

**Міністерство освіти і науки, молоді та спорту 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 4

**Луганськ
ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка»
2011**

УДК 338.48(08)
ББК 94.3
П27

П27 **Перший** крок у науку : зб. наук. праць студ. та
магістрантів. – Вип. 4. – Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені
Тараса Шевченка», 2011. – 205 с.

Відповідальний за випуск:

Безрученков Ю. В.,
асистент кафедри туризму та готельного господарства
Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму
Луганського національного університету
імені Тараса Шевченка

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Луганського національного університету
імені Тараса Шевченка
(протокол № 9 від 25 березня 2011 року)*

© ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2011

ЗМІСТ

1.	Белоусова Е. А. Поняття та сутність активного туризму.....	5
2.	Бєлаш Є. М. Впровадження проектної технології на уроках обслуговуючої праці.....	10
3.	Боброва І. І. Специфіка маркетингових комунікацій у сфері послуг.....	15
4.	Бордонос К. О. Сутність та зміст методу проектів в освітньому процесі.....	21
5.	Гідічева О. О. Професійна підготовка майбутніх фахівців з туризму в сучасних умовах.....	26
6.	Гулєй А. О. Сутність поняття «інноваційні технології».....	31
7.	Єфремова М. С. До питань щодо класифікації туристичних ресурсів.....	36
8.	Захарченко В. Ю. Збільшення сегменту індивідуальних турів на світовому туристичному ринку.....	39
9.	Калінкіна О. В. Новітні технології покращення якості обслуговування в готельно-ресторанному господарстві на прикладі Луганська.....	44
10.	Капустіна О. П. Інформаційні технології – невід’ємна складова діяльності підприємств готельного господарства.....	49
11.	Кашинська О. Є. Використання інтерактивних технологій при викладанні дисципліни «Організація готельного господарства».....	53
12.	Колтовська А. Л. Характеристика рівня якості готельних послуг м. Луганська на прикладі готелю “Дружба”.....	59
13.	Корнєєва О. В. Теоретична основа сутності туристичних ресурсів.....	64
14.	Котенко Н. В. Складові ресурси історико-культурного туризму.....	70
15.	Крамаренко Д. П., Кірсєва О. І., Золкіна Т. П. Аналіз перспектив упровадження зернового хліба у підприємствах ресторанного господарства.....	75
16.	Маковій О. А. Використання інформаційних технологій під час підготовки фахівця сфери гостинності.....	81
17.	Міненко О. А. Упровадження мультимедійних технологій у навчальний процес.....	88
18.	Матвєєва К. О. Тенденції розвитку активних видів спортивного туризму на сучасному етапі.....	92
19.	Осєтрова А. М. Особливості організації роботи служб і підрозділів у готелі Elize Beach Resort	97
20.	Осташкова Ю. А. Особливості екскурсійної діяльності та її організація.....	105

21.	Пилипенко О. Є. Порівняльний аналіз систем контролю якості обслуговування в закладах ресторанного господарства Росії та України.....	109
22.	Попова Є. О. Проблема контролю за навчально-пізнавальною діяльністю студента в теорії та практиці педагогіки.....	113
23.	Продан Ю. О. Теоретична основа подієвого туризму на сучасному етапі.....	118
24.	Строєв Я. В. Специфіка організації праці на готельному підприємстві.....	124
25.	Таранюк І. А. Історія становлення екскурсійної діяльності в Україні.....	128
26.	Табенська К. В. Особливості видів релігійного туризму.....	134
27.	Токмачов Я. В. Особливості страхування в туризмі.....	143
28.	Турчанікова М. Є. Теоретична основа сутності туристичних ресурсів та їх класифікація	151
29.	Учунжан А. А. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Італії.....	156
30.	Федотенко М. В. Сучасний стан і перспективи розвитку туризму в Іспанії.....	164
31.	Форис О. В. Оцінка туристичних ресурсів території як перший етап впровадження стратегії сталого розвитку регіонального туризму.....	170
32.	Черемісіна О. М. Сучасний стан і перспективи розвитку готельного господарства України в контексті ділового туризму.....	175
33.	Шапвалов О. С. Аналіз готельного господарства України.....	180
34.	Шевченко С. В. Сутність та різновиди релігійного туризму.....	184
35.	Шевченко Т. В. Туристичні ресурси: сутність поняття та класифікація.....	190
36.	Лісовець В. В. Розвиток туризму в провінції Чжецзян (КНР).....	194
	Відомості про авторів та наукових керівників.....	198

Е. А. Белоусова

ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

Постановка проблеми. В сучасному світі туризм є одним із найпомітніших суспільних феноменів, який органічно поєднує в собі могутню індустрію з багатовіковою традицією та надзвичайно багату рекреаційну сферу людського життя, в якій відбувається оновлення та відтворення сил особистості.

Туризм виконує винятково важливу культурологічну функцію. Адже людина, що подорожує – бізнесмен, вчений, спортсмен, краєзнавець, – це насамперед особистість, яка прагне розширити власний світогляд, збагатитися новими знаннями, розумно використати вільний час для відпочинку, знайомства з культурою інших народів.

Розвиток туризму сьогодні йде пліч-о-пліч з глобалізацією. На землі залишилося небагато місць, яким вдалося уникнути людської допитливості. Повне освоєння Землі не задовольнило потреби людей щодо відкриття і пригод та їх бажання пізнавати звичаї подібних до себе або відмінних від себе.

Сучасний туризм виконує також винятково важливу соціальну функцію, він сприяє зростанню добробуту населення, також стає визначальним чинником соціальної та культурної інтеграції. Україна зі своїм ресурсним потенціалом Криму, Поділля, Закарпаття, Слобожанщини є країною майже безмежних можливостей для організації багатьох видів туризму, зокрема активного.

Аналіз останніх досліджень. Проблему становлення та розвитку як туризму загалом, так і активного туризму на Україні досліджувало чимало відомих учених. Теоретичними засадами організації туризму, його класифікацією займалися Л. Чеховська та Р. Сіренко в навчальному посібнику „Основи краєзнавчо-туристичної діяльності”.

Поряд з класичними видами туризму популярний на сучасному етапі активний туризм частково висвітлено в дослідженнях О. Пасечник.

Окремі види активного туризму розкриті А. Волошановским, Г. Котовим, О. Фастовець. Однак дослідники проводили наукову розвідку лише в межах вузьких проблем вивчення.

Міжнародний досвід в галузі організації активного туризму розкривали в наукових дослідженнях В. Янкевич та Н. Безрукова.

Основні етапи і періоди розвитку світового туризму загалом і національного зокрема, в тому числі й активного висвітлено В. Смолієм на сторінках навчального посібника „Історія туризму в Україні”.

Отже, тематика нашого наукового дослідження вивчалася вищезазначеними авторами, проте була висвітлена неповно. До цього

часу чітко та всебічно не проаналізовано проблему сутності активного туризму.

Мета дослідження - розкрити сутність поняття „активний туризм”.

Виклад основного матеріалу. Активний туризм визначається як теорія і практика різного роду походів, сходження на гори і подорожі з метою спортивного суперництва, активного відпочинку, освіти і виховання. Для подорожей у відпустку з використанням громадського або особистого транспорту, в яких головне місце займають розмови і відпочинок, все більше підходить слово туризм. Туризм складає частину фізичної культури і спорту, оскільки він служить проявою здорового способу життя, розвитку і збереженню фізичної роботоздатності і всебічної підготовки.

Основним об'єктом нашого дослідження є активний туризм. Простежимо як трактують спочатку поняття туризм та активний туризм в навчально-методичній літературі вітчизняні та зарубіжні науковці.

У законі України „Про туризм” зазначено, що туризм – це тимчасовий виїзд (подорож) осіб з постійного місця проживання з пізнавальною, оздоровлювальною, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою на термін від 24 годин до одного року поспіль, без зайняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування [1].

„Туристський словник-довідник” за редакцією В. Федорченко та І. Мініч містить декілька визначень поняття туризм. По-перше туризм трактують як „тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без заняття оплачуваною діяльністю”. По-друге, туризм – форма розумового та фізичного виховання, що „реалізується” через гуманітарно-соціальні функції туризму, а саме:

- виховна – формує відчуття колективізму, моральних та етичних цінностей;

- освітня – поповнення та закріплення знань з питань краєзнавства, природознавства, топографії, рекреації; знайомство з культурою й традиціями країн і народів світу тощо;

- оздоровча – дотримання оптимального режиму фізичних навантажень, використання сприятливого впливу природних факторів на стан організму, дотримання правил особистої та громадської гігієни, розвиток адаптивних можливостей, підтримка організму на належному рівні фізичної підготовки;

- спортивна – створення бази загальної фізичної підготовки, спеціальна підготовка з туристської техніки, досягнення максимальних результатів у туризмі [2, с. 136.].

В. Федорченко та І. Мініч відзначають, що туризм це також популярна форма організації відпочинку, проведення дозвілля, пізнання

рідного краю, навколишнього середовища, знайомства з історією, культурою й традиціями певної країни. Водночас науковці туризм розглядають як галузь господарства з обслуговування людей, які тимчасово перебувають поза місцем свого постійного проживання [2, с. 136.].

В. Смолій, В. Федорченко та В. Цибух в „Енциклопедичному словнику-довіднику з туризму” дають тринадцять визначень зазначеному поняттю. Найбільш точні та змістовні це перше та дев’яте визначення. 1. Тимчасові виїзди (подорожі) громадян України, іноземних громадян і осіб без громадянства з постійного місця проживання з оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою без заняття оплачуваною діяльністю в країні (місці) тимчасового перебування. 9. Форма розумового і фізичного виховання, що реалізується через соціально-гуманітарні функції туризму: виховну – формування почуття колективізму, моральних і естетичних якостей; освітню – закріплення і поповнення знань з краєзнавства, природознавства, топографії, історії, знайомство з культурою і традиціями країн і народів світу; оздоровчу – дотримання оптимального режиму навантажень, використання благотворного впливу природних чинників на стан організму, дотримання правил особистої і суспільної гігієни, розвиток адаптаційних можливостей, підтримка організму на досить високому рівні фізичної підготовленості; спортивну – створення бази загальної фізичної підготовки, спеціальна підготовка з туристської техніки, досягнення максимальних результатів у туризмі [3, с. 315].

Одне з найперших і найточніших визначень туризму, яке в своїй основі дотепер використовується для акцентування найістотніших характеристик, що відрізняють його від усіх видів діяльності, було дано професорами Бернського університету (Швейцарія) Хунзікером і Крапфом та пізніше прийнято Міжнародною асоціацією наукових експертів з туризму.

Ці вчені визначили туризм як низку явищ і взаємин, що виникають як результат подорожей людей доти, доки це не призводить до постійного перебування і не пов’язано з отриманням будь-якої вигоди (доходу). Це визначення не стосується екскурсій, не пов’язаних з ночівлею, а також ділових подорожей, що передбачають отримання доходу, навіть коли він одержаний не в країні перебування. Необхідно зазначити, що часто досить важко встановити різницю між діловими подорожами і подорожами з метою розваги, оскільки більшість з них є комбінацією цих двох цілей.

Із сукупності економічних характеристик туризму п’ять мають бути визначені концептуально: а) туризм як процес і результат пересування людей різними туристськими маршрутами; б) визначення двох основних базових елементів туризму: подорож до місця відпочинку і

перебування там; в) подорож означає виїзд із країни (регіону) постійного проживання туриста; г) переміщення туристів до різних туристських центрів вимагає часу, а це означає, що вони повернуться в місце постійного проживання через кілька днів, тижнів чи місяців; д) екскурсія – це подорож без постійного проживання в туристському центрі, що не має метою отримання додаткового доходу [3, с. 316].

Відзначимо останнє трактування, яке відображає характерну тенденцію сучасності, коли перевага віддається розвитку динамічного відпочинку, у процесі якого відбувається відновлення працездатності поєднується з пізнавальною діяльністю.

Існує більше двохсот визначень туризму, проте окремі його значення, наприклад, такі як відпочинок або оздоровлення дають далеко неповне його визначення. До них відносяться: туризм - один із видів спорту, туризм - один із засобів фізичного виховання, туризм - один із засобів пізнання й естетичного виховання. Усі ці визначення в тій або іншій мірі відображають важливі риси туризму, але не можуть окремо скласти повну картину такого унікального явища як туризм.

Туризм визначається ще як активна і невимушена форма спілкування людей, одне з важливих соціально-економічних явищ сучасності, найдинамічніша галузь сфери послуг, що підпорядковане дії об'єктивних законів розвитку людського суспільства, різновид рекреації, один із видів активного відпочинку [4].

Одним із важливих та актуальних різновидів туризму є активний туризм.

В. Федорченко та І. Мініч активний туризм трактують як туристичний обмін, який складає актив туристичного балансу певної країни в її зовнішньоторговельному обігу. В міжнародному туризмі активний туризм – це число відвідань даної країни жителями інших країн; туризм, що здійснюється з метою розвитку фізичних сил, в т. ч. й зі спортивною метою; рекреаційні заняття з використанням активних засобів пересування [2, с. 137].

Науковці В. Смолій, В. Федорченко та В. Цибух погоджуються з І. Мінічем та так само трактують поняття „активний туризм” в „Енциклопедичному словнику-довіднику з туризму” [3, с. 317].

Отже, активний туризм можна розглядати у трьох сенсах: професійному – вид діяльності, професія; також не варто забувати про спортивний контекст, коли описується спосіб виконання нормативів; а ще можна розглядати активний туризм як хобі – захоплення, яке не є способом заробітку, а є способом рішення інших, важливих для людини, питань.

Україна зі своїм ресурсним потенціалом є країною майже безмежних можливостей для організації активного туризму, а особливо одного з різновидів - екстремального відпочинку. Екстремальні розваги – це нова конкурентна перевага для будь-якого туристичного місця або

маршруту. В Україні є багато варіантів для розвитку таких напрямків, однак на сьогодні вони знаходяться, переважно, в стані перспективних розробок.

Обираючи місце для відпочинку, туристи замислюються не тільки про певні визначні місця, побутові зручності, а і про те, чим можна буде зайнятися у вільний час, які пропонуються розваги. Якщо є можливість вибору (особливо для молоді), то до уваги беруться не лише особливості клімату, наявність цікавих для огляду об'єктів, але й можливості для активних форм відпочинку.

Суть активної туристської подорожі полягає в тому, що мандрівники самі обирають цілі - об'єкти природи, які вони хотіли б відвідати (поглянути); самі прокладають маршрут, що забезпечує раціональне подолання перешкод, досягнення обраної мети.

Прихильники активного туризму відкривають і вивчають нові території. Лише ті, хто багато подорожував по різних краях, мають правильне уявлення про розміри своєї країни, Землі в цілому [5, с. 79].

Висновки. Таким чином в процесі дослідження встановлено, що визначення активного туризму дублюється у науковій літературі. На наш погляд, найбільш ґрунтовним є визначення, що подане в „Туристському словнику-довіднику” за редакцією В. Федорченко та І. Мініч, а саме туризм – це тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без заняття оплачуваною діяльністю; активний туризм – це це число відвідань даної країни жителями інших країн; туризм, що здійснюється з метою розвитку фізичних сил, в т.ч. й зі спортивною метою; рекреаційні заняття з використанням активних засобів пересування.

Отже, узагальнюючи все вищесказане, видно, що активний туризм дуже цікавий, захоплюючий вид відпочинку, тому існують всі підстави для проведення подальших досліджень в зазначеному напрямку. Перспективи подальших досліджень полягають у проведенні наукової розвідки щодо вивчення класифікації видів активного туризму.

Література

1. Закон України „Про туризм” Режим доступу до статті: <http://zakon.rada.gov.ua>. **2. Федорченко В. К.** Туристський словник-довідник: Навчальний посібник / В.К. Федорченко, М.І. Мініч. – К. : Дніпро, 2000. – С. 136. **3. Смолій В.** Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В. Смолій, В. Федорченко, В. Цибух // Передмова В.М. Литвина. - К. : Видавничий Дім "Слово", 2006. – С. 315 – 316. **4. Історія** розвитку туризму в Україні. Режим доступу до статті: <http://vechervkarpatah.at.ua>. **5. Квартальнов С. А.** Туризм / С. А. Квартальнов. - М. : «Фінанси і статистика», 2003. - С. 79.

Белоусова Е. А. Поняття та сутність активного туризму

В статті здійснено аналіз літературних джерел щодо проблеми сутності поняття активний туризм. Розглянуто теоретичні основи та визначено основні підходи до трактування поняття активний туризм.

Ключові слова: активний туризм, туризм екстрим-туризм, подорож.

Белоусова Е. А. Понятие и сущность активного туризма

В статье осуществлен анализ литературных источников относительно проблемы сущности понятия активный туризм. Рассмотрены теоретические основы и определены основные подходы к понятию активный туризм.

Ключевые слова: активный туризм, туризм, экстрим-туризм, путешествие.

УДК [373.5.016:64]:373.5.091.313

Є. М. Бєлаш

ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЕКТНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ НА УРОКАХ ОБСЛУГОВУЮЧОЇ ПРАЦІ

Особливого значення в навчально-виховному процесі у загальноосвітніх навчальних закладах набувають сьогодні нові педагогічні технології. Серед них – проектна технологія. Суть проектної технології – стимулювати інтерес учнів до певних проблем та через проектну діяльність, яка передбачає розв’язання однією або цілою низкою проблем, показати практичне застосування надбаних знань. Від теорії до практики, гармонійно поєднуючи академічні знання з прагматичними, дотримуючи відповідний їх баланс на кожному етапі навчання [2, с. 150].

