туризму.

Туристична зона – територія декількох туристичних утворень, де зосереджені екскурсійні об'єкти, функціонують або створюються туристичні підприємства та їх комплекси, формуються центри туристських послуг. Туристична зона-агломерація є територіально визначеним, цілісним об'єктом, в межах якого виділяються туристичні центри, наприклад, міста Ялта, Алупка, селище Гурзуф, у складі Великої Ялти [7, с.45].

Територіальна організація туристичних зон-агломерацій і туристичних районів має багато спільних рис (функціональне зонування, планувальну структуру тощо); відмінності полягають в тому, що зона є відносно компактним утворенням, а район – просторовою системою, що впливає на параметри їх території.

Структурними елементами вищевизначених таксонів є туристично-територіальні утворення – туристичні вузли, туристичні центри (або туристичні зони міст), туристичні комплекси та підприємства.

Туристичний вузол являє собою територіальне зосередження туристичних (рекреаційних, курортних) підприємств в одному або суміжних таксонах, які функціонально зв'язані між собою, мають єдину систему розселення, спільну мережу інженерно-транспортних комунікацій.

Туристичний центр – це єдине територіальне утворення туристичного господарства, в якому об'єкти туризму та підприємства обслуговування туристів знаходяться в межах міського або сільського населеного пункту [7, с.47].

У великих історичних містах, таких як Київ, Львів Одеса та інших виділяються заповідні території – охоронні зони, де сконцентровані пам'ятки матеріальної і духовної культури, які з дотриманням певних вимог функціонально об'єднуються з іншими об'єктами туризму та підприємствами обслуговування туристів в єдину туристичну зону міста (з компактною або розчленованою структурою).

Тому “туристичний центр” і функціональна “туристична зона міста” – це синоніми.

Туристичний комплекс – це група туристичних підприємств та установ (або одне велике підприємство) з єдиною системою громадського та господарського обслуговування та спільним вирішенням архітектурно-планувальної організації території [2, с.42].

Туристичне підприємство – готель, туристська база, мотель, кемпінг, прийот, туристичний потяг, теплехід. Опосередковано у нових

ринкових умовах ці функції можуть виконувати також пансіонати, бази відпочинку, навіть санаторії (кліматичного профілю) та інші установи, а також приватні житлові будинки, так зване, “біфункціональне житло” з відповідними приміщеннями для оренди з метою обслуговування туристів.

Туристичне угіддя – це територія, в межах якої здійснюється однорідна туристична діяльність – мисливство, рибальство, збір ягід та грибів, прогулянки на конях тощо. Це переважно ліси, лісопарки, ділянки сільськогосподарських земель (луки, пасовища, ставки). Для пізнавальних туристичних екскурсій використовуються також природоохоронні об’єкти – ландшафтні заказники, пам’ятки природи, заповідні урочища [1, с.57].

Туристичний регіон являє собою територіально-туристичну систему, яка об’єднує кілька туристичних районів, що мають свої специфічні особливості і об’єднані географічними, історичними, ресурсними факторами.

Туристичний район – це група туристичних комплексів, об’єднаних спільною територіальною структурою туристичного господарства.

Єдина схема туристичного районування на сьогодні не розроблена. Частина дослідників відокремлює чотири туристичних регіони: Карпатський, Поліський, Дніпровський і Азово-Чорноморський, які, в свою чергу поділяються на 35 туристичних районів. Інші виділяють сім регіонів: Карпатський (західний), Волинсько-Тернопільський (північно-західний, або поліський), Житомирсько-Вінницький (буферний), Київський (центральный), Харківський (північно-східний), Дніпровсько-Донецький (південно-східний), Причорноморський (південний). Треті схильні об’єднувати три приморські райони в один Кримсько-Одесько-Азовський туристичний регіон, виділяючи також Карпатський туристичний район.

Основою туристичного районування є рекреаційне районування, тобто поділ території на окремі таксономічні одиниці, що відрізняються туристичною спеціалізацією, структурою рекреаційних ресурсів і напрямом їх освоєння. Рекреаційні ресурси характеризуються природними умовами, площею їх поширення, тривалістю використання. Рекреаційне районування сьогодні теж не є остаточно розробленим і жорстко ustalеним.

Висновок: в ході дослідження та на основі літературних джерел були з’ясовані поставлені задачі та встановлено, що туристичні ресурси – це історичні соціальні, культурні, архітектурні, археологічні, наукові, археологічні, кліматичні, видовищні об’єкти, явища природи, які виступають матеріальною та технологічною базою для організації оздоровлення та відпочинку. Розглянуті етапи виконання базових розробок районування території України для розвитку курортів, рекреації та туризму. Розкриті понятійно-термінологічні визначення стосовно “туристичного районування”.

Туристичні ресурси є національним надбанням можуть використовуватися з туристичною та пізнавальною метою.

Література

1. Панкова Є.В. Туристичне краєзнавство - К., 2002. **2. Кифяк В.Ф.** Організація туризму : навч. посіб. / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги - XXI, 2008. – 344 с. **3. Кусков А.С.** Туристское ресурсоведение. Учебное пособие. М.: Изд. Академия. 2008. – 208 с. **4. Яковенко И. М.** Туристические ресурсы Украины / И. М. Яковенко. – Симферополь : СОНАТ, 2008. – 88 с. **5. Квартальнов В.А.** Международный туризм / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 312 с. **6. Мальська М.П, Худо В.В.** Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2007. – 424 с. **7. Панкова Є.В.** Туристичне краєзнавство. Учебное пособие. М.: Академия, 2005. – 238 с.

Білоус І. С. Туристичні ресурси як важливі складові туристичного районування території України

В статті розкрита теоретична основа сутності туристичних ресурсів, визначене значення туристичних ресурсів. Розглянуті етапи виконання базових розробок районування території України для розвитку курортів, рекреації та туризму.

Ключові слова: туризм, туристичні ресурси, туристичне районування, таксони туристичного районування.

Белоус И. С. Туристические ресурсы как важная составляющая туристского районирования территории Украины

В статье раскрыта теоретическая основа сущности туристских ресурсов, определено значение туристских ресурсов. Рассмотрены этапы выполнения базовых разработок районирования территории Украины для развития курортов, рекреации и туризма.

Ключевые слова: туризм, туристские ресурсы, туристическое районирование, таксоны туристического районирования.

УДК 338.486.001

Богатирьова Д. С.

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ» В НАУКОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ

У 60-х роках ХХ століття на території Західної Європи, і особливо США почала складатися особлива соціально-економічна система, яка вже в 80-х рр. набула міжнародного характеру, - індустрія туризму.

Система поглядів на індустрію туризму, як на явище, в світовому науковому просторі постійно змінюється. Структура індустрії туризму, її складові, і навіть само визначення дефініції "індустрія туризму" залишаються суперечливою й сьогодні.

У роботі В. А. Квартального «Туризм как вид деятельности» розкриваються основні поняття туризму, види, засоби, методи й форми туристської діяльності; аналізуються різні аспекти туризму; мотивація туристських поїздок. У підручнику А. Ю. Александрової «Международный туризм» розглянуті етапи становлення індустрії туризму, даний опис її компонентам. У своїй праці «Основи туристичного бізнесу». В. Г. Герасименко також дає дефініцію поняттю «туристська індустрія», але не заглиблюється в її суть. Джоном Уокером в підручнику «Управління гостинністю» було представлено авторське уявлення про складові індустрії туризму, але з точки зору фахівця готельної справи. У навчальному посібнику В. Ю. Воскресенського «Международный туризм» розглянуті думки багатьох авторів з приводу індустрії туризму, її суті та складових. У ньому узагальнені теоретичні знання про туризм, які підкріплені статистичною інформацією й прикладами з міжнародної практики. Таким чином, ми бачимо, що в науковій літературі проблема визначення дефініції «індустрії туризму» не вирішена та завдяки цьому залишається актуальною.

У зв'язку з цим **метою** нашого дослідження є – розглянути різноманітні підходи науковців до визначення дефініції «туристська індустрія» та її складових, виявити найвдаліше та найповніше серед них з нашої точки зору. Відповідно до мети були сформульовані завдання статті:

- ознайомитись з різними підходами вітчизняних та іноземних науковців до визначення поняття «індустрія туризму» та її складових;
- проаналізувати їх та визначити найвдаліше й найповніше визначення поняття серед них.

На нашу думку, одна з перших найбільш вдалих дефініцій була сформульована на конференції ООН з торгівлі та розвитку в 1971 р. Згідно їй туристська індустрія – це сукупність виробничих і невиробничих видів діяльності, направлених на створення товарів і послуг для мандрівних осіб. Спроби конкретизувати зміст поняття туристської індустрії та описати структуру туристського сектора, що послідували пізніше, зустріли різного роду труднощі. Вони виникали через те, що індустрія туризму тісно взаємозв'язана з іншими галузями економіки. Промисловість і сільське господарство, будівництво і торгівля беруть участь в задоволенні багатообразного комплексного туристського попиту [1, с.33-34].

Так, у радянській літературі не вважали самостійною галуззю народного господарства, у зв'язку з тим, що рекреанти вживають продукти і послуги багатьох галузей народного господарства, окрім

специфічних курортних послуг. У той же час кордони індустрії туризму вони не визначали [2, с.123].

Пізніше поняття індустрії туризму було розглянуте В.С.Преображенським як галузь народного господарства, що включає два крупні блоки - рекреанти та рекреаційні ресурси, до складу яких входять природні комплекси, інженерні споруди й обслуговуючий персонал. На наш погляд, дефініція є не повною, оскільки автор не враховує сектор транспортних перевезень, індустрію розваг, діяльність туроператорів і турагентств, глобальних комп'ютерних систем. Хоча дана дефініція є не зовсім точною, але саме вона стала основою визначення індустрії туризму як складної міжгалузевої системи [3, с.81].

У роботах В. І. Азара та В. М. Козирева туристська індустрія визначається як "... економічна система, що складається з комплексу галузей і підрозділів, функції яких полягають у задоволенні всілякого попиту на різні види відпочинку та розваг". На нашу думку, туріндустрія носить не тільки економічний характер, але й соціальний. Тому ми вважаємо, що це визначення є не зовсім коректним.

Закон України "Про туризм" дає таке визначення: "Туристична індустрія – сукупність різних суб'єктів туристської діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, установи культури, спорту й так далі), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів [4, с.7].

Існує декілька точок зору відносно складу туристичної індустрії.

Дж. Уокер, автор багатьох відомих підручників, що стосуються індустрії гостинності, вважає, що індустрія туризму включає себе подорожі, розміщення, харчування, відпочинок і дозвілля [5,с.233-240]. Два, приведені вище визначення мають наступні відмінності: Закон України «Про туризм» описує об'єкти, а Дж. Уокер виходить з основних видів активності, передбачуваних туризмом, але не включає в структуру власне туристські організації.

Європейські фахівці з туризму ділять всю систему підприємництва в туризмі та дві частини: туристична індустрія й індустрія гостинності. Туристична індустрія, з даної точки зору, включає індустрію розваг, туроперейтінг, туристичні агентства, транспорт, екскурсійно-пізнавальні організації.

Так, німецький дослідник туризму В. Фрейер виділяє: а) туріндустрію у вузькому сенсі - підприємства, які виробляють типові тур послуги; б) туріндустрію в широкому сенсі - нетипові підприємства, які виробляють типові тур послуги; у) околичну туріндустрію - підприємства, що виробляють товари та послуги, які не відносяться до типового турпродукту [6, с.117].

На думку В. Г. Герасименко, індустрію туризму утворює комплекс виробництв, що забезпечують задоволення потреб при переміщенні людей з будь-якою метою, окрім занять професійною діяльністю оплачуваною у відвідуваній країні. Не можна сказати, що дана

інтерпретація туріндустрії є невірною, але, ми вважаємо, що вона носить занадто абстрактний і загальний характер [7, с. 61-64].

Ряд російських авторів, зокрема В. Ю. Воскресенський, у підручнику «Международный туризм» під індустрією туризму розуміє підприємницьку діяльність, яка включає наступні аспекти:

- основне підприємницьке ядро туризму – туроператори й турагенти, саме вони приводять в дію інші чинники виробництва в туризмі;

- сектор транспортних перевезень, сектор розміщення й харчування, сектор розваг [8, с.23-27].

На думку В.А. Квартальнова до основних сегментів індустрії туризму відносяться:

- індустрія транспорту;
- туроператорська й турагентська діяльність;
- індустрія готельної справи й глобальні комп'ютерні системи;
- індустрія харчування та розваг .

За його словами індустрію туризму утворює комплекс виробництв, що забезпечують задоволення потреб мандрівних туристів. Тому, матеріально-технічну базу індустрії туризму складає сукупність підприємств розміщення, сфери обслуговування туристів і транспорту [10, с. 42-48].

У своєму навчальному посібнику В. Ф. Кифяк дає визначення туріндустрії як сукупності виробництв різних галузей господарства, закладів культури, науки, які забезпечують створення матеріально-технічної бази туризму, підготовку кадрів і процес виробництва, реалізації та вживання туристичного продукту, на основі використання природних багатств, матеріальних і духовних цінностей суспільства. На наш погляд, визначення останнього автора є одним з найбільш вдалим, глибоким і повним, таким, що відображує всю багатогранність індустрії туризму [9, с.97-102].

Проаналізувавши роботи ряду авторів, ми прийшли до **висновку**, що саме В. Ф. Кифяк дав найвдалішу дефініцію «індустрії туризму»: туристська індустрія – це сукупність різних галузей господарства, закладів культури, науки, які забезпечують створення матеріально-технічної бази туризму, підготовку кадрів і процес виробництва, реалізації та вживання туристичного продукту, на основі використання природних багатств, матеріальних і духовних цінностей суспільства. Також можна зазначити, що в туризмі переплетені практично всі види обслуговування споживача, а саме індустрія готельної справи, харчування, розваг, транспорту, діяльність туроператорів і агентів, глобальні комп'ютерні системи. Структуровані по певних ознаках вони в своїй сукупності утворюють туристську індустрію.

Перспективи подальших розробок автора будуть пов'язані з вивченням туристської індустрії Швеції.

Литература

1. **Александрова А. Ю.** Международный туризм / А. Ю. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
2. **Адамеску А. А., Мезенцева А. Г.** Проблемы регионального экономического развития. / А. А. Адамеску, А. Г. Мезенцева – М., 1979. – 220 с.
3. **Преображенский В. С.** Теоретические основы рекреационной географии / В. С. Преображенский – М.: Наука, 1975. – 223 с.
4. **Закон Украины "О туризме"** (в редакции от 18.11.03 № 1282 - IV)
5. Уокер Дж. Управление гостеприимством / Дж. Уокер – М.: Юнити-Дана, 2006 – 880с.
6. **Freyer W.** Tourismus / W. Freyer – Muenchen, 1988. - s. 725.
7. **Герасименко В. Г.** Основы туристического бизнеса / В. Г. Герасименко – Одесса.: Черноморье, 1997 - 160 с.
8. **Воскресенский В. Ю.** Международный туризм: Инновационные стратегии развития / В. Ю. Воскресенский – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 159 с.
9. **Кифяк В.Ф.** Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
10. **Квартальнов В. А.** Туризм / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 320 с.

Богатирьова Д. С. Підходи до визначення поняття «індустрія туризму» в науковій літературі

У роботі зроблена спроба розглянути різноманітні підходи до визначення поняття «індустрія туризму» в роботах вітчизняних і зарубіжних авторів. Виявлено найповніше визначення «туристської індустрії», а також її основні структурні компоненти.

Ключові слова: підходи до визначення, поняття «індустрія туризму», структурні компоненти.

Богатырева Д. С. Подходы к определению понятия «индустрия туризма» в научной литературе

В работе предпринята попытка рассмотреть подходы к определению понятия «индустрия туризма» в трудах отечественных и зарубежных авторов. Виявлено наиболее полное и емкое определение «туристской индустрии», а так же ее основные структурные компоненты.

Ключевые слова : подходы к определению, понятие «индустрия туризма», структурные компоненты.

Вагал К. В.

СЛУЖБА ПРИЙОМУ ТА РОЗМІЩЕННЯ В ЗАКЛАДАХ РОЗМІЩЕННЯ РІЗНИХ ТИПІВ

Постановка проблеми. В організаційній структурі сучасних готельних комплексів виділяється основний операційний підрозділ - служба прийому і розміщення. Це пов'язане з тим, що головною послугою, яку готельні комплекси пропонують своїм гостям, є безпечно та комфортно проживання. Аналіз літератури показує, що вітчизняні та закордонні вчені приділяють замало уваги вивченню служби прийому та розміщення, немає єдиного поняття про організацію роботи цієї служби, але з точки зору гостей служба прийому та розміщення є найважливішою в готелі, тому що персонал саме цієї служби працює з клієнтами в постійному контакті і виконує всі функції, пов'язані з їхнім безпосереднім обслуговуванням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розглядом структури закладу розміщення займалися такі вітчизняні та закордонні вчені: Байлік С. І., Любіцева О. О., Кубишкін Н. І., проте вони давали загальну характеристику технологічного процесу в готельному підприємстві, не зупиняючись на специфіці організації роботи служби прийому та розміщення.

Тому темою нашої статті є визначення особливостей функціонування служби прийому та розміщення у закладах розміщення різних типів.

Викладення основного матеріалу.

До функцій служби прийому і розміщення входить: бронювання, реєстрація, розподіл номерів, надання гостям різних інформаційних послуг, стягування плати за проживання, ведення необхідної документації.

Служба прийому і розміщення (СПіР) може об'єднувати у себе службу бронювання, обслуговування, прийому і розрахункову частину, експлуатації номерного фонду

До обов'язків цієї служби входить також ведення і підтримання в робочому стані бази даних, що містить інформацію про гостей і стан номерного фонду.

У великих готелях служба прийому і розміщення часто підрозділяється на відділи, що спеціалізуються на певних операціях.

У службі прийому і розміщення є декілька посад [1, с. 128]:

- службовець з прийому і розміщення гостей (черговий адміністратор), що оформляє гостей на проживання;
- касир, що приймає оплату і виписує рахунок клієнтові;

- портє, що відповідає за надання інформації гостям і функціональним службам готельного комплексу, а також за збирання, підшивку і збереження документації;

- телефонний оператор, що підтримує зв'язок з міжміською і міжнародною телефонними станціями, фіксує наявність телефонних розмов клієнтів з номерів, контролює їхню оплату, а також надає послуги з ранкової побудки на прохання клієнтів;

- службовець з бронювання місць у готелі з веденням відповідної документації;

- портє з видачі ключів та ін.

У невеликих готелях СПІР виконує ті ж обов'язки, але має менше або більше число співробітників, які часто виконують декілька функцій. Наприклад, адміністратор, крім своїх функцій, виконує обов'язки касира і портє з бронювання місць або обов'язки телефонного оператора.

До функцій служби бронювання відносять [3, с. 44]:

1. Прийом заявок та їхнє оброблення.

2. Складання необхідної документації: графіків заїзду щоденно (тиждень, місяць, квартал, рік), карти руху номерного фонду.

Заявки приймають по телефону, факсу, телексу, поштою, за допомогою комп'ютерних систем бронювання. Кожна заявка повинна містити таку інформацію:

– дату і час заїзду;

– дату і час від'їзду;

– кількість гостей;

– категорію номера (люкс, апартамент, економічний клас, бі-знес-клас);

– послуги в номері (наявність ванни, душу, телевізора, холодильника, сейфа, міні-бару і т. д.);

– послуги харчування (тільки сніданок, напівпансіон, повний пансіон);

– ціну (при вказані ціни варто точно визначити, за що платить гість: за весь час перебування, за один день перебування, за кожного проживаючого, тільки за розміщення, за розміщення і харчування, за розміщення і сніданок і т. д.);

– прізвище того, хто буде оплачувати рахунок (або назва фірми);

– вид оплати (наявний, безготівковий, з використанням кредитної картки);

– особливі побажання (заздалегідь забронювати стіл у ресторані, трансфер, можливість тримати в номері тварин і т. д.).

Після відповідного оброблення заявки співробітником служби бронювання направляють гостю підтвердження або відмовлення.

Департамент управління номерним фондом готельного комплексу здійснює бронювання номерів (повідомляє про це потенційним гостям), забезпечує гостинний прийом гостей (чистий хол готельного комплексу, прибрані номери, ввічливе поводження з клієнтами та відповіді на всі їх

питання) тощо. Цей департамент, у свою чергу, поділяється на декілька частин, кожна з яких вирішує певні задачі.

Служба порт'є здійснює контроль за номерним фондом готельного комплексу, ведучи картотеку по зайнятості номерів і наявності вільних місць, і виконує функції інформаційного центру. Інформація через службу порт'є рухається у двох напрямках: до гостей (якщо йдеться про інформування про види обслуговування, що надаються готельним комплексом, про місцеві визначні пам'ятки, про роботу міського транспорту і т. ін.) і в різні підрозділи готельного комплексу (про потреби клієнтів).

Таким чином подана структура служби прийому та розміщення є найбільш популярною у працях багатьох вітчизняних та закордонних вчених. Але вона не є єдиною, і відрізняється від дійсності, тому що в різних готелях робота служби прийому та розміщення може бути організована інакше. Це залежить від форми власності засобу розміщення, типу засобу розміщення, кількості номерів і т. д.

Висновки. Вивчаючи службу прийому та розміщення, дуже важко визначити єдине поняття щодо організації роботи цієї служби. Наукові джерела показують роботу цієї служби за однією структурою, але практика показує що вона може бути іншою. Це залежить від типу готелю, від його розміру, та керівництва. Таким чином служба прийому та розміщення є в кожному закладі розміщення, проте в залежності від його типу, категорії, розміру, форми власності і т. д. може бути різною за кількісним складом.

Література

1. **Байлик С. И.** Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание: Учеб.пособие / Байлик С. И. – К.: ВИРА-Р, 2002. – 252 с.
2. **Любіцева О. О.** Ринok туристичних послуг (геопросторові аспекти) / Любіцева О. О. - К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
3. **Кубишкин Н. И., Бондаренко Г. А.** Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебн. Пособие. – Мн.: ООО «Новое знание», 2000. – 216 с.

Вагал К. В. Служба прийому та розміщення в закладах розміщення різних типів. У статті наведені основні служби які входять у состав служби прийому та розміщення, та її основні функції.

Ключові слова: служба прийому і розміщення, порт'є, консьєрж

Вагал К. В. Служба приёма и размещения в средствах размещения разных типов. В статье приведены основные службы которые входят в состав службы приёма и размещения, а так же её основные функции.

Ключевые слова: служба приема и размещения, порт'є, консьєрж

Галюта А. А.

ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ПОПАСНЯНСЬКОГО РАЙОНУ ЛУГАНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Постановка проблеми. Природні властивості певної території, які визначаються її географічним положенням і фізико-географічними характеристиками, за сутністю, є природними ресурсами (кліматичні, ландшафтні та бальнеологічні), що створюють передумови розвитку туристичної діяльності. Попаснянський район володіє значним ресурсним потенціалом, який є недостатньо вивченим. Стан туристичних ресурсів Попаснянського району вимагає уваги для розв'язання проблем, пов'язаних з відсутністю сформованих туристичних ресурсів та їх характеристики, невизначеністю напрямів їх освоєння та розвитку, неефективним та протизаконним використанням унікальних природних та історико-культурних ресурсів. Тому сьогодні вкрай актуалізується проблема сутності туристичних ресурсів Попаснянського району.

Аналіз останніх досліджень. Актуальність теми підкріплюється тим, що рекреаційні ресурси Попаснянського району були розглянуті деякими науковцями зі сторони археології, гірничої промисловості, природознавства. Такі вчені, як В. О. Городцов, О. О. Федоровський, Є. М. Черних, С. І. Татаринів, Ю. М. Бровендер, В. В. Отрошенко, А. Д. Пряхін, О. С. Соврасов, Г. І. Гайко, Ю. П. Шубін описували туристичні ресурси Попаснянського району, не беручи до уваги її туристичний аспект. Визначені ними об'єкти також можна розглянути з точки зору туризму, тому що деякі з них можуть виступати туристично привабливими [1].

Виходячи з проблеми **метою** статті є характеристика природно-рекреаційних та історичних ресурсів Попаснянського району. Для реалізації зазначеної мети ми ставимо перед собою наступні **завдання**:

- розглянути трактування туристичних ресурсів в науковій літературі;
- здійснити загальну характеристику туристичних ресурсів Попаснянського району.

Викладення основного матеріалу. Існує багато дефініцій туристичних ресурсів, де кожен автор дає своє поняття. Розглянемо трактування туристичних ресурсів в науковій літературі.

Так наприклад, в [Законі України «Про туризм»](#) дається таке трактування «туристичні ресурси» – це сукупність природних та антропогенних (культурно-історичних, соціально-економічних) об'єктів, що визначають цільові програми туристичної діяльності [2 с. 4-5].

О. О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. І. Стафійчук визначають туристичні ресурси як об'єкти природи, історії, культури, поточні події,

явища, які можуть бути використанні при створенні та реалізації туристичного продукту. Туристичні ресурси – це частина туристично-рекреаційного потенціалу певної території, яка включена до складу туристичного продукту і підлягає реалізації з туристичною метою [3, с.14].

В «Туристському термінологічному словнику» зазначено, «туристичні ресурси» – природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, з об'єктами туристичного показу включно, а також інші об'єкти, здатні задовольняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їх фізичних сил [4, с. 446-447].

Найдоцільнішим буде використання терміну, наведеному в «Туристському термінологічному словнику», тому що це трактування найбільш розгорнуто дає уяву про туристичні ресурси.

За класифікацією О. О. Любіцевої туристичні ресурси можна класифікувати по трьом групам:

1 група. Рекреаційні (природні) ресурси. Під природними рекреаційними ресурсами слід розуміти фактори, речовину і властивості компонентів природного середовища, які володіють сприятливими для рекреаційної діяльності якісними та кількісними параметрами і служать або можуть служити для організації відпочинку, туризму, лікування і оздоровлення людей (лікувальні та оздоровчі фактори багатопільового призначення – ліси, лікувальні кліматичні місцевості, поверхневі води; лікувальні речовини – мінеральні води, грязі, озокерит; а також рекреаційні властивості гірських і передгірських ландшафтів, заповідних територій).

2 група. Культурно-історичні рекреаційні ресурси – це пам'ятки культури, створені людиною, які мають суспільно-виховне значення, пізнавальний інтерес і можуть використовуватись для задоволення духовних потреб населення (культурні, історичні, археологічні, архітектурні пам'ятки, етнографічні особливості території, фольклор, центри прикладного мистецтва тощо).

3 група. Соціально-економічні рекреаційні ресурси (економіко-географічне положення, транспортна доступність території, рівень її економічного розвитку, сучасна та перспективна територіальна організація господарства, рівень обслуговування населення, структура населення, трудові ресурси, особливості розселення, рівень розвитку транспортної мережі та ін.) [3, с. 21].

Відповідно до вищенаведеної класифікації рекреаційні або природні ресурси Попаснянського району представлені такими об'єктами, як: Конгресів яр, Марфина могила, Причепіловський геологічний пам'ятник, Секменівський, Донсодівський та Білогорівський геологічні пам'ятки; Райолександрівський гідрологічний пам'ятник, Горський, Золотовський, Горіхівський гідрологічні пам'ятки; Віковий дуб – 2 та Дубовий гай ботанічні пам'ятки.

По території району протікають такі річки:

- Сіверський Донець - займає площу 48,8 га;
- Лугань довжиною 196 км;
- Санжаровка довжиною 20 км;
- Ломоватка довжиною 19 км;
- Комишуваха довжиною 23 км;
- Верхня Біленька довжиною 24 км;
- Нижня Біленька довжиною 20 км.

Попаснянський район розташований в степовій зоні України. Ліси в районі займають меншу площу, ніж степова рослинність. Ліси і інші лісовкриті площі займають 26,1 тис. га., а загальна площа району 132,475 тис. га. Розміщені вони в основному на схилах річкових долин, балок, ярів. Найпоширеніші ліси байрачного типу. У складі рослинних асоціацій переважають злаки і посухостійкі представники різнотрав'я.

Культурно-історичні та соціально-економічні рекреаційні ресурси Попаснянського району розташовані в містах та селах. Так, наприклад, пам'ятками археології Попаснянського району є кургани – степові могильники, залишені кочовиками більше чотирьох тисяч років, ґрунтові могильники, поселення, святилища та місця виробничої діяльності.

Визначною пам'яткою району є розкопки мідних рудників епохи бронзи (XVII – XIII століття до н. е.) – Картамиські рудники. Територія комплексу розташована поблизу села Новозванівка Троїцької сільської ради. Він займає близько 10 тисяч квадратних метрів з чисельними шахтами по видобутку мідної руди. Цьому історичному гірничо-металургійному комплексу Картамиш немає подібних в Європі, його включено до державного реєстру пам'яток національного значення.

Мережа установ культури представлена 19 закладами клубного типу, 22 бібліотеками. Збережено 45 пам'яток історії і культури. У 56 колективах художньої самодіяльності займаються понад 1500 учасників. Чотирьом творчим колективам присвоєно почесне звання „Народний”, одному – звання „Зразковий”. Гордістю району являється районний краєзнавчий музей, заснований у 1967 році вчителем, який мав почесне звання „Відмінник народної освіти”, Семеном Петровичем Йоффе. Музей у теперішній час проводить велику виховну роботу з молоддю, його музейний фонд складається з понад 7400 експонатів.

Що стосується соціально-економічних ресурсів, то вони представлені таким чином: 29 населених пунктів району охоплені стаціонарною торговельною мережею, в інших здійснюється виїзна торгівля. Обслуговування населення міста і сіл району здійснюють 308 підприємств роздрібної торгівлі, 4 оптових склади, 27 підприємств ресторанного господарства, 55 підприємств сфери послуг. На території міста і сіл району працює 3 ринка; галузь будівництва представлена філією «Сватівський райавтодор» Дочірнього підприємства «Луганський облавтодор» ВАТ «Державна Акціонерна Компанія «Автомобільні дороги України» [5].

Висновок. Сформована характеристика туристичних ресурсів району може забезпечити їх раціональне використання для задоволення пізнавальних, оздоровчих, спортивних потреб населення району та області, а також принести значну економічну вигоду, сприяти подальшому розвитку туризму в районі.

Перспективи подальших досліджень. На підставі вивчення туристичних ресурсів Попаснянського району з'ясовано що ця територія має багато цікавих місць, які варто було б відвідати. А також вона є осередком для подальшого дослідження та розвитку туризму, тому що ця територія має багату туристичну спадщину, яка ще не розвинута у туристичному напрямку. Отже район має перспективи щодо подальшого дослідження.

Література

1. **Гірництво** й підземні споруди в Україні та Польщі : нариси з історії [Електронний ресурс] / [Гайко Г.](#), [Білецький В.](#), [Мікось Т.](#), [Хмура Я.](#) – Донецьк : УКЦентр, Донецьке відділення НТШ, «Редакція гірничої енциклопедії», 2009. – 296 с. – Режим доступу до кн. : <http://uk.wikipedia.org/wiki> 2. **Закон** України «Про туризм» від 18.11.2003 // *Новости турбизнеса.* – 2006. – № 22. – С. 4–5. 3. **Любіцева О. О.** Туристичні ресурси України : навч. посіб. / О. О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. І. Стафійчук. – К. : Альтерпрес, 2007. – 369 с. 4. **Туристський** термінологічний словник : словник / [авт.-уклад. Зорін І. В., Квартальнов В. А.]. – М. : Рад. спорт, 1999. – 664 с. 5. **Попаснянський** район [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ст. : http://www.loga.gov.ua/oda/about/depart/media/calendar/70years/territory/2009/05/26/territory_4503.html

Галюта А. А. Сутність туристичних ресурсів Попаснянського району.

В статті надається характеристика туристичних ресурсів Попаснянського району, розглядається трактування туристичних ресурсів в науковій літературі та здійснюється загальна характеристика туристичних ресурсів Попаснянського району.

Ключові слова: туристичні ресурси, рекреаційні (природні) ресурси, культурно-історичні рекреаційні ресурси, соціально-економічні рекреаційні ресурси.

Галюта А. А. Сущность туристических ресурсов Попаснянского района.

В статье изложена характеристика туристических ресурсов Попаснянского района, рассматривается трактовка туристических ресурсов в научной литературе и осуществляется общая характеристика туристических ресурсов Попаснянского района.

Ключевые слова: туристические ресурсы, рекреационные (природные) ресурсы, культурно-исторические рекреационные ресурсы, социально-экономические рекреационные ресурсы.

УДК 338.483.1(477.61)

Головко О. В.

ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ПЕРЕВАЛЬСЬКОГО РАЙОНУ ЛУГАНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Постановка проблеми. Сьогодні для багатьох країн світу туризм став суттєвим джерелом доходів. Україна, за умови залучення інвестицій та використання наявних туристичних ресурсів, також може зробити туризм прибутковою галуззю економіки.

Туристичний потенціал Луганської області взагалі, та Перевальського району зокрема, майже не використовується, оскільки більшість туристичних фірм зорієнтовані на розвиток виїзного туризму, а не в'їзного чи внутрішнього. Виникає питання: чому виникла така ситуація? Відповідь проста — практично немає інформації про туристичні ресурси району у ЗМІ, відсутня будь-яка реклама, не існує повного і докладного переліку туристичних об'єктів. Потенціальні споживачі, як і організатори туризму, не мають уяви про існування значної кількості туристичних ресурсів рідного краю.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми використання туристичних ресурсів рідного краю останнім часом стали предметом досліджень науковців різних галузей знань — і в теоретичному і в практичному аспектах. На сьогоднішній час існує багато підручників та навчальних посібників, у яких зібрано інформацію щодо туристичних ресурсів різних регіонів України. Вищевказаними проблемами займалися Л. Ковинева, Н. Гук, О. Бейдик, І. Варивода, М. Вачевський, К. Гладиш, П. Жук, І. Зазгарська, М. Кальницький, В. Кравцов, В. Кузнецов, Ф. Мазур, Н. Мироненко, Г. Москвич, Є. Панкова, О. Свінцов, І. Твердохлебов, С. Черкес та багато інших. І. Черніна у своїх роботах розглядає регіональний аспект міжнародного туризму у соціально-економічному розвитку України, Н. Гук вивчає закономірності розвитку регіональної системи міжнародного туризму в Україні. Питання теорії і практики краєзнавчо-туристичної роботи розглянуті у працях А. Даринського, О. Остапця, М. Крачило, В. Обозного, Т. Тімець та ін. Проблеми туристичних ресурсів як основи розвитку туризму Перевальського району в науковій літературі не розглядалися.