Впровадженню проектної технології присвячені праці сучасних українських дослідників (І. Єрмаков, О. Коберник, С. Ящук, А. Цимбалару та ін.), дослідників близького зарубіжжя (П. Лернер, Є. Полат, М. Епштейн, Т. Гречухіна, І. Зимня та ін.), зарубіжних науковців (Дж. Джонсон, А. Флітнер, П. Фрейре, Д. Хопкінз, Дж. Пітт та ін.). Вони бачать досить високі психолого-педагогічні можливості проектної діяльності, бо вона оптимально забезпечує суб’єктне пробудження і розвиток особистості, цілком відповідає віковим потребам і особливостям, спонукає до розумно вмотивованої діяльності учнів, істотно трансформує роль педагога в керівництві нею.

Ще програма трудового навчання 2005 року [див. 3] передбачала забезпечення послідовного включення учнів в усі етапи цілісного процесу проектування і виготовлення виробів, залучення учнів й до

проектної та дослідницької діяльності. Нова програма (2010 року) [див. 4] передбачає обов'язкове застосування проектної діяльності на уроках. Тому питання впровадження проектної технології на уроках обслуговуючої праці є актуальним. Дослідження впровадження проектної технології на уроках обслуговуючої праці визначено метою цієї статті.

Програма обслуговуючої праці характеризується спрямованістю на реалізацію принципу варіативності. Цей принцип передбачає планування навчального матеріалу відповідно до віково-статевих особливостей учнів, їхніх інтересів, матеріально-технічного забезпечення навчального процесу, регіональних умов та кадрового забезпечення. Навчальна програма обслуговуючої праці побудована за модульною системою і складається з інваріантних (обов'язкових), варіативних (на вибір) та базового (для класів, що не поділяються на групи хлопців і дівчат) модулів. Інваріантна складова вивчається у першому півріччі, варіативна – у другому. У 9-му класі спочатку вивчають варіативний модуль, потім проєктують та виготовляють комплексний виріб.

Структура та зміст інваріантних та варіативних модулів побудована таким чином, щоб учні спочатку освоїли основи технології обробки певних матеріалів, а потім приступили до проектної, творчої діяльності. Засвоєння учнями технічних знань (призначення і будова інструменту, устаткування і т.д.), вміння виконувати технологічні операції має другорядне значення. Їх якість і глибина вивчення мають підпорядковуватися завданням проекту, який виконують учні. Критерій оцінювання «застосовувати при роботі над проектом» є значно вагомішим ніж «знати» та «вміти виконувати окремі технологічні операції».

За навчальний рік учні 6-9 класів виконують два проекти: один проект у інваріантному модулі, другий – у варіативному модулі. Під час використання проектної технології вирішуються різнорівневі дидактичні, виховні і розвивальні завдання: розвиваються пізнавальні навички учнів, формується вміння самостійно конструювати свої знання, вміння орієнтуватися в інформаційному просторі, активно розвивається критичне мислення, сфера комунікації тощо [2, с. 150-151].

Аналіз програми обслуговуючої праці показав, що вона передбачає поступовий розвиток навичок проектної діяльності у учнів 5-9 класів:

5 клас	6 клас	7 клас	8 клас	9 клас
Визначають і пояснюють складові технологічного процесу виготовлення виробу, їх послідовність		Називають основні базові технології, які будуть використані під час виготовлення задуманого виробу		
Обирають зразок виробу	Здійснюють пошук подібних виробів та аналізує їх		Виконують міні маркетингові дослідження	
Визначають виріб для проектування				
Складають план роботи з виготовлення виробу				
Розробляють ескізний малюнок				
Виконують нескладне моделювання				
Будують креслення виробу				
Виготовляють викрійку				
Розкроюють виріб				
Добирають необхідні матеріали, інструменти, обладнання				
Розробляють рекламу				
Розробляють необхідні документи для виготовлення виробу				
Виконують елементарні економічні розрахунки				
Організують своє робоче місце				
Виготовляють виріб		Виготовляють та оздоблюють виріб		
Оцінюють готовий виріб				
Дотримуються правил безпечної праці, санітарно-гігієнічних вимог				
Презентують виготовлений виріб				
Оформляють портфоліо				
Захищають проект				
Здійснюють аналіз допущених недоліків				
Здійснюють самооцінку результатів діяльності				

Як будь-яка педагогічна технологія проектна технологія має свої чіткі умови застосування. Це наявність значущої у дослідницькому або творчому плані проблеми яка потребує її розв'язання; практична, теоретична, пізнавальна значущість передбачуваних результатів; самостійна діяльність учнів; структурована змістовна частина проекту; використання дослідницьких методів.

Робота над проектом - це особисто орієнтоване навчання у процесі конкретної праці учня, на основі його вільного вибору, з урахуванням його інтересів. Під час добору теми проекту необхідно прагнути до того, щоб він містив у собі ті знання і вміння, якими вже оволодів учень. У цьому разі здійснюється самостійне перенесення знань і вмінь на конкретний проект. Об'єкт (виріб) проекту має бути добре знайомий, зрозумілий і цікавий учням, а вони ще повинні мати передчуття того, що він надає їм змогу реалізувати себе в творчості, що він їм під силу, що вони справляться з висунутим завданням. Критеріями вибору об'єкта проекту є оригінальність, доступність, надійність, технічна досконалість, естетичні перспективи, безпечність, відповідність потребам, зручність експлуатації, технологічність, матеріаломісткість, вартість тощо.

Проектна діяльність на уроках обслуговуючої праці складається з організаційно-підготовчого, конструкторського, технологічного та заключного етапів. На першому етапі учні шукають проблему, її сферу існування, висувають ідеї та варіанти проекту, обирають оптимальний варіант, аналізують свою майбутню діяльність. На конструкторському етапі учні складають ескіз, добирають матеріал, підбирають необхідні інструменти та обладнання, технологію обробки деталей, їх з'єднання, оздоблення; організують робоче місце, роблять економічне та екологічне обґрунтування, проводять маркетингові дослідження. На технологічному етапі виконують технологічні операції, передбачені технологічним процесом, контролюють свою діяльність, дотримуються технології, трудової дисципліни, культури праці, здійснюють контроль якості. На заключному етапі коригують виріб до запланованого, випробовують об'єкт, оформлюють його, оцінюють, аналізують свою діяльність, захищають проект.

Проектна технологія передбачає особливу роль вчителя обслуговуючої праці. На кожному етапі проекту він не стоїть осторонь, а допомагає учням у пошуку джерел, необхідних їм у роботі над проектом, сам є джерелом інформації, координує процес роботи над проектом, підтримує і заохочує учнів, підтримує неперервний рух учнів у роботі над проектом тощо.

Проектна технологія передбачає й своєрідну схему оформлення (написання) проекту. Проект повинен мати розділи: а) актуальність теми проекту; б) мета і завдання проекту; в) визначення етапів реалізації проекту; г) механізм реалізації проекту; д) обов'язки та відповідальність

учасників реалізації проекту; е) очікувані результати; ж) оцінка й самооцінка проекту; з) бюджет, ресурсне забезпечення проекту.

Після завершення проекту вчителю потрібно організувати публічний захист. Форма такого захисту учнівського проекту може бути різною. Це виставка, демонстрація, вистава, ярмарок-продаж, учнівська конференція, презентація, свято тощо.

Важливим в організації проектної діяльності учнів є оцінювання їх діяльності впродовж всього часу проекту. Критерії, за якими здійснюється оцінювання навчальних досягнень учнів, мають комплексний характер. Це оцінювання рівня оволодіння учнями теоретичних знань та оцінювання їх здатності застосовувати вивчений матеріал під час виконання практичних робіт. Підсумкова оцінка за проект не може бути незадовільною, бо проектна технологія передбачає розвиток та збагачення власного досвіду кожного учня.

Впровадження у викладання обслуговуючої праці проектної діяльності відповідає вимогам часу. Предмет обслуговуючої праці є предметом, який за своєю суттю об'єднують два етапи у навчанні – теорію та практику. Тому впровадження проектної технології на уроках цього навчального предмету є логічним.

Література

1. Інструктивно-методичні рекомендації щодо вивчення базових дисциплін у 2010/2011 навчальному році (Лист МОН від 21.08.2010 №1/9-580. Трудове навчання (технології) та креслення) // Трудове навчання в школі. – 2010. - №10. - с.2-5. **2. Освітні технології: Навч.-метод. посіб. /О. М. Пехота, А. З. Кіктенко, О. М. Любарська та ін.; за ред. О. М. Пехоти. – К.:А.С.К., 2004. – 256 с.** **3. Трудове навчання. 5-12 класи [програма для загальноосвітніх навчальних закладів]. – К.: Перун, 2005, - 255 с.** **4. Трудове навчання. 5-9 класи [навчальна програма] / [за загальною редакцією В. М. Мадзігона] // Трудове навчання. Вклад. - 2010. - №10 - 12.**

Белаш Є. М. Впровадження проектної технології на уроках обслуговуючої праці.

В статті розглянуті питання теорії впровадження проектної технології на уроках обслуговуючої праці, питання організації вчителем проектної діяльності учнів, проаналізована програма обслуговуючої праці з питання розвитку навичок проектної діяльності у учнів 5-9 класів. Результат аналізу програми надано у формі таблиці.

Ключеві слова: проектна технологія, проектна діяльність, навчальна програма.

Белаш Е. Н. Внедрение проектной технологи на уроках обслуживающего труда.

В статье рассмотрены вопросы теории внедрения проектной технологи на уроках обслуживающего труда, вопросы организации учителем проектной деятельности учеников, проанализирована программа обслуживающего труда в рамках вопроса развития навыков проектной деятельности у учеников 5-9 классов. Результат анализа программы предоставлен в форме таблицы.

Ключевые слова: проектная технология, проектная деятельность, учебная программа.

УДК 338.48

І. І. Боброва

СПЕЦИФІКА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У СФЕРІ ПОСЛУГ

Постановка проблеми. Туризм сьогодні – це сфера народногосподарського комплексу, яка в багатьох країнах світу перетворилася в бурхливо розвинуту галузь. Успіх туристичного бізнесу, як у будь-якого іншого бізнесу багато в чому залежить від ефективності комунікацій, які забезпечують зв'язок між виробником туристичних послуг (туроператором) та споживачем (туристом). У сучасних умовах неможливо уявити роботу будь-якого підприємства без добре налагодженої мережі маркетингових комунікацій. Тенденція до ефективного планування маркетингових комунікацій, тобто планування спільного використання реклами, Public Relations, стимулювання збуту, прямої продажу, комунікацій у місцях продажу та подієвого маркетингу з іншими елементами комплексу маркетингу є одним із найбільш значних маркетингових особливостей останніх років.

Проте практична діяльність ряду підприємств свідчить про те, що не всі суб'єкти підприємницької діяльності усвідомили на практиці значення планування та системного підходу в проведенні Public Relations, рекламних компаній, стимулювання збуту та особистих продажів. На даний момент багато з них проводять такого роду компанії хаотично, без чіткого плану, що знижує їх ефективність. У зв'язку з цим набуває актуальності вивчення специфіки маркетингових комунікацій у сфері послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні теоретичні питання комплексу маркетингу та маркетингових комунікацій у сфері послуг розглядається в наукових працях, але найбільш висвітлена ця

тема в роботах таких авторів, як: Ф.Котлер., Г.Армстронг, Дж.Бернет, Дж.Боуен, Н.Бірицька, І.Вікентьев, С.Земляк, С.Моріарті, Г.Папірян, І.Синяєва.

Мета дослідження – розкрити сутність маркетингових комунікацій у сфері послуг. Завдання дослідження: розглянути особливості планування стратегії просування послуг в маркетингу та охарактеризувати особливості ринку послуг в Україні.

Виклад основного матеріалу досліджень. У термінології маркетингу дуже важливо розрізняти два терміни: "комплекс маркетингу" та "комплекс маркетингових комунікацій". Перший має відношення до чотирьох контрольованих чинників маркетингу: товару, ціні, каналам збуту та просуванню, другий - лише до одного з елементів комплексу маркетингу: стратегії просування.

Стратегія просування, складається з чотирьох засобів дії на споживача: реклами, методів стимулювання збуту, паблісіті та стосунків з громадськістю, і технологій особистих продажів.

Розглянемо особливості планування стратегії просування послуг в маркетингу.

Послідовність етапів планування стратегії просування однакові як для сфери послуг, так і для виробничого сектора. Вони включають формулювання цілей просування, вибір цільових аудиторій і визначення бюджету для кожного з чотирьох засобів дії на споживача. Проте, зважаючи на відмітні характеристики послуги як товару, зміст цих етапів істотно відрізняється при плануванні стратегії просування в маркетингу послуг.

Вважається, що не існує повного розподілу товарів на товари речової форми та товари у формі послуг. Кожен товар матеріальної форми несе в собі елементи невідчутної послуги, і кожна послуга припускає наявність яких-небудь матеріальних аспектів.

Прикладами створення матеріального образу для товарів з явно вираженою нематеріальною домінантою може служити реклама: готелів ("інтер'єри"); авіакомпаній ("дбайливі стюардеси", "комфорт салону", "смачне живлення"); ресторанів ("унікальні кухарі та інтер'єри"); банків ("привітний персонал", "сучасна оргтехніка"); консультантів і лікарів ("уніформа", "офіс", "науковий професіоналізм") й т. д. Прикладами просування товарів, які мають однаковою мірою як матеріальну, так і нематеріальну домінанту, можуть служити ресторани швидкого живлення типу "Макдональдс" і послуги стільникового зв'язку. У обох випадках споживачі купують явно виражені матеріальні товари (гамбургери і трубки), але їм рекламують "швидке живлення в приємній атмосфері" і "зручний мобільний зв'язок".

Ступінь невизначеності на ринку послуг значно вищий, ніж на ринку товарів. Нематеріальність, невідчутність та інші особливі характеристики послуг викликають високий ступінь непевності

споживача в отриманні бажаної вигоди від купівлі. Купуючи матеріальні блага, споживач має змогу оцінити їх органолептичну. Споживаючи послуги, результат купівлі залишається невідомим до моменту їх надання. З огляду на вищезазначене, цей ринок вимагає особливо ретельної уваги щодо системи маркетингових комунікацій та її ефективності [1, с.8].

Послуги характеризуються невідчутністю, тобто їх не можна оцінити за допомогою органів чуття при купівлі в такий спосіб визначити їх специфічні ознаки (якість, відмінність від конкурентних пропозицій). Саме тому покупці послуг наражаються на більшу небезпеку, купуючи на ринку послуг, ніж під час закупівлі фізичних товарів.

Неподільність послуг ставить їх якість в залежність від таких факторів, як час, спосіб, суб'єкт їх надання. Тому компанія має докладати постійних зусиль, щоб зробити послуги доступними весь час у постійній якості.

Так само непостійність послуг становить певний купівельний бар'єр, оскільки означає залежність послуги від цілком специфічних аспектів, які продавець послуг має постійно тримати під контролем. Цей вплив можна частково подолати через впровадження автоматизації, стандартизації, регламенту надання послуг [2, с.624].

Послуги безбережні. Це означає, що інфраструктура має бути організована в такий спосіб, щоб забезпечити певний рівень їх надання у будь-який момент часу.

Характерною особливістю послуг є також те, що, купуючи їх, споживач не отримує права володіння, тобто покупець має доступ до послуги протягом обмеженого проміжку часу. Для подолання цього аспекту та приваблення клієнтів використовують такі методи, як:

- спонукання до повторного використання послуги через пропонування особливих умов оплати або додаткових бонусів за наступної купівлі;

- створення членських клубів з метою імітації відчуття власності, належності;

- використання послуг як аутсорсінгу замість наймання власних спеціалістів створює перевагу отримання кваліфікованих спеціалістів на певний необхідний проміжок часу [3, с.146].

Отже, зважаючи на названі особливості, цей ринок вимагає особливо ретельної уваги щодо системи маркетингових комунікацій та її ефективності. На ринку послуг система інтегрованих маркетингових комунікацій має бути скерована на те, щоб цільовий споживач отримав специфічне послання, скероване саме для нього за допомогою усіх наявних засобів [4, с.208].

Ринок послуг в Україні має свої особливості. З одного боку, перебуваючи на етапі динамічного розвитку, за різноманітністю та видовим складом представленої сфери послуг він цілком наслідує

приклад розвинених країн. З іншого - націленість на швидкий прибуток, недовготривалі перспективи, які до цього часу притаманні політиці багатьох сучасних організацій у сфері послуг, істотно впливають на рівень якості наданих послуг [5, с.16].

Інструментарій маркетингових засобів просування на ринку послуг фактично той самий, що й на ринку товарів: реклама, стимулювання збуту, прямий маркетинг, прямі продажі, зв'язки з громадськістю. Проте під час їх застосування, зважаючи на особливості реалізації послуг, можна виділити кілька моментів, що обов'язково мають бути враховані, та на які, на жаль, не завжди зважають достатньою мірою. Серед таких аспектів просування на ринку послуг можна виділити:

1. Відсутність загальної корпоративної політики та неувага до деталей, які створюють враження споживача від фірми.

Як було зазначено вище, нематеріальний характер послуг та неможливість вивчити їх органолептичне перед купівлею зумовлюють значну складність для інформування та демонстрування споживачеві. Більшість компаній вже оволоділи можливими каналами передачі інформації, враховуючи ці особливості послуг. Проте певні деталі, які слугують контекстуальним підкріпленням якості наданих послуг, все ще знаходяться поза увагою багатьох організацій. Серед них – розташування офісу, зовнішній вигляд менеджерів, що працюють з клієнтами, звуки, запахи тощо – все, що створює загальне враження про фірму та асоціюється з якістю запропонованих послуг. Так само буклети, журнали, прайси компанії мають бути поєднані одним стилем, концепцією і нести споживачу єдиний конкретний меседж.

2. Представленість в мережі Інтернет. За швидкого розвитку технологій маркетингологи широко використовують Інтернет-простір. Одним з засобів створення враження є веб-сайт компанії. Проте його наявність та його ефективність – це різні поняття. Розроблення якісного веб-сайту є чималою проблемою – захаращений складними флеш-елементами, за якими ховається меню компанії, він може справляти враження, проте бути непридатним для роботи з ним. Сайт компанії має бути насамперед інформативним, виконаним у корпоративному стилі і нести чітке повідомлення майбутнім чи існуючим споживачам.

3. Обмеженість зв'язків з громадськістю за невеликого маркетингового бюджету. Деякі компанії завжди перебувають у полі уваги – ми бачимо їх імена в газетах з приводу організації спонсорського заходу, дня народження компанії, нового вдалого контракту. При цьому зовсім необов'язково, щоб компанія виділяла значні бюджетні кошти на Public Relations в засобах масової інформації. Навіть маючи в розпорядженні незначні фінансові ресурси, можна використати будь-який (позитивний) привід, щоб "засвітити" компанію в ЗМІ. Наприклад, методами для цього є активні комунікації з журналістами, забезпечення їх присутності на усіх заходах, що організовує компанія, завчасна

підготовка пресс-релізів, взаємовідносини на засадах кооперації з редакторами цільових видань тощо.

4. Нехтування можливістю матеріалізувати послугу. Для того, щоб полегшити процес купівлі-продажу послуги часто розробляють так званий пакет послуг. Покупцю значно легше прийняти позитивне рішення щодо придбання певної послуги, якщо вона є «бандлом», що, окрім самої послуги, включає попереднє консультування, післяпродажне обслуговування, технічну підтримку тощо. Отже, сукупність невідчутних характеристик перетворюється на продукт, що має назву, відчутні відмінності, переваги, визначену ціну та безліч інших характеристик, що долають невідчутність послуги та полегшують сприйняття вигод від купівлі [6, с.239].

Так нами було розглянуто деякі аспекти просування послуг. У сфері маркетингу послуг, як і маркетингу товарів, використовується концепція чотирьох "P" – Product, Place, Price, Promotion, проте з урахуванням згаданих вище специфічних характеристик послуг, з якими необхідно чітко пов'язувати елементи маркетинг-міксу. Прогресивною сьогодні є методика просування з застосуванням в процесі комунікацій не лише окремих засобів маркетингу, а й усіх можливих дій і заходів скоординованих та таких, що взаємодіють з усіма суб'єктами системи маркетингу. Проблемним залишається аспект ефективності існуючих маркетингових засобів просування на ринку послуг [7, с.96].

Висновок. Підводячи підсумок ми з'ясували, що послідовність етапів планування стратегії просування однакові як для сфери послуг, так і для виробничого сектора. Вони включають формулювання цілей просування, вибір цільових аудиторій і визначення бюджету для кожного з чотирьох засобів дії на споживача. Проте, зважаючи на відмітні характеристики послуги як товару, зміст цих етапів істотно відрізняється при плануванні стратегії просування в маркетингу послуг.

Отже, на ринку послуг для забезпечення максимальної ефективності комунікацій поряд з засобами внутрішніх і зовнішніх маркетингових комунікацій доцільно використовувати концепцію інтегрованих маркетингових комунікацій, згідно з якою «підприємство ретельно продумує та координує роботу своїх численних каналів комунікацій – реклами, стимулювання збуту, зв'язків з громадськістю, особистого продажу тощо для переконливого представлення підприємства».

Необхідно прагнути пов'язати існуючі засоби маркетингових комунікацій так, щоб досягти максимального успіху.

На ринку послуг система інтегрованих маркетингових комунікацій має бути скерована на те, щоб цільовий споживач отримав специфічне послання, скероване саме для нього за допомогою усіх наявних засобів.

Перспективи подальших досліджень. Перспективи подальших розвідок в цьому напрямі будуть пов'язані з детальним вивченням маркетингових комунікацій у сфері туризму.

Література

1. Іванова Л. Особливості маркетингових комунікацій на ринку послуг: Маркетинг в Україні / **Л. Іванова** – 2007. – № 6 (46). – С. 8.
2. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма: Учебник. / В.А. Квартальнов – И.: Финансы и статистика, 2006. – 672 с. **3. Дурович А.П.** Реклама в туризме : учеб.пособие / А.П. Дурович– 4-е изд., стер. – Минск: Новое знание, 2008. – 254 с. **4. Котлер Ф., Армстронг Г.** Основы маркетинга – М.: 2003 – с.750 **5. Сапрунова В.Б.** Туризм: эволюция, структура, маркетинг / **В.Б. Сапрунова** – М: Ось-89, 2007. – 170 с. **6. Мальченко В.М.** Маркетинг послуг: Навч. Посібник / В.М. Мальченко – К: КНЕУ, 2006– 360 с. **7. Котлер Ф.** Маркетинг менеджмент / Пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой, Ю. Н. Каптуре.

Боброва І.І. Специфіка маркетингових комунікацій у сфері послуг

В данній роботі розкривається сутність специфіки комплексу маркетингу та маркетингових комунікацій в сфері послуг, розглянуто деякі аспекти просування послуг, розглянута концепція чотирьох "Р" - Product, Place, Price, Promotion.

Ключові слова: комплекс маркетингу, маркетинг, маркетингові комунікації.

Боброва И.И. Специфика маркетинговых коммуникаций в сфере услуг

В данной работе раскрывается сущность специфики комплекса маркетинга и маркетинговых коммуникаций в сфере услуг, рассмотрены некоторые аспекты продвижения услуг, рассмотрена концепция четырех "Р" - Product, Place, Price, Promotion.

Ключевые слова: комплекс маркетинга, маркетинг, маркетинговые коммуникации.

К.О. Бордонос

СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ МЕТОДУ ПРОЕКТІВ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ

Постановка проблеми. Туризм став невід'ємною частиною існування суспільства в XXI столітті. Його внесок у економічне, соціальне та культурне життя суспільства складно переоцінити. З стрімким розвитком туризму як у світі, так і в Україні, ринок праці ставить все більші вимоги до фахівців. Споживачі вимагають від працівників туристичних підприємств більше знань та інформації про країну чи регіон в якому вони будуть проводити свій відпочинок. У зв'язку з цим сучасний рівень підготовки менеджерів з туризму не задовольняє вимог кінцевого споживача послуг. На нашу думку, усунення даного недоліку, тобто підвищення рівня знань, вмінь та навичок майбутніх фахівців з туризму, можливо здійснити за допомогою використання проектних технологій. Виконання студентами проектів, як колективних, так і індивідуальних, передбачає залучення їх до виявлення, аналізу та розв'язання реальних виробничих проблем із використанням для цього практичної дослідницько-пошукової діяльності.

Аналіз останніх наукових досліджень. Проектному методу багато уваги приділяли такі вчені як М. Махмутов та І. Лернер. За останні роки з'явилося чимало зарубіжних і вітчизняних учених-педагогів, які вважають за необхідність докорінну модернізацію навчання – П. Гудман, Ж. Гудлед, Ф. Клейн, Л. Соханя, І. Єрмакова, О. Овчарук, О. Василишина, Е. Помиткіна, С. Смольнікової, В. Циби, Л. Лепіхової, І. Сингаївської, О. Тюпті, С. Кримського та інші.

Мета дослідження – розглянути сутність та зміст методу проектів в освітньому процесі. Для її досягнення необхідно вирішити наступні завдання: 1) визначити сутність поняття «проект»; 2) розкрити сутність та зміст методу проектів в освітньому процесі.

Викладення основного матеріалу. Сучасна вища школа має допомогти студентам відчувати себе впевненими на ринку праці, вміти адаптуватися до соціальних змін та криз у суспільстві, бути психологічно стійкими, розвивати здатність до самоорганізації. Це вимагає пошуку нових форм організації навчального процесу, які дозволили б:

- забезпечити високий інструментальний рівень знань випускників, уміння самостійно набувати та застосовувати їх на практиці;
- розвивати кожного студента як творчу особистість, здатну до практичної роботи;
- залучати кожного студента до активної пізнавальної діяльності;

- формувати навички пізнавальної та дослідницької діяльності, розвивати критичне мислення;
- формувати у студентів цілісну картину світу;
- спілкуватися з однолітками не тільки свого ВНЗУ, міста, але й інших міст і навіть країн;
- грамотно працювати з інформацією та інше.

Однією з нових форм організації навчального процесу є метод проектів.

Сьогодні метод проектів вважається одним із перспективних видів навчання, тому що він створює умови для творчої самореалізації студентів, підвищує мотивацію для отримання знань, сприяє розвитку їхніх інтелектуальних здібностей. Студенти набувають досвіду вирішення реальних проблем з огляду на майбутнє самостійне життя, які проектують у навчанні.

Необхідність застосування цього методу зумовлена тим, що сьогодення освіта є сучасником процесу зародження нового світового простору. Ті, хто розпочав застосування цього методу, вважають його однією із складових освітньої політики майбутнього, глобальну освіту особистості й глибоке педагогічне оновлення.

Ідея включення проектної діяльності в освітній процес була запропонована американським педагогом та філософом Джоном Дьюї більше століття тому. Вперше у вітчизняній педагогіці актуальність цієї проблеми вивчав О. Макаренко, який у результаті своєї новаторської педагогічної діяльності дійшов висновку про проектування особистості як суб'єкта педагогічної праці [1].

Як свідчать деякі науковці, визначення суті проектування як педагогічного явища є досить складним, бо надзвичайно складними та багатоцінними є система проектування й сам педагогічний процес. Саме слово "проект" у перекладі з латинської мови означає "кинутий уперед, задум, план" тощо.

Проект – сукупність всіх пов'язаних процесів, що ініціюються та протікають, за допомогою впливу на які, шляхом застосування методів управління, розв'язується завдання в досягненні поставленої цілі, як проміжних цілей, так і кінцевої, в заданих обмеженнях за часом, матеріальним, фінансовим та іншим ресурсам. При певних допусках щодо унікальності – проект є унікальним. Іншими словами, проект – це сукупність процесів, за допомогою впливу на які розв'язується завдання в досягненні цілі, при заданих обмеженнях в ресурсах [2].

Проектування в загальному його розумінні – це науково обґрунтована побудова системи параметрів майбутнього об'єкта чи якісно нового стану існуючого проекту прототипу передбачуваного або можливого об'єкта стану чи процесу. Проектування – особливий тип інтелектуальної діяльності, відмінною особливістю якої є перспективна орієнтація, практично спрямоване дослідження.

Як зазначає німецький педагог А. Флітнер, проектна діяльність – це, як навчальний процес, в якому обов'язково беруть участь розум, серце та руки, тобто осмислення самостійно добутої інформації здійснюється через призму особистого відношення до неї і оцінку результатів в кінцевому продукті. На його думку, великою перевагою проектної діяльності є вміння, які набувають студенти, а саме:

- планувати свою роботу, попередньо прораховуючи можливі результати;
- використовувати багато джерел інформації;
- самостійно збирати та накопичувати матеріал;
- аналізувати, співставляти факти, аргументувати свою думку;
- приймати рішення;
- установлювати соціальні контакти (розподіляти обов'язки, взаємодіяти один з одним);
- створювати "кінцевий продукт" – матеріальний носій проектної діяльності (доповідь, реферат, фільм, календар, журнал, проспект, сценарій);
- представляти створене перед аудиторією;
- оцінювати себе та інших [3].

Аналіз літератури дозволяє констатувати, що метод проектів – педагогічна технологія, зорієнтована не на інтеграцію фактичних знань, а на їх застосування та набуття нових (часто шляхом самоосвіти). Активне включення студентів у зміст тих або інших проектів дає можливість засвоїти нові способи людської діяльності в соціокультурному середовищі.

Проектна діяльність передбачає роботу в колективі. Великий інформаційний та технологічний обсяг багатьох проектів примушує студентів об'єднуватися в групи. Така ситуація сприяє становленню, формує соціалізовану особистість, працюючи в команді студенти вчаться взаємодіяти один з одним, вирішувати можливі конфлікти, набувати навичок етичного міжособистісного спілкування, брати відповідальність за вибір рішення, аналізувати результати діяльності.

Метод проектів засвідчує повну узгодженість навчання з життям, з інтересами студентів, він ставить студента в становище дорослої людини.

Виконання студентами проектів, як колективних, так і індивідуальних, передбачає залучення їх до виявлення, аналізу та розв'язання реальних загальнолюдських проблем із використанням для цього практичної дослідницько-пошукової роботи.

Формування в студентів дослідницьких навичок – одне з головних завдань сучасного заняття [4, с.11–15].

Основними завданнями методу проектів є:

1. Навчити студентів здобувати ці знання самостійно, вміти застосувати їх для розв'язання нових пізнавальних та практичних завдань, а не лише передати студентам суму тих чи інших знань,

2. Сприяти студенту в здобутті комунікативних навичок, тобто здатності працювати в різноманітних групах, виконуючи всілякі соціальні ролі (лідера, виконавця, посередника тощо).

3. Розширити коло спілкування студентів, знайомство з іншими культурами, різними точками зору на одну проблему.

4. Прищепити студентам уміння користуватися дослідницькими прийомами: збирати необхідну інформацію, вміти її аналізувати з різних точок зору, висувати різні гіпотези, уміти робити висновки [5].

Отже, використання методу проектів у професійній підготовці майбутнього фахівця у вищому навчальному закладі:

- сприяє вдосконаленню навчального процесу;
- розширює мотивацію студентів до вивчення країн;
- розширює й урізноманітнює програму вивчення;
- сприяє значно швидшому формуванню розвитку комунікативних вмінь та навичок;

- спонукає до більш раціонального використання часу в процесі вивчення іноземних мов;

- сприяє індивідуалізації навчання;

- стимулює самостійну діяльність студента (індивідуальну, парну, групову);

- виховує закономірності до самореалізації й самоуправління в студентських групах, уміння поєднувати колективну та індивідуальну форму роботи;

- активізує дослідницьку та творчу діяльність студентів на всіх етапах навчання;

- формує вміння орієнтуватися в світовому інформаційному просторі;

- формує вміння вибирати необхідну інформацію;

- розширює кругозір студента й викладача;

- дозволяє поділитися досвідом;

- формує вміння конструювати свої знання;

- розвиває критичне мислення та вміння робити висновки;

- формує професійні педагогічні вміння та навички [6].

Висновки. Таким чином, можна підсумувати, що під проектом варто розуміти сукупність всіх пов'язаних процесів, що ініціюються та протікають, за допомогою впливу на які, шляхом застосування методів управління, розв'язується завдання в досягненні поставленої цілі, як проміжних цілей, так і кінцевої, в заданих обмеженнях за часом, матеріальним, фінансовим та іншим ресурсам.

Розглянувши та проаналізувавши сутність та зміст методу проектів в освітньому процесі, ми дійшли висновку, що метод проектів завжди

зорієнтований на самостійну діяльність учнів, яка реалізується як в індивідуальній, так і в парній, груповій діяльності, що завжди передбачає розв'язання проблеми: з одного боку – використання сукупності різноманітних методів, засобів навчання, а з іншого – необхідність інтегрування знань, умінь використовувати знання з різних галузей науки, техніки тощо. Формування у студентів дослідницьких навичок – одне з головних завдань сучасного заняття. Умінь користуватися проектною технологією є показником високої кваліфікації спеціаліста, його інноваційного мислення, орієнтації на особистісний і професійний розвиток в процесі навчання.

Перспективи подальших досліджень. В силу невизначеності понятійного апарату методу проектів постає необхідність його подальших теоретичних досліджень та розробок.

Література

1. Ісаєва Г. Метод проектів - ефективна технологія навчання [Електронний ресурс] / Г. Ісаєва // Метод проектів. - Режим доступу <http://osvita.ua/school/technol/1415> 2. **Енциклопедія, Википедія** [Електронний ресурс] .- Режим доступу <http://uk.wikipedia.org/wiki> 3. **Каменев В.А**, Матвеева Т. М. Структура и содержание проектной деятельности: Метод проектов в России и за рубежом [Електронний ресурс] / В. А Каменев, Т. М. Матвеева // Стандарты и мониторинг в образовании. – 2004. – № 4 – С. 21 -26.- Режим доступу <http://www.dvdbypost.ru/> 4. **Иванова Л.** Проектирование в обучении: дидактические принципы / Л. Иванова М. :Учитель, 2004. – №6. – С.11 –15. 5. **Сергеев И. С.** Как организовать проектную деятельность учащихся : практ. пос. для работников общеобраз. Учреждений / И. С. Сергеев - М.: Аркти, 2004. - 250 с. 6. **Краснова О.І.** Метод проекту як пріоритетний напрям розвитку освітніх інновацій [Електронний ресурс] / О.І. Краснова // Метод проектів. – Режим доступу: <http://www.confcontact.com/>

Бордонос К.О. Сутність та зміст методу проектів в освітньому процесі В даній роботі розкривається теоретична основа сутності та зміст методу проектів, досліджуються представлені в науковій літературі визначення, які дозволяють стверджувати, що проектна робота дуже перспективна.

Ключеві слова: проект, проектування, метод проектів.

Бордонос К.А. Сущность метода проектов в образовательном процессе В данной работе раскрывается теоретическая основа сущности и содержание метода проектов, исследуются представленные в научной литературе определения, которые позволяют утверждать, что проектная работа очень перспективна.