Метою статті є характеристика туристичних ресурсів Перевальського району як основи розвитку туризму у районі. Відповідно до мети були сформульовані **завдання** дослідження: розглянути туристичні ресурси Перевальського району; визначити перспективи їх використання у певних видах туризму.

Викладення основного матеріалу. Туристичні ресурси — один з факторів розвитку туризму і початковий базис для планування виробництва туристичного продукту. Конку rentноздатні туристичні продукти формуються на базі об'єктів туристичного інтересу (туристичних ресурсів: кількості і якості музеїв, пам'ятників історії й культури, театрів, природно-ландшафтних і рекреаційних комплексів, місць для проведення виставок, конференцій, конгресів і т.п.), які і є в туризмі основою його розвитку.

Туристичні ресурси Перевальського району представлені культурно-історичною спадщиною, великим музейним надбанням та природно-заповідним фондом. Перевальський район має достатню кількість культових споруд та пам'яток архітектури:

- Старовинний храм (1787 рік) архістратига Михайла в селищі Михайлівка;

- Храм-церква Св. Олександра Невського, який збудовано в 1911 р. архітектором Л.В.Рудневим;

- Єдина в області старообрядческа церква Успенія Богородиці, збудована в 1906 р. (с. Городище);

Щодо туристичної привабливості найбільшу значимість має пам'ятник архітектури — замська садиба засновника перших шахт Казимира Мсциховського. Це палац у романо-візантійському стилі у Селезнівці. У 1913 році в маєтку вугільного промисловця поляка Казимира Мсциховського було збудовано з дикого каменю палац і церкву-школу. Зведення будівель було доручене студенту Імператорської академії мистецтв Льву Рудневу, за проектами якого згодом були споруджені: головний корпус Московського державного університету імені М. В. Ломоносова, палац культури у Варшаві, будинок уряду у Баку та інші.

На території Перевальського району існує велика кількість музеїв:

- Меморіальний музей видатного українського письменника, поета та етнографа Б.Д. Грінченка в с. Олексіївка.

- Народний музей історії м. Артемівська Перевальського району.

- Народний музей історії м. Зоринська Перевальського району.

- Народний музей історії смт. Чорнухіне Перевальського району.

Перевальський район багатий на об'єкти природно-заповідного фонду:

- Парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва „Селезнівський парк”;

- Ботанічна пам'ятка природи Селезнівська балка;

- Загальнозоологічний заказник Перевальський;

- Ботанічна пам'ятка природи ім. Бориса Грінченка;
- Заказник ландшафтний р. Міус.

Важливими є об'єкти природно-заповідного фонду, розташовані поблизу міст. Наприклад, біля Алчевську це:

- Плоска балка (9 км від міста в північно-східному напрямку). Є екологічно чистою зоною. Природний ландшафт з унікальною флорою і фауною рідного краю. Тут в 1942 р. проходила лінія оборони м. Алчевська, про що свідчать, дзоти, протитанкові рови часів війни. Тут збереглися рідкісні зникаючі види рослин, занесених до Червоної книги України, лікарські трави. Це екологічно чистий район. Зона мисливських угідь.

- Зелена зона в районі адміністративного селища м. Алчевськ (в 3-х км від міста).

- Ісаковське водосховище (в 8 км на південний захід від міста). Штучний гідрологічний об'єкт довжиною 12 км. Створений в 1953 р. Мальовнича ділянка природи. Місце масового відпочинку городян. Тут розташовані численні бази відпочинку підприємств міста. Є унікальні скельні відслонення гірських порід. Водосховище має величезний рекреаційний потенціал. Водосховище має свою базу, міський яхт-клуб.

- Екологічна стежка (на околицях міста з північної сторони). Включає балку Довжик, ставки Орлова. Тут розташовані місця зимівлі водоплавної птиці, місця масового відпочинку городян. По маршруту стежки виростають численні лікарські рослини, рідкісні види рослин. По маршруту стежки розташовані численні джерела, очищені і облагороджені. Екологічна стежка знаходиться під екологічним контролем юнатів міського еколого-натуралістичного центру.

Особливе місце серед туристичних ресурсів Перевальського району займає «Мергелева гряда» (інші назви, що зустрічаються у ЗМІ — «Українські піраміди», «Луганський стоунхедж», «Друга Китайська стіна») — археологічна пам'ятка бронзового віку, розташована неподалік села Степанівка Перевальського району Луганської області. Вік пам'ятки — близько 5 тисячоліть. За розмірами площі, кількістю та складністю кам'яних будівель сакрального характеру комплекс «Мергелева гряда» не має аналогів серед пам'яток цього часу стародавньої Східної Європи і може вважатися значним надбанням культурної спадщини України. Подальше її наукове вивчення значно розширить наші знання про найдавніші періоди історії та культуру індоєвропейських народів не тільки регіону Донбасу, але і всієї Східної Європи. Музеефікація дозволить поставити її в ряд видатних пам'яток світової культурної спадщини.

На пам'ятку «Мергелева гряда» був складений паспорт пам'ятки археології та переданий Луганській обласній інспекції з охорони пам'яток культурної спадщини з пропозиціями взяти цей нововиявлений об'єкт на облік в якості пам'ятки археології місцевого значення та

висунути цю пам'ятку на здобуття статусу пам'ятки національного значення.

Висновок. Отже, туристичні ресурси є основою розвитку туризму в Перевальському районі, вони мають першочергову роль у становленні туризму на його території. Найбільш ефективно дані ресурси можуть бути використані у таких видах туризму як: пізнавальний, екскурсійний (чому сприяє велика кількість пам'яток історії, культури та архітектури), релігійний (наявність стародавніх храмів та церков), освітній (для школярів та студентів), спортивний (орієнтування на місцевості, спортивні змагання, пішохідний, водний туризм) та в багатьох інших.

Залучення туристичними фірмами в свою діяльність вище визначених ресурсів дозволить повніше задовольняти зростаючі потреби споживачів у подорожах та екскурсіях у регіональному масштабі та надасть додаткові прибутки організаторам туристичних послуг.

Подальші перспективи дослідження проблеми, що розглянута у цій статті, можуть полягати у більш змістовному вивченні проблеми. Автором будуть запропоновані заходи щодо поліпшення використання туристських ресурсів Перевальського району в практичній діяльності організаторів туризму.

Література

- 1. Про** затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002–2010 роки : Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2002 № 583 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=583-2002-%EF>
- 2. Мельниченко С. В.** Інформаційні технології в управлінні суб'єктами туристичної діяльності : автореф. дис. ... д-ра економ. наук : 08.00.04 [Електронний ресурс] / С. В. Мельниченко. – К., 2008. – Режим доступу : http://tourlib.net/aref_tourism/melnychenko.htm
- 3. Бакурова А. В.** Основні проблеми туристичної галузі [Електронний ресурс] / А. В. Бакурова, А. В. Діденко // Матеріали І Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. "Проблеми формування нової економіки ХХІ століття". – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/bakurova.htm
- 3. Лендел О. Д.** Основні напрямки розвитку туристичної інфраструктури регіону [Електронний ресурс] / О. Д. Лендел. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/lendel.htm
- 4. Проблемы и достижения** в сфере туризма в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ст. : <http://www.turbooks.ru/stati/turizm-v-ukraine/112-problemy-i-dostizhenija-v-sfere-turizma.html>
- 5. Кобзова С. М.** Проектування регіональних туристичних маршрутів як навчальна дисципліна / С. М. Кобзова // Освіта Донбасу. – 2009. – № 6 (137) – С. 29.

**Головко О. В. Туристичні ресурси як основа розвитку туризму
Перевальського району.**

У статті розглянуті туристичні ресурси Перевальського району як основа розвитку туризму в районі. В основній частині статті надається стисла характеристика туристичних ресурсів та визначаються перспективи їх використання в певних видах туризму.

Ключові слова: регіональний туризм, Перевальський район, туристичні ресурси, туристичні ресурси Перевальського району.

**Головко О. В. Туристические ресурсы как основа развития
туризма Перевальского района.**

В статье рассмотрены туристические ресурсы Перевальского района как основа развития туризма в районе. В основной части статьи предоставляется краткая характеристика туристических ресурсов и определяются перспективы их использования в определенных видах туризма.

Ключевые слова: региональный туризм, Перевальский район, туристические ресурсы, туристические ресурсы Перевальского района.

УДК 338. 483.1 (477.61)

Гречишкін Є. І.

**ТУРИСТИЧНІ ОБ'ЄКТИ ТА ЇХ ВПЛИВ
НА РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ**

Актуальність дослідження. Туризм безпосередньо або опосередковано, через туристське споживання, здійснює стимулюючий вплив на розвиток таких видів економічної діяльності як транспорт, готелі та ресторани, роздрібна торгівля, харчова промисловість, будівництво, зв'язок, страхування, діяльність у сфері відпочинку і розваг, культури та спорту тощо; стимулює місцеву економіку та створює додаткові постійні та сезонні робочі місця. Туристське споживання також активно підтримує існування та розвиток народних ремесел, національної культурної спадщини.

На сьогоднішній день туризм посідає провідне місце серед галузей світового господарського комплексу за обсягом експорту товарів та послуг. До національної економіки практично кожної країни туризм вносить вагомий внесок як завдяки прямим сплатам, так і через мультиплікативний ефект зв'язків з іншими складовими господарського комплексу. Визначаючи винятково важливе значення туризму в його економічній функції, слід зазначити, що індустрія туризму збільшує місцеві доходи, створює нові робочі місця, сприяє розвитку галузей

господарювання, орієнтованих на виробництво туристських послуг, збільшує державний дохід та сприяє розширенню політичних, економічних, наукових та культурних зв'язків між державами. Масовий розвиток туризму дозволяє мільйонам людей значною мірою розширити світогляд, ознайомитись з історичними пам'ятками, та культурним надбанням різних держав, та зближенню народів.

Невід'ємною та головною складовою туризму є туристські ресурси. Вони визначають вагомість туристського продукту данної території, регулюють туристські потоки та обумовлюють їх значимість на туристичному ринку. Туристські ресурси є основною метою подорожі для туристів. Саме тому вони зумовлюють і визначають найважливіші економічні показники туризму, такі як кількість туристів, географія подорожей, ціна за послуги їхній сезонний розподіл та ін.

В Україні уцілому та у її окремих регіонах ще не проведено детального дослідження щодо туристичних ресурсів (не проведена оцінка туристських ресурсів), більшість визначних пам'яток не включено до туристичних маршрутів. Це приводить до того, що на вітчизняному туристському ринку необізнані й можливі туристські центри. У цьому ми бачимо проблему у розвитку регіонального вітчизняного туризму.

Пріоритетним напрямом розвитку туризму в країні має бути регіональний туризм. Це сприятиме вирішенню ряду найважливіших на сьогоднішній день регіональних завдань: створення нових робочих місць, підвищення доходів місцевого бюджету, розвиток різноманітних галузей економіки (торгівлі, зв'язку, транспорту, розвиток економічно відсталих районів і так далі).

Аналіз останніх досліджень. У науковій літературі з туризму достатньо широко висвітлюються питання щодо організації та розвитку туризму (В.О.Квартальнов; М.Б.Біржаков; В.Ф.Кіфяк; В.К.Федорченко; М.П.Мамська та ін.), туристських ресурсів, та їх впливу на розвиток туризму (В.І.Стафійчук; О.О.Бейдик; І.С.Смаль). Питання про розвиток регіонального туризму тільки підіймаються, а щодо його розвитку у Луганській області, та її районах, зовсім не розглядаються. Враховуючи це й те, що по Луганській області загалом немає чіткої інформації про наявність туристських ресурсів, та їх використанні в галузі туризму, тема дослідження набуває актуальності.

На **меті** нашого дослідження було саме виявлення туристських ресурсів Новоайдарського району, та їх оцінка. Виходячи з теми дослідження, та його мети були реалізовані **завдання**:

- виявлення туристських ресурсів у районі;
- складання кадастру туристських об'єктів;
- визначення подальшого розвитку туризму в Новоайдарському районі.

Викладення основного матеріалу. Новоайдарський район знаходиться на північному сході від обласного центру (міста Луганськ), на відстані 58км. Його було утворено у 1925р. з

адміністративним центром смт Новоайдар. У районі досить розвинута транспортна мережа. Через нього проходить шосейна траса Северодонецьк – Луганськ, залізнична дорога Луганськ – Москва; має свою залізничну станцію Новий Айдар. Все це спрощує сполучення з обласним та іншими районними центрами.

Узагалі, господарчий комплекс Новоайдарського району має сільськогосподарський напрям. Повна відсутність промислового виробництва із шкідливими відходами, створює тут сприятливу екологічну ситуацію. Район має усі можливості для розвитку туристичної галузі: вигідне географічне розташування, розвинену транспортну мережу, сприятливий клімат та достатньо потужний туристський потенціал. Це підтверджують і проведенні дослідження.

Район забезпечений природними ресурсами. В наявності району є майже 153 тис га екологічно чистих земель, та 36 тис га лісу з мисливськими угіддями, які можуть бути залучені до турів з сільського зеленого туризму та агротуризму.

Візитною карткою району є природно-геологічний пам'ятник «Баранячи лоби». На території району розміщується сім об'єктів заповідного фонду, серед яких пам'ятник природи загальнодержавного значення «Айдарська тераса» і ботанічний пам'ятник природи «Співаковський», який має унікальну рослинність.

Усі ці об'єкти можуть бути гарним підґрунтям для розвитку туризму у районі. Географія природних об'єктів достатньо широка. Перспективними для розвитку туристської галузі є такі населені пункти як с. Деніжникове, с. Айдар-Миколаївка, с. Муратове тощо.

Так, у с. Деніжникові вже діє проект «Деніжниковський кооператив зеленого туризму». За цим проектом у селі створені умови для прийому 20 туристів у 5 агроселях. Для них розроблені екскурсійні маршрути «Польова стежина», «Лугова стежина», «Лісова стежина» та спуск на байдарках по річці Айдар. За кліматичних умов ці тури мають сезонний характер.

Пам'ятка природи «Айдарська тераса» розташована поблизу села Айдар-Миколаївка. На лівому березі ріки серед боліт та озер знаходиться лісовий масив. Його територія збагачена великим різноманіттям флори та фауни. Багата кількість рідкісних рослин занесена до Червоної та Зеленої книг України. Цю пам'ятку можна використовувати як у турах з сільського зеленого туризму, так і у пізнавальному та екологічному туризмі.

Також тут знаходиться геологічна пам'ятка «Баранячи лоби», утворена на розламі крейдяних гір Донецького кряжу. Ці унікальні скельні відслоння крейди заввишки 50м можуть бути використані як у науковому, так й у пізнавальному туризмі [1].

Поблизу сіл Муратове та Капітанове, знаходиться заповідне урочище «Капітанівський ліс», площею 542,0 га. Це досить мальовниче урочище з різноманітною флорою та фауною .

Біля села Співаківка знаходиться ботанічна пам'ятка природи «Співаківська», площею яка є осередком цікавої природної рослинності на крейдяно-мергеляних породах. Цей об'єкт – природне надбання, яке може використовуватися як у пізнавальному, так й у науковому туризмі.

До привабливих природних об'єктів можна віднести й неменш мальовничі заплави річок Айдар, Суходіл, Євсух та Єрик, які можуть використовуватися у всіх видах туризму.

Новоайдарський район має й певні культурно-історичні ресурси. У Новоайдарі знаходиться краєзнавчий музей у якому зібрані колекції одягу та побуту кінця XVIII початку XIX ст, велика збірка орденів часів першої та другої світових війн.

У с. Колядівка розташований народний музей історії села, в якому знаходиться унікальні експонати археології, зібрана в предметах, фотографіях та документах історії села.

У найвідомішому з сіл району ,селі Смолянинове, знаходиться народний музей історії «Слобожанська хата». Його експозиції розповідають про побут селян у XVII – XIX століттях.

Гордістю селян є письменник Микита Антонович Чернявський, який тут жив та був похоронений на цвинтарі села. У хаті, де жила його родина сьогодні розміщується музей письменника.

Село Гречишкіне – це поселення донських козаків, культура яких бережно зберігається мешканцями села до теперішнього часу. У ньому працює народний етнографічний вокальний ансамбль «Калина».

Висновок. Названі ресурси, складають туристський потенціал району, який може бути залученим до різних напрямів туризму за умов розвитку інфраструктурних ресурсів (у тому числі, засобів розміщення).

Недостатня обізнаність туристичних ресурсів району на регіональному туристичному ринку, неналежна фінансова підтримка з боку обласної адміністрації, незацікавленість обласних туристичних підприємств у розвитку регіонального туризму, все це є причиною низьких темпів розвитку туризму в Новоайдарському районі.

У подальших дослідженнях автор продовжить роботу з вивчення туристичних ресурсів району, їх оцінки та розробить тури, які зможуть привабити внутрішнього споживача туристичних послуг.

Література

1 Фисуненко О. П. Природа Луганской области / О. П. Фисуненко, В. И. Жадан.-Луганск. 1994.-232 с.

Гречишкін Є. І. Туристичні об'єкти та їх вплив на розвиток регіонального туризму.

У даній статті розглядаються питання щодо розвитку туризму у Новоайдарському районі, який має для цього достатні природні та природно-антропогенні ресурси.

Ключові слова: туризм, туристські ресурси, сільський зелений туризм, екотуризм.

Гречишкин Е.И. Туристические объекты и их влияние на развитие регионального туризма.

В статье рассмотрены вопросы развития туризма в Новоайдарском районе, который имеет для этого достаточно природных и природно-антропогенных ресурсов.

Ключевые слова: туризм, туристические ресурсы, сельский туризм, экотуризм

УДК 338.48:339.9

Гулей А. А.

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ В МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИЗМЕ

Постановка проблемы. В конце XX в. появилась экономика нового типа – глобальная экономика. Ее отличительная особенность состоит в том, что все основные виды экономической деятельности – производство и потребление товаров и услуг, управление, распространение информации и технологий, функционирование рынков – осуществляются в глобальном масштабе, что непосредственно взаимосвязано с туристическим бизнесом во всём мире.

В условиях современной мировой экономики, формирующейся под влиянием процессов глобализации экономического, политического, культурного и социального пространств, международный туризм является одной из самых высокодоходных (3-е место после топливно-энергетического и военно-промышленного комплексов) и динамично развивающихся отраслей. По данным Всемирной Туристской Организации в сфере туризма в мире занято свыше 250 млн. чел., то есть каждый десятый работник. На его долю приходится 7% общего объема инвестиций, 11% мировых потребительских расходов, 5% всех налоговых поступлений, 1/3 мировой торговли услугами. Количество прибытий в 2006 г. составило 842 миллиона, что соответствует 4,5% роста (в Азиатских странах - 8,4%). Значение туризма как источника финансовых, в том числе валютных, поступлений иллюстрирует тот факт, что каждый турист тратит в среднем не менее 300-500 долларов в месте своего пребывания, а по прогнозам экспертов ВТО к 2012 году доход от каждого туриста возрастет почти на 40%. Деньги, вложенные в туризм, оборачиваются быстрее, чем в других отраслях. Это приводит к эффекту мультипликации, то есть подталкивает к развитию другие отрасли народного хозяйства.[4]

Анализ последних исследований. Актуальность вопросов глобализации международного туризма обусловила значительный интерес и внимание к теоретическим и практическим аспектам данной проблемы. Исследование мирового туризма как динамично развивающегося вида экономической деятельности отражено в работах М. Кастельс, Азара В.И., Афанасьева А.Е., Борисова К. Г., Карпова Г.А., Нэбитт Дж., Пузаковой Е.П., Сапуновой В.Б., Сенина П.Б., Соколова М. В., Уварова Е.К., Эбурдина П. и др. М. Кастельс определяет глобальную экономику как «экономику, способную работать как единая система в режиме реального времени в масштабе всей планеты».[1,с.105]

Процессы глобализации в самом широком смысле характеризуются резким усилением и усложнением взаимных связей и взаимных зависимостей в основных областях экономической, политической, общественной жизни, приобретающих планетарные масштабы. Большой вклад в исследование экономики туризма внесли такие авторы, как Лиманский, Ружковский Я., Зорин Г.А., Квартальнов В.А, Романов А.А., Туманов О.Н. и др.

Целью исследования является анализ глобализации международного туризма в современной мировой экономики, формирующейся под влиянием процессов глобализации экономического, политического, культурного и социального пространств.

Изложение основного материала. Глобализация выражается в растущей взаимозависимости стран в мире в результате увеличивающегося объема и разнообразия трансграничного движения товаров и услуг, а также быстрого и широкого распространения всех видов технологий. Глобализация мировой экономики повлияла и на развитие туристического сектора. Рост спроса на туристические услуги привел к образованию острой конкуренции и распространению различных наднациональных корпораций в туристическом бизнесе и гостиничной индустрии. Распространенное использование новейших технологических решений, совместно с другими современными средствами транспортировки, компьютерными системами бронирования и резервирования гостиниц, продажей туристических путешествий или современных линий обслуживания привело к зарождению феномена международного массового туризма, который получил название «технологический туризм». Современный туризм открывает особенности массового туристического продукта вместе с его стандартизацией и серийным производством, специализацией и разнообразием его предложений, а также с современной продажей и рекламой, часто виртуальной. Развитие мировой экономики туризма является результатом удовлетворения человеческих потребностей, начиная с отдыха и досуга, восстановления физических сил, потребительских потребностей и заканчивая умственными потребностями: новый опыт, восприятие и познание. Значение и роль туризма на региональном и международном уровнях можно заметить по объему туристических

маршрутов, количества рабочих мест в туризме и смежных отраслях, объему валютных поступлений и расходам на туризм и досуг. Новые направления и тенденции в международном туризме являются производной геополитических изменений. Распад тоталитарной системы, демократизация обществ в прежних социалистических странах, а также становления Европейского Союза стали наиважнейшими событиями, которые повлияли на массовое развитие международного туризма, который можно считать уникальным феноменом XX в.

Процессы глобализации на туристском рынке характеризуются сегодня следующими чертами: изменением технологий, модернизацией транспортной инфраструктуры, интернационализацией деловой активности, созданием механизма регулирования международного туризма. Изменение технологий и передача информации сделали многие виды услуг способными к торговле. Одно из последних направлений развития электронной торговли через Интернет говорит о реальном функционировании глобальной экономики. О распространении Интернет говорят следующие цифры: к 2001 г. насчитывалось свыше 400 млн. пользователей, а к 2010 г. их число возросло до 2 млрд. человек. [5] Информационная революция содействовала расширению туристических связей. Турпродукт является одним из наиболее часто запрашиваемых в Интернете. Так, через Интернет получают около 68,2 % информации о путешествиях: это информация о видах отдыха, ценах, картографические материалы и, конечно, через Интернет осуществляется бронирование туристических путёвок и гостиничных номеров. В основе мотивации пользования интерактивными агентствами на первом месте стоит удобство (78,4 %), на втором отсутствие давления при покупке (66,4 %), далее экономия времени (64,2 %) и возможность получить информацию непосредственно от туроператора. Следует подчеркнуть, что глобальные системы распределения, системы резервирования и бронирования, такие как «Галилео», «Амадеус» и др., стали играть ключевую роль в международном туризме в результате расширения их использования в качестве каналов распределения мест на транспорте и в отелях и инструментов маркетинга турпродукта.

В глобальной экономике большую роль играет электронная коммерция. Электронная торговля в турбизнесе может радикально изменить структуру производства и распространения турпродукта, устранив потребность в таких вспомогательных структурах, как распределительные сети, туроператоры-оптовики и турагенты. Телекоммуникационные и информационные технологии позволяют получить информацию с любого расстояния и в любом режиме времени, в том числе on-line.

Высокими темпами развивается индустрия транспортного обслуживания туристов. Одной из крупнейших отраслей является сектор авиатранспортных услуг. Общая стоимость оказанных услуг в 90-е гг. превышала 1 трлн. долларов. Примерно 70 % рынка авиатранспортных

услуг приходится на пассажирские перевозки, причем 40 % общего числа международных туристских прибытий приходится на воздушный транспорт. Расширение международного и внутреннего туризма, включая поездки на отдых с деловыми целями, тенденция к осуществлению нескольких непродолжительных поездок в течение года (дробление отпуска) способствуют дальнейшему повышению спроса на услуги воздушного транспорта. По прогнозу ВТО, до 2015 г. предполагается увеличение числа пассажиров, пользующихся воздушным транспортом, на 3 % ежегодно. Наиболее значительный рост ожидается на Ближнем Востоке – 4,8 % в год. Быстрыми темпами будет возрастать число пассажиров на европейском континенте – 3,15 % ежегодно. В Азиатско-Тихоокеанском регионе также прогнозируются высокие темпы роста числа пассажиров – 2,7 % в год. Еще наиболее высокими темпами будет развиваться индустрия морских и речных круизов – около 5 % ежегодного роста.[4]

Индустрия железнодорожных перевозок будет развиваться за счет трансконтинентальных и внутриконтинентальных скоростных железных дорог. В то же время будет постепенно уменьшаться удельный вес автомобильных туристических перевозок. Наиболее важными критериями оценки транспортного средства будут являться уровень комфорта, безопасность движения, экологическая безопасность, стоимость перевозки, скорость и вместимость.

Важной чертой глобализации является также интернационализация деловой активности. Причиной интернационализации туристического бизнеса является своеобразие турпродукта. Турпродукт, как известно, представляет комплекс услуг, оказываемых туристу, и часто потребляется за рубежом. Производитель для достижения максимальной прибыли стремится распространить свое влияние на другие сферы туризма. Так, авиакомпании могут объединяться с туроператорами и гостиничным сектором. Инициатива часто исходит от фирм, базирующихся в странах-поставщиках туристов, которые получают конкурентные преимущества благодаря изучению туристского спроса и тенденций развития на туристском рынке.

В глобальных интеграционных процессах активную роль играют ТНК. К их образованию приводят процессы концентрации производства и централизации капитала. Фирма считается транснациональной, если она имеет множество зарубежных филиалов и дочерних предприятий; если ее деятельность распространяется на большое число стран по всему миру; если доля доходов и прибыли от зарубежной деятельности относительно общих доходов и прибыли очень высока. Ярким примером создания ТНК в туристическом бизнесе являются интегрированные гостиничные цепи. Большинство крупнейших гостиничных цепей имеют штаб-квартиры в США, хотя год от года возрастает роль и других стран в управлении гостиничным бизнесом. К числу наиболее известных гостиничных цепей, управляемых из США, относятся Hospitality

Franchise System (число отелей 4400 в 6 странах, число номеров 435000), Holiday Inn Worldwide (число отелей 2031 в 62 странах, число номеров 365309), Best Western International (число отелей 3401 в 60 странах, число номеров 276659), Marriott Hotel (число отелей 898 в 27 странах, число номеров 186656), ITT Sheraton (число отелей 417 в 61 стране, число номеров 129937).[3] Среди других стран, имеющих штаб-квартиры гостиничных цепей, можно отметить Францию (Accor, Club Mediterranee), Великобританию (Forte Hotels, Hilton International), Германию (Robinson Club GmbH), Испанию (Grupo Sol Melia). Объединение в международные цепи предполагает, что отели предпринимают меры по повышению своей конкурентоспособности. У известных корпораций выработаны правила и стандарты, обеспечивающие своеобразие стиля и сценария обслуживания клиентов всех входящих в нее отелей. Однако процессы интернационализации деловой активности проявляются не только в сфере гостиничного бизнеса, но и в ресторанном бизнесе, в туроператорском секторе, в сфере воздушных перевозок (создание мировых альянсов, например «Стар Альянс», который объединяет немецкие, шведские, канадские, бразильские и др. авиалинии).

Международный туризм является составной частью международных отношений, в связи с чем возникает необходимость организации и управления всем комплексом туристической деятельности как в рамках отдельных государств, так и на международном уровне. Важную роль играет Всемирная туристская организация, основанная в 1975 г. и действующая под патронажем ООН. Деятельность ВТО концентрируется на информативном продвижении туризма, расширении его значимости, создании новой материально-технической базы. К другим не менее важным международным организациям относится Международная Ассоциация воздушного транспорта, главной функцией которой является упорядочение международного коммерческого воздушного сообщения, введение единых правил и процедур, установление согласованных тарифов на пассажирские авиаперевозки на международных маршрутах.

Вывод. Таким образом, глобализацию в туризме можно определить как процесс резкого усиления туристических потоков, а также потоков услуг, капитала, информации и технологий, обычно не попадающих под регулирование национальных правительств. Глобализация имеет долговременный характер, а ее движущей силой является, прежде всего, революция в сфере информационно-коммуникационных технологий, либерализация рынков и обострение международной конкуренции

Перспективы дальнейших исследований. Исследовать влияние современной мировой экономики, формирующейся под влиянием процессов глобализации экономического, политического, культурного и социального пространств на глобализацию международного туризма.

Література

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М., 2000. С. 105. 2. Ліманський А., Ружковський Я. Міжнародний туризм в епоху глобалізації // Журнал Європейської економіки. Вересень 2005. – Т. 4 (№ 3). – С. 295-303. 3. <http://www.turbooks.ru/stati/gostinichnyji-restorannyji-biznes>. 4. www.world-tourism.org (офіційний сайт ВТО). 5. <http://itnews.com.ua>, <http://wikipedia.org>.

Гулей А.А. Глобалізація в міжнародному туризмі

В статті описана важливість глобалізації туризму на мировому рівні. Глобалізація виражається в зростаючій взаємозалежності країн у світі в результаті збільшення обсягу та різноманітності трансграничного руху товарів і послуг, а також швидкого й широкого поширення всіх видів технологій.

Ключеві слова: глобалізація, міжнародний туризм, інтернаціоналізація, ВТО.

Гулей А.О. Глобалізація в міжнародному туризмі

У статті описана важливість глобалізації туризму на світовому рівні. Глобалізація виражається в зростаючій взаємозалежності країн у світі в результаті збільшення обсягу, що збільшується, і різноманітності трансграничного руху товарів і послуг, а також швидкого й широкого поширення всіх видів технологій.

Ключові слова: глобалізація, міжнародний туризм, інтернаціоналізація, СОТ.

УДК 338.488.2

Дьякова І. О.

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Постановка проблеми. В час значних економічних перетворень, на шляху до підвищення соціально-економічного рівня країни, передбачена велика кількість завдань: необхідно зробити аналіз переваг та недоліків в багатьох структурних сферах. Організаційні рішення нерозривно пов'язані з концепціями загального розвитку підприємства. В умовах адміністративно-командної системи організаційні структури управління були інструментом для односторонньої передачі директив від вищих органів управління – низчим. Вдосконалення організаційних структур відбувалося у напрямку копіювання структур вищих органів управління. Це призводило до проектування та функціонування моделей,

позбавлених оригінальності, а весь управлінський механізм – до низької ефективності. Цілком зрозуміло, що подібні організаційні структури не сприяли вирішенню нових проблем і завдань, які виникали у зв'язку з переходом до ринкової економіки [2, с.204].

Дійсно, це стосується й галузі готельної індустрії. Треба визначити, що додалі частіше постає питання недосконалості систем управління готельними підприємствами, і як слід – не досягнення конкретної стратегії та мети. Сучасний етап розвитку економіки України ставить нові вимоги до побудови організаційних структур управління підприємствами. Так, забезпечення широких можливостей для підприємства зумовлює необхідність наступних змін в організаційній структурі: посилення функцій маркетингу; підвищення ролі стратегічного планування на вищих рівнях управління; здійснення системи оцінки керівних кадрів з врахування комплексних результатів їх праці, а також мотивації [1, с.282].

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Проведений нами аналіз літературних джерел виявив, що на сьогоднішній день існує значна кількість публікацій, щодо питань удосконалення систем управління готельними підприємствами. Так, вивченням теоретичних основ систем управління підприємствами займалися науковці Х. Й. Роглев та Н. І. Кабушкін. Особливостям систем управління, їх проектуванням та принципам присвячені роботи Л. І. Нечаюк та Н. О. Нечаюк, Р. Н. Пушкаря, Н. П. Тарнавської, К. І. Зайцевої, А. В. Шегди та Е. М. Герасімова. Вивченням стратегічного управління займалися науковці О. С. Виханський, Л. Х. Доленко, В. Д. Маркова та С. А. Кузнецова. Питанням практичної психології менеджмента та вдосконаленню систем управління приділена увага в роботах Г. В. Щекіна, І. В. Ладанова та В. А. Розанової.

Значна кількість наукових досліджень вказує на те, що системи управління готельними підприємствами України потребують удосконалення.

Треба визначити, що система управління – це логічне взаємовідношення рівней управління та функціональних областей, що побудовані в такій формі, яка дозволяє з максимальною ефективністю досягати мети організації [4, с.689].

На сьогоднішній день використовується велика кількість схем та прийомів щодо систем управління. Не можна чітко теоретично та за допомогою літературних джерел сказати, яка система управління буде максимально ефективною для певного підприємства, яким чином треба підпорядкувати «кластери» підприємства, - це індивідуальне питання кожного управлінця готелю і залежить воно тільки від мети та стратегії підприємства готельного господарства.

Метою даної роботи є розгляд і аналіз проблем удосконалення систем управління готельними підприємствами.