Ключевые слова: проект, проектирование, метод проектов.

О. О. Гідічева

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Постановка проблеми. Світовий туризм у ХХ – на початку ХХІ століття набув надзвичайно стрімкого розвитку. Тільки за другу половину минулого століття кількість жителів планети, які подорожували, зросла з 25 до 700 млн. осіб, а за доходами від світового експорту туристська індустрія вийшла на перше місце й випередила автомобільну, хімічну галузь, виробництво продуктів харчування, палива, комп'ютерної техніки тощо. За кількістю працюючих індустрія туризму стала найбільшою в світі. На планеті в ній зайнятий кожний 10-й працюючий.

У цих умовах набуває особливої актуальності професійна підготовка майбутніх фахівців у сфері туризму. Необхідно виконувати висококваліфіковану аналітичну й організаційну роботу, правильно оцінювати міжнародну ситуацію, обґрунтовано й чітко висловлювати свою точку зору.

Сучасні тенденції розвитку неперервної освіти – освіти впродовж життя, зміни на ринку праці спонукають до розробки перспективних моделей підготовки конкурентоспроможних фахівців, здатних забезпечувати прогресивний поступ суспільства.

Аналіз останніх наукових досліджень. Концептуальні засади професійної підготовки майбутніх фахівців ґрунтовно досліджували С.Я.Батишев, Р.С.Гуревич, А.О.Кирсанов, А.О.Лігоцький, Н.Г.Ничкало, С.О.Сисоєва, І.П.Смирнов; проблеми порівняльної професійної педагогіки – М.П.Лещенко, В.О.Кудін, Л.П.Пуховська, О.В.Сухомлинська; особливості професійної підготовки майбутніх фахівців для сфери туризму схарактеризовано в працях Є.О.Алілуйко, І.В.Зоріна, В.О.Квартальнова, Л.В.Кнодель, А.П.Коноха, В.К.Федорченко.

Мета дослідження. Розглянути сутність професійної підготовки майбутніх фахівців у сфері туризму в сучасних умовах та дослідити проблеми підготовки фахівців сфери туризму в Україні. Для її досягнення необхідно вирішити наступні завдання: 1) визначити сутність професійної підготовки майбутніх фахівців з туризму; 2) проаналізувати основні поняття порівняльно-педагогічного аналізу дидактичних систем підготовки фахівців сфери туризму.

Викладення основного матеріалу. Розвиток вищої освіти в Україні є однією з найважливіших національних завдань. Виходячи з національної доктрини розвитку освіти України у ХХІ столітті, вища

освіта має зазнати серйозних змін: придбати органічну гнучкість; диверсифікувати свої інститути, структури, організаційну основу, навчальні плани, програми спеціалізацій, моделі та форми організації занять; ввести нові інформаційні технології. Вища освіта в Україні повинна стати невід'ємним компонентом глобального освітнього проекту, ставши одночасно його рушійною силою і головним елементом, сприяючи інтеграції в цей проект інших ступенів і форм освіти шляхом зміцнення зв'язку з ними [1]. Для досягнення поставлених стратегічних цілей розроблені тактичні заходи. Їх суть полягає у створенні нової, сучасної моделі вищої школи управління (менеджерами) освіти, вченими-теоретиками, вченими-практиками, психологами та соціологами. У цій школі буде здійснюватися не тільки процес передачі знань, але і процес відтворення культурних людських цінностей [2].

На законодавчому рівні ідеї демократичних, гуманістичних змін в освітанській галузі закріплені, перш за все, в Конституції України, законах "Про освіту" та "Про вищу освіту", в "Національній доктрині розвитку освіти" та в законах прямої дії щодо кожного рівня освіти.

За документами ЮНЕСКО, мета освіти полягає в підготовці людини до індивідуальної відповідальності у справах зрілого буття [3].

На цих засадах базуються загальні вимоги до фахівців, визначені в "Проекті комплексу нормативних документів з підготовки фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня", розроблених Міністерством освіти і науки України: здатність освоїти і реалізувати наукові та культурні досягнення світової цивілізації з поважним ставленням до різних культур, релігій, прав народів і людини, ідеї збереження миру; вміння критично оцінювати і прогнозувати політичні, економічні, екологічні, культурні та інші явища на основі відповідного рівня знань, здатність засвоєння нових знань, програмних технологій і різноманітних нововведень; здатність до ефективного комунікативного взаємодії, у тому числі засобами інформаційних технологій; системне розуміння впливу зовнішнього середовища на діяльність організацій, підприємств і т. д.

Актуальність і доцільність дослідження викликана гострою необхідністю реформування всієї системи професійної підготовки фахівців на рівні бакалавра, спеціаліста та магістра. Дуже складно зараз визначити державну політику в сфері туризму взагалі і в підготовці фахівців даної сфери зокрема. Однак культурне поле України значно та перспективно. ХХІ століття характеризується надзвичайно швидким розвитком міжнародного туризму. В останні десятиліття він набув масового характеру. Цьому сприяли, як певні об'єктивні чинники (зокрема, підвищення життєвого рівня багатьох країн), так і діяльність міжнародних, регіональних та національних туристських організацій, які добиваються від держав забезпечення більшого доступу до туризму для різних верств населення. Таке зростання контактів між людьми різних

культур і смаків не може істотним чином не позначитися на розвитку сучасного світового співтовариства, зокрема, на розвитку його культури. Тому перспективи розвитку туристичної галузі в Україні обнадійливі, якщо орієнтуватися на шлях, пройдений багатьма європейськими країнами у сфері підготовки фахівців даного профілю. Як приклад можна звернути свої погляди на найближчого сусіда – Німеччину, де дуже багато робиться для вдосконалення та реформування всієї системи професійної освіти. У майбутньому нова рада експертів у Німеччині буде складати щорічний національний звіт про освіту, завдяки якому можна буде проводити регулярний аналіз якості освіти у всіх видах вищих шкіл і на всіх рівнях. Федеральний канцлер запропонував заснувати "Фундацію освіти і виховання", яка б разом з усіма зацікавленими установами надавала б сприяння реформуванню системи освіти. Мета: за десять років Німеччина прагне бути серед п'яти найбільш високоосвічених країн. Уряд України ставить перед собою більш скромні цілі. Проте їх досягнення вимагає значних зусиль з боку всіх верств суспільства.

Національна доктрина розвитку освіти, затверджена Указом Президента України 17 квітня 2002 року, передбачає забезпечення високої якості та професійної мобільності випускників вузів на ринку праці шляхом інтеграції вищих навчальних закладів різних рівнів акредитації, наукових інститутів та підприємств, а також впровадження гнучких програм, навчальних посібників нової якості та інформаційних технологій навчання. Найбільш пильну увагу слід приділяти науковим підходам до створення таких програм і посібників з метою вдосконалення всього процесу навчання і підготовки фахівця нової генерації. Наука стає формою безперервної освіти і продуктивною силою суспільства, а виробництво - способом і засобом реалізації проектів та ідей освіти і науки. Таким чином, нетрадиційна функція генерації ідей у сфері освіти визначається взаємним проникненням, зрощенням освіти, науки і виробництва, в результаті чого освіта набуває наукову спрямованість і продуктивний характер.

Як показують новітні дослідження, в сучасній економічній науці туристська галузь успішно розвивається останні 30 років. Більшою мірою своїм успіхом туризм зобов'язаний найширшій практиці використання всіляких інновацій у своїй сфері. Цифри і факти наочно показують, що такий розвиток туризму очікується і в найближчому майбутньому. Однак у даній сфері діяльності існують великі проблеми з підготовкою фахівців, які відповідають сучасним потребам галузі. Така освіта носить поки нестабільний і не фундаментальний характер. Це визначення має на увазі, коли говорять про те, що навчальні заклади та ініціативи з підготовки фахівців в них, що вживаються деякими компаніями та державними структурами зусилля, діють швидше все ще

інтуїтивно і інертно, ніж під тиском обставин і потреб даного сектора економіки як у минулому так і в наші дні.

На сучасному етапі освіта поглиблюється і розширюється, залучаючи все нові сфери в свою структуру. В останні роки з'явилося таке поняття як туристська освіта або підготовка фахівців для сфери туризму, перш за все, в розвинених країнах світу. Україна дбайливо зберігає свої культурні традиції, що може бути привабливою силою для туризму в нашій країні. Тим більш актуальні стає потреба для наших вчених, фахівців, викладачів, видавців звернути свої погляди на Європу, найрозвиненіші в туристській сфері європейські країни. Необхідно врахувати накопичений досвід організації туристської діяльності та туристської освіти в Німеччині, Італії, Іспанії, Швейцарії, Австрії, Туреччині, США, Китаї, Франції, Великобританії та інших розвинених країнах, створити власну самобутню національну структуру, яка б відповідала нашим традиціям, і в той водночас увібрала в себе все нове і сучасне, що напрацьовано в останні десятиліття в різних країнах світу.

Однією з найважливіших завдань туристської освіти в суспільстві має стати виконання його культурної та етичної місії. Туризм та культура покликані:

- зберігати і зміцнювати культурну самобутність;
- сприяти розповсюдженню і створення культурних цінностей;
- зберігати різноманіття культур та сприяти їх розквіту;
- активно сприяти поглибленню розуміння і гармонії між культурами, їх взаємозбагаченню;
- сприяти передачі культурних цінностей, які мають етичне значення.

Професійна освіта передбачає цільове виховання, перш за все, під час професійного навчання. Завдання професійного виховання такі: дисциплінувати (виховувати самостійність), культивувати (розвивати індивідуальність), цивілізувати (виховувати правильні орієнтири в суспільстві), організувати (виховувати моральне прагнення до позитивного). Як наука про виховання, педагогіка досліджує зв'язок між передумовами навчання, процесом навчання і його результатами. Для того, щоб дослідити основні чинники, що формують структуру, зміст, принципи та методологічні підходи в концепції туристської освіти, необхідно проаналізувати основні поняття порівняльно-педагогічного аналізу дидактичних систем підготовки фахівців сфери туризму.

У структуру понятійно-категоріального апарату порівняльно-педагогічного аналізу входить цілий комплекс понять, який можна охарактеризувати як структура, методи, принципи, стандарти дидактики професійної освіти, які є складовою загального поняття такого предмета, як педагогіка туризму. Основи педагогіки туризму закладені в таких категоріях, як:

- спеціалізація і навчання професії в сфері туризму;
- підвищення кваліфікації;
- підготовка педагогів для професійної підготовки фахівців сфери туризму;
- практика на туристському підприємстві;
- концепція навчання кожної конкретної професії у сфері туризму;
- зміст навчання конкретної спеціалізації;
- вимоги контролю якості навчання та екзаменаційні вимоги, як вища ступінь цього контролю;
- освітня політика навчального закладу в конкретному регіоні світу;
- реформування освітньої системи підготовки фахівців сфери туризму з метою посилення її конкурентоспроможності на світовому ринку праці.

Необхідно розкрити процес формування основних педагогічних понять у зв'язку з потребами навчально-виховної практики вищого навчального закладу, в якому готують фахівців для сфери туризму. Дидактику професійної освіти в сфері туризму складають наступні компоненти:

- організаційні форми професійної освіти в туристській сфері;
- концепція професійної освіти у сфері туризму;
- основи професійного підвищення кваліфікацій у сфері туризму;
- політика та реформування професійної освіти в сфері туризму розвинених країн світу [4,с.480].

Ці основні положення повинні червоною ниткою проходити крізь всі програми туристського навчання і освіти. Саме професійна підготовка у вищих навчальних закладах України має враховувати всі напрямки туристської діяльності, її особливості та зміни в епоху глобалізації. Успіх підготовки фахівця сфери туризму тісно пов'язаний з сучасними тенденціями в економіці в усьому світі і в кожній країні з урахуванням політичної, економічної та суспільної ситуації. Зберігаючи культурну самобутність, громадяни України повинні нести свою культуру в світ, сприяти збагаченню загальної культури та прагнути вести діалог культур.

Висновок. Таким чином, можна підсумувати, що під педагогікою туризму треба розуміти – новий напрямок педагогіки, предметом вивчення якого є процес формування особистості висококваліфікованого фахівця туристичної індустрії. Розглянувши сутність професійної підготовки майбутніх фахівців з туризму та проаналізувавши основні поняття порівняльно-педагогічного аналізу дидактичних систем підготовки фахівців сфери туризму, ми дійшли висновку, що підготовка фахівців сфери туризму виходить на якісно нові рубежі в розвинених країнах світу, тому системний аналіз функціонування даної дидактичної системи буде надзвичайно корисним для України, яка володіє значним

туристичним потенціалом і може стати в перспективі однією з найрозвиненіших у туристичному відношенні країною.

Перспективи подальших пошуків у напрямку дослідження означеної проблеми ми вбачаємо у експериментальному дослідженні результатів впровадження перспективних моделей навчання в процесі професійної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму.

Література

1. "Національна доктрина розвитку освіти", **Указ Президента України від 17.04.02.** [Електроний ресурс] / Указ Президента № 347/2002 від 17.04.02 року // Про Національну доктрину розвитку освіти. – Режим доступу <http://osvita.ua/legislation/other/2827> 2. **Швейцер А.** Благоговение перед жизнью. – М.: Прогресс, 1992. 3. **Мерло – Понті М.** Феноменология восприятия. [Електроний ресурс] / М. Мерло – Понті // Феноменология восприятия. Режим доступу <http://filosof.historic.ru> 4. **Алексюк А. М.** Педагогика вищої освіти України. – К.: Либідь, 1998. – 480 с.

Гідичева О.О. Професійна підготовка майбутніх фахівців з туризму в сучасних умовах

В дослідженні розкривається сутність професійної підготовки майбутніх фахівців у сфері туризму в сучасних умовах та розглядаються проблеми цієї підготовки в Україні.

Ключові слова: туризм, педагогіка туризму, туристська освіта.

Гидичева А.О. Профессиональная подготовка будущих специалистов по туризму в современных условиях

В исследовании раскрывается сущность профессиональной подготовки будущих специалистов по туризму в современных условиях и рассматриваются проблемы этой подготовки в Украине.

Ключевые слова: туризм, педагогика туризма, туристическое образование.

УДК [001:62] – 044.337

А.О. Гулей

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ»

Актуальність проблеми. Досвід економічного та соціального розвитку суспільства підтверджує, що сталий розвиток може бути забезпечений виключно завдяки розвитку та впровадженню інноваційних технологій, оскільки вони сприяють модернізації та структурній перебудові економіки. Інноваційні технології розглядаються і

вивчаються дуже давно, але і до тепер немає однозначного трактування цього поняття. Тому, розгляд сутності поняття «інноваційні технології» є досить актуальним на даному етапі розвитку будь-яких країн.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Незважаючи на значну кількість напрацювань вказаної теми, невичерпаними залишаються питання визначення понять «інновація», «технологія» та «інноваційні технології».

Роглядом даних питань займалися Й. Шумпетер, видатний український економіст М. Туган-Барановський та його учень і послідовник М. Кондратьєв, такі вчені як О. Фолом'єв, Є. Тільний, та багато інших науковців. У зв'язку з тим, що у кожного своя точка зору на розгляд та трактування даних понять, **метою** нашого дослідження є розгляд підходів вчених щодо трактувань понять «інновація» та «технологія» і визначення змісту поняття «інноваційні технології».

Виклад основного матеріалу. Дослідження проблем інноваційних технологій потребує визначення змісту поняття «інноваційні технології». Розгляд даного терміну слід розпочати з теоретичного підґрунтя понять «інновація» та «технологія». У літературі нараховується безліч визначень даного поняття: за ознакою внутрішньої структури, за масштабом, за параметрами життєвого циклу, за особливостями процесу впровадження і т. д.

Визначення і сутність поняття «інновація» перебувають у постійному розвитку та доповнюються певними аспектами, що враховують особливості та вимоги певного етапу розвитку. Поняття «інновація» походить від англійського слова innovation, що в перекладі з англійської означає «введення новацій». Але слід розрізняти терміни «новація» та «інновація». Р. А. Фатхутдинов під новацією розуміє новий порядок, новий процес, новий метод, нову продукцію або технологію – це оформлений результат фундаментальних досліджень, розробок або експериментальних робіт у будь якій сфері діяльності, який супроводжується підвищенням її ефективності [1, с.45]. Тобто з моменту прийняття новації до реалізації та розповсюдження вона набуває нової якості, та стає інновацією.

Інновація – це винятково важлива для сьогодення економічна категорія. Вперше цей термін використав відомий австрійський економіст Йозеф Шумпетер (1883-1950), який у 1912 р. в праці «Теорія економічного розвитку» вжив словосполучення «нова комбінація», маючи на увазі нову якість засобів виробництва, що досягалася шляхом певних поліпшень існуючого обладнання, введення нових засобів виробництва або систем його організації [2, с. 36]. У наступних працях Шумпетер, замість терміна «нова комбінація», застосовував термін «інновація». Проте сутність зазначеного явища розглядалася ще його попередниками: видатним українським економістом М. Туган-Барановським та його учнем і послідовником М. Кондратьєвим. Висновки Барановського визнані в Україн-

ський економічній енциклопедії як закон Туган-Барановського, виражають внутрішньо-необхідні, сталі й суттєві зв'язки між виробництвом і споживанням, за яких процес виробництва детермінує процес споживання через механізм нагромадження капіталу та його інвестування в нові технології та виробництво [3, с. 47]. Особливістю закону Туган-Барановського (інноваційної теорії) є системне цілеспрямоване втручання держави в економіку з метою підтримки науки, науково-технічного потенціалу та його впровадження у виробництво. Розробки нашого співвітчизника мають світове визнання та продовження. Теорія циклів та криз Туган-Барановського розглядається у світовій економічній літературі як така, що знаменувала собою розрив з минулим, визначила принципово новий етап у розвитку цієї теорії.

Й. Шумпетер розвинув теорію М. Туган-Барановського і вважав що інновацію є «непостійний процес впровадження нових комбінацій в п'яти наступних випадках: введення нового товару, впровадження нового методу виробництва продукції, відкриття нового ринку, завоювання нового джерела сировини або напівфабрикатів незалежно від того, чи існував він раніше, впровадження нової організаційної структури» [2, с. 159]. На його думку, нововведення використовується переважно в області технології виробництва або управління певною господарською системою. Однак з розвитком економіки поняття «інновація» набуло більш широкого змісту і використовується тепер не тільки в області технології виробництва, а й в області управління кадрами, торгової політики, фінансово-кредитної системи та ін..

Фолом'єв О. М. трактує інновацію «як форму прояву науково-технічного прогресу, результат творчої інтелектуальної праці людини, пов'язаної із поновленням усіх сфер діяльності людини» [4, с. 15]. Але дане визначення враховує лише науково-технічний аспект створення та виробництва нової продукції, а, отже, є надто вузьким.

Тільним Є. О. інновації розглядаються, як «новостворені (застосовані) і вдосконалені конкурентоздатні технології, продукції або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери [5, с. 171].

«Інновація, на думку Т. Тідда, Д. Бессанта і К. Павітта, – це процес перетворення можливостей у нові ідеї, які широко впроваджуються в практику» [6, с. 10]. Але, це не тільки процес перетворення можливостей у нові ідеї, а й, навпаки, впровадження ідей з врахуванням можливостей.

В Енциклопедії ринку подається таке визначення: «інновації, нововведення – нове явище в різних сферах життєдіяльності людства» [7, с. 396]. З даного трактування не зрозуміло: інновація – це процес чи вже результат. Тому більш точним буде дане трактування, інновація – це процес, під час якого відбувається науковий пошук та впровадження.

Аналіз трактувань поняття «інновація» різними вченими підводить до висновку, що більшість із них ґрунтується на концепції Й. Шумпетера, який визначав відкриття, винахід нового пристрою або технології як початкову подію, а інновацію з погляду економічного застосування, що означає створення нових ресурсів або використання вже відомих в інший спосіб. Отже, світова економічна думка інтерпретує інновацію як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, утілений в нових продуктах і технологія.

На основі вищезазначених трактувань можемо зробити висновок, що під «інноваціями» будемо розуміти процес створення нової або вдосконалення існуючої продукції (товару, роботи, послуги) з метою забезпечення суспільного прогресу, підвищення рівня ефективності в різних сферах життєдіяльності людства.

Інновація і технологія тісно пов'язані між собою, оскільки саме через технологію інновація знаходить своє поширення і дифузю. Тому, наступним етапом у дослідженні поняття «інноваційні технології» є визначення змісту поняття «технологія».

Саме поняття «технологія» означає: *téchne* – мистецтво, майстерність, вміння, а *logos* – вчення, поняття. Термін «технологія» було започатковано наприкінці XVIII-початку XIX ст. Іоганом Бекманом. Він застосував даний термін, назвавши навчальну дисципліну, яку викладав у германському університеті в Гетінзі, та опублікувавши наукову працю «Введення у технологію». В цілому І. Бекман розглядав поняття «технологія» як «сукупність ремісничого мистецтва, навичок, знарядь, виробничих операцій і т. ін.» [8, с. 247].

У словниках поняття «технологія» переважно трактують як сукупність знань, відомостей про послідовність окремих виробничих операцій у процесі виробництва чогось. Так, у Великому тлумачному словнику сучасної української мови подається таке визначення: «сукупність способів обробки чи переробки матеріалів, виготовлення виробів, проведення виробничих операцій тощо [9, с. 1245], а у короткому тлумачному словнику української мови – «наука про переробку і обробку матеріалів, способи виготовлення продукції та сукупність прийомів, застосовуваних у різних сферах діяльності» [10, с. 268].

Мескон М., Альберт М., Хедоурі Ф. вважають, що технологія – це «будь-який засіб перетворення вихідних матеріалів, нехай то будуть люди, інформація чи фізичні матеріали, для одержання бажаної продукції чи послуг» [11, с. 697]. У даному визначенні технологія вважається елементом, а ми ще раз хочемо наголосити, що це є наука про перетворення.

Анохін М. Г. пропонує таке визначення поняття: «технологія – це цілісна динамічна система, що включає апаратно-гарматні засоби, операції і процедури діяльності з ними, управління цією діяльністю, необхідні для цього інформацію і знання, енергетичні, сировинні, кадрові і інші ресурси, а також сукупність економічних, соціальних, екологічних

і інших наслідків, що певним чином впливають і змінюють соціальне і природне «місце існування» даної системи; сукупність процесів цілеспрямованої усвідомленої зміни, які утворюють взаємо-зв'язані цикли логічно обумовлених перетворень речовини, енергії і інформації» [12, с. 102].

Отже, на основі поданих тлумачень, визначимо, що технологія – це наука про перетворення матеріалів або інформації з метою впливу на ту чи іншу діяльність або її зміни в цілому.

Вивчення сутності понять «інновація» та «технологія» з погляду вчених дозволяє виділити ключові їх характеристики і визначити зміст поняття інноваційні технології, як процес створення нової або вдосконалення існуючої продукції (товару, роботи, послуги) на основі наукових перетворень та системного набору прийомів і засобів з метою забезпечення суспільного прогресу, підвищення рівня ефективності в різних сферах діяльності людства.

Висновки. Розглянувши трактування понять «інновація» та «технологія» з точки зору різних вчених, завдяки чому визначили зміст поняття «інноваційні технології».

Перспективами подальших наукових розробок є наукове обґрунтування напрямів використання інноваційних технологій у різних сферах людської діяльності.

Література

- 1. Фатхутдинов Р. А.** Инновационный менеджмент : Учебник / Р. А. Фатхутдинов. - СПб. : Питер, 2005. – 448 с.
- 2. Шумпетер Й.** Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982.– 456 с.
- 3. Туган-Барановский М. И.** Промышленные кризисы. Очерк из социальной истории Англии / М. И. Туган-Барановский. – Киев : Наук. думка, 2004. – 368 с.
- 4. Фоломьев А. Н.** Национальная промышленность и научно-техническая политика России, их влияние на решение экологических проблем // Морозовский проект «Экологический менеджмент». – М.: РАГС, 1995. – С. 14-19.
- 5. Тільний Є.О.** Стратегія інноваційної діяльності як засіб реалізації інноваційних рішень // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. – Вип. 5. – С. 170-174.
- 6. Антонюк Л. Л., Поручник А. М., Савчук В. С.** Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: Монографія. – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
- 7. Энциклопедия рынка.** – Том 3. – М., 1996. – 461с.
- 8. Каширин В. П.** Философские вопросы технологии: Социологические, методологические и техноведческие аспекты. – Томск: Изд-во Томского ун-та, 1988.
- 9. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і гол. ред. Бусел В. Т. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2003.**
- 10. Короткий тлумачний словник української мови / Уклад. Гринчишин Д., Гумецька Л., Карпова В. та ін. – К.: Рад. шк., 1978.**
- 11. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф.** Основы менеджмента / Пер. с англ. Общ. ред. и вступ. ст.

Л.И.Евченко. – М.: Дело, 2000. 12. Анохин М. Г. Политические технологии // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия «Политология». – 2000. – № 2. – С. 101-104.

Гулей А.О. Сутність поняття «інноваційні технології»

У статті розкривається суть понять «інновація» та «технологія», з точки зору різних науковців, відповідно до чого визначено зміст поняття «інноваційні технології» як одного із основних чинників забезпечення сталого розвитку країни у різних сферах діяльності.

Ключові слова: інновація, технологія, інноваційні технології.

Гулей А.А. Сущность понятия «инновационные технологии»

В статье открывается сущность понятий "инновация" и "технология", а в соответствии с ними, определяется понятия «инновационные технологии» как один из основных факторов обеспечения устойчивого развития.

Ключевые слова: инновация, технология, инновационные технологии.

УДК 338.483.1 (477)

М. С. Єфремова

ДО ПИТАНЬ ЩОДО КЛАСИФІКАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ

Постановка проблеми. Важливе значення для туризму мають туристичні ресурси, які за правило, є основною метою подорожей, саме вони зумовлюють і визначають найважливіші показники туризму, такі як кількість туристів, ціна на послуги, географія подорожей, тривалість перебування та ін. Тому комерційна робота в галузі туризму повинна будуватися на всебічному врахуванні туристичних ресурсів як в цілому по країні, так і по окремих її регіонах.

На сьогодні в науковій літературі немає загальної думки щодо класифікації туристичних ресурсів, тому вивчення цієї проблеми є актуальним. Актуальність проблеми обумовлена, з одного боку, великим інтересом до проблеми щодо класифікації туристичних ресурсів в сучасній науці, з іншого боку, її недостатньою розробленістю. Розгляд питань пов'язаних з даною тематикою носить як теоретичну, так і практичну значимість.

Аналіз останніх досліджень. Більшість вчених особливу увагу приділяють вивченню туристичних ресурсів, що знайшло відбиток в

роботах О. О. Любіцевої В. І. Стафійчука В. І. Мацоли, Д. В. Ніколаєнко та ін.

Метою статті є висвітлення сучасних підходів щодо класифікації туристичних ресурсів.

Викладання основного матеріалу. У науковій туристичній літературі класифікація туристичних ресурсів тлумачиться по-різному.

Поняття «туристичні ресурси» та «класифікація туристичних ресурсів» й до сьогодні не мають загального вивчення. Щодо класифікації туристичних ресурсів, то в науковій літературі розглядається велика кількість різних підходів щодо їх класифікації.

Так, російський вчений А. С. Кусков поділяє туристичні ресурси на дві великі групи, а саме на безпосередні та непрямі [1]. До першої групи він відносить переважно природні та історико-культурні ресурси, які використовуються самими туристами і відпочиваючими. До другої - непрямі (або соціально-економічні). Ці ресурси залучаються для освоєння та використання безпосередніх туристичних ресурсів. Їх поділяють на матеріальні, технічні, фінансові, трудові та ін. За функціональною ознакою туристичні ресурси ділять на оздоровчі, пізнавальні та спортивні.

В основі класифікації М.Труасі (польського економіста) лежить поділ туристичних ресурсів за джерелом створення, а саме створені й нестворені працею людини [2,с.378]. М.Труасі виділяє наступні три групи туристичних ресурсів: 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; туристичні ресурси, створені працею людини, тобто архітектурні споруди, пам'ятники, витвори мистецтва й ін.; «додаткові» туристичні ресурси, створені працею людини для надання послуг, охоплюють інфраструктуру району і всі підприємства з прийому і обслуговуванню туристів.

Вітчизняний вчений Н.Г.Крачило весь комплекс туристичних ресурсів поділяє за предметною сутністю ресурсів: 1) природні: клімат, водні ресурси, мінеральні джерела і лікувальні грязі, рельєф, печери, рослинний і тваринний світ, природні заповідники, унікальні природні об'єкти та ін.; 2) культурно-історичні: музеї, виставки, театри, етнографічні особливості, фольклор та ін.; 3) соціально-економічні: економіко-географічне положення, транспортна доступність території, рівень забезпечення обслуговування населення та ін. [3].

А. П. Дурович відзначає, що туристичні ресурси є національним досягненням. Частина з них, що має особливе значення, віднесена до об'єктів і пам'ятників світового значення, перелік яких встановлює і щороку оновлює ЮНЕСКО [4].

Велике значення для розвитку як міжнародного, так і внутрішнього туризму мають туристичні ресурси, які є основною метою подорожей. Дотримуючись класифікації запропонованої В. Ф. Кифяком, можна виділити три групи туристичних ресурсів: рекреаційні (природні) ресурси — унікальні явища природи, печери, водоспади, скелі, заповідники, гори, річки, моря, лікувальні води, кліматичні умови і бальнеологічні можливості; об'єкти, які представляють історичне та культурне минуле країни, - музеї, пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, життям та діяльністю відомих представників науки, техніки, культури, а також унікальні архітектурні та етнографічні об'єкти: об'єкти, які демонструють сучасні досягнення країни в промисловості, будівництві, сільському господарстві, науці і культурі, медицині та спорті [5].

Також існує думка І. М. Школи, що туристичні ресурси можна розділити на три групи: природні; інфраструктурні; історико-культурні [6]. Класифікації з якими ми ознайомилися у ході дослідження мають певне научне значення, але на нашу думку більш ґрунтовною є класифікація яку запропонував Н.П. Крачило.

Висновок. Розглянувши всі класифікації, запропоновані вченими, можна сказати, що туристичні ресурси діляться на природні (природного походження) і штучні (створені в результаті людської діяльності). Динамічний розвиток туризму та рекреації потребує розвитку як тих і інших ресурсів, оскільки навіть при дуже високій цінності природних ресурсів, відсутність сучасної інфраструктури, засобів зв'язку, підприємств спорту та дозвілля негативно відіб'ється на значимості території як туристського центру.

Перспективи подальших досліджень. Результати даного дослідження надають змогу систематизувати наявні в Україні туристичні ресурси, а також можуть бути використані в науково-дослідній роботі та при розробці туристичних маршрутів.

Література

- 1. Кусков А.С.,** Джаладян Ю.А. Основы туризма: учебник./А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: КНОРУС, 2010,400с.
- 2. 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.**
- 3. Крачило Н.Г.** География туризма. / Н.Г. Крачило. – К.: Виша школа, 1987. – 208с.
- 4. Дурович А.П.,** Н.И. Кабушкин, Т.М. Сергеева и др.. Организация туризма: Уч. Пособие. / А.П.Дурович и др.. – Под редакцией Н.И. Кабушкина и др.- Новое издание, 2003.-632 с.
- 5. Кифяк В.Ф.** Организация туризма: Учебное пособие. / В.Ф. Кияк. - Черновцы: Книги – 21, 2008. – 344с.

6. Школа И.М. Менеджмент туризма: Учебное пособие. / И.М. Школа. – Черновцы: Книги – 21, 2005. – 596с.

Єфремова М.С. До питань щодо класифікації туристичних ресурсів

В статті розглядаються сучасні підходи щодо класифікації туристичних ресурсів та їх значення задля розвитку туризму.

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

Ефремова М.С. К вопросам о классификации туристических ресурсов

В статье рассматриваются современные подходы к классификации туристических ресурсов и их значение для развития туризма.

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

УДК 338.48(100)

В. Ю. Захарченко

**ЗБІЛЬШЕННЯ СЕГМЕНТУ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ТУРІВ
НА СВІТОВОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ**

Постановка проблеми. Міжнародний туризм, особливо в останнє десятиліття зазнає значні труднощі у зв'язку з потоками національних і міжнародних туристів, що збільшуються, в традиційно популярні рекреації, не помічаючи, а інколи і через відсутність необхідної інформації, що в світі є унікальні туристські простори, чекаючі багатонаціональних любителів подорожувати. [1, с.302].

Сучасний характер туристського попиту складається під впливом суб'єктивних та об'єктивних чинників. З появою нових цінностей в психології людини відбуваються глибокі зміни. Вони обумовлені наступними моментами: безпосереднім самовираженням і самоствердженням особою своїх фізичних і духовних даних; перегляду стосунків з іншими індивідуумами, соціальними групами і установами; формуванням іншого відношення до природи. Кажучи об'єктивно: основні напрями розвитку туризму на перспективу визначаються чинниками соціального, економічного, політичного та екологічного характеру.

Враховуючи, що кожному виду туристичного продукту відповідає свій загальний набір потреб, властивих людям, інтегрованих цим

продуктом, відповідно встановлюється і свій набір послуг; програм їх надання, здатних повністю задовольнити всі ці потреби [2, с.64]. Можна стверджувати, що кожен вид туризму по-своєму індивідуальний та знаходить «свого покупця».

Відбувається спеціалізація і індивідуалізація попиту. Туристи все більше віддають перевагу індивідуальним поїздкам, вибраним за власним смаком. Групові тури на загальновідомі і явно «перенаселені» курорти багатьох вже не задовольняють. У зв'язку з цим туристські фірми не адресують свій продукт туристам в цілому, а орієнтуються на задоволення конкретних цільових груп клієнтів, до яких належать споживачі індивідуальних турів. Та недостатня увага до окремих потреб туристів, невелика кількість варіантів їх задоволення, призвело до того, що цей вид продукту вважається «неякісним» чи занадто дорогим.

Аналіз останніх наукових досліджень. Концептуальні чинники впливу індивідуальних турів на світовий туристичний ринок досліджували Н.В.Антонюк, Н.М.Ганич, Г.М.Долматов, Е.П.Драчова, Ю.В.Забаєв, Д.К.Ісмаєв, В.А.Квартальнов, М.П.Мальська. Питання особливості індивідуальних турів як конкурентоспроможного туристичного продукту розглядали В.А.Веткін, Ю.А.Джаладян, А.С.Кусков проте, враховуючи, швидку зміну світових туристичних тенденцій, питання формування та впровадження індивідуальних турів потребує більш детального розгляду.

Мета дослідження: Визначити місце індивідуальних турів на світовому туристичному ринку, враховуючи майбутні тенденції розвитку туристичної індустрії.

Викладення основного матеріалу. Згідно з дослідженням ЮНВТО «Туризм – панорама 2020» збільшення світових туристських прибуттів в період між 2000 і 2020рр. прогнозується більш, ніж удвічі[3].