Готельна індустрія України – відносно молода та не розвинена галузь державної економіки, яка ґрунтується на досвіді закордонних фахівців і досліджень. Покладаючись на зміни останнього часу, готельний бізнес має великі перспективи, в країні відзначається підвищення ділової активності, що викликає збільшення попиту на послуги сфери готельного господарства. Зростання доходів населення призводить до того, що люди більше подорожують, і як слід – постає необхідність в послугах готельних підприємств. В останній час є динаміка збільшення кількості закладів розміщення, зростає національне фінансування цієї галузі та поступове інвестування з-за кордону.

Підприємства розміщення працюють, не маючи чітких систем управління. Не розроблені конкретні схеми для певних типів підприємств. Велика кількість готелів використовує фрагменти існуючих організаційних систем. Але слід зазначити, що цією проблемою зацікавлені багато відомих фахівців, втілення їх новітніх розробок поступово дають позитивні результати.

Діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу, які досягли успіху на даному етапі розвитку економіки нашої держави, свідчить, що лише побудовані за новими технологіями організаційні структури спроможні забезпечити ефективність виробничого процесу й виступити запорукою динамічного розвитку підприємства.

Організаційна структура готельного закладу необхідна для управління всіма сферами діяльності підприємства, а аналіз переваг та недоліків можливих варіантів її побудови дозволяє зробити вибір її конкретної форми з урахуванням стану споживчого ринку та стратегії розвитку підприємства. Організаційна структура управління забезпечує стабільність функціонування системи управління, завдяки чому підприємство ритмічно працює незалежно від впливу зовнішніх та внутрішніх факторів. Відтак, організаційна структура управління забезпечує реалізацію стратегічних планів підприємства шляхом його певних тактичних дій та є своєрідним каркасом, навколо якого будуються всі складові підприємства. Керувати структурою, стежити за тим, щоб вона була адекватною до стратегії – дуже складно.

Взагалі, в кожній структурі управління є певні «мінуси». Наприклад, найбільш проста - лінійна структура передбачає дуже високі вимоги до керівника, який повинен мати різнобічні знання і досвід з усіх функцій управління та сфер діяльності, що, в свою чергу, обмежує можливості керівника ефективно управляти організацією. Функціональна структура може виявитися не пристосованою до змін через «функціональну короткозорість». Не завжди є гнучкою при вирішенні завдань і лінійно-функціональна структура. Недоліком матричної організаційної структури можна врахувати труднощі в утриманні балансу між двома лініями влади, можливість нерациональних витрат часу на комунікації. Список цих недоліків на цьому не закінчується, але якщо ланкою управлінців була підібрана вірна система управління –

«недоробок» майже не буде помітно. Головне – обрати систему управління, яка б відповідала стратегії підприємства та постійно вдосконалювати її, знаходити альтернативи, проявляти гнучкість та постійно робити її аналіз.

Відомий вчений-психолог Г. В. Щокін пропонує модель вдосконалення організаційних структур і системи управління в цілому:

1. Чітке формування напрямів розвитку підприємства як вихідного пункту для зміни організаційної структури. На цьому етапі слід використовувати об'єктивні методи оцінки та стану підприємства.

2. Визначення цілей і завдань. На цьому етапі здійснюється аналіз та оцінка руху матеріалів під час виробничого процесу, проектується його максимальна організація, виділяються конкретні ланки для реалізації управлінських функцій.

3. Розроблення кола повноважень і відповідальності для кожної виділеної мети та завдань, розподіл цілей та завдань між ланками структури.

4. Оцінка повноважень за рівнем відповідальності, складності вирішуваних проблем, рівнем вимог тощо, розроблення механізму мотивації керівних кадрів.

5. Вироблення альтернативних варіантів поєднання централізації та децентралізації. Оцінка та вибір оптимального варіанта.

6. Розробка альтернативних варіантів організаційної структури, оцінка та вибір оптимального варіанта.

7. Вироблення системи економічного управління підприємством, включаючи систем матеріального стимулювання працівників конкретних підрозділів у складі організаційної структури [1, с.286].

У сучасних умовах господарювання організаційні структури управління повинні передбачати функції, пов'язані з оцінкою ефективності підприємства порівняно зі світовим рівнем. Є необхідність в систематичному порівнянні рівня розвитку підприємства з рівнем, досягнутим фірмами-конкурентами, порівняння техніко-економічного рівня зі світовими стандартами. Важливою складовою для вдосконалення систем управління є проведення комплексної оцінки нових перспектив.

Провідні фахівці в області менеджменту високо оцінюють значимість організаційних структур і їхній вплив на ефективність діяльності підприємства, тому що устрій підприємства завжди був одним із головних пріоритетів управління. Оптимальною системою управління готельним підприємством є система, що дозволяє підприємству ефективно взаємодіяти з зовнішнім середовищем, продуктивно та доцільно розподіляти попит споживачів послуг, досягати визначених цілей з високою ефективністю [3, с.39-40].

Висновок. Таким чином, треба визначити, що кожна організація це достатньо складна техніко-економічна та соціальна система, особливо в індустрії готельного господарства. Згідно існуючої теорії та практики, взаємозв'язок компонентів структури управління реалізується за

допомогою комбінацій різних типів департаментизацій та виступає в рамках організаційних структур: лінійної, функціональної, лінійно-функціональної, дивізійної, матричної, а також інших найбільш досконалих та здатних відповідати сучасним життєвим потребам до структур.

Характерною рисою останнього часу стали експерименти із розробками та введенням новітніх структур управління з використанням різноманітних комбінацій відомих видів та типів, які налаштовані до конкретних умов їх функціонування. Прикладом є попит на розробки систем управління в галузі готельної індустрії. Дуже часто використовуються різноманітні комбінації відомих видів та типів структур, які намагаються налаштувати до конкретних умов їх функціонування.

Питанням найближчого майбутнього є поява різноманітних структур управління певних типів підприємств готельної індустрії.

Перспективи подальших досліджень.

Перспективи подальшого дослідження постають у більш детальному розгляді питань, пов'язаних з удосконаленням систем управління готельними підприємствами, гнучкому підході до формування системи управління. Вчені даної сфери будуть ще детальніше вивчати особливості систем та їх вплив на досягнення стратегічних цілей підприємств.

Література

1. Щекин Г.В. Практическая психология менеджмента: Как делать карьеру. Как строить организацию. – К.: Украина, 1994. **2. Пушкар Р.М., Гарнавська Н.П.** Менеджмент: теорія та практика : підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – 490 с. **3. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н. О.** Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навчальний посібник. – К.: Центр Навчальної літератури, 2006. – 348 с. **4. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф.** Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: "Дело", 1992. – 702 с.

Дьякова І.О. Вдосконалення систем управління готельними підприємствами

В статті було визначено питання недосконалості систем управління готельними підприємствами. Розглянута необхідність нових вимог до побудови організаційної структури. Представлена модель удосконалення організаційних структур відомого вченого-психолога Г.В.Щокіна.

Кикинёва Т. А.

АНИМАЦИЯ В САНАТОРНО-РЕКРЕАЦИОННЫХ КОМПЛЕКСАХ

Постановка проблемы. В настоящее время ни один из рекреационных комплексов не обходится без анимации. Но существует отличие организации анимационной деятельности в этих комплексах. Нельзя проводить одну и ту же анимационную программу в отеле и в санатории или на туристической базе. Нужно знать, какая модель анимационной программы должна быть в санаторно-курортном комплексе, чтобы она выполняла все свои функции и не нарушала режима рекреантов.

Актуальность исследования. Анимация – это новое направление в туризме. Использование на практике анимации в санаторно-курортных учреждениях преследует цель не только как система развлечений, а также при правильной организации может выполнять лечебную функцию.

Анализ последних исследований и публикаций. При анализе анимационной деятельности в туризме мы столкнулись с проблемой, какая модель анимационной программы должна быть в санаторно-рекреационных комплексах. Многие авторы, такие как С.И. Байлик, А.Б. Воронина, В.А. Квартальнов, А.М. Ветитнев и другие рассматривают анимацию в туризме.

Цели статьи. Рассмотреть анимационную деятельность в санаторно-рекреационных комплексах.

Задачи статьи:

1. Выяснить место анимации в рекреационной деятельности.
2. Выявить основные проблемы в сфере анимационной деятельности.
3. Определить разницу между анимационными программами в отеле, в санатории и на туристической базе.

Основной материал. Рекреация как процесс расширенного воспроизводства физических, психических и интеллектуальных сил человека составляет одну из важнейших функций туризма и реализуется в форме рекреационной деятельности человека с помощью анимационных программ. Научно-техническая и информационная революции резко повысились не только в сфере производства, но и в быту, чем кардинально изменили характер затрат сил человека, сократив физические нагрузки при резко возрастающей доле интеллектуальных и эмоциональных сил. Энергетический баланс, который в прошлом уравнивался, главным образом, трудовыми затратами в рабочее время, требует теперь активной физической деятельности в рекреационное время. Рекреация должна обеспечить эмоциональную и психофизическую «надежность», «устойчивость» человека в процессе

труда и быта. Предпосылкой создания курортной анимации является желание гостя выехать из города, прикоснуться к духовным ценностям (истории, культуре, искусству), разнообразить жизненные впечатления, устранить физическую и психическую усталость, познать новое, новых людей, найти и проявить себя в общении с ними. И как следствие этого – повышенный спрос на туристские услуги.

Анимация — сравнительно новое направление курортной деятельности, предполагающее личное участие туристов в игровых и театрализованных шоу-программах, спортивных и культурно-развлекательных мероприятиях. Это явление — порождение конкуренции между курортами, стремящимися разнообразить отдых своих клиентов. [2, с. 11-13]

Анимационные программы включают в себя спортивные игры и состязания, танцевальные вечера, карнавалы, игры, занятия, входящие в сферу духовных интересов и т.д.

Организация отдыха рекреантов на курортах является одной из важнейших задач специалистов курортного дела. Роль досуга в формировании современного образа жизни огромна. Досуг определяют как средство восстановления сил в процессе какой-либо деятельности, любительских занятий и пр. В любом случае, организация досуга отдыхающих - трудная задача, связанная, прежде всего с большим количеством свободного времени у курортника в период пребывания в здравнице. Досуг – это деятельность в свободное время вне сферы общественного и бытового труда, благодаря которой человек восстанавливает свою способность к труду и развивает в себе в основном те умения и способности, которые невозможно усовершенствовать в сфере трудовой деятельности. [4, с. 64]

Учитывая то, что на любую лечебно-медицинскую процедуру необходимо затратить энергию, анимационной команде лечебного курорта рекомендуется остановить свой выбор на проведении вечеров отдыха самых разных направлений.

Многие больные, проходящие курс лечения в санаторно-курортных комплексах, являются раздражительными, нервными, быстро устающими, легко возбудимыми людьми. В связи с этим считается, что вечер отдыха - самый удобный вид анимационной деятельности, располагающий к общению, более близкому знакомству.

Планировать такие вечера следует до приезда отдыхающих. Важное условие подготовки и проведения анимационных мероприятий – учет направления лечения в санаторно-курортном комплексе, следовательно, предоставлять исчерпывающую информацию о новейших методах лечения болезни, открытиях в области медицины, проводить встречи с лечащими врачами, устраивать дискуссии, лекции, вечера вопросов и ответов, откровенные беседы с пациентами, которым удалось победить свой недуг.

Основными проблемами в этой сфере являются.

- несоблюдение профиля и специализации здравниц, что приводит к формированию смешанного контингента с разными, часто противоположными интересами (взрослые и дети, семейные и одинокие, прибывшие преимущественно на лечение или для отдыха);

- противоречие между необходимостью соблюдения лечебно-охранительного режима и досуговой активностью, особенно выраженной в вечернее время;

- отсутствие контроля или недостаточный контроль за состоянием здоровья больных при их участии в активных видах отдыха;

- несоответствие форм и методов деятельности работников досуговой сферы возросшему культурному уровню отдыхающих;

- отставание материальной базы досуговой сферы от современных требований. [1, с. 364-365]

Две первые проблемы решить пока не удастся. Более того, все попытки это сделать ведут к преобладанию одного из приоритетных направлений в ущерб другому. Если исходить из основного предназначения санаторно-курортного лечения, то, безусловно, иные виды деятельности не должны вступать в противоречие с решением этой задачи. Однако практически все санатории принимают людей, желающих просто отдохнуть, и вынуждены заботиться об организации их свободного времени. Подходы к реализации профилактического направления также требуют либерализации. Еще большее значение досуговому направлению придается в пансионатах и домах отдыха.

В любом случае следует руководствоваться принципом: развлекательные мероприятия на курортах должны быть организованы так, чтобы не нарушать общий шумовой режим и не мешать отдыху не участвующих в них людей.

Наиболее традиционными формами организации досуга на курортах являются спортивно-массовая работа, экскурсионная работа, показы кинофильмов, проведение вечеров отдыха.

Спортивно-массовая работа проводится силами сотрудников, ведающих вопросами ЛФК. Поэтому руководители двух подразделений (спортивно-массовой работы и организации досуга и развлечений) должны совместно планировать свою деятельность и находиться в постоянном контакте.

Экскурсионная работа может осуществляться как собственными силами, так и с привлечением специализированных организаций. В первом случае следует иметь в виду, что эта деятельность лицензируется и требует наличия квалифицированных, подготовленных и сертифицированных специалистов. Кроме того, необходимы подготовленные по установленной форме карты маршрутов, утвержденные исполнители-гиды и транспорт. Для использования в этих целях собственного транспорта санаторий также должен иметь лицензию на пассажирские перевозки.

Организация досуга детей и детские развлечения являются обязательными в случае приема детского контингента. Для этого необходим дополнительный штат воспитателей, наличие детских игровых комнат, а в некоторых случаях и учебных классов. В здравницах для семейного отдыха у родителей должна быть возможность оставить детей под наблюдением воспитателей на время приема процедур или занятий другой деятельностью.

Под туристской анимацией (анимационным сервисом) понимают оживление отдыха и организацию непосредственных впечатлений от личного участия в мероприятиях. Это социально-культурная и туристско-оздоровительная категория, интегрирующая представления об определенном типе туристской деятельности человека и характеризующаяся его общественной деятельностью, бытом, формой удовлетворения материальных и духовных потребностей, правилами индивидуального и социального поведения. Она в значительной степени обусловлена социально-экономическими условиями, но вместе с тем во многом зависит от мотивов физиологической деятельности конкретного человека, от особенностей его психики, состояния здоровья и функциональных возможностей организма

Это также комплекс оперейтинга по разработке и предоставлению специальных программ проведения свободного времени, организация развлечений и спортивного проведения досуга.[3,с. 15]

Следует отметить, что туристская, санаторно-курортная и гостиничная анимация имеет свою специфику, обусловленную следующими факторами:

- туристские и гостиничные комплексы являются предприятиями замкнутого технологического цикла обслуживания туристов в ограниченное турпутевкой время;
- на разработку и реализацию анимационных программ отводится довольно короткий промежуток времени;
- контингент потребителей анимационных услуг различается по половозрастным, этническим, религиозным и другим признакам и постоянно меняется.

Из трех главных рекреационных функций (лечебной, спортивно - оздоровительной и познавательной) туристская анимация призвана выполнять прямым образом две функции - спортивно-оздоровительную и познавательную. Косвенным образом при соответствующих условиях выполняется и лечебная функция.

В практике анимационного дела для целевого конструирования анимационных программ можно выделить следующие функции туристской анимации:

- адаптационную, позволяющую перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой;
- компенсационную, освобождающую человека от физической и психической усталости повседневной жизни;

- стабилизирующую, создающую положительные эмоции и стимулирующую психическую стабильность;
- оздоровительную, направленную на восстановление и развитие физических сил человека, ослабленных в повседневной трудовой жизни;
- информационную, позволяющую получить новую информацию о стране, регионе, людях и т. д.;
- образовательную, позволяющую приобрести и закрепить в результате ярких впечатлений новые знания об окружающем мире;
- совершенствующую, приносящую интеллектуальное и физическое усовершенствование;
- рекламную, дающую возможность через анимационные программы сделать туриста носителем рекламы о стране, регионе, туркомплексе, отеле, турфирме и т. д.

Выводы. Таким образом, следует отметить, что туристическая, гостиничная и санаторно-курортная анимация имеют свою специфику, обусловленную многими факторами. Но одно из отличий санаторно-курортной анимации является то, что одну и ту же анимационную программу нельзя проводить в гостинице, туристическом комплексе и санатории, важно учитывать направление лечения санатория, планировать анимационную программу так, чтобы она не нарушала распорядка дня больных. Для реализации анимационных программ обязательно требуется анализ контингента потребляемого данным продуктом. Чтобы достичь желаемого результата, необходимо создавать анимационную программу еще до начала её реализации. Важно заметить, что именно анимационная деятельность является как бы рекламой рекреационного комплекса и в дальнейшем, при удачной реализации, турист выберет именно этот комплекс. Благодаря анимации человек раскрывает свой творческий потенциал, меняет свой образ жизни.

Проблематика последних исследований. Данная статья не раскрывает полностью все специфических особенностей в организации и проведении анимации в рекреационных комплексах. Данная проблема требует дальнейшего исследования совместно с врачами, работающими в различных направлениях исследования. Совместная работа организаторов лечения и развлечения сможет помочь ответить на многие вопросы.

Литература

1. А. М. Ветитнев, Л. Б. Журавлева Курортное дело // КноРус. – 2006. – с. 528.
2. Воронина А.Б. Анимация в туризме. – Симферополь: «Предприятие Феникс», 2008 – с.196.
3. Гаранин Н.И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации: Учебное пособие / Н.И. Гаранин, И.И. Булыгина. М., 2004.
4. Л.В.Курило Теория и практика анимации: Учебное пособие/ Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2006. –с.195.

Кикинѐва Т.А. Анимация в санаторно-рекреационных комплексах.

Анимация — сравнительно новое направление курортной деятельности, предполагающее личное участие туристов в игровых и театрализованных шоу-программах, спортивных и культурно-развлекательных мероприятиях. Учитывая то, что на любую лечебно-медицинскую процедуру необходимо затратить энергию, анимационной команде лечебного курорта рекомендуется остановить свой выбор на проведении вечеров отдыха самых разных направлений для людей с разными заболеваниями.

Ключевые слова: рекреация, анимация, анимационная деятельность, туристическая анимация, досуг.

Кікіньова Т.О. Анімація у санаторно-рекреаційних комплексах.

Анімація — порівняльно новий напрям курортної діяльності, що припускає особисту участь туристів в ігрових шоу-програмах, спортивних і культурно-розважальних заходах, що театралізуються. Враховуючи те, що на будь-яку лікувально-медичну процедуру необхідно витратити енергію, анімаційній команді лікувального курорту рекомендується зупинити свій вибір на проведенні вечорів відпочинку самих різних напрямів для людей з різними захворюваннями.

Ключові слова: рекреація, анімація, анімаційна діяльність, туристична анімація, дозвілля.

УДК 338.48-32

Коваленко Ю.О.

МІСЦЕ ТА РОЛЬ ЕКСКУРСІЙНОЇ ПОСЛУГИ В ТУРИЗМІ

Постановка проблеми. Економічні перетворення у сфері туристсько-рекреаційних послуг, як невід'ємної складової всієї сфери послуг, стали часткою спільного процесу трансформації економічного потенціалу країни при переході від адміністративно-командної системи господарювання до ринкової економіки.

Тверде регулювання і значне фінансування державою сфери туристсько-рекреаційних послуг в радянський період не стимулювало оптимальне використання ресурсів і підвищення ефективності виробництва послуг. Поява нових характеристик і якостей, привнесених у сферу туристсько-рекреаційних послуг ринковими стосунками, істотно змінили її функціонування, взаємодії з іншими галузями. Тому сьогодні постає питання про місце та роль екскурсійної послуги в туризмі.

Аналіз останніх досліджень. Вагомий внесок у розвиток теорії і методики екскурсійної діяльності зробили такі вітчизняні вчені-екскурсіоністи, як Н. М. Бабарицька, А. Я. Короткова, І. М. Чагайда, С. В. Грибанова та ін. Вони обґрунтували сутність поняття «екскурсія», з'ясували етапи зародження екскурсійної діяльності в Україні, розглянули питання методики розробки екскурсійного продукту та його реалізації.

Значний вплив на розвиток теорії та практики екскурсознавства мали дослідження зарубіжних учених. Серед них М. П. Анциферов, В. О. Герд, Б. Є. Райков, І. М. Гревс, Б. В. Ємельянов, Н. О. Гецевич та інші. У їхніх наукових працях з'ясовані фундаментальні основи теорії та методики екскурсознавства, охарактеризовані методи і форми проведення екскурсій тощо. Учені заклали основи теорії екскурсоводства. Проте у працях цих авторів питання про місце та роль екскурсійних послуг в туризмі спеціально не досліджувалося.

Вивчення літератури з даної проблеми дає підстави стверджувати, що питання про місце та роль екскурсійних послуг у сфері туризму ще не було предметом дослідження.

Викладенно вище спонукало нас долучитися до дослідження цього питання у контексті завдань та перспектив розвитку туризму на сучасному етапі.

Мета сатті полягає у визначенні місця та ролі екскурсійної послуги в туризмі на даному етапі розвитку туристичної галузі.

Задачі:

1. Розкрити сутність поняття «екскурсійна послуга».
2. Виявити специфічні риси «екскурсійної послуги».
3. Визначити місце та роль екскурсійної послуги у туризмі.

Викладання основного матеріалу. Екскурсійна послуга – одна з головних складових сфери послуг у туризмі. У Міждержавному стандарті (ДЕСТі) дається таке визначення екскурсійної послуги – «...послуга із задоволення пізнавальних інтересів туристів-екскурсантів, включаючи розробку і впровадження програм екскурсійного обслуговування або окремих екскурсій, організація і проведення екскурсій. Екскурсійні послуги можуть включати, як організацію так і послуги екскурсовода»[5]. Екскурсійні послуги – нетрадиційний товар. Їх особливість полягає у тому, що вони не набувають предметної форми. Ці послуги, як і усі ті, що надаються у туристській сфері, мають свої властивості. Так, екскурсійні послуги невідчутні, нерозривні з процесом виробництва та споживання, непостійні у якості, несхоронні тощо.

Особливістю екскурсійних послуг є те, що вони невіддільні від тих, хто їх надає і від тих хто отримує. Тому у туристко-екскурсійній сфері сервісу важливо не лише те, яка послуга надається, але і те, як вона надається. З цієї точки зору велике значення має професіоналізм екскурсоводів, правильний їх підбір і досвід. Треба також відмітити непостійність якості екскурсійних послуг [2]. На відміну від

матеріальних товарів, які можна складати, накопичувати та зберігати якийсь час, екскурсійні послуги неможливо зберігати.

До особливості екскурсійної послуги можна віднести й невідчутність, яка полягає у тому, що її не можна побачити, продемонструвати і спробувати до її отримання і використання.

Екскурсійні послуги надаються у ході обслуговування туристів. Екскурсійне обслуговування – діяльність з організації ознайомлення туристів й екскурсантів з екскурсійними об'єктами без надання послуг розміщення [3].

Екскурсійне обслуговування спрямоване, у першу чергу, на організацію та надання екскурсійних послуг, які задовольняють потреби туристів у прилученні до духовних і моральних цінностей, у накопиченні знань, в тому числі й професійних.

За умов участі туристів у таких екскурсійних заходах, як огляд експозицій музеїв різного профелю, відвідування визначних пам'яток історії, архітектури, природи та ін. відбувається задоволення потреби особистості у пізнанні оточуючої дійсності.

Вибірковість людини в доборі екскурсійних послуг носить пінавальний характер. Турист вибирає ті екскурсійні послуги, які задовольняють одночасно декілька його потреб. Так, при відвідуванні заміської екскурсії її учасники не тільки задовольняють потреби в пізнанні, але й у сполученні з емоційними та інтелектуальними навантаженнями, ліквідують дефіцит руху. Таким чином, екскурсійне обслуговування може розглядатися і як частина комплексної туристичної послуги, і самостійний вид послуг, метою якої є задоволення потреб екскурсантів в пізнанні навколишнього середовища.

Задоволення потреб туриста знаходиться у прямій залежності від кількісних та якісних форм екскурсійного обслуговування які, у свою чергу, спрямовані на охоплення екскурсійними послугами різних категорій населення: молоді у навчальних засобах (школах, коледжах, вузах), відпочиваючих у рекреаційних закладах (турбазах, пансіонатах тощо).

Сучасні масштаби туризму визначають новий рівень проблеми, раціональної організації екскурсійного обслуговування. Суспільство повинно вміти відпочивати, і у цьому йому помічник – туризм. Через екскурсійні послуги туризм задовольняє потреби людини у прилученні до духовних та моральних цінностей, накопиченні та поглибленні знань тощо. Саме тому, екскурсійні послуги – невід'ємна складова тур продукту, а організація їх надання – головний напрям діяльності туристичного підприємства.

Як і будь-який інший вид послуг (перевезення, харчування, розміщення та ін.), екскурсійна послуга може входити до складу туру, не маючи при цьому самостійного значення. На практиці під екскурсійним туром слід розуміти тур, сформований туроператором і замовлений туристом (екскурсантом) в пізнавальних цілях для отримання інформації,

збагачення внутрішнього світу, розширення кругозору і світогляду останнього за допомогою проведення сукупності екскурсій в країні (місці) тимчасового перебування. У екскурсійному турі поряд з комплексом послуг надаються як мінімум дві екскурсії. Причому туристові (екскурсантові) надаються стандартизовані екскурсійні програми або окремі екскурсії.

Продукція туроператорів, а також послуги окремо взятих виробників екскурсійних послуг (наприклад музеїв, театрів та ін.) знаходять реалізацію через турагентів або турагентські відділи (відділи реалізації продукції, продаж). На практиці спостерігається різні варіанти вище вказаних функцій у межах однієї екскурсійної фірми. Екскурсійна фірма одночасно може бути турагентом та залучати до даної діяльності екскурсоводів, керівників туристсько-екскурсійних груп, викладачів шкіл і доручити їм роль тур агента. Вона може виступати і в якості продавця екскурсійних послуг, які розроблені іншим туроператором, і створювати власний проект туристсько-екскурсійних послуг, за умов попиту на ту чи іншу тематику екскурсій.

Висновок. Екскурсійні послуги, як головна складова туристського продукту, включають у себе організацію відпочинку, подорожей с відвідуванням історичних, культурних, природних об'єктів та визначних місць з метою задоволення потреб туриста. Таким чином, вони займають важливе місце у туробслуговуванні, хоча у різних видах туризму їх питома вага неоднакова. Так, значне місце вони займають у культурно-пізнавальному туризмі. У науковому та екологічному вони займають значно менше місця, оскільки тісно пов'язані з тематикою турів. Знайдеться місце для екскурсії в рекреаційних та розважальних турах. Прикладом можуть бути багатопланові екскурсійні програми, які пропонуються відпочиваючим в традиційних рекреаційних регіонах України.

Перспективи подальших досліджень. Дана стаття не претендує на повне розкриття поставленої проблеми. В дослідженні ми не звернули увагу на самостійне існування екскурсійного обслуговування в туризмі. А також, не в повній мірі розглянули надання екскурсійного обслуговування в Україні.

Література

1. Александров Ю. Н. Подготовка и проведение экскурсий: Методические рекомендации/ Ю.Н. Александров. - М.: ЦРИБ Турист, 1974. – 220 с. **2. Бабарицька В.К.** Менеджмент туризму. Туроперейтинг: навч. посібник.- 2-вид., перероб. та доп. / В.К. Бабарицька, О.Ю. Малиновська. - К.: Альтерпрес, 2008. – 286 с. **3. Гецевич Н. А.** Основы экскурсоведения: Учеб. Пособие. / Н.А. Гецевич. - Минск: Университетское, 1988. – 150 с. **4. Дьякова Р. А.** Основы экскурсоведения: Учеб. пособие. / Р. А.Дьякова, Б. В.Емельянов, П. С. Пасечный. - М.: Просвещение, 1985. – 154 с. **5. Міждержавний**

стандарт ДЕСТ 28681.1.95. Туристичо-екскурсійні послуги. Проектування туристичних послуг. – К.: Держстандарт України, 1996.

Коваленко Ю. О. Місце та роль екскурсійної послуги в туризмі.

У статті розкрито суть екскурсійної послуги та виявлені її специфічні риси. Акцентується увага на місці та ролі екскурсійної послуги в туризмі.

Ключові слова: туризм, турпродукт, екскурсійна послуга, екскурсійна діяльність

Коваленко Ю. А. Место и роль экскурсионной услуги в туризме.

В статье раскрыто сущность экскурсионной услуги и выявлены ее специфические черты. Акцентируется внимание на место и роль экскурсионной услуги в туризме.

Ключевые слова: туризм, турпродукт, экскурсионная деятельность, экскурсионная услуга

УДК 502.4 (477.61) : 338.483.1

Короленко О. М.

**РЕКРЕАЦІЙНЕ ВИКОРИСТАННЯ
ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ
ЛУГАНСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Постановка проблеми. Інтенсивна експлуатація природних ресурсів вимагає від суспільства здійснення дійових заходів щодо збереження навколишнього середовища. Для започаткування створення мережі природно-заповідних територій у нашій країні було розроблено і прийнято Закон України «Про природно-заповідний фонд України»(1991), а також Програму перспективного розвитку заповідної справи в Україні(1994).

Відомо, що крім природоохороної функції природно-заповідні території виконують рекреаційну, тобто - розширене відтворення сил людини (фізичних, інтелектуальних та емоційних) [1,с.205]. Природно-заповідний фонд (ПЗФ) може використовуватися в рекреаційній діяльності – діяльності, спрямованої на реалізацію рекреаційних потреб (необхідність в психо-фізіологічному й духовно-інтелектуальному розвитку людини).

Тому постає питання розглянути рекреаційне використання природно-заповідного фонду Луганської області.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Вивченням ресурсів природно-заповідного фонду Луганської області останнім часом займалися такі вчені, як О.А. Арапов, В.Б. Ференц, О.Ю. Іванченко, Т.В. Сова., які створили сучасні збірники та атласи ПЗФ Луганської області. У зв'язку з невеликою дослідженістю даної теми з'явилася необхідність створені цієї статті.

Мета. Надати характеристику ПЗФ Луганської області та його рекреаційного використання.

Виклад основного матеріалу. Станом на 1 грудня 2007 р. мережа ПЗФ Луганської області становить 68255 га і займає 2,5 % площі Луганської області.

До складу фонду входять 135 природоохоронних територій та об'єктів, в тому числі 6 загальнодержавного і 130 – місцевого значення. Серед них один природний заповідник, 45 заказники, 18 заповідних урочищ, 61 пам'ятка природи, 9 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, один регіональний ландшафтний парк [5,с.22].

Згідно з З.У. «Про природно-заповідний фонд України», природний заповідник – це природоохоронна, науково-дослідна установа загальнодержавного значення, що створюється з метою збереження в природному стані типових або унікальних для ландшафтної зони природних комплексів з усією сукупністю їх компонентів, вивчення природних процесів і явищ, що відбуваються в них, розробка наукових засад охорони навколишнього природного середовища, ефективного використання природних ресурсів та екологічної безпеки.

Регіональний ландшафтний парк – є природоохоронною установою місцевого чи регіонального значення, що утворюється з метою збереження у природному стані типових або унікальних природних комплексів та об'єктів і забезпечення організованого відпочинку населення.

Заказниками оголошуються природні території з метою збереження, відтворення природних комплексів і їх окремих компонентів.

Пам'ятки природи це окремі унікальні природні об'єкти, що мають особливе природоохоронне, наукове, естетичне і пізнавальне значення.

Заповідні урочища - цей статус надається лісовим, степовим, болотним та іншим відокремленим ландшафтам, що мають наукове, природоохоронне і естетичне значення, з метою збереження їх у природному стані.

Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва - до цієї категорії відносяться найбільш визначні та цінні зразки паркового будівництва з метою охорони та використання в естетичних, виховних, наукових, природоохоронних та оздоровчих цілях [4,с.27-35].

Частка площ територій окремих категорій ПЗФ Луганської області складає: природних заповідників – 3%, регіональних ландшафтних

парків – 20%, заказників – 65%, пам'яток природи – 6%, парків-пам'яток садово-паркового мистецтва – 0,3%, заповідних урочищ – 5%.

Найбільшою площею ПЗФ є в Біловодському районі. Досить великою площею відрізняються також Сватівський, Марківський, Кременський та Станічно-Луганський райони [3].

Найбільш визначними об'єктами ПЗФ Луганської області є природно-заповідні об'єкти загальнодержавного значення:

- Луганський природний заповідник. Був організований Постановою Ради Міністрів Української РСР №568 від 12 листопада 1968 р. Сьогодні заповідник підпорядкований Нац. Академії наук України. Заповідник є територією найвищої пріоритетності в збереженні східнопричорноморських флори і фауни. Тільки судинних рослин на його території зростає біля 1136 видів, із них до Червоної книги України внесено 36 видів. На заповідній території виявлено близько 450 видів мікобіоти. Тваринний світ налічує більше 3000 видів, із них до Червоної книги України занесені 92. Складається з трьох відділень: Станічно-Луганське відділення, Стрільцівський степ, Провальський степ.

- Ботанічний заказник «Юницький». Розташований на території Юницького лісництва на площі 1065 га в Біловодському районі поблизу с. Городище.

- Комплексна пам'ятка природи «Айдарська тераса». Розташована поблизу с. Айдар-Миколаївка Новоайдарського району. Площа 100 га.

- Геологічна пам'ятка природи «Конгресів яр». Місце розташування м. Лисичанськ. Площа 20 га.

- Парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва «Гостра могила». Луганськ. Площа 86 га.

- Парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва «Дружба». с. Перемога, Новоайдарський район, [5,с.35-65].

Також слід нагадати про існування регіонального ландшафтного парку «Біловодський» розташований поблизу с. Городище. Територія парку охоплює долину річки Деркул. Площа 14011 га. Для рекреаційного користування він є найбільш пріоритетним.

За функціональними особливостями рекреаційну діяльність в мережі ПЗФ можна поділити на наступні види: лікувальну, оздоровчу, спортивну, туристську, утилітарну, пізнавальну.

Дуже розповсюдженою є рекреаційно-оздоровча діяльність. Сприяє зниженню нервових і фізичних втом, профілактиці захворювань, відновленню фізичного і духовного потенціалу людини.

Рекреаційно-спортивна діяльність об'єднує заняття спортом, включаючи спортивно-утилітарні види - мисливство, рибалка.

Рекреаційно-туристична діяльність пов'язана з подорожами і походами з метою активного відпочинку і пізнання природи.

Рекреаційно-утилітарна діяльність - це поєднання відпочинку із збиранням грибів, ягід.

Рекреаційно-пізнавальна діяльність здійснюється в усіх об'єктах ПЗФ, де людина може підвищити свій рівень знань у сфері природничих наук і охорони природи [2,с.117-126].

Всі види рекреаційної діяльності активно впроваджуються в мережі ПЗФ, це сприяє відтворенню сил трудових ресурсів Луганщини на базі місцевих природних ресурсів, тобто рекреаційне використання ПЗФ Луганської області ще виконує економічну функцію. Тому потрібно розробити дієві засоби створення, збереження і раціонального використання мережі природно-заповідних територій, виходячи з того що, у радянський час природні ресурси Луганської області експлуатувалися нещадно, прагнення за всяку ціну зробити більше хліба й вугілля привело до того, що тут практично зникли природні комплекси в природньому стані. Через надмірний рівень оранки землі (майже 50% території області) і порушення ґрунтів добувними підприємствами, у регіоні майже не залишилося незмінених ділянок степу. Вирубана більша частина лісів природнього походження, важкі втрати понесла фауна і флора Луганщини. І сьогодні, щоб Луганщина перестала бути рукотворною напівпустелею, потрібно докладати зусиль для відновлення втраченого.

На жаль, щоб природні комплекси існували стійко, їхня територія повинна становити не менш 4%. Для Луганської області це понад 100 тис. га. Таких величезних заповідників не буває, це зажадало б занадто великого фінансування. І тому для збереження природних комплексів в Україні використовуються менш витратні форми ПЗФ. А саме - регіональні парки й заказники.

Значно гірша ситуація із заповідними територіями на екологічно неблагополучному півдні Луганської області. Ситуацію можна було б поліпшити створенням регіонального ландшафтного парку "Зелене намісто Донбасу", однак його проект так і не був затверджений Луганською обласною радою.

Висновки. Таким чином, рекреаційне використання ресурсів природно-заповідного фонду Луганської області, безумовно, є актуальним для подальшого розвитку області у контексті відтворення сил трудових ресурсів Луганщини на базі місцевих природних ресурсів. Також, існує потреба розробити дієві засоби створення, збереження і раціонального використання мережі природно-заповідних територій.

Перспективи подальших досліджень. Виходячи з актуальності цієї роботи постає імовірність подальших досліджень у сфері ПЗФ Луганської області, для рекреаційного використання цих територій. Треба виявити проблеми створення нових об'єктів ПЗФ, раціоналізувати природокористування ресурсами цих об'єктів і розробити нові наукові засади рекреаційного використання ПЗФ Луганської області.

Література

1. **Зорин И.В.**, Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: «Финансы и статистика», 2004. 2. **Фоменко Н.В.** Рекреационні ресурси та курортологія. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. 3. **Арапов О.**, Ференц В., Ключев В. Атлас заповідних об'єктів Луганщини. – Л.: «Елтон-2», 2009. 4. **Сова Т.В.**, Кононов Ю.О., Ференц В.Б., Іванченко О.Ю. Природно-заповідний фонд Луганської області. – Л., 2005. 5. **Арапов О.А.**, Сова Т.В., Ференц В.Б., Іванченко О.Ю. Природно-заповідний фонд Луганської області. Довідник. – 2-е вид, доп і перероб. – Л.: ВАТ «ЛОД», 2008.

Короленко О. М. Рекреационное использование природно-заповедного фонда Луганской области

В статті надана стисла характеристика природно-заповідного фонду (ПЗФ) Луганської області, розглянуті функції ПЗФ, у тому числі рекреаційна. Виявлені перспективи рекреаційного використання ПЗФ Луганської області.

Ключові слова: Природно-заповідний фонд, рекреаційне використання, Луганська область.

Короленко А. Н. Рекреационное использование природно-заповедного фонда Луганской области

В статье дана краткая характеристика природно-заповедного фонда (ПЗФ) Луганской области, рассмотрены функции ПЗФ, в том числе рекреационная. Обозначены перспективы рекреационного использования ПЗФ Луганской области.

Ключевые слова: Природно-заповедный фонд, рекреационное использование, Луганская область.

УДК 338.483 (477)

Крамаренко Н. Л.

ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ: ЇХ ПОНЯТТЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ

Постановка проблеми. У сучасному світі туризм являє собою багатостороннє явище тісно пов'язане з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Туризм по праву називають феноменом ХХ століття, адже значення туризму важко переоцінити. Індустрія туризму збільшує місцеві доходи, створює нові робочі місця, розвиває інфраструктуру. Крім цього,

туризм істотно впливає на людину, її ціннісні орієнтації, процеси самопізнання й самовдосконалення.

З кожним роком туристський ринок стає все більш стійким, асортимент пропозицій на ринку – широким і диференційним. Сьогодні подорожі та відпочинок – це невід’ємні частини життя населення всіх континентів.

Але розвиток як міжнародного, так і внутрішнього туризму неможливий без наявності тих, чи інших туристичних ресурсів, так як вони являються основою туризму. Саме туристичні ресурси являються запорукою розвитку туризму в тому чи іншому регіоні, так як вони зумовлюють і визначають найважливіші економічні показники туризму, такі як кількість туристів, ціна за послуги, географія подорожей, їхній сезонний розподіл, тривалість перебування та інше. Там, де немає туристичних ресурсів, – туризм не може існувати в принципі.

За визначенням фахівців, сьогодні актуальними стають питання щодо обов’язкового вивчення туристських ресурсів країни та її регіонів спеціалістами з туризму – менеджерами, маркетологами, туроператорами, турагентами, екскурсоводами.

Аналіз останніх досліджень. Свідченням актуальності проблеми вивчення туристських ресурсів є відображення її у низці наукових праць таких вчених, як М. А. Ананьєв, О. О. Бейдик, В. О. Квартальнов, І. М. Яковенко, В. І. Стафійчук, В. В. Худо, М. П. Мальська, В. Ф. Кифяк, І. І. Пірожник, С. І. Попович, А. С. Кусков, Н. В. Фоменко та інших.

Аналіз наукових досліджень щодо вивчення туристських ресурсів підтверджує актуальність та багатогранність цієї теми.

Метою даної праці являється виявлення теоретичних основ туристських ресурсів.

Відповідно до мети дослідження поставлено такі завдання: розкрити сутність поняття „туристичні ресурси”, вивчити класифікації туристичних ресурсів, запропоновані різними авторами.

Викладення основного матеріалу. Як існує багато поглядів на визначення поняття „туризм”, так є і розбіжності в визначенням поняття „туристські ресурси”, їх класифікацією та видами, так як трактування поняття „туристичні ресурси” достатньо широке, а їх номенклатура практично безмежна.

Поняття „туристські ресурси” дуже часто прирівнюється до поняття „рекреаційні ресурси”, однак рекреаційні ресурси – це туристичні об’єкти (розміщення, харчування, музеї), об’єкти та явища природи (пам’ятники природи, клімат); а поняття „туристські ресурси” набагато ширше і розповсюджується на економічні, фінансові, трудові, соціальні, інфраструктурні ресурси. Багато авторів, не розділяють категорії „туристські ресурси” і „рекреаційні ресурси”, а використовують термін „туристсько-рекреаційні ресурси” як сукупність природних і штучно створених людиною об’єктів, необхідних для формування туристського продукту. В нашій роботі поняття „туристські ресурси” і „рекреаційні

ресурси” ми розглядаємо як взаємодоповнюючі, ці поняття виступають синонімами [1, с. 42].

Перш за все визначимо поняття „туристські ресурси”. У „Туристському термінологічному словнику” наведене таке трактування туристичних ресурсів: „Ресурси туристські – природні, історичні, соціально-культурні об’єкти, з об’єктами туристичного показу включно, а також інші об’єкти, здатні задовольняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їх фізичних сил” [1, с. 5].

О. О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. І. Стафійчук визначають туристичні ресурси як об’єкти природи, історії, культури, поточні події, явища, які можуть бути використанні при створенні та реалізації туристичного продукту. Туристичні ресурси – це частина туристсько-рекреаційного потенціалу певної території, яка включена до складу туристичного продукту і підлягає реалізації з туристичною метою. На думку В. Ф. Кифяка „туристичні ресурси – це сукупність природних та штучно створених людиною об’єктів, що мають комфортні властивості та придатні для створення туристичного продукту” [2, с. 31; 3, с. 49].

М. П. Мальська, В. В. Худо дають таке визначення цього терміну: „туристичні ресурси – природно-кліматичні, соціокультурні, історичні, архітектурні й археологічні, наукові і промислові, видовищні, культові та інші об’єкти або явища, спроможні задовольнити потреби людини в процесі туристичної діяльності. Туристські ресурси – це компоненти географічного довкілля, об’єкти антропогенної діяльності, які завдяки таким можливостям, як унікальність, історична або художня цінність, оригінальність, естетична привабливість і лікувально-оздоровлювальна значущість, можуть бути використані для організації різноманітних видів рекреаційних занять” [4, с. 32-33].

Отже, проаналізувавши літературні джерела, ми можемо зробити висновок, що всі вище згадані автори пропонують однакові визначення поняття “туристичні ресурси”, до яких відносять природні, соціокультурні, історичні, архітектурні й археологічні, наукові і промислові, видовищні, культові та інші об’єкти або явища, спроможні задовольнити потреби людини в процесі туристичної діяльності. В нашій роботі ми будемо притримуватися визначення, запропонованого В. Ф. Кифяком: „туристичні ресурси – це сукупність природних та штучно створених людиною об’єктів, що мають комфортні властивості та придатні для створення туристичного продукту”.

Визначив сутність поняття „туристські ресурси” розглянемо їх класифікації. В науці відсутня єдина, загальноприйнята класифікація туристичних ресурсів. Тому нижче приведемо кілька варіантів класифікацій, вони пропонуються відомими вченими, які займалися вивченням цього питання.

В. Ф. Кифяк розділяє всі туристичні ресурси на три групи:

1) рекреаційні (природні) ресурси – природні й антропогенні геосистеми, тіла та явища природи, які мають комфортні властивості та

споживчу вартість для рекреаційної діяльності і можуть бути використані з метою відпочинку й оздоровлення людей (це унікальні явища природи, печери, водоспади, скелі, заповідники, гори, річки, моря, лікувальні води, кліматичні умови та бальнеологічні можливості);

2) об'єкти, які представляють історичне та культурне минуле країни – музеї, пам'ятки і пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, життям і діяльністю видатних представників науки, техніки, культури, а також унікальні архітектурні та етнографічні об'єкти;

3) об'єкти, які демонструють сучасні здобутки країни в промисловості, будівництві, сільському господарстві, науці і культурі, медицині та спорту [3, с. 49-53].

Н. В. Фоменко, В. О. Квартальнов, М. П. Мальська та В. В. Худо у своїх працях дотримуються однакової класифікації туристичних ресурсів і виділяють три групи: природні, історико-культурні та соціально-економічні.

Під природними ресурсами, на їх думку, слід розуміти фактори і властивості компонентів природного середовища, які володіють сприятливими для рекреаційної діяльності якісними та кількісними параметрами і служать або можуть служити для організації відпочинку, туризму, лікування і оздоровлення людей (лікувальні та оздоровчі фактори багатопільового призначення (ліси, лікувальні кліматичні місцевості, поверхневі води), лікувальні речовини (мінеральні води, грязі, озокерит), а також рекреаційні властивості гірських і передгірських ландшафтів, заповідних територій).

Історико-культурні ресурси – це пам'ятки культури, створені людиною, які мають суспільно-виховне значення, пізнавальний інтерес і можуть використовуватись для задоволення духовних потреб населення (пам'ятки і пам'ятні місця, унікальні архітектурні та етнографічні об'єкти).

Однак в працях цих авторів є відмінності в формулюванні поняття „соціально-економічні ресурси”. За Н. В. Фоменко соціально-економічні ресурси включають матеріально-технічну базу рекреаційних об'єктів, частину матеріального виробництва, яка безпосередньо забезпечує потреби рекреації, використовувані рекреацією об'єкти інфраструктури, а також трудові ресурси, зайняті в рекреаційному господарстві; В. О. Квартальнов до соціально-економічних ресурсів відносить сучасні здобутки країни в промисловості, будівництві, сільському господарстві, науці і культурі, медицині та спорті, а М. П. Мальська та В. В. Худо розуміють під соціально-економічними ресурсами вплив туризму на природне довкілля (використання транспорту, розміщення закладів харчування і проживання у важливих екосистемах)” [5, 6, 4].

А. С. Кусков туристські ресурси поділяє на дві групи: безпосередні і непрямі. До безпосередніх ресурсів відносяться природні і історико-культурні ресурси, які використовуються туристами та відпочиваючими; непрямі (соціально-економічні) туристські ресурси залучаються для

освоєння і використання безпосередніх ресурсів, котрі розділяються на матеріальні, технічні, фінансові, трудові та інші. Крім цього, науковець розділяє туристські ресурси в залежності від їх функціональних якостей на оздоровчі, пізнавальні та спортивні.

Популярними є класифікації туристських ресурсів, котрі запропоновані польським і французьким економістами М. Труасі та П. Дефером.

Основою класифікації М. Труасі являється поділ ресурсів на створені та не створені людською працею. М. Труасі виокремлює три групи туристичних ресурсів: природні – потенціальний туристський капітал; туристичні ресурси створені людською працею; „додаткові” – інфраструктура, економічні зручності.

П. Дефер не відносить до туристичних ресурсів об’єкти інфраструктури. Він розділяє туристичні ресурси на чотири групи: гідром (водні об’єкти); фітом (земля, природа); літом (створена людиною архітектура); антропом (нематеріальні види людської діяльності – звичаї, обряди) [1, с. 45].

Висновок. На основі аналізу літературних джерел, можна зробити висновок, що туристичні ресурси – це кліматичні, соціальні, культурні, історичні, архітектурні, археологічні, наукові, промислові, видовищні об’єкти, явища природи та результати людської діяльності, які за своїми параметрами виступають матеріальною та технологічною основою для організації відпочинку, оздоровлення й поновлення людських сил. Саме наявність туристських ресурсів створюють умови розвитку туризму в тому чи іншому регіоні.

Вони мають такі основні властивості: привабливість, доступність, ступінь дослідженості, екскурсійна значущість, пейзажні й екологічні характеристики, соціально-демографічні характеристики, потенційний запас.

Хоча в науці і не існує загальноприйнятої класифікації туристичних ресурсів, майже усі автори, які займаються вивченням цього питання, виділяють 3 основні групи туристичних ресурсів: природні, культурно-історичні, соціально-економічні чи інфраструктурні, але вкладають в ці терміни дещо різні значення.

Туристичні ресурси використовуються з оздоровлювальною, спортивною та пізнавальною цілями. Туристичні ресурси є національним надбанням.

Перспектива подальших досліджень. В туристичному ресурсоведенні відсутня загальноприйнята класифікація туристських ресурсів, у зв’язку з цим по мірі розширення і поглиблення туристського процесу в туристичний оборот можуть залучатися нові, раніше невідомі ресурси і створюватися ресурси із заданими властивостям. Тому подальше вивчення і дослідження туристських ресурсів буде необхідним елементом розробки стратегії туристичного освоєння територій різного рангу.

Література

1. **Кусков А. С.** Туристское ресурсоведение : учеб. Пособие. / А. С. Кусков. – М. : Академия, 2008. – 208 с. 2. **Туристичні ресурси України** : навч. посіб. / О. О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. І. Стафійчук. – К. : Альтерпрес, 2007. – 369 с. 3. **Кифяк В. Ф.** Організація туризму : навч. посіб. / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги - ХХІ, 2008. – 344 с. 4. **Туристичний бізнес: теорія та практика** : навч. посіб. / М. П. Мальська, В. В. Худо. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 424 с. 5. **Фоменко Н. В.** Рекреаційні ресурси та курортологія / Н. В. Фоменко. – К. : ЦНЛ, 2007. – 312 с. 6. **Квартальнов В. А.** Международный туризм / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 312 с.

Крамаренко Н. Л. Туристичні ресурси: їх поняття та класифікація

В статті розкрита теоретична основа сутності туристських ресурсів, а саме: на основі аналізу літературних джерел відомих вчених, котрі займаються проблемами вивчення туристських ресурсів, розглянуті визначення поняття “туристичні ресурси” та їх класифікація.

Ключові слова: туризм, туристичні ресурси, природні ресурси, історико – культурні ресурси, соціально – економічні (інфраструктурні) ресурси.

Крамаренко Н. Л. Туристические ресурсы: их понятия и классификация

В статье раскрыта теоретическая основа сущности туристических ресурсов, а именно: на основе анализа литературных источников известных авторов, которые занимаются проблемами изучения туристских ресурсов, рассмотрены определения понятия «туристические ресурсы» и классификация.

Ключевые понятия: туризм, туристические ресурсы, природные ресурсы, историко – культурные ресурсы, социально – экономические (инфраструктурные) ресурсы.

УДК 338.488.2

Мазейкіна Я. О.

ОРГАНІЗАЦІЯ ХАРЧУВАННЯ ТУРИСТІВ

Постановка проблеми. Сучасне формування ринкових економічних відносин в Україні характеризується інтенсивним розвитком тих сфер та галузей, що визначені урядом як пріоритетні.

Зважаючи на місце та роль туризму в житті суспільства, держава проголошує його одним з пріоритетних напрямів розвитку національної культури й економіки. Туризм виділено в окрему галузь господарства, що здатна приносити високий прибуток, залучати до країни значні валютні надходження. Разом з тим, на шляху її формування виникає багато проблем, що пов'язані з існуючою інфраструктурою сфери туризму, кількісні та якісні характеристики якої не відповідають світовим вимогам і сучасним потребам не тільки іноземних споживачів, але й вітчизняних. Особливу увагу привертає незадовільний стан громадського харчування індустрії туризму, доля якого в структурі туристичного продукту коливається у межах 20-50% [1, с. 165]. Пошук шляхів вирішення соціально-економічних проблем ефективності функціонування підприємств харчування, як у складі готельних та санаторно-курортних комплексів, так і самостійних підприємств, приведе до позитивних зрушень у розвитку не тільки громадського харчування, але й усїєї туристичної інфраструктури країни, тому актуальність досліджень у цьому напрямку є безперечною.

Аналіз останніх досліджень Особливо цікавими, з огляду на тему, є дослідження та праці Кабушкіна Н. І., Квартальнова В. А., Уокера Дж. Р., Чудновського А. Д. та інших. Кожен вчений розглядає окремі питання функціонування туристичного ринку, які за його думкою є найважливішими, та в тому чи іншому аспекті торкається проблем розвитку ресторанно-готельного господарства, або констатує його інтенсивний розвиток у інших країнах. Проте відсутній комплексний підхід до вирішення проблем діяльності підприємств харчування у сфері туризму в Україні та їх вплив на розвиток туристської галузі, що і зумовило вибір теми, її теоретичне та практичне значення.

Важливий елемент в обслуговуванні туристів — послуги ресторанного господарства. Підприємства ресторанного господарства обслуговують досить різноманітний контингент відвідувачів-туристів як вітчизняних, так й іноземних, як організованих, так й індивідуальних. Для кожної категорії споживачів потрібні особливі методи, прийоми обслуговування.

Значну частку туристів складають організовані туристи (учасники конференцій, симпозіумів, з'їздів, конгресів, туристичні групи). Вони, як правило, харчуються в ресторанах, кафе, буфетах готелів і мотелів, де проживають. Для них організують триразове харчування або за бажанням 1 - 2-разове. Харчування організованих туристів можна здійснювати, в основному, за комплексним меню (2-3 комплекси), а в деяких випадках за вільним вибором. Оплата харчування проводиться, як правило, за безготівковим розрахунком з використанням талонів. Особливо це характерно для харчування учасників з'їздів, конференцій, нарад та інших заходів [2, с. 400].

Організація, що проводить конференцію чи з'їзд, здійснює замовлення ресторану за попередньо виділеним лімітом, де визначається

вартість повного раціону одного туриста. При складанні меню враховуються вимоги раціонального харчування та чергування страв за днями тижня, національні особливості кухні.

Характерна риса обслуговування учасників вищезгаданих заходів — швидка подача страв, закусок, напоїв тому, що необхідно за короткий термін обслужити значне число відвідувачів. Для прискорення обслуговування столи сервіруються до підходу гостей. На столи рекомендується покласти екземпляри меню на наступний день, де відвідувачі відмітять страви, що бажають замовити. Метрдотель узагальнює замовлення й подає відомості завідувачу виробництвом. Такий метод організації обслуговування дозволяє скоротити час, необхідний для сніданку до 30 хв., а обіду — до 40хв.

Крім того, туристи відвідують підприємства ресторанного господарства не з метою додаткового харчування, а для розваги, тому що споживають тут переважно напої, слухають музику, дивляться розважальні програми.

Організація харчування масового туризму пов'язана з вирішенням цілого ряду проблем. Необхідно постійно покращувати якість їжі, забезпечувати раціональне харчування туристів, підвищувати пропускну здатність підприємств. Цьому може сприяти створення у великих туристичних центрах фабрик-кухонь, кулінарних цехів, що постачали б дрібні підприємства доготівельними напівфабрикатами та готовою кулінарною продукцією. Це дозволить скоротити персонал, покращити якість готових страв, залучити для приготування та контролю за якістю їжі інструкторів-кулінарів і лікарів-дієтологів

На турбазах, у таборах, центрах молодіжного туризму доцільно розробляти комплексні меню, вводити самообслуговування.

З метою організації дозвілля, збільшення чисельності туристів, які відвідують ресторани та кафе задля розваг, необхідно створити підприємства нового типу: з невеликими кухнями, але з великими торговельними залами і танцювальними майданчиками.

Індивідуальний туризм характеризується яскраво вираженою сезонністю, тобто піком масовості туристичних потоків у період літніх відпусток. Чисельність індивідуальних туристів зростає, особливо за рахунок автотуристів [2, с. 432]. Зважаючи на те, що ресторани та кафе готелів можуть бути зайнятими організованими туристами, для контингенту туристів слід відкривати в туристичних центрах підприємства ресторанного господарства на принципах самообслуговування, що мали б значну пропускну здатність. Асортимент готової продукції в цих підприємствах може бути скромним, але виготовлятися повинен у великій кількості та якісно. Такі підприємства мають бути доготівельними та працювати на напівфабрикатах і готовій кулінарній продукції (привезеній з фабрик-кухонь або заготівельних цехів), що дозволить скоротити час

приготування їжі, підвищити продуктивність, якість, оперативність обслуговування та загальну ефективність підприємств.

З року в рік збільшується частка індивідуальних іноземних туристів, це, в основному, люди з середніми або низькими грошовими доходами. Подорожують вони, як правило, в літній період, тому для них доцільно організувати сезонні підприємства ресторанного господарства. При цьому велике значення для таких підприємств має вибір націночної категорії. Вони мають бути не вищими першої категорії.

Оскільки критерієм оцінки діяльності цих підприємств залишається рентабельність, то увечері, після закінчення роботи з масового обслуговування туристів, доцільно їх перетворювати на ресторани низької націночної категорії з розважальними програмами.

Висновок. Організація харчування у готелях – дуже важливий чинник обслуговування туристів, що впливає на кількість відвідувачів та завантаження готелю. Підприємства ресторанного господарства в готелях сприяють залученню додаткових доходів готелю. Дуже важливо правильно організувати діяльність ресторану у туристичному комплексі, щоб відвідувачам було затишно і комфортно.

Вирішальним фактором підвищення якості обслуговування є майстерність та рівень підготовки працівників – як керівників, так і представників загальних професій. Це досягається чіткою системою підготовки та підвищенням кваліфікації кадрів.

Якість обслуговування безпосередньо впливає на результати господарської діяльності закладів громадського харчування. Підвищення якості обслуговування сприяє збільшенню кількості споживачів, росту товарообігу, підвищення рентабельності підприємств, зниження витрат обігу. Усі ці питання набувають особливої актуальності на сучасному етапі економічного розвитку нашої країни – етапі вирішального перелому у справі інтенсифікації усіх галузей нашого народного господарства, у тому числі й громадського харчування.

Література

1. Джанджугазова Е.А., Маркетинг в индустрии гостеприимства. Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. — М.: Издательский центр «Академия», 2003. — 224 с. 2. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме / Валерий Александрович Квартальнов. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 496 с. 3. Мунін Г. Б., Роглев Х. Й. Управління сучасним готельним комплексом: Навч. посіб./ За редакцією члена-кор. НАН України, д. е. н., професора Дорогунцова С. І. – К.: Ліра-К, 2005.- 520с. 4. Котлер Ф., Боуэн Дж., Майкенз Дж.,Маркетинг. Гостериимство и туризм. Учебник для вузов/Пер. с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 787 с. 5. Чудновський А.Д.

Готельний і туристичний бізнес: Підручник. – М.: Асоціація авторів і видавців «Гандем». Видавництво Екмос, 2007. – 216 с.

Мазейкіна Я. О. Організація харчування туристів

Розвиток ресторанних послуг відіграє дуже важливу роль в організації обслуговування подорожуючих, тому так важливо сьогодні вивчати передовий світовий досвід по організації послуг ресторанної індустрії та всебічно застосовувати передові методи та технології обслуговування в ресторанах України. Дана робота досліджує проблему організації надання послуг харчування туристам на підприємствах громадського харчування України. У ній проаналізовані основні аспекти в діяльності підприємств громадського харчування при готелях та туристичних комплексах.

Ключові слова: туризм, громадське харчування, ресторанне господарство, рентабельність.

Мазейкина Я. А. Организация питания туристов

Развитие ресторанных услуг играет очень важную роль в организации обслуживания путешественников, поэтому так важно сегодня изучать передовой мировой опыт по организации услуг ресторанной индустрии и всесторонне применять передовые методы и технологии обслуживания в ресторанах Украины. Данная работа исследует проблему организации предоставления услуг питания туристам на предприятиях общественного питания Украины. В ней проанализированы основные аспекты деятельности предприятий общественного питания при гостиницах и туристических комплексах.

Ключевые слова: туризм, общественное питание, ресторанное хозяйство, рентабельность.

УДК 338. 48 – 6 : 502/504 (477. 61)

Морозова В. В.

**УМОВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ
В СТАНИЧНО-ЛУГАНСЬКОМУ РАЙОНІ**

Постановка проблеми. На сучасному етапі дуже популярним є розвиток туризму. Туризм суттєво впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, і є одним з найбільш динамічно генеруючих напрямків структурної перебудови економіки країн. За останні декілька років помітної популярності серед населення набув розвиток екологічного туризму. Г. Папирян зазначає: - «З

розвитком туризму з'явиться новий турист, традиційному виду сімейного відпочинку на морі на зміну придуть нові види, а саме, екологічний, пригодницький та пізнавальний. Відбудеться переорієнтація туристичних потоків на більш активний відпочинок та подорожі з елементами пригод та ризику». Зараз екотуризм є одним із найбільш динамічно функціонуючих секторів туристичної галузі. За думкою спеціалістів ВТО, від 40 до 60% усіх міжнародних туристів відвідують центри екотуризму, з них 20-40% орієнтовані на туристичні ресурси дикої природи. Відмічалось, що до 2020 року екотуризм стане самим діючим інструментом стійкого розвитку та економічного зросту відсталих районів світу [8, с. 45].

Розвиток національного ринку туристичних послуг України ґрунтується на її туристично-ресурсному потенціалі. Мотиваційними цінностями для розвитку екологічного туризму є поєднання природних та культурно-історичних ресурсів, якими у значній мірі володіє наша держава та спонукає туристів якомога частіше занурюватися у екологічно чисте середовище для проведення свого дозвілля та відпочинку [1, с.20]. На прикладі Луганської області можна позначити, що основою спеціалізації області є промислові галузі господарства, але за кількістю туристичних ресурсів, Луганщина може сміливо претендувати на статус перспективного туристичного регіону Східної України. Одними з важливіших умов розвитку екологічного туризму у регіоні виступають: вигідне географічне розташування, наявність природних та історико-культурних ресурсів, присутність міжнародного транспортного коридору.

Орієнтація одного з туристичних центрів Луганської області, Станично-Луганського району направлена на сільське господарство, що є одним з головних, хоча і не надто значних, джерел прибутку місцевого населення [3, с. 52]. На даному етапі постає проблема щодо розширення економічної галузі району шляхом створення відповідних умов для розвитку туризму. Йдеться про розгляд туристичного потенціалу Станично-Луганського району, що сприятиме розвитку екологічного туризму у промисловій зоні. У цьому контексті не менш важливою умовою приваблення туристів виступатиме забезпечення достатньою інформованістю людей щодо туристичних можливостей району. Створення та розповсюдження туристичних довідників, каталогів, посібників серед населення не залишить байдужими до відвідування Станично-Луганського району зацікавленими й активними туристами з метою здійснення екологічного туризму.

Аналіз останніх досліджень. Нажаль, сьогодні проблема розвитку екологічного туризму на території Луганщини, в тому числі Станично-Луганського району є недостатньо дослідженою, і вимагає серйозної уваги й більш поглибленого вивчення. Нерозкритість та неосвітленість даної теми у науковій літературі обумовило більш детальний огляд нами важливих умов розвитку екологічного туризму на території Станично-

Луганського району. У даному дослідженні були використані роботи наступних авторів: О. О. Любіцева вивчала теоретичну сутність туристичних ресурсів та їх раціонального використання; В. В. Храбовченко розглянув основні аспекти щодо розвитку екологічного туризму; С. О. Дітковська, Г. О. Сорокіна провели дослідження щодо перспектив розвитку туризму у Луганській області, в тому числі екологічного; О. О. Зновенко у деяких роботах розглянув розвиток туризму у Станично-Луганському районі; використані збірник наукових статей з історії Станично-Луганського району, посібник «Заповідна Луганщина» та туристичний буклет «Чарівна Луганщина».

Метою даного дослідження є виявлення умов, що впливають на розвиток екологічного туризму у Станично-Луганському районі.

Відповідно до мети нашого дослідження були поставлені наступні **завдання**:

1. визначити природний потенціал Станично-Луганського району як найважливіший чинник розвитку екологічного туризму.
2. Виділити культурну й історичну спадщину Станично-Луганського району як невід'ємний фактор організації екологічного туризму на даній території.
3. Зазначити необхідність створення належної інфраструктури для здійснення екологічного туризму.

Викладення основного матеріалу. Із вісімнадцяти районів Луганщини Станично-Луганський є найбільш привабливим туристичним центром області, багатим як на культурні й історичні цінності так і на різноманітні природні об'єкти та пам'ятки. Фундаментальне значення розвитку екологічного туризму Станично-Луганського району визначила сама природа. Природний потенціал Станично-Луганського району об'єднав ландшафти лісів та степу, створивши яскравий колорит та сприятливі кліматичні умови району. Станом на 01.01.2008 року природний фонд району склав 12 об'єктів, які розташовані на площі 4584га. Він включає 1 територію загальнодержавного та 11 місцевого значення, які створені для збереження вимираючих видів рослин та тварин, дозволяють зберегти в первинному вигляді унікальні ландшафти та генофонд рослинного й тваринного світу. Станично-Луганське відділення Луганського природного заповідника «Придонцівська пойма» - це об'єкт загальнодержавного значення, загальна площа якого 560га. Ліс на заповідній території займає 379га, в тому числі 190га лісових культур. Вченими виділено шість типів рослинності. Флора Станично-Луганського відділення включає 705 видів з 346 родів та сімейств, фауна представлена 54 видами ссавців, 255 видами птахів, 8 видами земноводних [6, с. 13-15]. Також не менш цікавим є розташування на території Станично-Луганського району заказників місцевого значення, а також цікавими з точки зору наукового пізнання є окремі пам'ятники природи [6, с. 19-25]. Все це багатство, різноманіття та яскравість природних об'єктів та пам'яток Станично-Луганського району є

прекрасним потенціалом для розвитку екологічного туризму, а також розробці екологічних стежок, пізнавальних маршрутів для туристів різної вікових категорій з урахуванням індивідуальних інтересів та цілей учасників.

Успішному розвитку екологічного туризму на території Станично-Луганського району сприяє такий важливий чинник як культурна та історична спадщина. Культурний потенціал Станично-Луганського району представлений 20 культовими спорудами. Показник забезпеченості релігійних організацій різних конфесій культовими будівлями в цілому складає приблизно 89%. В селищі міського типу Станично - Луганське знаходиться Станично-Луганський відділ-музей Луганського обласного краєзнавчого музею, створений у вересні 1988 року. Експозиція розташована у трьох залах музею, а точніше: 1. Історія, життя і побут донських козаків; 2. Історія Станиці Луганської; 3. Зал воїнської слави. Сьогодні у фондах музею знаходяться більш 1,5 тисяч експонатів, які розповідають про край потомків донських козаків. В музеї проводяться екскурсії, науково-практичні конференції, семінари, диспути, проходять фольклорні свята з творчими колективами, персональні виставки самодіяльних художників [7, с. 25-28].