У 2020 році світові доходи від туризму складуть до 2 трильйонів доларів. Розвиток туризму по регіонах буде нерівномірним [4, 5]. Найвищі темпи приросту очікуються в країнах Азії і Тихого океану, в Європі і Америці вони будуть нижчі загальносвітових. Доля цих двох регіонів в прибутті туристів впаде з 79,1% в 1995 р. до 62,6% в 2020 р. Одночасно очікується і зростання доходів від туризму - з 399 млн. дол. США в 1995 г до 2 трильйонів дол. США в 2020 г, або в п'ять разів. Також збільшаться витрати туриста на одну подорож - з 707 дол. США в 1995 р., до 1248 дол. США в 2020 г, або в 1,8 разу. Найбільш відвідуваною країною стане Китай. Високі темпи зростання очікуються також у Гонконзі і Росії. Доля Китаю і Гонконгу складе 12,3% загальносвітового потоку. Найбільша туристська рухливість населення очікується в Нідерландах, Німеччині, Великобританії, Канаді і Японії, де на одного жителя країни доводиться по 1,5—2 поїздки за кордон у рік [6]. Це говорить про поляризацію туристських переваг, з одного боку, що характеризується зміцненням позицій масового туризму в розвинених

туристських країнах, а з іншою, збільшенням попиту на індивідуальний або спеціалізований туристський продукт. У зв'язку з цим генеральний секретар Усесвітньої туристської організації Талеб Ріфаї, виступаючи на міністерському саміті UNWTO в рамках виставки World Travel Market, призвав уряди у всьому світі підвищити статус туризму в своїх країнах. Оскільки цей сектор ринку може активно підтримати процес відновлення економіки, сприяти створенню робочих місць і стійкому розвитку регіонів. «Не дивлячись на те, що вклад туризму в зростання економіки доведений, зростає спокуса ввести і збільшувати податки на подорожі, особливо у сфері повітряного транспорту, – сказав пан Ріфаї. – Це негативно впливає на здатність галузі стимулювати економічне зростання за допомогою вступів від експорту, у край важливих для стабільного відновлення економіки» [7].

Враховуючи вище наведені дані ВТО, Комісія Європейського союзу, відзначила деякі чинники розвитку індивідуального туризму:

1. У структурі родинного бюджету вага витрат на туризм, подорожі і транспорт збільшуватиметься швидше, ніж на інші види.

2. Зросте попит на гнучкі індивідуальні, родинні, групові туристські програми.

3. Розвиток інформаційних технологій сприятиме підвищенню ваги індивідуального бронювання і формування турів і скороченню термінів бронювання.

Основні зміни відбуваються в стилі відпочинку. Пасивне проведення часу на пляжі, хоча і залишається найбільш поширеною формою проведення відпустки, все в меншій і меншій мірі відповідає процесу зростаючої диверсифікації індивідуальних запитів. На зміну "трьом S" море-сонце-пляж (Sea-sun-sand) поступово приходить формула "три L" національні традиції-пейзаж-дозвілля (Lore-landscape-leisure). Вона щонайкраще відповідає новим цінностям, які затверджуються в психології людини і отримують вираження в поведінці і мисленні сучасного туриста[4]. Зміна частоти і тривалості туристських поїздок говорить про те, що частотність має довгострокову тенденцію до зростання, тривалість – до зменшення. Це явище отримало назву «Подорожі з інтервалами». Причина полягає, перш за все, в прагненні споживачів до так званого «розщеплювання» основної відпустки. Замість однієї тривалої відпустки в рік, перевага віддається 2-3 коротким турпоїздкам (наприклад, 11 днів літньої відпустки, 5-7 днів відпочинку взимку і 2 поїздки у вихідні або святкові дні). Коротку, але інтенсивнішу в порівнянні з основною відпустку відрізняють такі особливості, як: вищий рівень витрат туристів за один туродень; велика активність і мобільність туристів. Крім того, «подорожі з інтервалами» допомагають вирішити одну з найгостріших проблем туристської галузі – згладити сезонну нерівномірність в роботі туристських підприємств [2].

Такий напрям як індивідуальні тури, адресний продукт — зберігає високий попит. «Сьогодні є інтерес до пізнавальних програм в області історії, культури, зоології, — розповідає Ганна Підгірна, генеральний директор компанії “Пегас-Турістік”, — тому ми розширили такі пропозиції. Це не важко — будь-яка країна має потужний екскурсійний потенціал»[8].

Проте, туристичні оператори відчули сильну конкуренцію з боку авіакомпаній, які почали продавати власні тури, комбінований авіабілет з послугами прямих постачальників туристичних послуг (готелів, екскурсійних бюро та інших). Нижчі авіатарифи для власників турів дозволяють авіакомпаніям пропонувати тури за вигіднішими цінами.

Позиції туристичних операторів також можуть послабитися в зв'язку з тим, що споживчі потреби змінюються у бік більшої незалежності та індивідуальних подорожей на відміну від буденних турів [9, с.43].

Попит на адресний продукт означає і збільшені вимоги до сервісу. «Щоб задовольняти цей попит, ми створили в компанії вір-відділ, хоча працюємо на масовому ринку. Його фахівці повинні не лише уміти бронювати потрібні готелі, але і миттєво виконувати вимоги клієнтів, продумувати всі тонкощі. Наприклад, розуміти, що подати чорний лімузин клієнтові можна лише увечері, тому що сонячним ранком така машина виглядатиме безглуздо», — стверджує Підгірна.

У більшості своїй туристські переваги зарубіжних туристів пов'язані з високим рівнем сервісу і розумним співвідношенням ціни та якості. Ці умови в даний час і в найближчому майбутньому будуть переважними при виборі туристських мандрівок.

Таким чином, індивідуальні тури стають «масовим явищем», за визначенням, це - особливим чином збудована індивідуальна програма. Що охоплює такі основні аспекти туру, як маршрут переміщення, ритм просування по маршруту. Важливо підкреслити, що маршрут індивідуального туру доволі часто включає відвідини і "нетуристичних" місць. Сьогодні велика частина таких поїздок здійснюється в екзотичні регіони. У цю категорію потрапляють країни Південної і Латинської Америки, Африка, Полінезія. Саме у цих регіонах люди з цивілізованого світу налаштовані на зустріч з чимось незвичайним, це означає, що їм слід так організувати тур, щоб ця зустріч відбулася.

Одним з визнаних джерел туристичної статистики є періодичне видання «The Tourist Review» Міжнародної асоціації учених – експертів з туризму (International Association of Scientific Experts in Tourism – AIAEST) відзначають, що на даний момент близько 70-80% потоків – це індивідуальні туристи, які подорожують, як правило, в ближчі до їх постійного місця перебування країни [10, с.65].

Таким чином, одна з відомих сучасних науковців, Е.А.Джанджугазова, виділяє основні тенденції розвитку світового

готельного і туристичного ринку. Значними для індивідуального туризму є:

- Поширення сфери інтересів готельного і туристичного бізнесу на інші продукти і послуги, що раніше надаються підприємствами інших галузей;
- Посилення спеціалізації готельного і туристичного бізнесу, що дозволяє чіткіше орієнтуватися на певні сегменти споживачів і зробити туристичний продукт витонченішим;
- Глибока персоніфікація обслуговування і повна концентрація на запитах і потребах клієнтів [11, с.179].

Враховуючи ці тенденції можливо передбачити подальший розвиток попиту на туристичному ринку.

Висновки. Урахування фактів, які наведені у цій статті, можливо значно прискорити впровадження та розширення сегменту індивідуальних турів та світовому та українському туристичному ринку, що у свою чергу, матиме позитивний вплив на формування як міждержавних відносин так і поліпшення соціального сприйняття туризму у межах туристичних регіонів, як значної частини доходу держави та її громадян.

Перспективи подальших досліджень. Висновки і рекомендації, зроблені на підставі проведеного дослідження, можуть бути використані у розвитку нових напрямків світових туристичних потоків, веденні державної політики в області туризму з метою вдосконалення наявної системи державного регулювання в Україні, що дозволить вирішити низку проблем розвитку вітчизняної галузі туризму та формуванні її нових галузей.

Література

1. **Долматов Г.М.** Международный туристический бизнес (история, реальность и перспективы): учебное пособие/ Долматов Г.М. – Ростов-на-Дону, 2001. – 320 с.
2. **Веткин В.А.** Технология создания туристического продукта: учебное пособие/ Веткин В.А. – М., 2008. – 200с.
3. <http://unwto.org/ru>
4. **Квартальнов В.А.** Международный туризм: политика развития: учебное пособие / В.А.Квартальнов. – М.: Советский спорт, 2003 – 856 с.
5. **Квартальнов В.А.** Туризм: учебник/В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 302 с.
6. **Устюгова Е.В.** Развитие российских предприятий сферы туризма на международном рынке туристских услуг : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05, 08.00.14 : М., 2004. – 223 с. РГБ ОД, 61:04-8/4719
7. <http://www.rv.org.ua>
8. <http://www.ippnou.ru>
9. **Мальська М.П.** Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник/ Мальська М.П., Антонюк Н.В, Ганич Н.М. – К. – 2008. – 661 с.
10. **Драчёва Е.П., Забаев Ю.В., Исмаев Д.К.** Экономика и организация туризма: международный туризм: учебник/ Драчёва Е.П., Забаев Ю.В.,

Исмаев Д.К. – М. – 2010. – 568с. **11. Кусков А.С.** Основы туризма: учебное пособие/ Кусков А.С., Джаладян Ю.А. – М. – 2010. – 400с.

Захарченко В.Ю. Збільшення сегменту індивідуальних турів на світовому туристичному ринку

В даній роботі розкривається питання індивідуалізації і спеціалізація попиту туристичних споживачів, що призвело до збільшення сегменту індивідуальних турів на світовому туристичному ринку. Реальність та перспективи впровадження індивідуальних турів.

Ключові слова: індивідуальний тур, міжнародний туризм, туристичний попит.

Захарченко В.Ю. Увеличение сегмента индивидуальных туров на мировом туристическом рынке

В данной работе раскрывается вопрос индивидуализации и специализации спроса потребителей туристического продукта, что привело к увеличению сегмента индивидуальных туров на мировом туристическом рынке. Реальность и перспективы внедрения индивидуальных туров.

Ключевые слова: индивидуальный тур, международный туризм, туристический спрос.

УДК [338.488.2: 640.4] (477.61)

О. В. Калінкіна

**НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ
ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ
ГОСПОДАРСТВІ НА ПРИКЛАДІ ЛУГАНСЬКА**

Постановка проблеми. Технології в області гостинності розвиваються стрімко. Це пов'язано з тим, що перед власниками готелів стоять два основних завдання: отримати якомога більше клієнтів, організувавши максимальну кількість продажів, і завоювати гостя, зробивши його постійним клієнтом. Здійснити ці завдання без інноваційних рішень неможливо. Боротьба за кожного гостя, особливо в умовах кризи, вимагає від готелів модернізації як в технологіях, так і в свідомості. Перешкоди до впровадження інноваційних технологій зазвичай наступні: вартість самої інноваційної розробки, необхідність адаптації до неї самого підприємства і, нарешті, те, що управлінці, зазвичай, зосереджені на здобутті прибутку з поточної діяльності підприємства.

Аналіз основних досліджень. Тема покращення якості в умовах великої конкуренції дуже актуальна і цікавить багато дослідників. У статті О. Сокирянської «Термінали самообслуговування у ресторанах фаст-фуд» розглядаються позитивні сторони впровадження обслуговуючих терміналів у світових закладах швидкого харчування, а також результати опитувань населення стосовно цього питання. Стаття Т. Жукової «Інноваційні технології у готельному бізнесі» визначає, які саме інновації мають найбільший попит і вплив на сучасну індустрію гостинності. Проте, ці статті розглядають проблему у глобальному сенсі, і цього недостатньо щоб оцінити стан індустрії в обмеженому просторі (такому, як місто Луганськ) із своїми економічними, ресурсними і цільовими особливостями. У зв'язку з цим необхідно на основі існуючих даних дослідити обрану тему у рамках світу і нашого міста.

Мета цього дослідження – виявити, які технології покращення якості використовуються сьогодні найпоширеніше; виділити ті, що були впроваджені у закладах розміщення і харчування м. Луганськ; оцінити ступінь розвитку, на якому знаходиться готельно-ресторанний бізнес Луганщини у порівнянні із світовим рівнем; визначити основні тенденції і перспективи розвитку індустрії у напрямку, що розглядається.

Виклад основного матеріалу. Основними сучасними тенденціями у сфері готельно-ресторанного бізнесу є:

- Впровадження у перелік послуг таких, що раніше не надавалися, або були характерними для інших підприємств (наприклад, організація виставок, майстер-класів; послуги няні у закладах харчування);
- Сегментація бізнесу з метою надання більш спеціалізованих послуг чітко виділеному колу споживачів;
- Впровадження новітніх комунікаційних та інформаційних технологій;
- Глобалізація і концентрація ринку.

Введення в готельний бізнес нових інформаційних технологій сприяє поліпшенню якості обслуговування при одночасному скороченні персоналу. Комп'ютеризація готелів, що почалася ще в 80-х рр. ХХ ст, в даний час проходить швидкими темпами і по двох головних напрямках:

1) підключення готелів до світових транснаціональних комп'ютерних мереж універсального і спеціалізованого призначення для здійснення функції постійного і швидкого бронювання місць в готелі з будь-якої точки планети;

2) автоматизація трудомістких технологічних процедур з управління готелем (процедур планування, обліку, контролю), а також автоматизація технологічних процедур життєзабезпечення і забезпечення безпеки. Комп'ютерні технології дозволяють вирішувати багато завдань сучасного менеджменту і маркетингу більш досконаліми засобами. Відомі готельні корпорації слідом за авіакомпаніями стали свого часу піонерами використання комп'ютерних готельних систем як для

внутрішнього управління, так і створення власних транснаціональних комп'ютерних систем бронювання і резервування місць.

Наступним кроком у впровадженні новітніх технологій у наданні готельних послуг є покращення безпеки шляхом удосконалення системи ключів у кімнатах гостей. Технології безпеки в області гостинності змінюватимуться миттєво, як стверджують експерти в області цифрових систем, особливо це торкнеться світової готельної індустрії.

Головний чинник, що мотивує власників готелів і ресторанів звертатися до інновацій – це попит споживачів. Отже, необхідно чітко знати, чи знайде те чи інше впровадження свою аудиторію. Під час одного опитування більшість людей вказали на доступ в мережу Інтернет і Wi-Fi як на найважливіші інновації, що упроваджуються в готельних номерах і інших закладах, у яких надаються довгострокові послуги [1].

Всі вищевказані інновації можна назвати матеріальними засобами покращення якості обслуговування. Але існують також тенденції, які пов'язані з такою якістю будь-якої послуги, як нематеріальність. Такими технологіями є заснування шкіл з навчання технології надання готельних і ресторанних послуг як починаючих працівників, так і з підвищення кваліфікації професіоналів. Прикладом такого закладу є школа ресторанного бізнесу «Класік» у м. Києві. До цієї школи приїжджають бармени, офіціанти і ресторатори з усієї країни, в тому числі – з нашого міста [2]. Також набуває актуальності і навчання персоналу, що спілкується із гостями, іноземним мовам. Адже кількість іноземців, що відвідують наше місто, зростає рік за роком. Така загальна тенденція, як сегментація ринку з метою звуження і персоналізації кола споживачів, теж сприяє покращенню якості послуг. Сучасні власники закладів харчування чітко виділяють той сегмент населення, в якому вони зацікавлені і створюють такий імідж підприємства, щоб люди бачили, що саме для них створений цей заклад і не розчаровувалися, увійшовши до нього.

Щоб дізнатися, які саме поліпшення необхідні споживачам аби відчуватися у вашому закладі якнайкомфортніше, можна удатися до одного з простіших засобів – анкетування. Незважаючи на те, що це не потребує ні матеріальних, ні жодних інших зусиль, використовується такий метод не дуже часто, адже вважається неефективним і не приваблюючим увагу клієнтів.

Розглянемо, наскільки широко всі вказані інновації використовуються у закладах розміщення і харчування в нашому місті. У зв'язку з тим, що кожного року в Луганську збільшується кількість готельних підприємств, стрімко збільшується конкуренція у даному секторі ринку. Перед закладами, що відкрилися нещодавно, стоїть необхідність звернути на себе увагу клієнтів, які раніше були орієнтовані на готелі, що вже встигли себе зарекомендувати. Більш старі заклади, незважаючи на наявність досвіду, сформовану репутацію, зазвичай

вигідне місце розміщення, мають одне слабе місце – застара матеріально-технічна база. Користуючись цим, власники нових готелів оснащують номери за останнім словом техніки, виграючи у споруд і інтер'єрів радянського періоду.

Сьогодні практично всі заклади гостинності у Луганську надають не тільки послуги з розміщення, але й багато інших, часто тих, що не відносяться до нього. Так, у готелі «Слов'янська» працює стоматологічний кабінет і картинна виставка, у готелі «Дружба» - сауна; готель «Луганськ» надає послуги з організації весіль і ювілеїв. Такий широкий список послуг дає гостям міста можливість насолоджуватися відпочинком, не переймаючись пошуками місць, де вони можуть розважитися або отримати всі необхідні послуги.

Власники готелів Луганська намагаються наймати лише досвідчених або, щонайменш, освічених у сфері гостинності людей, адже імідж підприємства може зіпсуватися завдяки лише одному непрофесійному працівнику. Покращити рівень обслуговування готельного підприємства можна навіть на першому етапі спілкування гостей і готелю. Зручна система бронювання може справити позитивне враження на гостя, який ще не заїхав до готелю. Останнім нововведенням для цієї послуги було введення безготівкової оплати номерів. У більшості готелів Луганська номери оснащені wi-fi-Інтернетом.