Історична спадщина Станично-Луганського району представлена археологічними матеріалами з давньої історії краю. Свідчення цьому з початку 10 років ХХ століття, науково - пошукових розвідок та розкопів древніх пам'яток, число яких склало близько 300 місцезнаходжень древніх стоянок, майстерень, поселень та окремих курганів. Знайдені в околицях селища залишки поселення і майстерні по обробці каменю епохи неоліту свідчать про заселення місцевості в VI-IV тисячолітті до нашої ери. Знайдені також поселення епохи бронзи (1 тис. до н.е.), могильник салтовської культури (VIII-X ст. н.е.) [2, с. 6-7]. Таким чином, культурне й історичне надбання мешканців Станично-Луганського району позитивно сприяє розвитку не тільки культурно-пізнавального, а й екологічного туризму, тому що будь-яка подорож по заповідним місцям загадкової природи значно більше збагатиться користю, якщо туристи на своєму шляху відвідають цікаві пам'ятники та споруди минулого й теперішнього часу.

Організація екологічного туризму не може бути відокремлена від організації туризму в усіх його різновидах. Для організації цієї галузі у Станично-Луганському районі необхідне запровадження відповідної інфраструктури, до якої відносяться інформаційно-рекламні підрозділи, інженерні комунікації, дороги, автостоянки та ін. При цьому можливе створення підприємств: харчування (столові, кафе, ресторани), де повинні бути представлені блюда національної кухні у великому асортименті; розміщення (бази відпочинку, мотелі, готелі, кемпінги, наметові містечка, літні табори та ін.); з продажу туристичного спорядження; з виробу різноманітних художніх предметів та сувенірів; екологічної просвіти (екологічні школи, інформаційні центри); підприємств організації розваг

та дозвілля. Можливі організації по типу «козацьких таборів», «фольклорно-екологічних клубів», «вечорниць» та ін., також актуальним буде створення кінних шкіл для навчання та прогулянок туристів. Створення відповідної інфраструктури є проблемою міжгалузевою, яка повинна розглядатись комплексно для усіх видів народного господарства на рівні адміністративно-територіальної одиниці, районних та місцевих органів влади [4, с. 168-169].

Висновки. З поставлених нами завдань у даному дослідженні, можна сказати, що територія Станично-Луганського району має не аби який туристично-ресурсний потенціал, що покликаний створювати сприятливі умови для організації екологічного туризму. Природне багатство, культурне та історичне надбання Станично-Луганського району є основою для розвитку екологічного туризму. Пріоритетними можливостями розвитку екологічного туризму у районі виступає: ефективне використання природних ресурсів; охорона традицій та звичаїв місцевого населення; психологічне й фізичне відновленню сил людини; обмін інформацією; створення нових робочих місць та ін. Запровадження надійної інфраструктури забезпечить Станично-Луганський район транспортом, побутовими комунікаціями, підприємствами розміщення, харчування, розваг, проведення дозвілля, інформаційними центрами, що послужать вигідним джерелом залучення туристів різного соціального статусу й віку. З тим самим з'явиться можливість підвищити рівень економіки району, впровадити нові робочі місця, залучити зацікавлених інвесторів та збільшити зріст надходжень від туризму у районний бюджет.

Література

1. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України : Навчальний посібник / О. О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. І. Стафійчук. – К. : Альтерпрес, 2007. – 369с. : іл., картосхеми. **2. Історія Станично-Луганського району :** збірник наукових статей. – Луганськ : Глобус, 2008. – 360с. : іл. **3. Зновенко О. О.** Розвиток туризму Станично-Луганського району на прикладі розробленого туристичного культурно-історичного комплексу : Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції [Туристична індустрія : сучасний стан та пріоритети розвитку], (Луганськ, 6-7 травня 2009 р.) / М-во освіти і науки України, ДЗ «ЛНУ ім. Тараса Шевченка». – Вип. 4. – Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2009. – 299 с. С. 50-55. **4. Сорокіна Г. А.** Актуальні аспекти розвитку екологічного туризму на Луганщині / Г. А. Сорокіна // Вісник ДІТБ. – 2008. - №12. – С. 167-170. **5. Дитковская С. А.** Сравнительный анализ экологически безопасных форм туризма : Матеріали III Міжнародної науково - практичної конференції [Міжнародний вектор туризму : сьогодення, майбуття], (Луганськ 2008) / М-во освіти і науки України, ДЗ «ЛНУ ім. Тараса

Шевченка». – Вип. 3. – Луганськ : Вид-во Знання, – Ч.1. – 162с. С. 98-104.
6. Заповідна Луганщина // В. О. Борозенець, П. С. Тихонюк : Луганський природний заповідник НАН України. – Луганськ, 2000. – 90 с.
7. Туристичний буклет «Чарівна Луганщина» / під. ред. Овчаренко Г. Є. – Луганськ, 2006. – 32с.
8. Храбовченко В. В. Экологический туризм : Учебно-методич.пособие / В. В. Храбовченко. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 208с.

Морозова В. В. Умови розвитку екологічного туризму у Станично-Луганському районі

У даній роботі приділена увага найбільш важливим умовам розвитку екологічного туризму на території Станично-Луганського району. За основу узяті природний та культурно-історичний потенціали району. Окремо виділили пріоритетні можливості функціонування екологічного туризму у районі й позначили важливість розвитку та налагодженню інфраструктури як діючого чинника успішного розвитку екологічного туризму у Станично-Луганському районі.

Ключові слова: розвиток туризму, екологічний туризм, природний потенціал, культурно-історичне надбання, розвиток інфраструктури.

Морозова В. В. Умовия развития экологического туризма в Станично-Луганском районе

Данная работа посвящена наиболее важным условиям развития экологического туризма на территории Станично-Луганского района. В основе взяты природный и историко-культурный потенциалы района. Отдельно выделили приоритетные возможности функционирования экологического туризма в районе и обозначили необходимость развития и налаживания инфраструктуры, как действенного фактора, который способствует успешному развитию экологического туризма в Станично-Луганском районе.

Ключевые слова: развитие туризма, экологический туризм, природный потенциал, историко-культурное наследие, развитие инфраструктуры.

УДК 338. 488. 2 : 338.486.1

Охмат М. Ю.

СТРУКТУРА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ЗАСОБАХ РОЗМІЩЕННЯ

Постановка проблеми. Керування персоналом у готельному підприємстві охоплює широкий спектр функцій від наймання до звільнення кадрів: відбір і наймання персоналу; ділова оцінка персоналу

при найманні, атестації, доборі; профорієнтація й трудова адаптація; мотивація трудової діяльності персоналу і його використання; організація праці й дотримання етики ділових відносин; керування конфліктами й стресами; забезпечення безпеки персоналу; керування нововведеннями в кадровій роботі; навчання, підвищення кваліфікації й перепідготовка кадрів; керування діловою кар'єрою й службово-професійним просуванням.

Актуальність розгляду системи керування персоналом у готельнім підприємстві полягає в тому, що в сучасних умовах з метою забезпечення ефективного функціонування готелю важливе місце займає кваліфікований і правильно скоординований персонал.

На сьогодні особливого значення набувають питання практичного застосування сучасних форм управління персоналом готелю, що дозволяють підвищити його соціально-економічну ефективність.

Головний потенціал готелю полягає в кадрах. Якби прекрасні ідеї, новітні технології, найсприятливіші зовнішні умови не існували, без добре підготовленого персоналу високої активності домогтися неможливо. Саме люди надають послуги гостям, подають ідеї і дозволяють готелю існувати.

Слід також відзначити, що на сьогодні основними факторами конкурентоздатності готелів стали забезпеченість робочою силою, ступінь її мотивації, організаційні структури і форми роботи, що визначають ефективність використання персоналу.

Проблемою є формування системи управління, визначення пріоритетних складових при її формуванні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання управління персоналом у туристичній індустрії розглядалися у працях Папіряна Г.А., Ковальова В.І, Афоніна А.С., Гончарової В.В., Супрунової В.Б. та ін. Питання розвитку людського потенціалу готельно-ресторанних комплексів розглядалися у працях Федорченка В.К., Виноградської А.М., Євдокименка В.К.

Мета. Метою статті є дослідження системи управління персоналом. З огляду на вище наведене було поставлено такі завдання: висвітлити складові частини системи управління, визначити пріоритетні складові при формуванні системи управління персоналом.

Виклад основного матеріалу досліджень. Формування системи управління персоналом передбачає, насамперед, побудову «дерева цілей», причому цілей працівників і цілей адміністрації, забезпечення їхньої найменшої суперечливості, виявлення ролі і місця управління персоналом у забезпеченні головних цілей готелю.

Цілями управління персоналом готелю є [1, с. 74]:

- підвищення конкурентоздатності готелю;
- підвищення ефективності виробництва і праці, зокрема, досягнення максимального прибутку;

- забезпечення високої соціальної ефективності функціонування колективу.

Успішне виконання поставлених цілей вимагає вирішення таких задач, як є [2, с. 115]:

- забезпечення потреби готелю в робочій силі в необхідних обсягах і необхідної кваліфікації;

- досягнення обґрунтованого співвідношення між структурою готелю і структурою трудового потенціалу;

- повне та ефективно використання потенціалу працівника і колективу готелю в цілому;

- забезпечення умов для високопродуктивної праці, високого рівня її організованості, мотивації, самодисципліни, вироблення в працівника звички до взаємодії і співробітництва;

- закріплення працівника в готелі, формування стабільного колективу як умови окупності коштів, що витрачаються на робочу силу (залучення, розвиток персоналу);

- забезпечення реалізації бажань, потреб і інтересів працівників у відношенні до змісту праці, посадового просування тощо;

- балансування інтересів готелю та інтересів працівників, економічної та соціальної ефективності;

- підвищення ефективності управління персоналом, досягнення цілей управління при скороченні витрат на робочу силу.

Необхідність узгодження між собою стратегії управління персоналом і стратегії підприємництва охоплює основні функції управління і містить у собі:

- підбір, наймання і формування персоналу для найкращого надання послуг готелем;

- оцінку персоналу;

- найкраще використання потенціалу працівників і їх винагорода;

- забезпечення гарантій соціальної відповідальності готелю перед кожним працівником.

У практичному плані можна виділити такі основні функції управління персоналом:

- прогнозування ситуації на ринку праці та у власному колективі для вживання попереджувальних заходів;

- аналіз наявного кадрового потенціалу і планування його розвитку з урахуванням перспективи;

- мотивація персоналу, оцінка і навчання кадрів, сприяння адаптації працівників до нововведень, створення соціально комфортних умов у колективі, вирішення приватних питань психологічної сумісності працівників тощо.

При цьому зберігаються і традиційні завдання з адміністративної роботи з кадрами.

Функції управління персоналом тісно пов'язані між собою й утворюють у сукупності певну систему роботи з персоналом, де зміни,

що відбуваються в складі кожної з функцій, викликають необхідність коригування всіх інших поєднаних функціональних завдань і обов'язків. Так, наприклад, широке поширення у світовій практиці контрактної форми наймання персоналу привело до помітної зміни функціональних обов'язків [3, с. 86].

За таких умов наймання, природно, підвищується значення функціональних обов'язків, розширюється коло обов'язків у рамках функцій наймання, працевлаштування, матеріальної винагороди.

У теорії управління персоналом звичайно виділяють вісім основних функцій: планування потреб, добір, наймання, розвиток, орієнтація, просування по службі, оцінка і винагорода [2, с. 17].

Система управління персоналом включає ряд стадій: формування, використання, стабілізацію і власне управління.

Формування (становлення) персоналу організації - це особлива стадія, у процесі якої закладається основа його інноваційного потенціалу і перспективи подальшого нарощування. Відхилення чисельності персоналу від науково обґрунтованої потреби в ній, як у менший, так і в більший бік впливає на рівень трудового потенціалу. Це значить, що як дефіцит, так і надлишок персоналу однаково негативно впливають на трудовий потенціал. Недостача персоналу приводить до недовикористання виробничого потенціалу і надмірного навантаження на працівників. Надлишок персоналу призводить до важкої керованості, дублювання функцій тощо [4, с. 91].

Таким чином, мета формування персоналу готелю - звести до мінімуму резерв нереалізованих можливостей, що обумовлений розбіжністю потенційно формованих у процесі навчання здібностей до праці та особистих якостей з можливостями їхнього використання при виконанні конкретних видів робіт, потенційної і фактичної зайнятості в кількісному і якісному відношенні.

Стадія формування персоналу покликана вирішувати такі завдання:

- забезпечення оптимального ступеня завантаження працівників з метою повного використання їхнього трудового потенціалу і підвищення ефективності їхньої праці;

- оптимізацію структури працівників з різним функціональним змістом праці.

В основу вирішення цих задач можуть бути покладені основні принципи використання персоналу в організації [5, с. 109]:

- відповідність чисельності працівників обсягу виконаних робіт;
- узгодження працівника зі ступенем складності його трудових функцій;

- обумовленість структури персоналу готелю об'єктивними факторами надання послуг;

- максимальна ефективність використання робочого часу;

- створення умов для постійного підвищення кваліфікації і розширення профілю працівників з надання послуг.

Управління персоналом базується на таких вихідних положеннях:

1) необхідність тісного зв'язку планування персоналу зі стратегією розвитку готелю;

2) кількісна оцінка витрат на роботу з персоналом і їхнього впливу на економічні показники виробництва послуг.

Управління персоналом як функція управління покликана поєднувати, координувати, взаємо пов'язувати та інтегрувати всі інші функції в єдине ціле.

Забезпечення гарантій зайнятості для персоналу робить будь-який готель більш прибутковим і конкурентоздатним, особливо якщо стратегія стабілізації складу працівників використовується як засіб для підвищення гнучкості в управлінні персоналом, створення умов для тісної взаємодії персоналу і збереження найбільш кваліфікованого його складу.

Діяльність з управління персоналом містить у собі такі напрямки діяльності:

- планування людських ресурсів;
- розробка плану задоволення потреб у людських ресурсах і необхідних для цього витрат;

- набір персоналу - створення резерву потенційних кандидатів по всіх посадах;

- добір - оцінка кандидатів на робочі місця і добір кращих з резерву, створеного в ході набору;

- визначення заробітної плати і компенсації - розробка структури заробітної плати і пільг з метою залучення, наймання і збереження персоналу;

- профорієнтація та адаптація - введення найнятих працівників у підрозділи готелю, розвиток у працівників розуміння того, що очікує від них готель і яка праця в ньому одержує заслужену оцінку;

- навчання - розробка програм навчання персоналу з метою ефективного виконання роботи і його просування;

- оцінка трудової діяльності - розробка методик оцінки трудової діяльності і доведення її до працівника;

- підвищення, пониження, переведення, звільнення - розробка методів переміщення працівників на посади з більшою або з меншою відповідальністю, розвитку їхнього професійного досвіду шляхом переміщення на інші посади або ділянки роботи, а також процедур припинення договору наймання;

- підготовка керівних кадрів, управління просуванням по службі - розробка програм, спрямованих на розвиток здібностей і підвищення ефективності праці керівних кадрів;

- трудові відносини - здійснення переговорів з укладання колективних договорів;

- зайнятість - розробка програм забезпечення рівних можливостей зайнятості.

Висновки. Таким чином, формування системи управління персоналом передбачає побудову «дерева цілей», цілей працівників і цілей адміністрації, забезпечення їхньої найменшої суперечливості. Основними положеннями системи управління є: цілі управління персоналом готелю, необхідність узгодження між собою стратегії управління персоналом і стратегії підприємництва. Основними функціями є: планування потреб, добір, наймання, розвиток, орієнтація, просування по службі, оцінка і винагорода. Система управління персоналом включає такі стадії: формування, використання, стабілізацію і власне управління.

У гостинності персонал відіграє першорядну роль. Продуктивність і відповідно ринкова вартість праці (заробітна плата) у значній мірі визначаються інвестиціями в людський капітал. Основу концепції управління персоналом організації в цей час становлять зростаюча роль особистості працівника, знання його мотиваційних установок, уміння їх формувати й направляти відповідно до завдань, що стоять перед організацією.

Перспективи подальших досліджень в цьому напрямі будуть пов'язані з подальшим розвитком теорії управління персоналом, практичними змінами у структурі системи управління персоналом.

Література

1. Кифяк В.Ф. Організація туризму: Навчальний посібник / Кифяк В.Ф. – Чернівці: Книги–ХХІ, 2008. - 344 с. **2. Зайцев Г.Г., Файбушевич С.И.** Управление кадрами на предприятии: Персональный менеджмент: Текст лекций / Зайцев Г.Г., Файбушевич С.И.- СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2005. – 311 с. **3. Байлик С.И.** Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание: Учеб.пособие / Байлик С.И. – К.: ВИРА-Р, 2002. – 252 с. **4. Виноградов Е.А., Маусов Н.К., Ламскова О.М.** Персонал в фирмах индустриально развитых стран / Виноградов Е.А. - М., 2002. – 259 с. **5. Чорненька Н.В.** Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник / Чорненька Н.В. – К.: Атака, 2008. – 392 с.

Охмат М. Ю. Формирование системы управления персоналом в средствах размещения

В статье приведены составные части системы управления персоналом, цели и приоритетные области. Определена значимость ее формирования на предприятии.

Ключевые слова: средства размещения, система управления, персонал.

Охмат М. Ю. Формування системи управління персоналом у засобах розміщення

У статті наведені складові частини системи управління персоналом, мета й пріоритетні області. Визначена значимість її формування на підприємстві.

Ключові слова: засоби розміщення, система управління, персонал.

УДК 338.48 (477.61)

Скляренко О. В.

**АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ
В ЛУГАНСЬКІЙ ОБЛАСТІ ЗА 2008 - 2009 РОКИ**

Постановка проблеми. Туризм, як одна зі сфер розвитку національної економіки і культури, виступає вагомим джерелом поповнення прибутків державного та місцевого бюджетів. Туризм стимулює розвиток різних секторів економіки, що зумовлює появу нових робочих місць та економічне зростання країн. Тому в законі «Про туризм» пріоритетним напрямком виділяють регіональний туризм. Для формування повноцінного туристичного продукту регіону необхідно не тільки визнання туризму як пріоритетної галузі розвитку національної економіки, а й створення привабливого іміджу на туристичному ринку.

Розвиток в'їзного та внутрішнього туризму в Луганській області є важливим чинником підвищення її соціально-економічного рівня. Значний вплив на ефективність розвитку регіонального туризму має його підтримка зі сторони місцевої влади. В 2002 році, відповідно до розпорядження голови облдержадміністрації, було розроблено і затверджено «Програму розвитку туризму в Луганській області на 2002 - 2010 роки». В ній головною метою було проголошено створення сприятливих умов для становлення туризму як високорентабельної галузі економіки, підвищення іміджу регіону та здійснення заходів для входження туристичного ринку Луганщини до загальноукраїнського [1, с. 1]. В цьому, 2010 році, збігає термін виконання програми. За цей час відбулися значні зміни в туристичній галузі області, що потребують докладного вивчення. Аналіз розвитку туристичного ринку Луганської області дозволить зробити висновки щодо його сучасного стану та реалізації основних завдань програми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні теоретичні питання розвитку регіонального туризму розробляли: О. О. Любіцева, Н. Д. Свірідова, І. М. Школа. Проте, розвиток туризму в нашому регіоні в силу різних причин не досліджували, за винятком звітів облдержадміністрації та публікацій і виступів науковців на місцевих

щорічних конференціях. Матеріали, підготовлені облдержадміністрацією, здебільшого надають інформацію (картину сучасного стану туристичного ринку) лише за невеликий «звітний період» і в не достатньому обсязі. Статті викладачів ВНЗ м. Луганська В. Ф. Дреля, Л. В. Мальцевої, І. О. Татолі, та інших присвячені туристичному потенціалу нашої області та перспективам розвитку окремих видів туризму.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз літератури по проблемі розвитку туризму Луганської області показав, що на даний момент ґрунтовне дослідження туристичного ринку Луганщини за минулі роки не проводилося.

Тому, **метою** цієї статті визначено аналіз туристичного ринку в Луганській області за 2008, 2009 роки. З огляду на вище наведене було поставлено такі завдання: прослідити динаміку розвитку внутрішнього туризму в Луганській області; порівняти показники в'їзного туризму в області, визначити тенденції виїзного туризму за досліджуваний період.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні питання розвитку туризму в Україні є досить актуальним, тому велика увага приділяється туристичному ринку кожного регіону України. В Луганській області є необхідні умови для розвитку туристичної індустрії: наявність природних лікувальних ресурсів, історико-культурна спадщина, наявність міжнародного транспортного коридору та людські ресурси. Для територіальної організації та планування туристського господарства важливо враховувати розвиток усіх форм туризму. Залежно від виду туризм поділяють на:

- ✓ внутрішній – подорожі осіб у межах своєї країни;
 - ✓ іноземний – подорожі іноземців на території певного регіону (в'їзний туризм);
 - ✓ зарубіжний – подорожі громадян за кордоном (виїзний туризм)
- [2, с. 25].

Завдання й цілі політики регіонального туризму визначаються програмою розвитку туризму в регіоні.

«Програма розвитку туризму в Луганській області на 2002 - 2010 роки», окрім забезпечення сталого розвитку туристичної галузі та підвищення її частки в макроекономічних показниках, мала на меті запровадження системи єдиної державної статистики туристичної галузі, без якої практично неможливе розроблення планів, проектів та заходів, спрямованих на розвиток туризму [1, с. 1]. Саме статистичні дані дозволяють зробити відповідні висновки щодо результативності затвердженої програми та пріоритетних напрямків розвитку туризму.

Як показала статистика за 2006 - 2007 роки, туризм на Луганщині набув позитивної динаміки. За рік кількість суб'єктів туристичної діяльності збільшилась на 29,2 % і становила на 1 січня 2008 року 115 підприємств [3, с. 47]. За 2009 рік налічувалося вже 208 підприємств туристичної діяльності [4, с. 9], що свідчить про збільшення їх кількості в

порівнянні з минулим роком на 30%. Але, зважаючи лише на збільшення туристичних підприємств, ми не можемо говорити про сталий розвиток туризму на Луганщині, адже одним з головних показників при оцінці туристичного ринку, є кількість всього обслуговуваних туристів, а їх чисельність за 2009 рік зменшилася на 17%. Тобто туристичні підприємства працювали безприбутково, або ж було подано неправдиву інформацію у відділ статистики.

Що стосується туристів, охоплених внутрішнім туризмом, то в порівнянні з 2008 роком їх кількість зменшилась на 13,5 % і становила в 2009 році – 32594 осіб (73% від загальної кількості обслуговуваних туристів) [4, с. 2-14]. За цілями відвідування найбільш поширеною серед внутрішніх потоків залишається подорож з метою відпочинку та дозвілля.

Останнім часом у нашій області набуває популярності зелений сільський туризм. Слід зауважити, що програмою передбачаються заходи щодо розвитку зеленого сільського туризму в регіоні, і в цьому напрямі були зроблені кроки. На Луганщині станом на 2009 рік зареєстровано до 10 зелених садиб: «Мрія рибалки» (м. Счастье), агросадиба «Дім, закутаний в теплінь» (пгт. Біловодськ), «Садиба на узліссі» (с. Шувльгінка, Старобільський р-н), «Садиба Майстрів» (с. Червоний городок, Старобільський р-н), «Джура» (с. Болотене, Станично-Луганський р-н), «Лісовий затишок» (с. Дубове, Новоайдарський р-н) та інші [5, с. 7]. Проте, щороку змінюється перелік садиб, які пропонують туристам послуги. Ті садиби, які працюють найбільш стабільно, навіть у сезон практично не завантажені через відсутність реклами.

Крім того, об'єктами для відвідування та проведення вільного часу в області служать численні пам'ятки історії, архітектури та монументального мистецтва. У 2008 році в області налічувалося 5164 пам'яток історії, археології, монументального мистецтва, архітектури та містобудування, з них 42 мають статус пам'яток національного значення. Найбільш туристично привабливими з них є меморіальні комплекси „Україна – визволителям” (сmt. Мілове), „Міус-фронт” на р. Міус (м. Красний Луч), „Молода гвардія”, „Нескорені”, скульптурна композиція „Клятва” (м. Краснодон), пам'ятний знак князю Ігорю (Станично-Луганський район), Меморіальний будинок-музей В. І. Даля (м. Луганськ), К. Є. Ворошилову (м. Луганськ), меморіальний комплекс ”Борцям революції”, частиною якого є 2 унікальні англійські танки періоду Громадянської війни (м. Луганськ), комплекс споруд Деркульського (с. Данилівка), Новолимарівського (с. Новолимарівка) Новоолександрівського (с. Новоолександрівка) кінних заводів та ін [3, с. 45]. Нажаль, статистичні дані про історичні пам'ятки за 2008, 2009 роки відсутні в статистичному звіті, що завадило нам дати їх характеристику за досліджуваний період.

Другим пріоритетним напрямком подорожей туристів є лікування, що складає 2,5% від загальної кількості туристів у внутрішньому

туризмі, адже одним із важливих природних ресурсів Луганської області, які використовуються в рекреаційних цілях, є мінеральні води різних типів. За останній рік на 41% збільшилася частка екскурсантів. Загальна кількість екскурсантів становить 29710 осіб, з яких: дітей - 8975 (30%), підлітків – 4140 (14%) [4, с. 2-14]. Це вказує на невикористаний потенціал дитячого туризму. У 2006 -2007 роках було розроблено ряд екскурсійних маршрутів на території Луганська, та за відсутністю статистичних даних за 2009 рік ми не можемо констатувати такі факти.

Потік іноземних туристів у 2009 році збільшився на 29,4 %. Основними країнами, з яких приїжджали туристи в Луганську область, були: Росія (70% від загальної кількості гостей області за 2009 р), Вірменія (2,5%), Молдова (1,2%), Білорусь (1,2%) [4, с. 12].

Проте, незважаючи на зростання в'їзного туризму, який приносить найбільше прибутків до місцевих бюджетів, це майже не вплинуло на грошові надходження від туризму в області, адже кількість наданих туроднів іноземним туристам зменшилася в показниках за минулий рік на 12%. Крім того, іноземні туристи практично не користуються послугами туристичних підприємств нашої області, що зумовлено поперше, тим, що більшість туристів, які подорожують, самостійно організують свої поїздки, бронюють готелі, а по-друге: недостатньою інформованістю іноземних громадян про туристичні можливості регіону. Такий стан вимагає першочергових заходів з поліпшення рекламної діяльності туристичного продукту та іміджу Луганської області.

Починаючи з 2006 року, з метою створення позитивного туристичного іміджу області, почала проводитися значна рекламно-інформаційна діяльність. Так, управлінням культури і туризму облдержадміністрації було видано буклет „Луганщина – пісня моя”, туристичний путівник „Луганщина – світанок України”, буклет „Чарівна Луганщина. Відпочинок у селі”. Протягом 2007 року були розроблені й виготовлені стенди „Луганщина – світанок України”, „Музейна Луганщина”, „Фестивальна Луганщина”, „Природа”, „Луганський обласний клуб „Лівша” [3, с. 47]. Але ця реклама через недостатнє фінансування не потрапляє до потенційних споживачів туристичного продукту, і тому регіон залишається невідомим для суспільства.

Слід зауважити, що програма розвитку туризму в області передбачає такі заходи, як: вдосконалення системи інформаційного забезпечення галузі туризму та проведення активної рекламної діяльності, але на практиці це ще не було впроваджено.

Незважаючи на те, що в 2009 році кількість осіб, які виїхали за кордон склала 11584 особи, коли у 2008 році ця частка становила – 15487 осіб, відбувся спад на 25,2 %, населення області продовжує орієнтуватися на іноземний туризм [4, с. 2-14].

Висновки. Підсумовуючи статистичні показники розвитку туристичного ринку в Луганській області за 2008, 2009 роки ми дійшли

висновку, що в цілому ці роки характеризуються періодом погіршення туристичного ринку.

Потік внутрішнього туризму за 2009 рік зменшився, проте він займає лідируючі позиції серед інших форм туризму в області. Та внутрішній туризм не забезпечує приток іноземної валюти. Тому для прибутковості від туристичної галузі необхідний високий розвиток іноземного туризму, але в 2008 та 2009 роках ми спостерігаємо тенденції спаду в цьому напрямі. В першу чергу, це зумовлено неякісною маркетинговою діяльністю і, як наслідок, туристичний потенціал області залишається невідомим для іноземних громадян. Показники виїзного туризму також негативні. Звичайно, ці процеси відбулися внаслідок нестабільної економічної ситуації в області та країні, але велике значення має й недостатня підтримка та регулювання туризму з боку місцевої влади.

Негативні тенденції розвитку туризму в області, дозволяють нам зробити висновок, що «Програма розвитку туризму в Луганській області на 2002 - 2010 роки», яка передбачає створення якісного регіонального туристичного продукту та сталий розвиток туризму на кінець 2010 року не буде виконана.

Ми вважаємо, що такий стан туристичної галузі в Луганській області сформувався тому, що обласна влада ще не зрозуміла важливість належного розвитку туризму для нашої області.

Перспективи подальших розвідок в цьому напрямі будуть пов'язані з подальшим вивченням основних перешкод розвитку в'їзного туризму та з формуванням туристичного іміджу Луганської області.

Література

- 1. Про** затвердження Програми розвитку туризму в Луганській області на 2002–2010 роки : Луган. обл. держ. адміністрація від 29 листоп. 2002 р. № 743 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.loga.gov.ua/oda/documents/official/official_359.html?template=33
- 2. Мальська М. П.** Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. / Мальська М. П., Худо В. В. – К. : Центр учбової л-ри, 2007. – 424 с.
- 3. Міжнародний** вектор туризму: сьогодення, майбуття : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. – Луганськ : Знання, 2008. – Вип. 3, ч. 2. – 176 с.
- 4. Статистичний** збірник по туризму за 2008–2009 роки / Луганська облдержадміністрація, відділ культури та туризму. – [На правах рукопису].
- 5. Северо–Восточная** Луганщина : степные маршруты казачьей вольницы : карта-схема. – 1:250 000, 250 м в 1 см. – [Б.м. : Б. и., Б. г.]. – 8 с.

Скляренко О. В. Аналіз туристичного ринку Луганської області за 2008 – 2009 роки

В статті проаналізовано розвиток туристичного ринку в Луганській області за 2008, 2009 роки шляхом порівняння статистичних даних. Визначено основні причини такого стану туризму та подальші тенденції його розвитку.

Ключові слова: туристичний ринок, сільський зелений туризм, туристичні потоки.

Скляренко О. В. Анализ туристического рынка Луганской области за 2008 – 2009 года

В статье проанализировано развитие туристического рынка в Луганской области за 2008, 2009 года путем сравнения статистических данных. Определено основные причины такого состояния туризма и дальнейшие тенденции его развития.

Ключевые слова: туристический рынок, сельский зеленый туризм, туристические потоки.

Субботіна Ю. В.

**СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА НА УКРАЇНІ**

Актуальність теми. Розвиток туристичної галузі сьогодні є надзвичайно актуальним, оскільки туризм є одним із важливих чинників виходу нашої економіки з кризи, стабільного і динамічного збільшення надходжень до бюджету, позитивного впливу на стан справ у багатьох галузях народного господарства, підвищення зайнятості населення, розвитку у ринкових відносинах.

Туризм виконує важливу роль у здійсненні широкомасштабних завдань по розбудові української державності, входженню України до світового співтовариства, культурному та духовному відродженню нації. Адже Україна має багаті туристичні можливості, розвинуту мережу авіаційних, залізничних, автомобільних, морських і річкових шляхів сполучення, має вигідне для туризму місце розташування на перехресті шляхів між Заходом та Сходом. Саме тому Україна має всі умови для того, щоб стати туристичною державою світового рівня.

Однією з умов успішного розвитку туризму є ефективність функціонування готельного господарства країни.

Готельне господарство – це складне багатофункціональне господарство, до якого у більшості випадків входить значна кількість підрозділів, що є основними для суміжних сфер діяльності, насамперед галузі туризму. Це пов'язано з тим, що за своїм призначенням, крім

основної послуги – надання ночівлі, готельне господарство надає значну кількість додаткових послуг.

Готельний бізнес в Україні має певні особливості, пов'язані з характером праці в готельній індустрії, видом послуг, структурою продукту, співвідношенням попиту і пропозиції, формами продажу і т.д. Сьогодні індустрія гостинності працює в умовах жорсткої конкуренції, відвойовуючи як національний, так і міжнародний ринки.

Тенденції сучасного розвитку готельного господарства в Україні характеризуються високим динамізмом, активізацією структурних зрушень на користь сфери послуг і туризму, загостренням конкурентної боротьби.

Проте, на сучасному етапі розвитку, готельне господарство України значно відстає від багатьох країн світу. Розвиток готельного господарства в Україні сьогодні стримується низкою чинників. Стан сфери послуг не відповідає потенційним можливостям держави, яка має все для розвитку туристичної інфраструктури.

До аналізу проблеми функціонування готельного господарства зверталися ряд вітчизняних науковців. Серед яких Л. О. Іванова («Маркетингові можливості сучасного готельного бізнесу в Україні»), В. К. Федорченко, І. М. Мініч («Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг»), С. И. Байлик («Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание») та ін.

Проте, на сьогодні відсутні відомі нам наукові дослідження, де б давалася комплексна характеристика сучасного стану готельної індустрії України та визначалися перспективи її розвитку.

Цим пояснюється важливість і актуальність теоретичних досліджень та аналізу практики готельного бізнесу в Україні, необхідність більш ретельного висвітлення основних досягнень індустрії гостинності, перспектив її розвитку тощо.

Мета дослідження полягає в тому, щоб дати повну характеристику сучасного стану готельного бізнесу в Україні та окреслити стратегію подальшого розвитку індустрії гостинності.

У наш час, ситуація, яка склалася на українському ринку готельної нерухомості, досить непроста. З одного боку, існуюча пропозиція готельних номерів не задовольняє зростаючий попит. З іншого боку, розвиток готельної нерухомості є одним із самих складних, незалежно від стадії та рівня розвитку ринку.

Найбільші готельні оператори світу нарощують свою присутність в Україні. У найближчі два-три роки крім Radisson SAS і Hyatt можна буде побачити вивіски InterContinental, Crowne Plaza, Sofitel, Hilton, Sheraton, Fairmont.

Передумов для розвитку ринку готельної нерухомості в Україні досить багато. У результаті поступової інтеграції в європейську і світову спільноту в Україні розвивається діловий туризм, збільшується кількість

політичних і культурно розважальних заходів європейського і світового рівня.

Рішення УЄФА про проведення чемпіонату з футболу Євро-2012 стало потужним поштовхом для розвитку ринку готельної нерухомості України. Ряд міжнародних готельних операторів заявили про вихід на український ринок.

Хотілося б зазначити, що індустрія гостинності в Україні є однією з найдинамічніших галузей економіки. В багатьох регіонах відкриваються нові готелі, будинки відпочинку, санаторії та пансіонати, реконструюються діючі, на якісно новий рівень виходить сервіс, розвивається інфраструктура. На сьогоднішній день в Україні функціонує понад 1,4 тис. готелів і 3160 санаторно-курортних установ.

Що правда, існує багато проблем, які не дають розвитку готельної індустрії у нашій країні.

1. Тенденція заповнення вітчизняних ринкових ніш іноземними операторами. Для того щоб відповісти на запитання чи буде ця тенденція підтверджуватися в подальшому і чи існує можливість розвитку національних готельних операторів в Україні, необхідно провести ретельний аналіз можливих варіантів ринкових дій і ситуацій, які можуть призвести до розвитку національних готельних мереж, інакше Україна може бути поглинута іноземними готелями, що не дають розвинутися власним мережам.

2. Сектор готелів рівня трьох зірок і нижче залишається в Україні незаповненим і представлений в основному підприємствами з вкрай низьким рівнем обслуговування і невеликим набором послуг.

3. З-за специфіки конкретних ринків неможливо дати однозначну оцінку кон'юнктури в галузі - необхідно деталізувати ситуацію в окремих секторах готельних послуг.

4. Проблема ефективного менеджменту не нова для національних готелів - перехід від адміністративних методів управління до ринкових виявився нелегким і часто менеджмент, покликаний забезпечувати якість обслуговування, займається розвитком. Цей недолік притаманний не лише менеджменту, але стосується і засновників (власників) готелів.

5. Непростим для національних готельних компаній залишаються питання, пов'язані із взаємодією з державними структурами. У розряд «небезпечних» питань можна віднести:

1. отримання необхідних дозволів і сертифікатів;
2. процес реєстрації готельного бізнесу;
3. відведення земельної ділянки під будівництво;
4. проходження обов'язкових процедур у відомствах пожежної охорони та санепідеміологічного контролю.

6. Питання стандартизації послуг також є проблематичним внаслідок невідповідності української та європейської систем стандартизації надання готельних послуг. За попередніми оцінками, 80%

туристичної інфраструктури, включаючи й готелі, потребують ремонту і переобладнання.

Такого роду неоднозначні ситуації ускладнюють і уповільнюють діяльність підприємств готельної сфери.

Основні заходи, що мають бути впроваджені українським урядом з метою подолання вищезазначених проблем і забезпечення належного розвитку готельного господарства України, можуть бути сформульовані наступним чином:

- Сформувати механізм підтримки будівництва нових готельних об'єктів;
- Забезпечити пільгове кредитування будівництва і реконструкції готелів, особливо в містах, що претендують на проведення фінальної частини Чемпіонату Європи-2012 з футболу;
- Забезпечити прозорий порядок резервування місць під будівництво готелів і їх виділення на тендерній основі;
- Зменшити ПДВ на готельні послуги за прикладом деяких країн ЄС;
- Скоротити процедури, пов'язані з отриманням дозволів на будівництво і реконструкцію.

Тільки за таких умов країна матиме розвинутий ринок готельних послуг.

Література

1. Федорченко В. К. Історія туризму в Україні / В. К. Федорченко, Т. А. Дьорова – К. : ВШ, 2002. – 195 с. **2. Федорченко В. К.** Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг / В. К. Федорченко, І. М. Мініч – К. : Логос, 1999. – 76 с. **3. Чудновский А.Д.** Гостиничный и туристский бизнес / А. Д. Чудновский - М. : Экмос, 2000. – 352 с. **4. Байлик С. И.** Гостиничное хозяйство: проблемы, перспективы, сертификация / С. И. Байлик – К. : ВИРА-Р, 2001. – 208 с.

Субботіна Ю. В. Сучасний стан і перспективи розвитку готельного господарства на Україні

У статті дана характеристика сучасного стану розвитку готельного господарства України. Проаналізовані тенденції сучасної готельної справи в Україні та існуючі проблеми на данному етапі розвитку. Запропоновані стратегії, які мають бути впроваджені українським урядом з метою подолання вищезазначених проблем і забезпечення належного розвитку готельного господарства України.

Ключові слова: історія становлення готельного господарства, тенденції розвитку, проблеми та перспективи розвитку готельної справи.

Субботина Ю. В. Современное состояние и перспективы развития гостиничного хозяйства на Украине

В статье предоставлена характеристика современного состояния развития гостиничного хозяйства Украины. Проанализированы тенденции современного гостиничного хозяйства на Украине и существующие проблемы на данном этапе развития. В качестве вывода предложены стратегии, которые должны быть внедрены украинским правительством с целью преодоления вышеперечисленных проблем и обеспечения должного развития гостиничного хозяйства.

Ключевые слова: история развития гостиничного хозяйства, тенденции развития, проблемы и перспективы развития гостиничного хозяйства.

УДК 338.48 (477.61)

Стрижаченко С.О.

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА
В ЛУТУГИНСКОМ РАЙОНЕ ЛУГАНСКОЙ ОБЛАСТИ**

Постановка проблемы. Современная индустрия туризма одна из самых динамично и быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства и рассматривается как самостоятельный вид экономической деятельности. Туризм является неотъемлемой ступенью в развитии экономики страны. Национальная индустрия туризма пытается развиваться по мировым стандартам, однако из-за ряда негативных экономических и политических факторов развитие туризма в стране тормозится. В маленьких регионах Украины оно идёт мелкими неуверенными шагами или напрочь отсутствует.

Такая ситуация наблюдается в Лутугинском районе Луганской области. Имея значительный туристско-рекреационный потенциал, регион остаётся не востребованным.

Анализ исследований. Развитие регионального туризма новое направление в отечественной науке. Публикации этой тематики практически нет, тем более ни кто из ученых не исследовал потенциал Лутугинского района.

Целью этой статьи является оценка современного состояния и определение путей развития туризма в районе, которые имеют большое значение и характеризуются высокой степенью актуальности и новизны вопроса.

Изложение основного материала. Лутугинский район – большой промышленно-аграрный район, расположенный в Донецкой южно-

степной физико - географической провинции. Район занимает территорию площадью 1,057 тыс. кв. км. Численность постоянного населения состоянием на 1.01.2009 года составила 69.65 тыс. человек, в т. ч. городского – 50.94 тыс. человек, сельского – 18.71 тыс. человек. Следует отметить, что в области преобладает городское население, которое нуждается в полноценном и интересном отдыхе.

Большая часть района лежит в границах Донецкой возвышенности. Поверхность северной части волнистая (высота 50-100 м), центральной и восточной - возвышенная, холмистая (250-300м.) , очень расчленённая. Климат умеренно-континентальный со средней температурой +7°С. Самый холодный месяц – январь с средней температурой –7,5°С, тёплый месяц - июль со средней температурой +23°С. Количество осадков до 505 мм в год. Минимальное количество осадков выпадает в сентябре, максимальное - в июне [3, с.76].

Водные ресурсы района представлены следующими реками: река Лугань (на северной границе района) и её притоки Белая, Ольховая, Луганчик, Большая Каменка (приток Северного Донца) [1, с.28]. Построено Лутугинское, Успенское и Каменское водохранилища (общая площадь водного зеркала 444 га.) и 5 прудов (150 га.). Основной тип грунтов - чернозём обыкновенный средне гумусный (30,7 % площади района). Природная растительность сохранилась лишь на склонах балок. Леса (дуб, ясень, берест, липа, груша дикая) байрачного типа расположены в основном по балкам. Площадь лесов и лесовых насаждений составляет 6,9 тыс.

Лутугинский район Луганской области является промышленно-аграрным. Общая площадь сельхозугодий составляет более 70 тыс. га, из них пашня – 41314 га, из нее обрабатывается – 25150 га. Сельхозпредприятия района специализируются на выращивании зерновых, масляных, овощных культур, а также на производстве мяса, молочной продукции, производстве яиц. Кроме того, в районе имеются предприятия, которые занимаются производством семенного материала и включены в ассоциацию семенных хозяйств. К ним принадлежит ООО НВП «Агролугань». А также предприятия, которые занимаются селекцией в животноводстве: ННВАК ЛНАУ «Колос», ООО «ЛИСТ».

Промышленное производство представлено предприятием черной металлургии, предприятиями угольной и углеперерабатывающей промышленности, а также предприятиями химической промышленности и строительных материалов. Предприятия промышленного комплекса Лутугинского района: государственное открытое акционерное общество шахта «Белореченская», отделенный подраздел государственного предприятия «Луганскуголь» шахта Лутугинская, обособленный подраздел государственного предприятия «Луганскуголь» шахта им. XIX съезда КПСС, государственное открытое акционерное общество горно-обогатительная фабрика «Белореченская», Лутугинский государственный научно-производственный валковый комбинат.

Административно-территориальные единицы: в районе 46 населённых пунктов, в том числе город Лутугино (райцентр), 8 посёлков городского типа, 25 сел и 12 посёлков.

Несмотря на то, что большая часть территорий Лутугинского района представлена промышленными предприятиями, он всё равно остаётся экологически чистым районом. Жители района постоянно нуждаются в отдыхе и восстановлении своих сил. В холодный период года в выборе культурного досуга местные жители ориентируются на ближайший город Луганск, т.к. в пределах района отсутствуют театры, учреждения культуры клубного типа. Однако, летом среди всего населения и гостей района наибольшей популярностью пользуются Лутугинское, Успенское, Каменское водохранилище, а так же искусственное озеро Волнухинского карьера возле пос. Волнухино. Так же в районе расположены памятники местного значения: церковь Александра Невского в пос. Иллирия, которая построена в 1885 году. Село Ореховка, где много лет жил широкоизвестный пропагандист природного оздоровления человека Порфирий Иванов. Село Первозвановка, которое известно в области как центр традиционного карате «До». [2, с.24].

Санаторно-курортный комплекс района представлен санаторием-профилакторием «ПАРУС», который расположен на живописном берегу Успенского водохранилища. В посёлке Новая –Павловка работает международный христианский лагерь «ДРУЖБА». На берегу Лутугинского водохранилища работает база отдыха. В районе Успенского водохранилища расположен яхт-клуб Бриз, на территории клуба работает ресторан и гостиница.

Несмотря на значительный природный и историко-культурный потенциал, туристический бизнес в районе развивается медленными темпами. В целом положение может рассматриваться как не удовлетворительное. Большинство объектов туристического отдыха находится в критическом состоянии, т.к. не имеют определённого собственника. Примером может послужить Лутугинское и Успенское водохранилища, за последних 2 года в них значительно упал уровень воды: приблизительно на 40%. Такой ситуации послужило не рациональное использование водных ресурсов для нужд завода и ближайших дачных участков. Водный баланс водохранилищ не пополняется, так же не проводятся работы по очистке водоёма, что влечёт за собой губительные последствия для данных туристических объектов. Денежные средства для улучшения ситуации не выделяются, и местные власти не обращают внимание на сложившуюся проблему. Очевидно, что за последний год внутренние путешествия резко сократились из-за сформировавшейся неблагоприятной ситуации для отдыха.

Лутугинский район имеет все предпосылки для создания и развития зелёного и экологического туризма, в нём должны быть заинтересованы

как организаторы так и потребители. Для сельских жителей - это источник доходов, для городской – здоровый отдых и интересное времяпровождение, для местных властей – поток денежных средств в казну. Но для формирования других видов туризма для начала следует решить возникшие проблемы, а именно:

- отсутствие целостной системы государственного регулирования туристической сферы в районе;
- отсутствие соответствующей сервисной инфраструктуры для качественного развития туристической сферы в районе;
- несоответствие туристических объектов мировым стандартам;
- отсутствие инвестиций для развития туризма в районе;
- плохое информационное обеспечение, не удовлетворительное состояние автомобильных дорог;
- недостаточное обеспечение туристической отрасли высококвалифицированными специалистами;
- неудовлетворительная экологическая ситуация для ряда туристических объектов.

Для решения этих проблем следует поэтапно выполнить следующие задания:

- разработать программу развития туризма в районе;
- создать информационную базу с кадастром туристических ресурсов;
- провести инвентаризацию природных объектов, оценку их состояния и территорий на которых они расположены;
- увеличить инвестиционный поток денежных средств для развития туризма в районе;
- разработка новых туристических маршрутов;
- охрана туристических объектов, улучшение их экологической ситуации;
- способствовать созданию дополнительных рабочих мест для расширения сезонной занятости населения в туристической сфере, через поддержку развития зелёного туризма;
- способствовать развитию гостиничного и ресторанного бизнеса в районе;
- улучшение качества дорог и информационного обеспечение;
- усовершенствование работы обслуживающего персонала в сфере туризма;
- организация рекламно-информационной деятельности для распространения информации о туристических возможностях района;
- формирование положительного имиджа.

Преодолев все вышеперечисленные проблемы деятельность туристической сферы района станет обеспечивать достойный отдых граждан, охрану здоровья, благоприятные условия для жизни и здоровья окружающей среды, рациональное использование туристических ресурсов. Увеличится рост въездного и внутреннего туризма в районе,

что повлечёт за собой поступление денежных средств в местную казну и улучшение экономики в районе.

По этому главной целью является создание оптимальных условий развития туристической сферы, обеспечение государственного стимулирования для улучшения деятельности туристских предприятий, создание уникального конкурентно способного продукта, улучшение имиджа района на областном уровне.

Вывод. Как известно туристический бизнес в Лутугинском районе находится в проблематичном положении. По этому только грамотно и чётко спланированная программа, ряд мероприятий и выполнение поставленных заданий смогут ускорить темпы успешного развития туристической индустрии, и даст положительные социально-экономические результаты. К ним можно отнести поступление валюты из других областей, прибыль и доходы туристских организаций, расширение количества рабочих мест и увеличение реального дохода населения. Последствия развития туризма выразятся в общем объёме роста уровня образования, уровня культуры обслуживания. Так же увеличится рост торговли, градостроительства, транспорта и информационного обеспечения. Таким образом создание туристических центров в Лутугинском районе является важнейшим фактором развития туризма, а следовательно, и экономики Луганской области в целом.

Перспективы исследований. Данная статья не претендует на полное изложение проблемы развития туризма в Лутугинском районе. Более детального изучения требует туристический потенциал района для развития отдельных видов туризма – спортивный, зелёный, водный, сельский, экологический.

Литература

1. **Луганская область : географический атлас** / [науч. редкол. : Н. Ф. Песоцкий и др.]. – Луганск. : Картография, 2004. – 32 с.
2. **Отдых в селе : волшебная Луганщина** / Луганская областная государственная администрация ; управление культуры и туризма. - Луганск, 2007. - 32 с.
3. **Фисуненко О. П. Природа Луганской области** / О. П. Фисуненко, В. И. Жадан. – Луганск., 1994. – 232 с.

Стрижаченко С.О. Современное состояние и перспективы развития туризма в Лутугинском районе Луганской области.

В статье излагается характеристика туристических ресурсов Лутугинского района. Рассматриваются современное состояние туристической отрасли, проблемы и перспективы развития туризма в данном районе.

Ключевые слова: туризм, туристические ресурсы, водные ресурсы, зелёный туризм, экологический туризм, сельский туризм.

Стрижаченко С.О. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Лутугинському районі Луганської області.

У статті викладається характеристика туристичний ресурсів Лутугинського району. Розглядаються сучасний стан туристичної галузі, проблеми та перспективи розвитку туризму в даному районі.

Ключові слова: туризм, туристичні ресурси, водні ресурси, зелений туризм, екологічний туризм, сільський туризм.

УДК 338.483.13:392.72

Сущенко Л. С.

**ПРОБЛЕМАТИКА ВИЗНАЧЕННЯ
ПОНЯТТЯ ГОСТИННОСТІ ТА ЙОГО СКЛАДОВИХ**

Постановка проблеми. Сучасна інтеграція туристської освіти характеризується стабільним і безперервним зростом, оскільки стає вирішальним фактором соціального й культурного розвитку. Відбувається стрімка модернізація змісту туристської освіти, важливою частиною якої є сфера гостинності, переглядаються та визначаються її основні положення. У зв'язку з цим на рубежі століть світові та вітчизняні науковці намагаються дати однозначне тлумачення і визначення поняттям гостинності. Однією з проблем, що виникають при цьому, є взаємозв'язок, взаємопроникнення, взаємообумовленість цих понять. Іншою складністю є багатогранність кожного фундаментального поняття, наявність історії розвитку, їх тимчасова, політична і соціальна обумовленість. Таке філософське за своєю суттю поняття гостинності легше описати, охарактеризувати, ніж сформулювати для нього і його компонентів повне, чітке і всеосяжне визначення. Можна привести ряд висловів класиків та вчених і їх спроб визначити або охарактеризувати це поняття. Деякі з них розглядають це питання в економічному, інші в соціальному аспекті, треті – з боку надавача чи отримувача послуг гостинності. Так, для найточнішого визначення глибинного змісту поняття і його складових необхідне врахування всіх аспектів, їх органічного поєднання та аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням визначення поняття гостинності займалися в різні періоди часу багато науковців, такі як: Л. Г. Лук'янова, А. Д. Чудновський, Х. Й. Роглев, С. І. Байлик та ін. І в кожного з авторів існує своє, відмінне від інших, визначення. Розмаїття характеристик, що надаються науковцями, вражає.

Постановка завдання. В ході дослідження сформулювати поняття гостинності, його категоріальний апарат, тобто складові гостинності, а також надати їм чітку характеристику.

Викладення основного матеріалу. Стосовно поняття «гостинність» неможливо не погодитися з вельми переконливим висловом Роберта А. Браймера: «Важко дати повне і точне визначення гостинності, але будь-який з нас може відразу помітити, коли воно відсутнє».

Гостинність – це привітність у прийомі і пригощанні відвідувачів (гостей), безвідплатний прийом і пригощення мандрівників, так би мовити «странноприїмство». Так образно роз'яснює цей термін В. І. Даль в «Глумачному словнику живої мови великороса». Бути гостинним – означає вміти запропонувати теплий прийом для відвідувачів, створити для них спокійну, сприятливу та доброзичливу атмосферу [1, с. 32].

«Гостинність це секрет будь-якого дбайливого обслуговування. Турбота, проявлена по відношенню до гостя, здатність відчувати потреби клієнта, невловимі, але такі очевидні риси в поведінці службовця» (Р. А. Браймер).

За визначенням таких відомих в галузі готельного господарства науковців, як І. В. Зорін та А. В. Квартальнов: «Гостинність – це гармонійне поєднання виробництва туристських послуг, комфортності середовища відпочинку і люб'язної поведінки обслуговуючого персоналу в цілях задоволення потреб гостей при гарантіях їх безпеки, фізичного і психологічного комфорту... Гостинність – найважливіша споживацька властивість туристського продукту: уміння дати відчутти клієнту, що йому раді, з гідністю продемонструвати йому пошану, надавати люб'язність» [2, с. 65].

Ч. Метелка, американський фахівець в області готельної справи, вважає, що «Гостинність – це саме той секретний елемент будь-якого дбайливого обслуговування, який зробить спогади клієнтів приємнішими, а враження запам'ятовуватимуться надовше. Турбота, проявлена по відношенню до гостя, здатність відчувати потреби клієнта – невловимі, але такі очевидні риси в поведінці службовця... Гостинність – це більш ніж запам'ятовування фактів і виконання кваліфікованої роботи. Це якість обслуговування, а не рівень підготовки або досвід, якому вчаться. Подобається це чи ні, гостинність вимагає часу і потребує колективної співпраці» [2, с. 65].

З традиційної точки зору гостинність – побутове поняття, що визначає особливий вид привітності, хлібосольність господарів при прийманні гостей.

Гостинність – це більш емке і загальне поняття, оскільки його задачею є задоволення потреб не тільки туристів у вузькому значенні, але і споживачів взагалі. Це те, що створює у гостя (клієнта) уявлення про підприємство (готель, турфірму, ресторан, кафе і т.д.) як про одне з кращих у світі [1, с. 32].

В науковий обіг термін гостинність уведений експертами конфедерації ХОТРЕК — конфедерації національних асоціацій готелів і

ресторанів у Європейському економічному співтоваристві (ЄЕС), утвореної в 1982 р. [3, с. 34].

Гостинність, як науковий термін, визначає систему заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарчих і культурних запитів гостей туристських підприємств, їх запобігливого обслуговування наданням низки послуг.

Гостинність – основна складова людської цивілізації, яка в даний час під впливом науково-технічного прогресу та неперервного розвитку світової економіки перетворилася на потужну індустрію, в якій працюють мільйони професіоналів, створюючи затишок та комфорт на благо людства [1, с. 33].

Визначення поняття гостинності обов'язково враховує характеристику всіх його елементів, тобто тих понять, які в певній мірі мають зв'язок з гостинністю або вплив на неї.

Отже, гостинність — це комплексна послуга, якій притаманні певні якісні властивості (споживчі): мистецтво створення позитивного образу (місцевості, національних особливостей, підприємства), що означає прояв «вторинного попиту» на послуги. Позитивний образ у сфері гостинності має створюватися за допомогою всебічного використання ресурсів гостинності, комфортного середовища гостинності, стратегії та концепції гостинності. Тож неважко зрозуміти, що сукупна взаємодія всіх умов гостинності в єдиному технологічному процесі виробництва, реалізації та споживання послуг гостинності має бути скоординована розробкою моделі гостинності і концепцій гостинності: гуманітарної, технологічної, комерційної.

Модель гостинності виявляє взаємовідносини в системі «гість — послуга — середовище гостинності» [3, с. 35].

З енциклопедичного довідника з туризму під редакцією І. В. Зоріна та А. В. Квартального ми дізнаємося, що існує декілька визначень поняття гість, що певною мірою відбиває відношення до поняття гостинності, основним з яких є:

Староруське слово «гість», що означає «приїжджий купець» (IX ст.); у російській державі в XVI-XVII ст. так називали найбагатших купців, що одержали царську даровану грамоту на особливі привілеї і право на зовнішню торгівлю. Гостинцем іменувалася велика проїжджа дорога. Подорожам «іноземних гостей» надавалося велике політичне, економічне та соціальне значення. Так, київський князь Володимир Мономах в своєму «Поученні» заповідав синам добре приймати «гостей», піклуватися про них, тому що ці «перехожі» люди можуть рознести по світу звістки про країну і про князя.

До початку XX ст. переважну масу гостей складали інтелігенція, аристократія дворянського походження, буржуазія, купецька еліта. Ставши однією з форм використання вільного часу в умовах розширення практики надання оплачуваних відпусток, туризм з привілею вищих соціальних класів з середини 40-х років поступово

перетворюється на масове явище і одержує бурхливий розвиток в 50-80-і рр. XX ст. Саме в ці роки з'явилися нові ліберально-демократичні концепції обслуговування, орієнтовані на потреби у відпочинку представників «середнього класу», яких і стали іменувати гостями, що відповідало ідеї гостинності.

Продуктом підприємств індустрії гостинності є комплекс фізичних, соціальних і емоційних компонентів. Готельна послуга значно ширша, ніж просто проживання. Сюди потрібно включити фізичну атмосферу, чистоту і відчуття компетентності і турботи з боку обслуговуючого персоналу. За визначенням Ф. Котлера, «послуги – це об'єкти продажу у вигляді дій, вигод або задоволень». Послуги гостинності не мають матеріальної форми, а відтак – не підлягають зберіганню. Послуга гостинності – поняття складне і комплексне, вона сприймається суб'єктивно. Причина цього в її невідчутності, хоча деякі послуги гостинності можуть містити в собі і високовідчутні речовинні елементи. Послуги гостинності характеризуються такими факторами як: мінливість якості, нерозривність виробництва і споживання, нездатність до зберігання.

Гостинне середовище – середовище, що включає матеріально-технічну базу гостинності, культурно-історичний комплекс, обслуговуючий персонал, інфраструктуру гостинності, менеджмент гостинності [3, с. 35]. Середовище гостинності багато в чому визначається зовнішніми чинниками (економічними, політичними, культурними і соціальними) та взаємодією спеціалізованих чинників (ресурси гостинності, індустрія гостинності, професії гостинності).

Гостинність (hospitality) – споживча властивість послуг (детермінанта сфери послуг), що визначається гуманітарною, технологічною і комерційною складовими [4, с. 61].

Гуманітарна складова гостинності – якісна властивість послуг, що визначається процесом обслуговування та особистісними характеристиками обслуговуючого персоналу (чуйність, доступність, увічливість, компетентність тощо). Основний принцип гуманітарної складової – «клієнт завжди правий», який вимагає гостинного поводження від обслуговуючого персоналу.

Технологічна складова гостинності – технічна властивість послуг, що визначається відповідністю нормативним, комфортним, естетичним, ергономічним і функціональним вимогам обслуговування. Технологічна концепція визначає організацію комфортних умов гостинності через створення технологічного стандарту.

Комерційна складова гостинності – стратегічна властивість послуг, що визначається динамікою цін і послуг, спрямованих на повторне звертання клієнта (гостя).

Концепція технології гостинності означає орієнтацію на клієнта (гостя), врахування розвитку його потреб, визначення динаміки цін та створення комфортних умов розміщення [3, с. 20].

В контексті розглянутих питань необхідним також постає виведення формули гостинності. Отже, формулою гостинності є сукупність визначальних якостей та рис: гідність + повага + люб'язність [2, с. 65].

Зважаючи на викладений матеріал, необхідним є окреслення так званої структури гостинності, яка на нашу думку повинна містити в собі такі складові: об'єкти та суб'єкти гостинності (тобто ті особи або установи, які надають та відповідно споживають послуги гостинності), предмет (послуги гостинності), час, простір, середовище (оскільки гість, як правило, має свої власні уявлення про те, де і коли службовці повинні виявляти гостинність), чинники прямої та непрямої дії.

Висновки: Отже, досліджуючи, порівнюючи та аналізуючи точки зору провідних фахівців з готельної справи, приходимо до думки, що гостинність – це поліфункціональний компонент в системі готельної індустрії та туризму. Гостинність має біполярну природу. Так, з точки зору організаторів гостинності – це низка заходів, спрямованих на задоволення запитів, вимог клієнтів з обов'язковим позитивним результатом, що полягає в збільшенні прибутковості підприємства з надання послуг, яка є основоположним фактором його економічного росту, розширення, конкурентоспроможності. З точки зору споживачів послуг гостинності, так званих гостей, – це врахування їх потреб і побажань, прояв турботи, щирості, доброзичливості, зацікавленості у взаємодії та виконанні прохань, що досягається як завдяки впровадженню оснащення матеріально-технічної бази, поліпшенню обслуговування, так і суто людиновимірному фактору. Цей фактор полягає в забезпеченні людини достатнім рівнем взаєморозуміння в стінах засобу розміщення (знаходження гостя в розімкненому просторі, його потреба у зв'язку з цим в підтримці), орієнтація на конкретного клієнта, врахування його національних та особистісних особливостей. Також слід зазначити, що різними фахівцями гостинність визначається як послуга і як риса характеру, але варто зробити наголос на безперечному зв'язку з людиною.

Перспектива подальших досліджень. Питання гостинності не є остаточно сформульованим, тому визначення чітких та однозначних характеристик і досі є відкритою проблемою та широким полем для діяльності як вітчизняних, так і закордонних науковців.

Література

1. Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства : Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – 2-е изд., испр. / Е. А. Джанджугазова. – М. : Издательский центр «Академия», 2005. – 224 с.
2. Зорин И. В. Энциклопедия туризма : Справочник / И. В. Зорин, А. В. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 368 с.
3. Лук'янова Л. Г. Уніфіковані технології готельних послуг : Навч.

посіб. / За ред. проф. В. К. Федорченка; Л. Г. Лук'янова, Т. Т. Дорошенко, І. М. Мініч. – К. : Вища шк., 2001. – 237 с.
4. Лук'янова Л. Г. Освіта в туризмі : Навч.-метод. посіб. / Л. Г. Лук'янова. – К. : Вища школа, 2008. – 719 с.

Сущенко Л. С. Проблематика визначення поняття гостинності та його складових

В статті розкрита характеристика поняття гостинності, що привертає увагу багатьох класиків та вчених. Так, приведені зразки визначення гостинності деяких з відомих діячів в галузі готельного господарства. Розглянуті складові гостинності, а саме: модель («гість – послуга – середовище гостинності»); концепції (гуманітарна, технологічна, комерційна); формула та структура гостинності.

Ключові слова: гостинність, модель, концепції, формула, структура гостинності.

Сущенко Л. С. Проблематика определения понятия гостеприимства и его составляющих

В статье раскрыта характеристика понятия гостеприимства, которое привлекает внимание многих классиков и ученых. Так, приведены примеры определения гостеприимства некоторых известных деятелей в отрасли гостиничного хозяйства. Рассмотрены составляющие гостеприимства, а именно: модель («гость – услуга – среда гостеприимства»); концепции (гуманитарная, технологическая, коммерческая), формула и структура гостеприимства.

Ключевые слова: гостеприимство, модель, концепции, формула, структура гостеприимства.

УДК [338.48-6:2](477.61)

Фідійов Б. П.

**ХРАМ УСПІННЯ ПРЕСВЯТОЇ БОГОРОДИЦІ ЯК ОБ'ЄКТ
КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В
НОВОПСКОВСЬКОМУ РАЙОНІ ЛУГАНСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Постановка проблеми. На сьогодні Луганщина – перспективний туристичний регіон. На її території існує безліч цікавих туристичних об'єктів та пам'яток, які відвідуються не тільки місцевими жителями але й іноземними гостями. Нажаль, туристично-рекреаційна база Луганщини використовується лише на 40%, основна проблема – відсутність розвиненої туристської інфраструктури регіону. Одним з найперспективніших туристичних районів Луганської області вважається

Новопсковський. Тут зосереджений значний потенціал природних та культурно-історичних об'єктів туристичного показу, які можуть бути використані в релігійному, культурно-пізнавальному, екологічному та зеленому туризмі. Значну частину туристів, що відвідують Новопсковський район складають гості з сусідніх країн. Це пов'язано з тим, що серед жителів Луганщини майже відсутня інформація щодо туристично-рекреаційного потенціалу Новопсковського району.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Нажаль проблема дослідження туристичних можливостей Новопсковського району на сьогодні залишається невирішеною. Це пов'язано з відсутністю зацікавлених науковців які б займалися дослідженнями туристичного потенціалу району. Лише деяку інформацію можна знайти в окремих регіональних та періодичних виданнях. Невирішеність та неосвітленість даної проблеми в науковій літературі обумовили детальний огляд нами однієї з найвизначніших та унікальних пам'яток архітектури, культури та релігії, що знаходиться на території Новопсковського району. У роботі використані матеріали періодичних видань та власних досліджень історії.

Мета. Метою даної роботи є детальна характеристика храму Успіння Пресвятої Богородиці як об'єкту культурно-пізнавального туризму в Новопсковському районі.

Однією з найяскравіших та унікальних пам'яток культурно-пізнавального туризму є Успенська церква села Осинове Новопсковського району. За літературними джерелами століття, село Осинове було заселене українцями в середині XVII століття. Поселення дуже довго було не лише адміністративним, а й духовним центром Новопсковського краю. Тут було збудовано і діяло три церкви — Успенська, Михайлівська, Вознесенська. Справжньою окрасою населеного пункту, найстарішою пам'яткою нашого району і однією з найдавніших в області є Успенська церква. Збудована вона на правому, більш високому березі річки Айдар. Її добре видно з різних точок навколишньої місцевості. Вона гарно вписується в прекрасний слобожанський краєвид.

Історія Успенського храму, збудованого в 1802 році була такою: перша дерев'яна Успенська церква була побудована одночасно із заснуванням села. Не пізніше середини XVII століття тут вже був кам'яний Успенський храм з трьома боковими вівтарями. Про це свідчив напис на Євангелії храму. Але з невідомих причин у 1791р. мешканці змушені були відбудувати церкву заново, з трьома бічними вівтарями Св. Архістратега Михайла і Св. Миколи Чудотворця та Святих Апостолів Петра і Павла. Відбудований храм було освячено в 1802 р., що й стало офіційною датою його побудови [1, с. 440].

Сучасні дослідники архітектури відзначають, що Успенська церква є унікальним пам'ятником архітектури XIX століття в Україні. Вона відрізняється особливою цільністю та єдністю компонентів. Має цілий ряд оригінальних рис, які містяться в квадратному плані побудови з

заокругленими кутами, у піднесеній в центрі напівсферичної бані на циліндричному барабані. Над її східною частиною і бабинцем підвищуються квадратні завершені главками башти. Західна частина слугує дзвіницею, до неї ведуть прорубані у стіні сходи. Стіна оперізує фриз, оздоблюють пілястри, високі вікна обрамляють фігурні налічники, або лиштва, над ними ліпні декоративні прикраси. В інтер'єрі пам'ятника збереглися ліпні прикраси і розпис кінця ХІХ століття. За свідченням місцевого краєзнавця Степана Платонова церков подібного, архітектурного стилю було три у всій Російській державі: у Москві, Острогозьку (Воронезька область) і в селі Осинове. Є факти, що російський цар Микола І заборонив будувати такі церкви. Така висока споруда (висота близько 30 метрів) могла обвалитись і привалити віруючих[3, с. 9]. Певне, не випадково церкву й перебудували, щоб зробити її безпечною для прихожан. Вона відрізняється особливою цільністю та єдністю компонентів. Архітектурний образ церкви характеризується переходом від стилю барокко до класицизму. Впадають у вічі фризи – декоративні смуги, що обрамляють площину поверхні стін. Велике враження справляють пілястри – виступи на поверхні стін та їх верхня частина капітелі. Високі вікна обрамляють фігурні обналички над ними – легкі декоративні прикраси.