В багатьох ресторанах і кафе м. Луганськ у торгових залах теж є безпроводний Інтернет («Єврохата», «Дежавю», «Віденські булочки», «Фреш кафе»). І якщо у готелях це – лише один з елементів обслуговування, то наявність його у недорогих кафе стає вирішуючою при виборі для багатьох людей.

Порівняно новий напрямок у переліку послуг луганських закладів харчування – надання послуги виїзного харчування, або кейтерінгу («Єврохата», «Віденські булочки», «Бонбон»). Ці заклади пропонують вивіз в межах міста страв як за існуючим меню, так і за бажанням клієнта. «Їжа на винесення» є вагомою статтею прибутку для підприємства, якщо навчитися її організувати та забезпечити рекламу.

Безготівкова сплата за обід – це дуже зручне рішення для клієнта і вигідне для підприємства. Клієнт завжди впевнений, що йому вистачить грошей, щоб оплатити рахунок, і в той же час він не обмежений тією сумою, що є в нього готівкою, тому може замовити більше, ніж не маючи картки.

Такі специфічні послуги для закладів харчування, як виставки, фотосесії і виготовлення сувенірів, досить широко надаються у ресторанах і кафе Луганська. Так, у чілаут-кафе «Донбасс» існує прокат шахових дошок і є доступ до художньої літератури та журналів. Також тут проходять презентації колекцій місцевих художників з подальшим проведенням виставок. У кафе «Поляна» окрім мисливської кухні

відвідувачам можуть запропонувати виготовлення опудал і інших сувенірів на замовлення.

Існують нововведення, які тільки починають свій розвиток у нашому місті – це заклади, які готують страви на очах у споживачів, або із сировини, яку клієнт сам обрав і зловив (або зірвав), а також заклади, які самі виробляють продукцію, яка зазвичай закупається. На очах у клієнта готують у деяких бістро, закладах швидкого харчування, піцеріях. Деякі підприємства більш високого класу, або концептуальні, роблять цей процес мало не своїм головним шоу, адже демонструється ще й професіоналізм і спритність кухарів. Але в першу чергу досягається ефект відкритості, підвищується рівень довіри з боку споживача. Підприємства, що самі не тільки готують страви, але й виробляють продукцію складного приготування, вже існують в нашому місті. Пивоварня «Бірхофф» окрім страв, що пасують саме до пива, варить декілька власних сортів пива, що робить заклад унікальним.

Висновки. Розширення ринку готельно-ресторанних послуг в Луганську, і, як наслідок, створення великої конкуренції, посприяло підвищенню загальної якості обслуговування у підприємствах цього бізнесу. Той факт, що ринок росте і зростатиме надалі, підштовхує власників готельних і ресторанних підприємств на пошук свіжих ідей або впровадження вже існуючих технологій для покращення якості обслуговування. Ситуація, що склалась, потребує поліпшення зовнішніх умов – по-перше, економічних. В такому разі, клієнти будуть спроможними як покупці і формуватимуть попит, а власники, у свою чергу, матимуть можливість без перешкод задовольняти всі потреби і навіть пропонувати більше. Поки що наш регіон не є новаторським або високотехнологічним у порівнянні із світовим ринком послуг. Ми не приділяємо достатньої уваги освіті і професійному підходу до ведення справ. Таким чином, впровадження новітніх технологій покращення якості обслуговування – це актуальне і перспективне направлення, але дещо обмежене через соціальні та економічні фактори.

Перспективи подальшого дослідження. Цю тему можна дослідити також з точки зору причинних факторів створення поточної ситуації; дослідити ситуацію у нашому регіоні порівняно з сусідніми; запропонувати власні ідеї і змодельовати сценарій їх впровадження; роздивитися детально кожну із тенденцій і оцінити їх вагомість.

Література

1. **Последние новости гостиничного бизнеса.** [Інтернет-ресурс].- Режим доступу: <http://www.next-stop.ua/> 2. **Школа ресторанного бізнесу Класік** [Інтернет-ресурс].- Режим доступу: <http://www.classic.in.ua/> 3. **Вільям Л. Карл:** Організація обслуговування на підприємствах масового харчування.-М., Сірін, 2002. 4. **Рідель Х.:** Бари і ресторани. Техніка обслуговування.- Ростов-на-Дону, Фенікс, 2005. 5. **Погодін К.С.,**

Кейтеринг: практичне керівництво для власників і управляючих.- Ресторанне ведомости, 2009. 6. **Мир ресторанов в сети** // Ресторанная Жизнь, №01 (42) 2005г. 7. [Интернет-ресурс].- Режим доступу: <http://www.prohotel.ru/>

Калінкіна О. В. Новітні технології покращення якості обслуговування в готельно-ресторанному господарстві на прикладі Луганська.

У даній статті було розглянуто ті загальносвітові тенденції, які в даний момент упроваджуються в підприємствах гостинності і громадського харчування і є найбільш актуальними. Потім було розглянуто ситуацію на Луганському ринку готельних підприємств: темпи зростання, міра використання інновацій, що існують в світі. Так само було проаналізовано сегмент громадського харчування. Ключові слова: якість обслуговування, готель, ресторан, інновація.

Калинкина О. В. Новые технологии улучшения качества обслуживания в гостинично-ресторанном хозяйстве на примере Луганска.

В данной статье были рассмотрены те общемировые тенденции, которые в данный момент внедряются в предприятиях гостеприимства и общественного питания и являются наиболее актуальными. Затем была рассмотрена ситуация на Луганском рынке отельных предприятий: темпы роста, степень использования существующих в мире инноваций. Таким же образом был проанализирован сегмент общественного питания. Ключевые слова: качество обслуживания, гостиница, ресторан, инновация.

УДК 338.488.2:640.4

О. П. Капустіна

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ – НЕВІД’ЄМНА СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Постановка проблеми. Сучасне суспільство характеризується швидким поширенням нових інформаційних технологій і радикальними змінами соціально-економічного життя під впливом цього процесу. Останнє десятиліття ознаменувалося стійкою тенденцією розвитку інформатизації процесів роботи підприємств готельного бізнесу. Рівень розвитку бізнесу висуває принципово нові вимоги до інформаційного

обслуговування, у тому числі забезпечення швидкості передачі інформації, її актуальності, достовірності та своєчасності надання кінцевому користувачеві. У гострій конкурентній боротьбі «виживають» і досягають успіху ті організації та підприємства, в тому числі підприємства готельної справи, в яких керівництво володіє вмінням приймати ефективні рішення, використовуючи додаткові можливості, які дають сучасні інформаційні технології. Тому питання впровадження інформаційних технологій в роботу підприємств готельного бізнесу на сьогодні є надзвичайно актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання аналізу інформації як фактору виробництва і процесу перетворення її в пріоритетний фактор сучасних виробничих відносин, сутності інформаційних технологій і напрямів їх застосування в діяльності підприємств виробничої сфери та сфери послуг, процесів інформатизації суспільства стали предметом дослідження у працях багатьох вчених. Так наприклад, розглядом поняттям, структури, засобів та методів інформаційних технологій займалися такі вчені, як В. Глівенко, І. Корнеєв, Г. Ксандопуло, В. Лапін, В. Машурцев, О. Павленко, Г. Тіторенко. Впровадження інформаційних технологій в управління готелем знайшли відображення в роботах О. Гаца, М. Жукова, А. Змієва, Г. Зінов'єва, К. Максимця, Р. Мердика, Г. Муніна, Р. Расела, Б. Рендера, Х. Роглева, Є. Самарцева, М. Скопеня, К. Хаксевера, А. Чудновського.

Наведені публікації містять відносно застарілу інформацію, а враховуючи надзвичайно стрімкі темпи впровадження та удосконалення інформаційних технологій в роботі готельного підприємства тема, обрана для дослідження є важливою та актуальною.

Метою статті дослідження ролі і місця інформаційних технологій в діяльності готельних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Інформаційні технології почали розвиватися з 60-х років ХХ століття та еволюціонували від «ручної», коли основними інструментами роботи були пір'я, чорнильниця, книга, до "комп'ютерної" технології, основним інструментарієм якої є персональний комп'ютер з широким спектром стандартних програмних продуктів різного призначення. Сьогодні під інформаційною технологією розуміють сполучення процедур, що реалізують функції збору, одержання, накопичення, збереження, опрацювання, аналізу і передача інформації в організаційній структурі з використанням засобів обчислювальної техніки, або, іншими словами, сукупність процесів циркуляції і переробки інформації й опис цих процесів [1].

Один з аспектів інформатизація є автоматизація процесів діяльності готельних підприємств. Родоначальниками автоматизації готелів у світі є американці. У 60-ті роки минулого століття три найбільших готельних ланцюга Hilton, InterContinental і Sheraton спільно з корпорацією IBM профінансували створення першої системи управління готелем, назвавши

її HIS (це і назва Hotel Information Systems, і перші літери назв вищезазначених готелів). До теперішнього часу в багатьох готелях США та світу функціонує даний програмний продукт, який тепер носить назву «epitome PMS для платформи IBM iSeries», а зареєстрований знак Hotel Information Systems (HIS) є назвою каліфорнійської корпорації зі створення програмних продуктів для готельної індустрії.

Починаючи з 80-х рр., в практику активно впроваджуються системи управління готелями (PMS - Property Management Systems). Ці системи будуються на базі персональних комп'ютерів (ПК), об'єднаних в локальні мережі.

Основні завдання, які вирішуються системами PMS - оперативне індивідуальне та групове бронювання номерів готелю, поселення та виписка гостей, розрахунки з гостями з оформленням відповідних документів, контроль стану номерного фонду, обробка інформації за договорами та взаєморозрахунків з фірмами, формування оперативної, контролює та статистичної звітності. Структура PMS заснована на понятті готельного циклу, який охоплює період часу від того моменту, коли потенційний клієнт зв'язується тим чи іншим способом з готелем, і до оплати готельного рахунку.

Багато представлених на ринку програмних продуктів в області автоматизації готельного бізнесу добре зарекомендували себе на практиці, вони постійно вдосконалюються та оновлюються фірмами-розробниками відповідно до потреб користувачів. У багатьох програмних продуктах на етапі їх інсталяції здійснюється налагодження параметрів на потреби конкретного готелю. Крім того, фірми-розробники здійснюють супровід своїх програмних продуктів та навчання користувачів, як правило, на їх робочих місцях у режимі реального функціонування системи. Все це сприяє широкому впровадженню типових програмних продуктів у сфері готельного бізнесу [2].

Серед зарубіжних інформаційних готельних систем найбільш відомою є система Fidelio, а також Lodging Touch. До теперішнього часу з'явився й успішно функціонує ряд розробок вітчизняних фірм, що забезпечують автоматизацію управління готельним комплексом. До них відносяться програмні продукти «Едельвейс», «Реконлайн», «Барсум» (фірма «Рек-Софт»), система Hotel-2000 (фірма «Інтур-Софт»), програмний комплекс «Російський готель» (Фірма «Сервіс плюс» спільно з фірмою «Іст Концепт»), системи «Готель-Симпл», «Меридіан-1» (фірма Nortel), система Kei-Hotel (фірма Kei-Company) [3].

Завдяки удосконаленню інформаційні технології стали більш точними, надійними, багатофункціональними і універсальними. Це дозволяє створювати інтегровані програмні комплекси, що допомагають не тільки налагоджувати технологічні процеси на підприємстві, але і приймати стратегічні рішення.

Впроваджуючи інформаційні технології в роботу, готельне підприємство отримує переваги, які можна охарактеризувати таким чином: зниження тривалості операційного циклу дозволяє готелю скоротити терміни надання послуг і забезпечує можливість швидко реагувати на зміни попиту. При чому збільшується кількість послуг, що надає готель, поліпшується їх якість [4, с. 112].

Інформаційні технології дозволяють готельному підприємству у найкоротший термін виключити з асортименту послуги, що реалізуються погано, і замінити їх новими, отримати ефект за рахунок більш точного визначення того, які категорії гостей отримують конкретні послуги, у який час і як змінюються їхні смаки тощо.

Впровадження автоматизованої інформаційної технології дозволяє скоротити витрати на робочу силу, знижуючи потребу в ній, а, отже, й підвищити продуктивність праці. Тобто робочий час і витрати на оплату праці з надання послуг будуть менші від цих самих показників при використанні старого підходу.

В результаті використання і впровадження автоматизованої інформаційної технології значно знижуються витрати на технічне обслуговування, витрати енергії тощо. Скорочуються поточні витрати у результаті більш раціонального використання номерного фонду готелю і збільшення ефективності обслуговування гостей [5, с. 184].

Висновки. Будь-яка готельна справа пов'язана з потоками різної інформації, що потребує швидкої і оперативної обробки. Її кількість залежить від масштабу готельної структури: чим більший готель, тим більший обсяг і рівень складності оброблюваної інформації. В цьому випадку допоможуть сучасні інформаційні технології. Професійно розроблена інформаційна технологія істотно полегшить роботу бухгалтерії, керівників та інших працівників, дозволить вести оперативний облік в готельній структурі швидко й точно, надасть широкі можливості для аналізу, автоматизувавши облікові операції, позбавить від зайвого паперу, дозволить уникнути багатьох помилок.

Результати дослідження можуть бути використані в подальшому розгляді питань пов'язаних з інформаційними технологіями в готельних підприємствах.

Література

1. Аранчій І. О. Властивості інформаційних технологій, їх використання в бухгалтерському обліку [Електронний ресурс] / І.О. Аранчій.– 2007.– Режим доступу: <http://revolution.allbest.ru>
2. Немковский Б. Л. Использование информационных технологий - шаг в сторону прибыли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hotelline.ru>.
3. Внедрение компьютерных технологий в гостиничный бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://5ka.su>
4. Управління сучасним готельним комплексом: Навч. посіб. / [Г.Б. Мунін, А.О. Зміюв, Г.О. Зінов'єв, Є.В. Самарцев, О.О. Гаца, К.П.

Максимець, Х.Й. Роглев] ; за редакцією члена-кор. НАН України, д.е.н., професора С.І. Дорогунцова - К.: Ліра-К, 2005. –520 . . Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Навчальний посібник / Х.Й. Роглев, Київський ун-т туризму, економіки і права. - К.: Кондор, 2005. - 408 с.

Капустіна О. П. Інформаційні технології – невід’ємна складова діяльності підприємств готельного господарства.

В статті розкрито переваги використання інформаційних технологій в діяльності підприємств готельної справи. Наведено приклади програмних продуктів для автоматизації готельних підприємств.

Ключові слова: інформаційні технології, автоматизація, готельне підприємство.

Капустина О. П. Информационные технологии - неотъемлемая составляющая деятельности предприятий гостиничного хозяйства.

В статье раскрыты преимущества использования информационных технологий в деятельности предприятий гостиничного дела. Приведены примеры программных продуктов для автоматизации гостиничных предприятий.

Ключевые слова: информационные технологии, автоматизация, гостиничное предприятие.

УДК 378.016: 338.488.2

О. Є. Кашинська

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ВИКЛАДАННІ ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА»

Постановка проблеми в загальному вигляді. Відповідно до сучасних умов розвитку й запитів усіх сфер суспільства відбувається істотна модернізація змісту та структури освіти. Зміни, що відбуваються, направлені на підвищення конкурентоспроможності та професійної мобільності випускників вищих навчальних закладів на ринку праці, забезпечення наступності на всіх рівнях професійної освіти, поглиблення її фундаментальності й посилення практичної спрямованості, а також перегляд самої системи подачі матеріалу.

Сучасному готельному господарству необхідні фахівці, які можуть працювати в нових соціально-економічних умовах, здатні до ведення діалогу, культури комунікацій, активного самопізнання й самовираження, здатні знаходити шляхи вирішення проблемних виробничих ситуацій. У зв'язку з цим сьогодні змінюються характер і

функції професійної освіти в сфері гостинності: вона повинна не тільки передати знання, сформувати уміння, але й розвинути здібності до самовизначення, підготувати майбутніх фахівців індустрії гостинності до самостійних дій, навчити нести відповідальність за себе та свої вчинки.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Питаннями формування професіоналізму фахівців туристської сфери займалися багато науковців, серед яких М. Біржаков, І. Зорін, В. Квартальний, В. Федорченко, Л. Сакун та інші. Основним напрямком їхньої роботи була підготовка фахівців для туризму. Проте, організація діяльності закладів розміщення має свою специфіку (на що вказують такі автори як Т. Сокол, М. Бойко), яка зумовлена особливостями організації праці служб і підрозділів у цих закладах, функціональною організацією приміщень підприємств готельного господарства, видами послуг, що надаються, специфікою організації дозвілля та іншим.

Питання розвитку сучасного готельного господарства України в цілому та окремих її регіонах вивчали такі вчені, як: С. Байлик, Ю. Волков, Л. Лук'янова, Х. Роглев, І. Пандяк, Т. Сокол, Л. Шматько та інші. Здебільшого ці роботи присвячені теоретичним аспектам функціонування готельного господарства, що може бути використано лише як орієнтири при формуванні методики викладання дисциплін для готельної сфери. Але немає повного висвітлення процесу організації та проведення занять, які стосуються готельного господарства, їх методичного забезпечення.

Слід зазначити, що багато теоретичних та особливо практичних проблем запровадження нових технологій у методиці викладання дисципліни потребують детального дослідження. Залишаються невирішеними питання, які безпосередньо стосуються чіткого обґрунтування ефективного використання інтерактивних технологій при викладанні дисциплін фахового спрямування.