Центр усіх фасадів акцентований двоколонними доричними портиками - піддашками, що їх підтримує і, колонада, утворена з стовпів перед входом до храму. .

За свідченням місцевих жителів у церкві в роки громадянської війни, а саме в 1919 році, тимчасово розміщався штаб однієї з дивізій, серед людей тоді говорили не церква, а караулка. В тридцять роки, зокрема з 1929 по 1942 рік, церква не діяла, богослужіння не велось. На цей період припадає масове руйнування церков і храмів, а людей насильно відлучали від віри.

Вціліла ця церква і в роки німецької окупації, були тільки незначні пошкодження. Зараз в церкві постійно проводяться обряди хрещення та вінчання. Особливо святкові богослужіння відбуваються в престольне свято осинівців в день святого Успіння 28 серпня. В храмі збирається багато прихожан, відбувається хресний хід. У В день Водохрещі, 19 січня, інколи освячення води проводиться на березі річки Айдар. Осинівська Успенська церква є не тільки визначним пам'ятником архітектури та культури, а й духовною пам'яткою нашого народу. В 60-і роки вона була включена до переліку найбільш визначних пам'яток архітектури нашої області [2, с. 302]. Таким чином створюються позитивні умови для розвитку паломницького туризму.

Висновки. З данного дослідження можна сказати, що храм Успіння Пресвятої Богородиці є дійсно унікальною пам'яткою історії, культури та архітектури минулого та теперішнього часу. Свідченням цьому є те, що церква являється одним із об'єктів екскурсійного маршруту «Золотое кольцо России» та прийнята участі в конкурсі «Дива Луганщини». Не

мало вагомим є те, що на ювілеї та річниці постійно приїжджають священнослужителі Старобільська, Луганська, і навіть Московський патріарх, як це було на 200 річницю у 2002 році. Та нажаль не так багато людей володіють такою інформацією, тому і не розуміють який унікальний об'єкт розташований у їхньому районі. Отже, якщо забезпечити жителів регіону достатньою інформацією щодо наявності таких унікальних об'єктів, та розробити екскурсійну програму у данному напрямку, то це сприятиме не тільки розвитку туризму на Луганщині, а й духовному та культурному збагаченню людей.

Перспектива подальших досліджень.

Література

1. Рунов В. А. Новопсков и его окрестности / В. А. Рунов – Донецьк: Ист-факт, 2002 – 591 с. **2. Андрущенко В. І.** Трудова слава Новопсковщини / В. І. Андрущенко – Луганськ: Луганська обласна друкарня, 2008 – 425 с. **3. Кривошей М.** Церковна спадщина / Миколай Кривошей // Новопсковщина. – 2009. 9 листопада. – с. 9. **4. Чорнуха О.** З історії Успенської церкви / Олександр Чорнуха // Перемога. 2009. – 20 березня. – с. 5.

Фідійов Б. П. Храм Успіння Пресвятої Богородиці, як об'єкт культурно-пізнавального туризму в Новопсковському районі.

У статті описаний один з унікальніших храмів України, який знаходиться в Луганській області Новопсковського району, храм Успіння Пресвятої Богородиці. Розкритий чіткий образ храму як культурно-історичної і релігійної спадщини, періоду XVII століття. Стаття дає чіткий опис зовнішнього вигляду і історії церкви.

Ключові слова: храм, церква, екскурсія, Новопсков, культурно-історичні ресурси.

Фидиёв Б. П. Успенский храм Пресвятой Богородици, как объект культурно-познавательного туризма в Новопсковском районе.

В статье описан один из уникальнейших храмов Украины, который находится в Луганской области Новопсковского района, Успенский храм Пресвятой Богородици. Раскрыт четкий образ храма как культурно-исторического и религиозного наследия, периода XVII века. Статья дает четкое описание внешнего вида и истории церкви.

Ключевые слова: храм, церковь, экскурсия, Новопсков, культурно-исторические ресурсы.

Фольгіна А. Ю.

ГОТЕЛЬНИЙ ЛАНЦЮГ ЯК НАЙВДАЛША ФОРМА ОБ'ЄДНАННЯ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Актуальність. Останніми роками готельний бізнес став одним з найприбутковіших видів бізнесу в світі. Будучи невід'ємною частиною індустрії туризму, він як міжгалузевий комплекс соціально-побутової інфраструктури грає усе більш важливу роль в світовій економіці, тим самим забезпечуючи десяту частину світового валового національного продукту. Та найближчими роками по експертних оцінках, може стати одним з головних чинників світового розвитку.

В даний час світове готельне господарство вступило в нову стадію розвитку. Індустрія туризму та готельне господарство як його складова почали відчувати дію з боку таких чинників як інформаційні технології, демографічні зміни, світовий розподіл праці. Майбутнє світового готельного господарства нерозривно пов'язане зі змінами, які несе в собі глобалізація світової економіки.

Ми вважаємо теоретично цікавими і практично доцільним вивчення питання існування та розповсюдження готельних ланцюгів як основного процесу, що відбувається в даний час в готельному господарстві. Ця галузь за останні десятиліття зазнала величезні зміни в світі. Зміни торкнулися економіки і організації діяльності підприємств, методів планування і стратегії управління. Ми спостерігаємо такі процеси як злиття, поглинання, утворення стратегічних альянсів або ланцюгів. Досвід іноземних компаній виявив, що готельні ланцюги – це дуже вигідна стратегія завоювання головних іноземних ринків і підвищення конкурентоспроможності готельної галузі.

Постановка проблеми. У багаточисельних наукових публікаціях вказується, що глобалізація є провідною тенденцією світового розвитку, яка не лише робить вплив на економічне життя, але і спричиняє за собою політичні, соціальні і навіть культурно-цивілізаційні наслідки. Стосовно готельного господарства глобалізація — це, перш за все, поява і розширення присутності міжнародних готельних ланцюгів в різних країнах. Проте, практично за вікову історію їх існування до цих пір не сформульовано чітке і однозначне визначення готельних ланцюгів як поняття.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Свідченням актуальності питання існування готельних ланцюгів є відображення його у низці наукових праць. Це питання досліджувалося такими науковцями як Лук'янова Л. Г., Волков Ю. Ф., Зайцева І. А., Кабушкин Н. І., Катяло В. С., які розглянули наступні питання: функціонування готельних мереж, історія виникнення ланцюгів, переваги та недоліки об'єднання готелів.

Проте, не дивлячись на значну кількість наукових досліджень, діяльність готельних ланцюгів потребує подальшої уваги. Досі науковці та фахівці готельного бізнесу визначають сутність поняття „готельний ланцюг” по-різному, також треба дати повну загальну характеристику функціонуванню мереж.

Метою статті є: довести, що готельні ланцюги є найвдалішою формою об'єднання в готельному господарстві.

Основними завданнями статті є:

- 1) визначити сутність поняття „готельний ланцюг”;
- 2) звернути увагу на переваги та недоліки готельних ланцюгів.

Викладення основного матеріалу. Сьогодні готельна індустрія є найпотужнішою галуззю господарства, що розвивається, і важливою складовою економіки туризму. Індустрію складають різні засоби колективного та індивідуального розміщення, а також приватний сектор, що бере участь у розміщенні туристів. Існують також різні форми об'єднання засобів розміщення: готельні ланцюги, готельні консорціуми та сімейства. Але найвдалішою формою є готельні ланцюги, в які на сьогоднішній день входить більшість готельних підприємств світу. Вплив готельних ланцюгів на туристичний ринок носить глибокий характер. Вони освоюють все нові і нові регіони, їх мережа збільшується. Цей вплив можна оцінити як з економічної, так і з культурної точок зору. З економічної точки зору готельні мережі вкладають гроші в розвиток регіонів, міст. Іноземні інвестиції позитивно позначаються на фінансовому положенні регіонів. Утворюються нові робочі місця, поступають податки в казну, поширюється і підвищується рівень організації виробництва і обслуговування туристів. З культурної точки зору готель, що належить ланцюгу, стає, як правило, пам'яткою і центром ділового і культурного життя міста.

Готельні ланцюги, які є на даний момент дуже сильним каталізатором розвитку готельного бізнесу, міцно укорінилися на ринку готельних послуг.

На світовому туристичному ринку заявлено більше 300 готельних ланцюгів, що вийшли за рамки національних кордонів. З 13 млн. готельних номерів на долю готельних ланцюгів приходить більше 7 млн. (більше 50%). Звичайно, найбільш відомі ті готельні ланцюги, які працюють в багатьох державах, а не обмежуються контролем готелів в одній країні. Так, «Bass Hotels» має готелі у 98 країнах, «Best Western Int.» - у 84, «Accor» - у 81, «Starwood Hotels» - у 80, «Carlson Hospitality Worldwide» - у 57, Marriot Int. – у 56, Hilton Int. – у 53, Forte Hotel Group – у 51 країні. Найбільшим за кількістю готельних номерів зараз є ланцюг Cendant Corporation (542,6 тис. номерів), який на початку 90-х був ще маловідомим [1, с. 15].

Вивчення літератури показало, що серед науковців і фахівців готельної індустрії немає єдності поглядів на суть готельних ланцюгів. Вони по-різному виділяють їх переваги, недоліки та перспективи розвитку.

Поняття „готельний ланцюг” теж трактується досить широко і з різних точок зору:

Готельний ланцюг – це група готелів (два і більше), що здійснює колективний бізнес, який перебуває під безпосереднім контролем керівництва ланцюга [8, с. 389].

Готельний ланцюг – певна кількість готелів, які користуються однією й тією ж назвою і фірмовим знаком, мають певні загальні споживчі особливості і проводять спільну маркетингову діяльність [6, с. 70].

Готельний ланцюг – група розміщених у кількох країнах готелів із загальним керівництвом, єдиною концепцією просування туристичного продукту і спільним торговим знаком (маркою) [4, с. 329].

Незважаючи на різноманітність визначень поняття „готельний ланцюг” всі ланцюги об’єднані основними ознаками:

1. формальні елементи, що забезпечують упізнавання об’єктів, включених у ланцюг, їх візуальну єдність. Це досягається загальним логотипом, кольоровою гаммою, елементами декору, назвою, що в сукупності і є зовнішньою суттю торгівельної марки, робить її впізнаваною;

2. спільність структурних елементів, з яких складаються об’єднані готелі, а також однаковий рівень пропонованого комфорту і обслуговування;

3. єдина стратегія функціонування, що передбачає стандартизацію основних процедур обслуговування та маркетингу за рахунок чого досягається однаковий якісний рівень роботи всіх об’єктів ланцюга.;

4. наявність специфічної структурної надбудови над базисним елементом, що складається з окремих готелів. [5].

Створення готельних ланцюгів відіграє значну роль: воно дозволяє просувати на світовий ринок готельних послуг високі стандарти обслуговування, а також сприяє підтримці готельного обслуговування туристів.

Об’єднання готелей має три основні мети:

- забезпечення конкурентоздатності на ринку гостинності за рахунок високої якості обслуговування, що підтримується станом основних фондів (якість споруд, оформлення інтер’єрів, обладнання), кваліфікацією персоналу, безпекою клієнта і його майна;

- забезпечення економічної ефективності діяльності шляхом стабільного завантаження готелів. Мережа дозволяє зменшити витрати на резервування, маркетингові дослідження, рекламу, підготовку кадрів;

- удосконалення гнучкої кадрової політики та професійної підготовки.

До числа пріоритетних стратегічних завдань багатьох міжнародних готельних мереж входить глобальна експанія, максимально можливе охоплення найбільш стратегічно важливих регіонів. Крім того, розвиток готельної мережі передбачає взаємодію з безліччю різних культур, національних мов і локальних економічних особливостей.

Міжнародна готельна асоціація (МГА) поділяє готельні ланцюги на три категорії:

Перша – корпоративні ланцюги – готельні корпорації, що володіють численними підприємствами.

Друга – ланцюги незалежних підприємств, що об'єднуються для використання загальної системи бронювання, концепції маркетингу, реклами й інших дорогих для окремого підприємства послуг.

Третя – ланцюги, що надають управлінські послуги [1, с. 12].

Також класифікують готельні ланцюги і по таких ознаках:

- по числу готельних номерів;
- по числу готелів в мережах групи;
- по числу країн, де представлені готелі мережи;
- по числу підприємств, що знаходяться під управлінням групи, і т. д. [8, с. 39].

Так, Marriott International є безперечним лідером по числу готелів, що знаходяться під управлінням цієї компанії, Best Western є найбільшим брендом (найбільша мережа), а Six Continents Hotels отримала свою назву, оскільки ширше за інших компаній представлена в світі і присутня на територіях найбільшої кількості світових держав [8, с. 39].

Проте досить складно визначити, яка з компаній найбільша, оскільки готельна індустрія стає усе більш багатопрофільною. А кожна група знаходить свою нішу на цьому ринку.

Розвитку співпраці в ланцюгах сприяє єдина стратегія і спільні взаємовигідні стратегічні дії (особливо у сфері маркетингу) на основі загальної системи інформаційної взаємодії (включаючи єдині системи бронювання і глобальні дистрибутивні системи) і сильного мережевого бренду, що приводить до взаємного посилення конкурентних позицій і брендів готелів мережі і фірм супутніх галузей в рамках мережі. Компанії об'єднуються в мережу з метою розвитку і передачі один одному нових компетенцій, що супроводжуються створенням ключових чинників конкурентоспроможності готельної мережі. Важливо відзначити, що, як правило, мережеві форми поширені в сегменті готелів високого класу (категорії 4* і 5* зірок), і зв'язано це з необхідністю того, щоб кожен готель відповідав найвищим стандартам обслуговування, які створюються та розвиваються саме у мережі.

Існує багато точок зору на те, що послужило причиною успіху ланцюгів, до основних із них науковці відносять сталість як продукт обслуговування, ідентичність послуг на різних підприємствах, а також доступність цін [1, с. 13].

Безумовно, об'єднання готелів в ланцюги має як свої переваги, так і недоліки. Готельна мережа має значно більше переваг та лише декілька недоліків (відсутність гнучкості у ціноутворенні, величезна витратна частина на використання імені, бренду і доступу до стандартів).

Головними перевагами готельних ланцюгів є:

1. Можливість придбання великих партій товарів і послуг за гуртовими цінами. У силу того, що власник ланцюга керує декількома об'єктами, він може робити крупногуртові закупівлі й у наступному пропонувати іншим підприємствам, членам ланцюга, устаткування для номерів, білизну, миючі засоби, предмети санітарно-гігієнічного призначення тощо за низькими цінами.

2. Економія витрат на підготовку персоналу. Як правило, ланцюг здійснює централізовану підготовку кадрів, що значно скорочує витрати кожного члена ланцюга окремо.

3. Ефективне просування готельних послуг на ринок і економія на рекламних заходах. Готельні ланцюги дозволяють своїм членам розподіляти між собою витрати на рекламу і просування. Крім того, рекламну функцію виконує торгова марка ланцюга.

4. Використання централізованої системи бронювання, що дозволяє підвищити завантаження номерного фонду всіх підприємств — членів ланцюга.

5. Використання централізованої системи бухгалтерського обліку, проведення загальних маркетингових досліджень, будівництво, здійснення операцій з нерухомістю.

6. Інвестування. Групі готелів, що здійснюють колективний бізнес, легше обґрунтувати одержання інвестицій, мобілізувати капітал і направити його на розширення і підвищення ефективності своєї діяльності [20, с. 22].

На сьогоднішній день першість по концентрації готельних ланцюгів утримує США. Близько 70% американських готелів мають статус мережних, у той час як у Європі «ланцюгова реакція» охопила 30-40 % готелів. З американськими лідерами можуть змагатися лише іспанська група Sol Melia, англійська Six Continents Hotels (колишня Bass Hotels & Resorts) і французька Ассог [8, с. 39].

Висновок. Таким чином, готельна індустрія на сьогоднішній день – потужна галузь світового господарства та економіки, що приносить багатомільйонний прибуток. Як і у будь якій іншій галузі економіки, у готельному господарстві зараз відбувається процес глобалізації. Неабияке значення у функціонуванні індустрії відіграють готельні ланцюги, які міцно укорінилися на ринку готельних послуг. На жаль за час свого існування поняття „готельний ланцюг” так і не набуло конкретного визначення серед науковців та фахівців галузі. Деякі дефініції поняття навіть суперечать одна одній. Проте ми вважаємо, що найбільш вдале визначення дав І. Смаль: готельний ланцюг – група розміщених у кількох країнах готелів із загальним керівництвом, єдиною концепцією просування туристичного продукту і спільним торговим знаком (маркою). Незважаючи на різноманітність визначень, усі готельні мережі об'єднані основними ознаками. Ці ознаки позначаються на структурі та класифікації готельних ланцюгів. Всі без винятку підприємства, так само і готельні мережі, мають переваги та недоліки

функціонування. У наш час готельні мережі працюють по всьому світу та приносять багатомільярдний прибуток та кращий сервіс. Найбільше розповсюдження готельні ланцюги отримали на території США.

Перспективи подальших досліджень. Ця стаття не претендує на повне і вичерпне розкриття даної теми. Можна працювати далі над такими питаннями, як структура, управління та менеджмент готельних ланцюгів тощо.

Література

1. **Уніфіковані технології готельних послуг** : Навч. посіб. / За ред. проф. В. К. Федорченка, Л. Г. Лук'янова, Т. Т. Дорошенко, І. М. Мініч / К. : Вища школа, 2001. – 236 с.
2. **Волков Ю. Ф.** Гостиничный и туристический бизнес / Ю. Ф. Волков. – изд 2-е. – Ростов н/Д : Феникс, 2009. – 637 с.
3. **Зайцева И. А.** Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие / И. А. Зайцева. – М. : ФОРУМ, 2007. – 368 с.
4. **Смаль І.** Особливості і проблеми розвитку міжнародного туризму у контексті глобалізаційних процесів // ВІСНИК ЛЬВІВ. – Львів, 2008. - № 24.
5. www.new-hotel.ru/site/hotel-exploit/hotel-network
6. **Катькало В. С.** Общий и стратегический менеджмент / В. С. Катькало, В. Н. Мукба // Вестник Санкт-Петербургского университета. – Санкт-Петербург, 2004.
7. **Самойленко А. А.** География туризма : учеб. пособие / А. А. Самойленко. — Ростов н/Д : Феникс, 2006. — 368 с .
8. www.hoteliero.com
9. **Кабушкин Н. И.** Менеджмент гостиниц и ресторанов : Учебник / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко – 4-е изд. – Мн. : Новое знание, 2003. – 368 с.

Фольгіна А. Ю. Готельні ланцюги як найвдаліша форма об'єднання в готельному господарстві

В статті розкрито сутність поняття готельний ланцюг, яке досі носить суперечливий характер для фахівців галузі. Приведені точки зору різних науковців на визначення поняття. Розглянуто види, переваги та недоліки функціонування мереж, їх ознаки.

Ключові поняття: готельний ланцюг, готель, об'єднання.

Фольгіна А. Ю. Гостиничные цепи как самая удачная форма объединения в гостиничном хозяйстве

В статье раскрыта сущность понятия гостиничная цепь, которое до сих пор носит противоречивый характер для специалистов отрасли. Приведены точки зрения разных научных работников на определение понятия. Рассмотрены виды, преимущества и недостатки функционирования сетей, их признаки.

Ключевые понятия: гостиничная цепь, гостиница, объединение.

Хаєцька І. Б.

МІСЦЕ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки, завдяки стрімкому розвитку сфери туризму та готельного господарства, спостерігається збільшення кількості закладів розміщення. Одночасно з цим розширюються і потреби споживача щодо різноманітності готельних послуг. Сьогодні, крім стандартних послуг, відвідувач чекає від відпочинку ще й наявності розважальних програм. Тобто анімаційні послуги є своєрідним ідентифікатором для готелю, який дозволяє виділити його серед аналогічних закладів розміщення. Тому очевидно, що анімація є джерелом значного додаткового прибутку готелю, який дозволяє домогтися його швидкого розвитку. Впровадження анімаційних служб на підприємствах розміщення набуло популярності за кордоном, тоді як формування анімаційних підрозділів в українських готелях практично не практикується, не зважаючи на їхню значущість.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основи теорії і практики туристичної та готельної анімації окреслено в працях вітчизняних та закордонних науковців. Зокрема, російські науковці М. І. Гаранін, І. І. Булигіна, А. Б. Вороніна в своїх книгах надали основи теорії та практики туристської та готельної анімації, приділяючи основну увагу менеджменту. Праці українських науковців С. І. Байліка, С. М. Килимистого здебільшого присвячені питанням організації роботи анімаційних служб, проте місце анімаційних послуг в індустрії гостинності не знайшло належного висвітлення в науковій літературі, тобто залишилося поза увагою науковців. Ми пов'язуємо це з відносною новизною даного напрямку в теорії та практиці індустрії гостинності і вважаємо, що докладний розгляд цього питання дозволить довести важливість анімаційних послуг в індустрії гостинності, а значить і доцільність їх пропонування в засобах розміщення України.

Метою нашого дослідження є визначення місця, яке займають анімаційні послуги в індустрії гостинності.

Відповідно до теми нашого дослідження сформульовані наступні завдання: визначити значущість анімаційних послуг для функціонування засобів розміщення та для споживачів готельних послуг.

Викладення основного матеріалу. Згідно з тлумачним словником Д. Уебстера, «індустрія гостинності» - це сфера підприємництва, яка складається з видів обслуговування, що спираються на принципи гостинності і характеризуються щедрістю та дружністю по відношенню до гостей [1, с.224]. В рамках цього поняття об'єднуються всі галузі економіки, що спеціалізуються на обслуговуванні людей через

спеціалізовані підприємства, готелі, ресторани, транспортні компанії і туристичні агентства, спортивні, культурні, розважальні та ігрові заклади [2]. Таким чином, до структури індустрії гостинності входять: заклади розміщення; заклади харчування; підприємства, що надають транспортні послуги та підприємства, які спеціалізуються на наданні анімаційних послуг. Тобто анімаційні послуги є невід'ємною складовою індустрії гостинності.

Термін «анімація» є відносно новим в Україні, тому його визначення різняться між собою. Більшість навчальних та наукових видань пишуть, що анімація – оживлення програм обслуговування, лікування, відпочинку та дозвілля. З точки зору І. В. Зоріна і В. А. Квартальнова, анімація – комплекс туроперейтінгу з розробки та надання спеціальних програм проведення вільного часу [3, с.9]. Проте, з нашої точки зору, найбільш вдалим визначенням є таке: анімація – діяльність з розробки та здійснення спеціальних програм проведення вільного часу, своєрідна послуга, метою якої є підвищення якості обслуговування, залучення відпочиваючого в різноманітні заходи дозвілля [4].

Термін «анімація» має латинське походження (anima – вітер, душа; animato – збуджено, жваво, animatio – одухотвореність) і означає натхнення, стимулювання життєвих сил, залучення до активності [5, с.6].

Згідно з різноманітним існуючим форм і програм анімаційної діяльності під час дозвілля, розрізняють такі поняття як рекреаційна анімація, туристська анімація та готельна анімація [6, с.21-25]:

Рекреаційна анімація – вид діяльності під час дозвілля, направлений на відновлення духовних та фізичних сил людини, який може проводитися як туристськими підприємствами з туристами та гостями, так і закладами дозвілля з місцевими мешканцями.

Туристська анімація – це різновид туристської діяльності, що здійснюється на туристському підприємстві, на транспортному засобі або в місці перебування туристів, яка залучає туристів в різноманітні заходи шляхом участі в спеціально розроблених програмах дозвілля.

Готельна анімація як складова туристської анімації – це комплексна рекреаційна послуга, заснована на особистих людських контактах аніматора з туристом та їх спільною участю в розвагах, пропонувані анімаційною програмою готелю.

Готельна анімація представляє собою окрему службу, що тісно співпрацює з іншими департаментами готелю. В її складі працюють аніматори – спеціалісти з організації рекреаційної діяльності туристів [3, с. 81].

Готельна анімація переслідує мету реалізації нової філософії готельного обслуговування – підвищення якості надання послуг та рівня задоволеності туриста відпочинком. Використовується в маркетинговій стратегії готелю як одна з основних привабливих послуг [6, с.23, 25]. Це підтверджує оцінка експертів: 82% туристів пред'являють високі вимоги до рівня проведення анімаційних програм, 68% вважають анімацію

видовищним видом мистецтва, 73% споживачів туристських послуг очікують на культурно-пізнавальні анімаційні програми у туристському дозвіллі [7, с.13]. Крім того, наявність анімаційної служби в готелях стимулює збільшення повторного попиту на послуги цих засобів розміщення. Так в санаторії «Форос» з початком роботи анімаційної команди кількість повторних клієнтів зрослася на 28 % [7, с.16].

Отже, розглянемо роль та значення надання анімаційних послуг для роботи готелю:

1. Анімація – засіб інформування керівництва готелю. Анімаційна служба є посередником між споживачами готельних послуг і керівництвом готелю. Постійний контакт з клієнтом, що відбувається протягом усього робочого дня у формі невимушених бесід, дозволяє аніматору отримати інформацію про задоволеність гостя відпочинком та про можливі проблеми або пропозиції. Інформація про гостей обробляється, після чого поступає керівництву;

2. Анімація – ефективний засіб залучення клієнтів до готелю та формування повторного попиту на його послуги. Правильно організована анімація не залишає гостя без належної уваги, він постійно зайнятий тим, що доставляє йому задоволення. Тому нерідко клієнт заплющує очі на деякі недоліки в обслуговуванні, якщо анімаційна команда забезпечила йому цікаве проведення часу. Тож, після незабутнього відпочинку в компанії аніматорів, гість прагне повернутися до готелю задля повторної зустрічі з ними.

3. Анімація – одне з рятівних засобів під час несприятливих погодних умов. Коли гість знаходиться в режимі очікування (під час поганої погоди, затримки транспорту), він становиться більш дратівливим і незадоволеним, а на анімаційну команду лягає значне навантаження. Анімаційні програми та заходи здатні відволікти його та зняти напруження, забезпечити приємний та непомітний плин часу;

4. Анімація – засіб збільшення активного туристського сезону. В період міжсезоння знижується активність клієнтів на туристському ринку. В цей час робота аніматорів та діюча система знижок здатні збільшити кількість бажаючих відпочити, пропонуючи їм розміщення за зниженою ціною та веселе проведення часу;

5. Анімація – один з засобів створення і підвищення іміджу готелю. Завдяки роботі анімаційної служби готелю підвищується ступінь задоволеності туриста обслуговуванням, комплексності та якості готельної послуги, що благодійно впливає на підвищення іміджу готелю. Адже самі аніматори створюють образ своєму підприємству, зав'язують дружні стосунки з туристами, запрошують зустрітися їх тут знову;

6. Анімація – показник високого статусу готелю. Тому що для успішної роботи анімаційної служби, необхідна певна матеріальна база, устаткування та їх постійне оновлення. Тому не всі готелі спроможні утримувати анімаційну службу. Здебільшого, вони розвинені в

структурах 4-5-зіркових готелів. Тобто анімація стає ефективним засобом в конкурентній боротьбі між подібними за рівнем сервісу готелями.

Окрім позитивного впливу, який мають анімаційні послуги на роботу готелю, вони є важливими і для туриста. Отже, анімація виконує такі функції: адаптаційну (дозволяє перейти від повсякденної обстановки до вільної); компенсаційну (звільняє людину від фізичної і психічної втоми повсякденного життя); стабілізуючу (створює позитивні емоції і стимулює психічну стабільність); оздоровчу (відновлює і розвиває фізичні сили людини, ослаблені у повсякденному трудовому житті); інформаційну (дозволяє одержати нову інформацію про країну, регіон, людей тощо); освітню (дозволяє придбати в результаті яскравих вражень нові знання про навколишній світ); вдосконалюючу (приносить інтелектуальне і фізичне вдосконалення); рекламну (надає можливість через анімаційні програми зробити туриста носієм реклами про країну, регіон, туристський комплекс, готель тощо); холистичну (вносить різноманітність та радість в повсякденне життя людини, створюючи атмосферу свята) [7, с. 12-13].

Тобто анімаційні послуги направлені на забезпечення різних специфічних потреб туристів. Зазначимо, що ці потреби можуть коливатися в залежності від складу характеру людини, її темпераменту, національності, соціального статусу, рівня культурного розвитку. Тож, відповідно до попиту і мотивації подорожей склалися різні види анімації, що відповідають потребам туристів [6, с. 26]:

- анімація в русі – задовольняє потребу сучасної людини в русі, поєднаному з задоволенням і приємними переживаннями;
- анімація через переживання – задовольняє потребу в відчутті нового, невідомого, несподіваного при подоланні труднощів;
- анімація через спілкування – задовольняє потреби в спілкуванні з новими, цікавими людьми, в розкритті внутрішнього світу людей;
- анімація через заспокоєння – задовольняє потреби людей в психологічному розвантаженні від повсякденної втоми через заспокоєння, контакт з природою, а також потреба в спокої;
- культурна анімація – задовольняє потреби людини в духовному розвитку особистості через залучення до культурно-історичних пам'ятників і сучасних зразків культури країни, регіону, народу, нації;
- творча анімація – задовольняє потреби людини в творчості, демонстрації своїх творчих здібностей і встановлення контактів з близькими за духом людьми через сумісну творчість.

Висновки. Таким чином, анімаційні послуги в індустрії гостинності, а саме в засобах розміщення, мають неабияке значення як для самого готелю (анімація є посередником між туристами і керівництвом, ефективним засобом залучення клієнтів та формування повторного попиту тощо), так і для туристів (адаптаційна, оздоровча, інформаційна та інші функції анімації). Тому можна зробити висновок в доцільності її введення в українських засобах розміщення. Звісно ж,

деякі підприємства індустрії гостинності намагаються приховати недоліки в якості обслуговування шляхом впровадження анімаційних служб. Але найбільшого успіху досягають ті готелі, які тримають якість сервісу і анімаційних послуг на високому рівні. Тобто анімаційні послуги поряд з добре організованими проживанням, харчуванням створюють найбільш комфортні умови для відпочинку. Це й є формулою успіху.

Перспектива подальших досліджень.

Література

1. **Туризм** и гостиничное хозяйство : учебник / под ред. А. Д. Чудновского. – М. : ТАНДЕМ; : ЭКМОС, 2000. – 400 с.
2. **Скобкин С. С.** Есть ли у нас индустрия гостеприимства? [Электронный ресурс] / Сергей Скобкин // Парад отелей. – 2000. - № 4. – С. 1. - Режим доступа : <http://www.intacadem.ru/statji/skobkin-s.s.-estj-li-u-nas-industriya-gostepriimstva.html>.
3. **Зорин И. В.** Энциклопедия туризма : Справочник / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 368 с.
4. **Трубачева Н. В.** Курортная анимация [Электронный ресурс] / Н. В. Трубачева // Курортные ведомости. – 2005. - № 2 (29). – С. 1. – Режим доступа : <http://www.kved.ru/php/content.php?id=563>.
5. **Килимистий С. М.** Анімація в туризмі: Навч. посібник / С. М. Килимистий. – К.: Вид- во ФПУ, 2007. – 188 с.
6. **Гаранин Н. И.** Менеджмент туристской и гостиничной анимации : Учеб. пособ. / Н. И. Гаранин, И. И. Булыгина. – М.: Советский спорт, 2003. – 128 с.
7. **Байлик С. І.** Організація анімаційних послуг в туризмі : Навч. посіб. / С. І. Байлик, О. М. Кравець. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 197 с.

Хаецька І. Б. Місце анімаційних послуг в індустрії гостинності

В статті розкрито сутність анімації, ціль впровадження анімаційних послуг в засобах розміщення та місце, що вони займають в індустрії гостинності. Особлива увага приділена ролі та значенню надання анімаційних послуг для роботи готелю, а також важливості їхнього існування с точки зору споживачів готельних послуг. Розглянуті різні види анімації відповідно до попиту і мотивації подорожей, враховуючи потреби туристів різних категорій.

Ключові слова: індустрія гостинності, анімація, анімаційні послуги, значення анімаційних послуг.

Хаецкая И. Б. Место анимационных услуг в индустрии гостеприимства

В статье раскрыта сущность анимации, цель внедрения анимационных услуг в средствах размещения и место, которое они занимают в индустрии гостеприимства. Особое внимание уделено роли и значению предоставления анимационных услуг для работы гостиницы, а также значимость их существования с точки зрения потребителей

гостиничних услуг. Рассмотрены разные виды анимации относительно спроса и мотивации путешествий, учитывая потребности туристов разных категорий.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, анимация, анимационные услуги, значение анимационных услуг.

УДК 338.483.1(477.61)

Хижняк Ю. І.

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СТАРОБІЛЬСЬКОГО РАЙОНУ

Постановка проблеми. Усім відомо, що туризм сприяє розвитку ринкових відносин, міжнародного співробітництва, зайнятості населення, залученню українців та іноземних громадян до пізнання багатой природної та історико-культурної спадщини краю, збереженню екологічної рівноваги. В 2008 році, Луганська область зайняла лише 19 місце серед усіх регіонів України по обсягах реалізації туристичних послуг, а це погано для даного регіону [5].

Звичайно, Луганська область — не Південний берег Криму і не Карпати, всесвітньо визнані рекреаційні здравниці України, однак і тут є, що запропонувати людям, які потребують оздоровлення [3, 4].

Наприклад Старобільський район має великий потенціал для розвитку туристичної діяльності: природні умови, культурно-історичне надбання та людські ресурси. Але цей потенціал досі не використовується. Значною мірою це відбувається через те, що у фахівців, які б могли на високому рівні зайнятися розвитком туризму в цьому районі, відсутня інформація щодо туристичного потенціалу Старобільського району, а також не висвітлюється інформація про туристичний потенціал у засобах масової інформації та відсутня будь-яка реклама.

Аналіз публікацій з розвитку регіональних туристичних систем, оцінці ємності природно-туристичного потенціалу територій присвячені роботи В. І. Бирковича, В. Ф. Кифяка, І. М. Школи, Ю. Б. Забалдіної, Н. А. Гука, А. В. Ємельянова. Проте туристичний потенціал Старобільського району не став предметом вивчення науковців.

Актуальність проблеми розвитку туризму на Старобільщині обумовила основну мету і завдання дослідження.

Метою статті є дослідження туристичного потенціалу Старобільського району.

Для досягнення поставленої мети були визначені основні **задачі** статті:

- охарактеризувати туристичний потенціал в районі;
- визначити використання туристичного потенціалу в різних видах туризму.

Викладення основного матеріалу. Старобільський район також вважається перспективним для розвитку різних видів туризму, наприклад рекреаційного туризму: санаторно-курортного відпочинку, оздоровчих, спортивних туристичних походів та спілкування з живою природою.

У Старобільському районі на основі джерела хлоридно-натрієвої, йодо-борної з домішкою родона мінеральної води, функціонує водолікарня. Запас цілющих вод практично необмежений, що дозволяє розширювати мережу оздоровчих установ для санаторно-курортного відпочинку. В екологічно-чистій зоні на березі річки Айдар розташований санаторій “Сосновий”. До послуг відвідувачів у широкому спектрі пропонуються лікувально-діагностичні послуги, широко експлуатується родовище мінеральних вод типу «Миргородських». Ці води дуже ефективно використовуються для питного лікування шлунково-кишкового тракту, захворювань печінки й підшлункової залози, обміну речовин [3, 4]. У руслах і ярах біля гучних доріг і польових путівців часто можна побачити прозора чисті, доглянуті колодязі з дерев'яними журавлями. „Доброю водою”, як говорять у народі, здавна прославляється степова Старобільщина із прилеглими до неї районами. На основі такого багатого рекреаційного потенціалу, в Старобільському районі з успіхом можна здійснювати оздоровчий туризм [1].

Старобільщина дуже багата природним потенціалом, завдяки чому тут можна розвивати пізнавальний, спортивний, науковий туризм. Територія Лиманської сільської ради становить 113,14 квадратних кілометрів з яких майже 900 гектарів становлять ліси та лісозахисні смуги. 174,8 гектарів природних озер, які є місцем гніздівлі лебедів, диких гусей, качок та інших видів водоплаваючої птиці. З південного заходу і на північний схід територією ради впродовж 16,3 км проходить русло ріки Айдар, в межах якого на площі 158,4 гектарів знаходиться іхтіологічний заказник місцевого значення "Айдарський". Праворуч русла ріки, на схилі мергельної гори розташований на 10 гектарах державний ландшафтний заказник (терасний лісопарк), на 90 гектарах — лісові насадження, посаджені на початку минулого століття Яковом Васильовичем Бутковим, колишнім Старобільським міським головою, великим любителем і перетворювачем природи. На схилах мальовничих мергельних гір та в лісах над Айдаром збереглися місця проростання рідкісних видів рослин, занесених до червоної книги: білої конвалії та півонії вузьколистої [3, 5].

Спостерігається в районі багато проблем по лісовим ресурсам. За віком і станом більшість дубових насаджень підлягає суцільним рубанням. При цьому йде зміна коштовних порід на менш коштовні.

Великі площі лісів гинуть у результаті дії водозаборів (знижується рівень ґрунтових вод).

Заповідні території, які містять близько 75% видового складу флори, займають усього лише 0,005% площі.

Завдяки Старобільській районній організації Українського товариства мисливців і рибалок, фауну Старобільщини поповнили фазани, лосі, кабани, тому що за рахунок членських внесків обладнаються годівниці, площадки для підгодівлі птахів і звірів, щорічно засіваються кормові поля.

Туристичний потенціал мають й водні ресурси Старобільщини. Місто омине річка Айдар, але це відбувається завдяки тому, що Старобільчани змінювали течію русла річки (і не раз), щоб Айдар ідеально гарно оминав місто. В Старобільську є декілька пляжів на яких влітку розташований волейбольний майданчик, маленький аквапарк, спеціальні місця для безпечного купання дітей, також на центральному пляжі працюють для маленьких відвідувачів аніматори Старобільського будинку культури. На основі цього можна розвивати пляжно-купальний туризм.

Не обділений Айдар і багатим різноманіттям риб таких як соми, карасі, раки, плотва, краснопірка, щуки, карпи, соми та інші. Це дуже приваблює рибалок не тільки із Старобільщини, а й з сусідніх районів. Цей потенціал можна використати в розвитку риболовчого туризму.

Наявність перерахованих об'єктів для туризму, їх концентрація на невеликій площі та доступність, на наш погляд, повинні бути використані для організації повноцінного відпочинку громадян [2].

Також на Старобільщині можна здійснювати паломницький туризм з відвідуванням Свято-Миколаївського кафедрального собору, Жіночого монастиря "Всех скорбящих радость", каплиці збудованій на честь зруйнованого в 1934 році під час репресій величного Покровського храму, Святотроїцької церкви, Байдівського та Чмирівського храмів.

Старобільський район перспективний також з боку туристсько-екскурсійного потенціалу. Екскурсії можна проводити з метою ознайомлення туристів з місцями де жили та працювали видатні діячі культури Старобільщини, а також пам'ятниками, обелісками та меморіальними дошками встановленими на їх честь [3].

До адміністративного складу в Старобільський район входять 58 сіл, в яких на мою думку, можна розвивати сільський (зелений) туризм для міського населення з метою відпочинку від цивілізації, а також навчитися різноманітних ремесел (гончарство, бджолярство, охота, риболовля, лозоплетіння та ін.). Для розвитку зеленого туризму в селах Старобільщини є весь необхідний потенціал — природа, екологічний стан місцевості, водний потенціал, культурна спадщина території (традиції, фольклор, ярмарки, стародавні українські обряди).

Висновок. Таким чином визначимо, що окреслений природний та культурно-історичний потенціал Старобільського району дає велику

можливість для розвитку пізнавального, пляжно-купального, риболовницького, спортивного, оздоровчого, паломницького та сільського (зеленого) туризму. Наявність перерахованих в статті об'єктів для туризму, їх концентрація на невеликій площі та доступність, на наш погляд, повинні бути використані для організації повноцінного відпочинку громадян. Використання туристичного потенціалу дозволить задовольняти потреби споживачів у подорожах та екскурсіях у регіональному масштабі, також це надасть додаткові прибутки до бюджету району.

Перспективи подальших досліджень.

Література

- 1. Бейдик О. О.** Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристських ресурсів України : автореф. дис. д-ра геогр. наук : 11.00.02 / О. О. Бейдик. – К., 2004. – 36 с .
- 2. Довідник** юного краєзнавця Луганщини / Головне управління освіти і науки Луганської облдержадміністрації. – Луганськ : [б. в.], 2001. – 386 с.
- 3. Мірошніченко І. О.** Старобільщина: іст.-краєзнав. нарис / І. Є. Мірошніченко. – Луганськ : ВАТ «ЛЮД», 2002. – 112 с.
- 4. Луганська** обласна адміністрація [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту : <http://www.loga.gov.ua>
- 5. Луганська** обласна рада [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту : <http://oblrada.lg.ua>

Хижняк Ю. І. Туристичний потенціал в Старобільському районі

Стаття присвячена висвітленню туристичного потенціалу в Старобільському районі. Був охарактеризований та визначений туристичний потенціал в різних видах туризму, також розглянутий природний та культурно-історичний потенціал Старобільщини, який дає велику можливість для розвитку пізнавального, пляжно-купального, риболовницького, спортивного, оздоровчого, паломницького та сільського (зеленого) туризму.

Ключові слова: туризм, туристичний потенціал, Старобільський район, регіональний туризм.

Хижняк Ю. И. Туристический потенциал в Старобельском районе

Статья посвящена освещению туристического потенциала в Старобельском районе. В статье охарактеризован и обозначен туристический потенциал в разных видах туризма, также рассмотрен природный и культурно-исторический потенциал Старобельщины, который дает большую возможность для развития познавательного,

пляжно-купального, риболовчого, спортивного, оздоровительного, паломницького і сільського (зеленого) туризму.

Ключевые слова: туризм, туристический потенціал, Старобельський район, регіональний туризм.

УДК 502.4 (477.61): 338.483.11

Чуракова Я. Є.

ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ПРИРОДНОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ПАРКУ «СІВЕРСЬКО-ДОНЕЦЬКИЙ» НА ТЕРИТОРІЇ КРЕМІНСЬКОГО РАЙОНУ

Постановка проблеми. Щорічно на Луганщині нові ліси висаджуються більш ніж на п'яти тисячах гектарів, але навіть такої кількості нових зелених насаджень не вистачає, щоб встановити екологічну рівновагу в зоні степів. Ліси займають лише 11,5% площі території області при оптимальних 16%. Як правило, ліси призначені для захисту від антропогенного впливу. Але сьогодні необхідно захищати й саму природу. За останні 20 років пожежі, санкціонована й несанкціонована вирубки поставили Кременські ліси під загрозу повного знищення. Однією з форм такого захисту є заповідна справа, яка вважається найбільш ефективним методом збереження біологічного різноманіття та унікальних природних ландшафтів. Уже не один рік порушується питання про надання заповідного статусу Кременським лісам та створення на їх базі регіонального національного природного парку (НПП) «Сіверсько-Донецький». Але ця проблема й досі не вирішена.

Аналіз останніх досліджень. Питання природної привабливості Кременського району висвітлено в працях місцевих вчених: О. П. Фісуненка, І. В. Жадана, О. О. Слюсарєва та В. Д. Симоненко; С. Санжаров, А. Супрун, В. Іваніцький вивчали археологічну цінність території. Перспективи створення НПП «Сіверсько-Донецький» розглядали Б. Литвин, Л. Чайка, О. Светиков та інші. Проте кожен з них розглядав лише окремі аспекти збереження Кременських лісів, не аналізуючи проблему в цілому.

Тому **мета статті** полягає у розгляді доцільності створення НПП «Сіверсько-Донецький» на території Кременського району.

Викладання основного матеріалу. Кременські ліси – це лісовий масив, розташований на південь від Кременної, у просторі між річками Жеребець, Сіверський Донець та Красна. Сьогодні площа лісів складає майже 12 тисяч гектарів й входить до складу Вергінського, Комсомольського та Серебрянського Лісництв. Цей ліс є природною

цінністю національного масштабу. Ліси єдиний природний фактор, який забезпечує екологічну рівновагу в нашому регіоні. Кременські ліси, по праву, вважають «легенями» Донбасу. На території лісів багато реліктової флори, яка занесена до різних списків по захисту рослинності. Також Кременські ліси використовуються й в туристичній сфері, але в слабкій мірі. На території лісів функціонують оздоровчий комплекс «Озерний», база відпочинку «Лісна поляна» та «Прилісове». В зимовий період туристів ще приймав колишній дитячий табір «Мрія», який був закритий в кінці 90х років. Туристичну сферу треба розширяти, тим паче, що для цього є необхідний потенціал: ліси, озера, ріки та мінеральні джерела.

Частина Кременських лісів, яку відносять до Комсомольського лісництва, найкраще підходить до створення рекреаційної зони. Особливо привабливий для цього сосновий ліс, в якому вже розташована необхідна інфраструктура: автошляхи, лінії електропередач, водопроводи, тощо.

Велику наукову цінність несуть водна та болотна рослинність, яка зустрічається на багатьох невеликих озерах й заболочених водоймах, котрі утворились на території колишнього русла Сіверського Дінця. Серед боліт особливо відмічаються сфагові, тому що тут вони знаходяться далеко від свого звичайного ареалу.

В останні роки держава приділяє особливу увагу природоохоронним заходам. 1 грудня 2008 року Президент України підписав Указ №1129/2008 «Про розширення мережі та територій національних природних парків та інших природно-заповідних об'єктів», яким передбачено створення на території Кременських лісів національного природного парку «Сіверсько-Донецький» [1].

В 2005 році в області було виконано перший етап проекту «Розробка регіональної схеми формування екологічної мережі Луганської області». Схема екологічної мережі області розроблена за принципом басейного, ландшафтного, геоботанічного та зоогеографічного районування. А створення НПП «Сіверсько-Донецький», як ключового елемента екологічної мережі України, на площі 20 тисяч гектарів в Кременському районі передбачено Законом України «Про загальнодержавну програму формування національної екологічної мережі України на 2000-2015 роки» [2].

Щодо сутності поняття «національний парк», то у статті 20 Закону України «Про природно-заповідний фонд України» наводиться таке визначення національного парку: «природоохоронні, рекреаційні, культурно-освітні, науково-дослідними установами загальнодержавного значення, що створюються з метою збереження, відтворення і ефективного використання природних комплексів та об'єктів, які мають особливу природоохоронну, оздоровчу, історико-культурну, наукову, освітню та естетичну цінність» [3].

Проблема створення національного парку «Сіверсько-Донецький» полягає у тому, що місцева влада та громадськість не можуть прийти до загального рішення в цьому питанні. Кожна з сторін висуває свої аргументи щодо створення національного парку. Лісники, узагалі, виступають проти створення НПП на території Кременського лісогосподарства, бо вважають, що це приведе до ліквідації найвигіднішого лісного підприємства на південно-східній Україні та зменшить фінансові надходження до районного бюджету.

За створення НПП виступає й Обласне управління лісогосподарства, яке завжди вносило конструктивні пропозиції щодо цього питання. Під егідою управління було реалізовано 54 проекти створення заповідних об'єктів, загальною площею 14,2 тисяч гектарів (5% загальної площі Луганської області), що вище середнього показника по країні на 0,5%. При наданні заповідного статусу Кременським лісам треба проводити охоронні заходи для захисту не тільки самих лісів, а й інших угідь – болот, степів, озер, річок, які розташовані на цій території. Керівництво управління лісогосподарства стверджує, що головною проблемою створення природного національного парку «Сіверсько-Донецький» є односторонній підхід, при якому не врахування погляди представників науки, соціальної та економічної сфери [4].

Проти створення національного парку виступають науковці, які стверджують, що обґрунтування, якими оперують прибічники створення національного парку, не відповідають Законам України, так як 80% Кременських лісів штучного походження, а вони по закону та за утвердженням в Україні класифікацією не можуть вважатися заповідними.

Громадська організація «Зелений світ», громадськість Кременського району, голова Луганської облдержадміністрації виступають за створення національного парку «Сіверсько-Донецький». Вони вважають, що створення НПП «Сіверсько-Донецький» дозволить покращити екологічну ситуацію в області, збереже її флору та фауну. Громадськість, яка їх підтримує, висловлює думку про те, що для району, де промислове підприємство відійшло на другий план, економічно необхідно підтримувати сільське господарство та розвивати туризм. Саме тому економічно та соціально доцільним вважається створення національного парку «Сіверсько-Донецький», потенціал якого також можна використовувати в туристичній сфері.

На думку обласних екологів, громада від створення національного природного парку отримає збільшення фінансування природоохоронної діяльності, відповідно покращення стану природних ресурсів, та поліпшення екологічної ситуації в районі, покращення соціальної сфери та сфери обслуговування за рахунок припливу відпочиваючих, туристів, роботи та будівництва об'єктів стаціонарної рекреації, збереження земель від передачі в приватну власність, недопускання розміщення природозабруднювальних промислових підприємств, підвищення

зайнятості населення завдяки розвитку сервісної інфраструктури, будівництва нових рекреаційних об'єктів. Після надання Кременському лісам заповідного статусу кемпінги, бази відпочинку будуть будуватися не порушуючи антропогенного навантаження на територію. Національний природний парк «Сіверсько-Донецький» стане першим кроком на шляху розвитку району.

Зараз Мінприроди України розробляє наукове обґрунтування створення національного природного парку "Сіверсько-Донецький".

Фінансування робіт з розробки проекту заснування регіонального національного природного парку "Сіверсько-Донецький" та подальше матеріальне утримання, а саме забезпечення функціонування, як природної установи та утримання адміністрації, буде здійснюватись з державного бюджету. Можливе залучення позабюджетних засобів на ведення природоохоронної роботи, у т.ч. міжнародних проектів, додаткові доходи від рекреаційної й туристичної діяльності.

На території парку, що не вилучається в Кременського лісогосподарства, збережеться ведення лісового господарства для забезпечення охорони й підтримки нормального стану лісових руботворних комплексів, проводяться всі види рубань і лісовідновлення.

Роблячи **висновок** з усього вище сказаного, треба зазначити, що для прискорення створення природного національного парку «Сіверсько-Донецький» необхідно вирішити низку проблем, а саме: доопрацювати проект створення НПП, який пропонувався раніше; долучити до створення проекту НПП один з лісних академічних НІД (національний інститут досліджень); визначити остаточну площу НПП «Сіверсько-Донецький», оскільки в різних документах зустрічаються різні цифри – 40, 20 та 15 тисяч гектарів; до Кременського району мають виїхати представники екологічних установ області для зустрічі з громадою та обґрунтування усіх питань. Проведення усіх наведених заходів сприятиме позитивному вирішенню питання щодо створення природного національного парку «Сіверсько-Донецький» на території Кременського району.

Перспективи подальших досліджень полягають у визначенні туристського потенціалу району, можливості розвитку екологічного та оздоровчого туризму.

Література

1. **Указ Президента України** «Про розширення мережі й територій національних природних парків й інших природно-заповідних об'єктів» від 01.12.2008 № 1129/2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lesovod.org.ua/node/3009>
2. **Закон України** «Про загальнодержавну програму формування національної екологічної мережі України на 2000-2015 роки» від 21.09.2000 № 1989-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_2000_09_21/T001989.html

3. Закон України «Про природно-заповідний фонд України» від 16.06.1992 № 2456-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=5&user=01y1992>

4. Литвин Б. Дорога к национальному парку трудна [Електронний ресурс] / Б. Литвин // Наша газета. – 2008. – 24 апр. - Режим доступу : <http://nashagazeta.com.ua/modules.php?name=News&file=article&sid=503>

Чуракова Я. Э. До питання щодо створення природного національного парку «Сіверсько-Донецький»

Стаття присвячена проблемі створення національного парку «Сіверсько-Донецький» на території Кременських лісів. Розглянуто переваги та недоліки сторони створення національного парку, шляхи його організації та розвитку, визначається значення національного парку для Кременського району та області.

Ключові слова: природний національний парк, охорона заповідних територій.

Чуракова Я. Е. К вопросу создания природного национального парка «Северско-Донецкий».

Статья посвящена проблеме создания национального парка «Северско-Донецкий», на территории Кременских лесов. Рассмотрены преимущества и недостатки создания национального парка, пути его организации и развития, определяется значение национального парка для Кременного района и области.

Ключевые слова: природный национальный парк, охрана заповедных территорий.

УДК 338.483 (477.61)

Шевченко О. В.

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В БІЛОВОДСЬКОМУ РАЙОНІ

На сьогоднішній день туризм набув значного розвитку і став масовим соціально-економічним явищем на міжнародному та регіональному рівнях. Для багатьох країн туризм є доходною статтею державного бюджету, що впливає на розвиток національної економіки. Але його значення полягає не лише в економічній користі. Туризм – це одна з найбільш ефективних форм спілкування, яка сприяє зміцненню та поширенню культурних зв'язків між народами світу та встановленню співпраці держав. У сучасному світі туризм розвивається як система, що

надає можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними і релігійними цінностями даної країни та її народу.

Туристична діяльність в Україні також займає значне положення. Але більшою мірою спостерігається тенденція виїзного туризму. У деяких регіонах, які мають високий туристсько-рекреаційний потенціал (АРК, Карпатський регіон та Київ). Саме ці території обізнані на міжнародному туристському ринку. Однак, Україна має значну кількість унікальних природних, історико-культурних та природно-антропогенних ресурсів у інших регіонах. Щодо в'їзних турів для іноземців, на жаль, ця реалізація майже відсутня. Україна володіє значною кількістю багатих та різноманітних туристичних ресурсів, нерівномірно сконцентрованих на її території. Кожний регіон та район України має притаманні лише йому особливості. Проблема полягає в тому, що не всі туристські об'єкти окремих районів, їх суспільне та економічне значення відомі на міжнародному й вітчизняному ринках. Ця проблема проявляється і в Луганській області.

Біловодський район володіє достатнім потенціалом турресурсів. Аналіз туристського потенціалу району дозволить нам виявити пріоритетні напрями розвитку туризму у цьому регіоні.

Аналіз останніх досліджень. У науковій літературі основи туризму, як галузі економіки вивчали В. Б. Квартальнов, М. Б. Біржаков, В. К. Федорченко.. Фактори, що впливають на розвиток туризму та окремих його напрямів висвітлювали у своїх працях В. І. Стафійчук, Н. В. Фоменко, М. Н. Крачило, І. С. Смаль та інші.

На жаль, пріоритетні напрями розвитку туризму саме Біловодського району не є предметом самостійного дослідження. Відсутність спроб виявлення перспективних напрямів туризму району та не чітке обґрунтування у науковій літературі певних аспектів державного значення. Невирішене питання в літературі та його актуальність зумовили вибір теми та мети дослідження: «Пріоритетні напрями розвитку туризму у Біловодському районі».

Виходячи з теми наукової роботи, була сформована мета дослідження, яка полягає у визначенні пріоритетних напрямків розвитку туризму у Біловодському районі.

Відповідно до мети дослідження були поставлені завдання:

1. Виявити та охарактеризувати пріоритетні напрями розвитку туризму району.

2. Визначити перспективу цих напрямів.

В ході дослідження туристичного потенціалу Біловодського району було встановлено, що він має надзвичайно багату природно- й етнокультурно-ресурсну базу, яка створює передумови для його широкого використання у пізнавальному туризмі. М'який клімат, мальовничі ландшафти, цікава історико-культурна спадщина є запорукою організації різнобічного відпочинку й туризму [4, 2]. Отже у районі існують всі передумови, щоб сфера туризму стала однією зі

значущих складових соціально-економічного розвитку та значним джерелом поповнення бюджету.

Але туристичних атракцій місцевості, для розвитку туризму як дохідної галузі району недостатньо. Необхідна розвинена інфраструктура місцевості (розміщення, гастрономічна база, транспорт та торгівельні мережі), доступність, співвідношення ціни та якості. Слід відтворити імідж району, що існуватиме у свідомості потенційних клієнтів і суттєво впливатиме на підсвідоме бажання відвідати саме цю місцевість.

За умов слабо розвинутої туристською інфраструктурою, у Біловодському районі сьогодні можна організовувати пізнавальний туризм (ознайомлення з життям родини та територіальної громади, технологією вирощування сільськогосподарських культур та тварин); активний туризм (маршрути для велотуристів, для кінних прогулянок, спортивних змагань); мисливський туризм; рибалку; культурно-етнічний (екскурсії, розповіді про історію краю, національні обряди, побут), дачний туризм, фермерський. Як окремий напрям можна виділити кінний туризм (відвідування стародавніх конюшень, кінного театру, школи верхової їзди, музею, ознайомлення з цінними породами коней)

Одним з пріоритетних напрямів розвитку туризму району ми пропонуємо сільський зелений туризм. Сільський зелений туризм було запроваджено в Україні лише вісім років тому, тоді як у європейських країнах така система існує вже не одне десятиліття, проте підходи щодо розвитку даного виду туризму різняться. Особливої популярності маршрути з присмаком автентики здобули наприкінці ХХ століття. Такі автентичні села з'явилися в Німеччині і Австрії. Тут дотримуються декількох обов'язкових умов: село повинно бути розташоване далеко від автобана, опівночі всі ліхтарі згасають, відключаються електроприлади, щоб не утворювалося електричне поле. Обов'язкові традиційна архітектура, національні вбрання на місцевих жителях, проста сільська їжа, ніяких сучасних розваг, дискотек, тільки збирання трав, національна музика і спів. Австрія, Швейцарія, Франція та Шотландія не один рік у своїй стратегії розвитку туризму провідну роль відводять саме цьому різновидові. Багато тамтешніх сільських жител стали міні-готелями, що надають весь комплекс послуг. У Нідерландах продукт сільського зеленого туризму включає розміщення на фермі та додаткові послуги: походи, велогонки чи зайняття кінним спортом. До речі, там це досить дорогий відпочинок.

В Україні сільський зелений туризм тільки набуває популярності, спостерігається збільшення попиту на відпочинок в природному середовищі. Цей вид туризму по праву може стати візитною карткою України. Для цього необхідна підтримка з боку держави. Це створення максимально спрощеного доступу сільського населення до діяльності у даній сфері, надання йому відповідних преференцій, у тому числі, й податкових (прийняття проекту Закону України «Про сільський зелений туризм») та підтримка громадського об'єднання – всеукраїнської Спілки

сприяння розвитку сільського зеленого туризму у впровадженні добровільної категоризації за програмою «Українська гостинна садиба»[5].

Зокрема в Луганській області формується розуміння сільського зеленого туризму як специфічної форми відпочинку на селі з широкою можливістю використання природного, матеріального і культурного потенціалу області. Оскільки Біловодський район володіє багатою природно-ресурсною базою, доцільно буде розвивати саме цей вид туризму.

Сільський зелений туризм у більшості країн розглядається як невід'ємна складова частина комплексного соціально-економічного розвитку села та як один із засобів вирішення багатьох сільських проблем. Враховуючи те, що в умовах загальноекономічної кризи економічні і соціальні проблеми району надзвичайно загострилися, широке розповсюдження і розвиток сільського зеленого туризму є особливо бажаними.

Позитивний вплив сільського зеленого туризму на вирішення соціально-економічних проблем району полягає передусім у тому, що він розширює сферу зайнятості сільського населення, особливо жінок, і дає селянам додатковий зарібок; розширює можливості зайнятості сільського господаря не тільки у виробничій сфері але й у сфері обслуговування. При певному нагромадженні числа відпочиваючих з'являється потреба в задоволенні їх різноманітних запитів, а це, в свою чергу, стимулює розвиток сфери послуг: транспортних, зв'язку, торгівлі, служби побуту, відпочинково-розважальних та інших.

Окрім поліпшення фінансового стану, розвиток даного виду туризму сприяє створенню додаткових можливостей для сільських громад щодо акумулювання коштів та спрямування їх на реалізацію місцевих соціальних проектів, позитивно впливає на розвиток малого і середнього бізнесу в сільському регіоні, на стимулювання розвитку валютної сфери діяльності. Результатом розвитку сільського зеленого туризму є розширення можливостей реалізації продукції особистого підсобного господарства, причому реалізації її на місці, і не як сільськогосподарської сировини, а як готових продуктів харчування після відповідної обробки і приготування. Досвід показує, що ті сім'ї, які приймають відпочиваючих, вдосконалюють і структуру посівів на присадибних ділянках з урахуванням потреб гостей, розширюють асортимент овочевих культур, фруктових дерев, ягідників тощо; розвивають і урізноманітнюють присадибне тваринництво, заводять тепличне господарство [3, 18].

За цих умов необхідне інвестування раціонального використання туристичних ресурсів, у т. ч. особливо охороняємих природних територій. Також розвиток сільського зеленого туризму сприятиме створенню і просуванню на ринок туристичних послуг матеріально доступних для пересічного мешканця міста «сільських агротурів»,

розширення переліку індивідуалізованих активних видів відпочинку, наближенню міського жителя до витоків народної культури. Актуалізація краєзнавчо-пошукової роботи сприятиме розробці нових туристичних маршрутів Біловодщини.

Суттєву роль відіграє розвиток сільського зеленого туризму у підвищенні культурно-освітнього рівня сільського населення. Готуючись приймати і обслуговувати відпочиваючих, члени селянських родин мимоволі змушені поповнювати свої знання з ведення домашнього господарства, гігієни і санітарії, приготування їжі тощо, а спілкування з гостями розширює їх кругозір, дає змогу зав'язати нові знайомства, завести друзів в інших населених пунктах.

Розвиток сільського зеленого туризму спонукає до покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, сіл, в цілому району; стимулює розвиток соціальної інфраструктури. Звичайно, на перших порах приймання і обслуговування відпочиваючих відбувається на базі існуючого житлового фонду з використанням місцевих рекреаційних та інфраструктурних ресурсів. Але з певним надходженням коштів від цієї діяльності, почнеться вкладення цих коштів у поліпшення комунального облаштування житла, вулиць; об'єднаними зусиллями відтворяться зміни на краще сфери обслуговування. А це одночасно й вагомий внесок у розвиток району.

Таким чином, Біловодський район володіє значним потенціалом для розвитку сільського зеленого туризму, який орієнтований на збереження природних ресурсів та раціональне використання вже існуючих. Подальший розвиток даного виду туризму надасть змогу розв'язання низки соціально-економічних проблем району, що позитивно впливатиме на розвиток району в цілому.

Література

- 1. Фисуненко О. П., Жадан В. И.** Природа Луганской Области : Навчальний посібник / О. П. Фисуненко, В. И. Жадан - Луганск, 1994.
- 2. Лужанська Т. Ю., Махлинець С. С., Тебляшкіна Л. І.** Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи :Навчальний посібник / Т. Ю. Лужанська – К. : Кондор, 2008.
- 3. Аннусова В.** Сільський зелений туризм. // В. Аннусова - Вісті Біловодщини – 2007 - №19.
- 4. Бейдик О. О.** Рекреаційно-туристичні ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, руйнування : Навчальний посібник / О. О. Бейдик. – К. : Київський університет, 2002.
- 5. Проект ЗУ «Про сільський туризм».**

Шевченко О.В. Пріоритетні напрями розвитку туризму у Біловодському районі

В статті розкрито основні аспекти становлення та розвитку сільського зеленого туризму. Розглянуті перспективні напрями розвитку туризму в Біловодському районі.

Ключові слова: туризм, пріоритетні напрями розвитку туризму, сільський зелений туризм, автентика.

Шевченко Е. В. Приоритетные направления развития туризма в Беловодском районе.

В данной статье раскрыты основные аспекты становления и развития сельского зеленого туризма. Рассмотрены перспективные направления развития туризма в Беловодском районе..

Ключевые слова: туризм, приоритетные направления развития туризма, сельский зелёный туризм, автентика.

Shevchenko O.V. The perspective directions of development of tourism in Belovodskiy district.

In this article exposed main aspects of becoming and development of rural green tourism. Consider perspective directions of development of tourism in Belovodskiy district.

Key words: tourism, perspective directions of development of tourism, rural green tourism, avtentics.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ ТА НАУКОВИХ КЕРІВНИКІВ

Барабаш Олеся Ігорівна – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Дітковська С.О., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Білоус Ірина Сергіївна – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Мальцева Л.В., старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Богатирьова Дар'я Степанівна – студентка 3 курсу спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Дітковська С.О., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Вагал Костянтин Володимирович – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Щука Г.П., кандидат педагогічних наук, доцент Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму, викладач кафедри туризму та готельного господарства ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Галюта Анна Олександрівна – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Дітковська С.О., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Головка Олеся Володимирівна – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Дітковська С.О., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Гречишкін Єгор Іванович – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Мальцева Л.В., старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Гулєй Андрій Олексійович – студент 4 курсу спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Татолі І.О., кандидат геолого-мінералогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Дьякова Інна Олександрівна – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Дрель В. Ф., кандидат біологічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму, ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Кікіньова Тетяна Олександрівна – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Татолі І.О., кандидат геолого-мінералогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Коваленко Юнна Олександрівна – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Мальцева Л.В., старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Короленко Олександр Миколайович – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Татолі І.О., кандидат геолого-мінералогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Крамаренко Наталія Леонтіївна – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Дітковська С. О., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Мазейкіна Яна Олександрівна – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Гаркава І. А., старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Морозова Вікторія Володимирівна – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Козенко Р. В. асистент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Охмат Максим Юрійович – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Татолі І. О., кандидат геолого-мінералогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Скляренко Олена Вікторівна – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Шука Г. П., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму, ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Стрижаченко Сабіна Олегівна – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Татолі І. О., кандидат геолого-мінералогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Субботіна Юлія В'ячеславівна – студентка 2 курсу спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Шука Г.П., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму, ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Сущенко Ліліта Сергіївна – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Шука Г.П., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму, ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Фідійов Богдан Петрович – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Шука Г.П., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму, ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Фольгіна Анастасія Юріївна – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Шука Г.П., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму, ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Хаєцька Інна Богданівна – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Курило В.С., доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Хижняк Юлія Ігорівна – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Мальцева Л.В., старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Чуракова Яна Євгеніївна – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Мальцева Л.В., старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Шевченко Альона Василівна – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Мальцева Л.В., старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Наукове видання

ПЕРШИЙ КРОК У НАУКУ

*Збірник наукових праць
студентів та магістрантів*

Відповідальний за випуск — Щука Г. П.
Комп'ютерний макет — Щука Г. П.

Здано до склад. 30.03.2010 р. Підп. до друку 30.04.2010 р.
Формат 60x84 1/8. Папір офсет. Гарнітура Times New Roman.
Друк ризографічний. Ум. друк. арк. 15,23. Наклад 100 прим. Зам. № 74.

Видавець і виготовлювач

**Видавництво Державного закладу
„Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка”**

вул. Оборонна, 2, м. Луганськ, 91011. Тел./факс: (0642) 58-03-20
e-mail: alma-mater@list.ru

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3459 від 09.04.2009 р.