Метою даного дослідження є теоретичне обґрунтування використання інтерактивних технологій при викладанні дисципліни «Організація готельного господарства».

Для реалізації вказаної мети слід виконати **наступні завдання:**

- розглянути професійні якості, які формуються за допомогою фахової дисципліни «Організація готельного господарства»;
- дати визначення поняття інтерактивних технологій та розглянути їх сутність;
- визначити доцільність використання інтерактивних технологій при викладанні дисципліни «Організація готельного господарства».

Виклад основного матеріалу. Готельне господарство натеper посідає значне місце серед галузей сфери послуг України, що, в свою чергу, збільшує кількість працюючих у цій сфері. За даними Міжнародної організації праці [1, с. 5] більше половини з 200 млн. осіб у світі, зайнятих у сфері туризму, працюють у готельному господарстві.

Професійна підготовка готельного персоналу вимагає детального вивчення організації готельного господарства, технології обслуговування проживаючих у готелі та ін. Програми підготовки бакалаврів складаються з дисциплін фахового напрямку, які є базою для опанування студентами основ професійної майстерності, надання майбутнім фахівцям з гостинності комплексу теоретико-методичних знань та вмінь, формування вмінь узагальнювати та комплексно використовувати набуті під час навчання знання.

Крім того, щоб студент мав можливість знайти своє місце в житті в умовах ринку, він повинен володіти, крім фахових знань та вмінь, ще й певними якостями:

- гнучко адаптуватися у мінливих життєвих, виробничих та ринкових ситуаціях;
- самостійно, критично та професійно мислити;
- уміти бачити та формувати проблему (в особистому та професійному плані), знаходити шляхи раціонального її вирішення;
- усвідомлювати, де і яким чином здобуті знання можуть бути використані в оточуючій дійсності та професійній діяльності;
- бути здатним генерувати нові ідеї, творчо мислити;
- професійно працювати з інформацією: вміти збирати потрібні факти, аналізувати їх, висувати гіпотези вирішення проблем, робити необхідні узагальнення, зіставлення з аналогічними або альтернативними варіантами розв'язання, робити аргументовані висновки, використовувати їх для вирішення нових проблем;
- бути комунікабельним, контактним у різних соціальних групах, бути лідером і в той же час уміти працювати в колективі, переконувати та відчувати потреби співрозмовника; уміти працювати у різних галузях, різних ситуаціях; запобігати та вміти виходити з будь-яких конфліктних ситуацій.

Ці вимоги цілком справедливі для фахівців індустрії гостинності, яка повністю залежить від співпраці клієнтів та працівників сфери гостинності. Виховання цього набору якостей за допомогою дисципліни «Організація готельного господарства» можливе, але за умови відходу від традиційних форм навчання, які розраховані на відносно стабільну навчальну інформацію та на сучасному етапі є малоефективними – обсяг інформації з дисципліни «Організація готельного господарства» настільки швидко змінюється як за кількістю, так і за насиченістю, що узагальнити його на традиційних лекціях і повністю засвоїти таким чином неможливо. Великого значення в цих умовах набуває використання інноваційних технологій навчання.

Впровадження у навчальний процес нових педагогічних та інформаційних технологій – це, насамперед, перехід вищого навчального закладу до нового якісного стану, який, власне, характеризується наявністю ефективного індивідуально-орієнтованого

стилю спілкування між педагогом і студентом. Взаємно зацікавлене, співробітницьке спілкування може призвести до індивідуалізації процесу фахового розвитку студентів, допоможе розвивати здібності студентів, захоплення, творчий потенціал, реалізовувати потреби та інтереси [2, с. 167-168]. Саме таке середовище можна створити через застосування при викладанні дисципліни «Організація готельного господарства» інтерактивних технологій навчання.

Інтерактивне навчання – це спеціальна форма організації пізнавальної діяльності, яка має конкретну, передбачувану мету – створити комфортні умови навчання, за яких кожен студент відчуває свою успішність, інтелектуальну спроможність.

Суть інтерактивного навчання полягає у тому, що навчальний процес відбувається за умови постійної, активної взаємодії всіх студентів, опорі на груповий досвід, обов'язковому зворотному зв'язку. Це співнавчання, взаємонавчання (колективне, групове, навчання у співпраці), де і студент і викладач є рівноправними, рівнозначними суб'єктами навчання, розуміють, що вони роблять, рефлексують з приводу того, що вони знають, вміють і здійснюють. Спільна діяльність означає, що кожен вносить свій особистий індивідуальний внесок, в ході роботи йде обмін знаннями, ідеями, способами діяльності. Організація інтерактивного навчання передбачає моделювання життєвих ситуацій, використання рольових ігор і спільне вирішення проблеми на основі аналізу обставин та відповідної ситуації, здійснюється робота з документами й різними джерелами інформації. Воно ефективно сприяє формуванню навичок і вмінь, виробленню цінностей, створенню атмосфери співробітництва, взаємодії, дає змогу педагогу стати справжнім лідером у студентській групі, колективі.

Інтерактивна взаємодія виключає як домінування одного учасника навчального процесу над іншими, так і однієї думки над іншою. Під час інтерактивного навчання студенти вчать бути демократичними, спілкуватися з іншими людьми, критично мислити, приймати продумані рішення. Інтерактивні технології навчання найбільше відповідають особистісно-зорієнтованому підходу в навчально-виховному процесі [3, с. 8-14].

Використання інтерактивних технологій при викладанні дисципліни «Організація готельного господарства» містить у собі ряд переваг [3, с. 17]:

- інтерактивні технології допомагають забезпечити глибину вивченого змісту. Студенти застосовують усі рівні пізнання (знання, розуміння, застосування, аналіз, синтез, оцінка);

- студенти освоюють новий матеріал не як пасивні слухачі, а як активні учасники процесу навчання. Скорочується частка аудиторного навантаження і збільшується об'єм самостійної роботи;

- викладач має можливість диференційованого підходу до учнів із спеціальними потребами – особистісними та інтелектуальними;

- змінюється роль студентів: вони приймають важливі рішення щодо процесу навчання, розвивають комунікативні вміння й навички, організаційні здібності; вони виявляються залученими у вирішення глобальних, а не регіональних проблем – розширюється їх кругозір.

- основним джерелом мотивації навчання стає інтерес самого студента (відбувається перехід від зовнішньої мотивації (оцінка) до внутрішньої (потреба знань).

Проте в процесі використання інтерактивних технологій можуть проявитися їх недоліки:

- засвоєння незначного обсягу інформації потребує значного часу;

- складно налагодити взаєонавчання як постійний механізм;

- кожна інтерактивна технологія потребує попереднього розгляду й навчання учасників процедури;

- результати роботи студентів менш передбачувані;

- дисципліна студентів на інтерактивному занятті може бути проблемою для викладача.

Проте зазначені недоліки не знижують цінність використання інтерактивних методів при викладанні навчального матеріалу. Підвищити ефективність інтерактивних методів навчання допоможе використання комп'ютерної техніки, мультимедійних засобів та спеціального програмного забезпечення.

Висновок. Таким чином, готельні підприємства потребують спеціалістів високого рівня професійної компетентності, творчих особистостей, здатних забезпечувати виробництво високоякісних конкурентоспроможних послуг. Такий спеціаліст формується під час вивчення фахових дисциплін, але при умові використання інтерактивних технологій. Викладання дисципліни «Організація готельного господарства» з використанням такої технології дозволяє значно покращити рівень засвоєння матеріалу студентами та, відповідно, підвищити рівень їх знань та є запорукою формування працівників нового типу, які забезпечать гідну конкуренцію на ринку робочої сили та стануть тими, хто створить новий оновлений імідж навчального закладу, випускниками якого вони є.

Перспективи подальших досліджень. Проведене нами дослідження лише знайомить з інтерактивними технологіями та розкриває доцільність їх використання при викладанні дисципліни «Організація готельного господарства». Є необхідність у більш детальному їх розгляді та в розробці навчально-методичного забезпечення дисципліни з використанням інтерактивних технологій. Доцільним також є розробка комплексу навчального та допоміжного матеріалу для використання різних форм, засобів і методів інтерактивного навчання в органічному поєднанні з традиційними.

Література

1. **Сокол Т. Г.** Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах : Підручник / Т. Г. Сокол. – К.: Альтерпрес, 2009. – 447 с.
2. **Вища освіта України і Болонський процес** : Навч. посібник / За редакцією В. Г. Кременя. Авторський колектив : М. Ф. Степко, Я. Я. Болюбаш, В. Д. Шинкарук, В. В. Грубінко, І. І. Бабин. – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2004. – 384с.
3. **Пометун О. І.** Сучасний урок: інтерактивні технології навчання : Наук.-метод. посіб. / О. І. Пометун, Л. В. Пироженко. – К. : А.С.К., 2004. – 192 с.

Кашинська О. Є. Використання інтерактивних технологій при викладанні дисципліни «Організація готельного господарства»

У статті обґрунтовується доцільність використання інтерактивних технологій при викладанні дисципліни «Організація готельного господарства», а саме: розглянуті професійні якості, які формуються за допомогою фахової дисципліни «Організація готельного господарства»; дано визначення поняття інтерактивного навчання та розглянута його сутність; визначено вплив інтерактивних технологій на ефективність викладання дисципліни «Організація готельного господарства».

Ключові слова: інтерактивне навчання, інтерактивні технології навчання, «Організація готельного господарства».

Кашинская Е. Е. Использование интерактивных технологий при преподавании дисциплины «Организация гостиничного хозяйства».

В статье обосновывается целесообразность использования интерактивных технологий при преподавании дисциплины «Организация гостиничного хозяйства», а именно: рассмотрены профессиональные качества, которые формируются с помощью дисциплины «Организация гостиничного хозяйства»; дано определение понятия интерактивное обучение и рассмотрено его сущность; определено влияние интерактивных технологий на процесс преподавания дисциплины «Организация гостиничного хозяйства».

Ключевые слова: интерактивное обучение, интерактивные технологии обучения, «Организация гостиничного хозяйства».

А. Л. Колтовська

ХАРАКТЕРИСТИКА РІВНЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ М. ЛУГАНСЬКА НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ “ДРУЖБА”

Постановка проблеми. Готельна індустрія сьогодні є сферою зі зростаючим рівнем конкуренції на ринку готельних послуг. Умови конкурентної боротьби повинні ставати поштовхом для покращення якості обслуговування в закладах розміщення.

Якість — поняття динамічне, тому керівники підприємств завжди повинні звертати увагу на модернізацію та поліпшення послуг, що надаються. Луганськ як значуща індустріальна зона приймає багато ділових туристів, але готельні підприємства міста недостатньо зарекомендували себе. Луганськ не вважається туристичним центром, по-перше, через погано розвинену інфраструктуру міста, по-друге, через недостатній рівень розвиненості ринку готельно-ресторанних послуг. У цьому контексті постає питання визначення проблем та перспектив розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства Луганська.

Аналіз основних досліджень. Достатньо ґрунтовно проблему якості готельних послуг розглянуто в роботі К. А. Балашова “Готельний бізнес. Як досягти досконалого сервісу”. У посібнику “Менеджмент готелів і ресторанів” Н. І. Кабушкіна цікавими в контексті дослідження стали думки автора про функціональну та технічну якість, системи управління якістю послуг. Безперечний науковий інтерес має праця В. М. Слинькова “Першокласний сервіс. Стратегія, тактика, оцінка”, в якому вивчено умови досягнення високого рівня обслуговування. Студентки ЛНУ імені Тараса Шевченка Ю. В. Субботіна і І. О. Дьякова у статтях “Сучасний стан і перспективи розвитку готельного господарства в Україні” і “Вдосконалення систем управління готельними комплексами” розглядають стан готельного господарства в Україні.

Однак на сьогодні недостатньо розробленими залишаються питання якості надання послуг на підприємствах готельно-ресторанного господарства саме у місті Луганськ.

Викладення основного матеріалу.

Якість — це сукупність ознак й інших характеристик послуг або товарів, що відносяться до їхньої здатності задовольняти встановлені й передбачувані потреби; сукупність властивостей продукту, що визначають його здатність задовольняти конкретні потреби споживачів, відповідати пропонованим вимогам [1, с. 87].

Послуга — результат безпосередньої взаємодії виконавця та споживача, а також власної діяльності виконавця по вдоволенню потреб споживача [2, с. 12].

Послуги готельні — комплекс послуг, що надаються клієнтам закладів гостинності [3, с. 197]. Готельні послуги розділяються на основні та додаткові. Також вони можуть бути платними й безкоштовними. До числа обов'язкових входять послуги проживання та харчування [1, с. 298].

Якість послуги – це сукупність характеристик послуги, які надають їй здатність вдовольняти потреби, що обумовлені або припускаються [4, с. 250].

Рівень якості послуги (обслуговування) – відносна характеристика якості послуги (обслуговування), що заснована на порівнянні фактичних значень показників її (його) якості з нормативними значеннями цих показників [1, с. 296].

Послуга не завжди має матеріальний характер, тому складно підтвердити якість послуги. Поняття "якість послуги" можна розглядати як комплекс, що складається з трьох частин:

- якості потенціалу (технічної якості);
- якості процесу (функціонального якості);
- якості культури (соціального якості) [4, с. 260].

Якість потенціалу, або **технічна якість**, складається з критеріїв, що відносяться до виробничого стану підприємств гостинності [4, с. 260]. Стосовно готельних послуг це якість номерів, страв у ресторані, пропонованих в оренду автомобілів, комунікаційної техніки і т.д. Споживач має можливість частково оцінити технічну якість готельної послуги до її придбання [1, с. 86].

Функціональна якість - якість процесу надання готельних послуг, коли відбувається безпосередня взаємодія з персоналом (бронювання номеру, оформлення біля стійки реєстрації, супроводження до кімнати, доставка багажу, надання різноманітних послуг тощо [4, с. 260].

Соціальна якість – якість культури, яка формується поведінкою та позицією співробітників щодо гостей. Найважливішими критеріями соціальної якості є приязність, чуйність, люб'язність персоналу [4, с. 261].

Специфікою надання готельних послуг є: нерозривність у часі, нагальність надання послуг, взаємозалежність, мінливість попиту тощо. Якісним готельним послугам мають бути притаманні наступні характеристики: надійність, запобігливість, довіра, уважне ставлення, доступність, комунікативність.

Поняття якісного сервісу визначається як концентрація всіх ресурсів і всіх співробітників компанії на вдоволення клієнтів. Саме всіх співробітників, а не лише тих, які безпосередньо спілкуються з клієнтом – особисто, по телефону або Інтернету. Функції сервісу – зберегти наявних клієнтів, привабити нових і створити у всіх клієнтів [5, с. 12]. Та все одно особливі вимоги висуваються до працівників контактних служб

(служба прийому та розміщення, служба обслуговування, ресторанна служба тощо).

Але персонал — не єдиний чинник, що впливає на якість обслуговування у закладах готельно-ресторанного господарства.

Для підвищення якості обслуговування використовуються новітні технології.

Матеріальна база також визначає необхідну умову для надання високоякісних послуг. Цей фактор є основою якості. Третій чинник — організація та управління персоналом. Бо не можливо надавати якісні послуги, маючи лише матеріально-технічну базу та персонал. Робота на підприємстві повинна бути організована. Від правильної організації залежить робота підприємства [3, с. 281].

Ефективний менеджмент повинен бути побудований на основі маркетингу, що забезпечує необхідні умови для виробництва й реалізації послуг. Введення системи якості дозволяє забезпечити конкурентоспроможність та прибутковість.

Організація робіт по управлінню якістю послуг в готельних підприємствах передбачає створення систем якості, відповідних стандартам ISO 9000 [6, с. 281].

Готельне господарство м. Луганська представлено такими готелями: готельний комплекс “Гостиний двір”, готель залізничного вокзалу, готелі “Арена”, “Ініціал”, “Старт”, “Луганськ”, “Україна”, “Еліт-комфорт”, “Дружба-плюс”, готельний комплекс “Дружба” тощо. В останні роки готельний ринок Луганська характеризується появою малих готелів (наприклад, готель “Таір” біля автовокзалу). У центрі міста розташовані в основному великі готелі – “Україна”, “Луганськ”, “Советський”, “Дружба”. Луганськ – індустріальне місто, тому основна частина готельного продукту реалізується діловим туристам.

Розглянемо готельне господарство м. Луганська на прикладі тризіркового готелю “Дружба”.

Він розташований у центрі міста, має 6 поверхів та 54 номери категорій “стандарт”, “полулукс”, “люкс”, “апартаменти”.

Готель “Дружба” орієнтований на ділових людей, тому пропонує для своїх клієнтів 2 конференц-зали на 22 і 70 чоловік з необхідним обладнанням для проведення конференцій і ділових нарад.

Вимоги до персоналу в даному закладі розміщення такі: комунікабельність, ввічливість, чітке виконання обов'язків, охайний зовнішній вигляд.

Реєстратор повинен володіти щонайменше російською, українською та англійською мовами, що відповідає стандарту для тризіркового готелю [2, с. 106].

Номер у готелі “Дружба” можна забронювати в мережі Інтернет або за телефоном. Розрахунок — готівковий і безготівковий.

До вартості проживання входить також сніданок, але клієнт може відмовитися від цієї послуги й сплачувати менше.

Звернемо увагу на технічну якість. Для наочності зведемо отримані дані до таблиці.

Перелік послуг	Стандарт тризіркового готелю	Дружба ***
Площа стандартного одномісного номеру	10 м ²	12 м ²
Санвузол у номері	Умивальник, унітаз; ванна або душ – 100 % номерів	100 % номерів
Обладнання номерів	Кольоровий телевізор у кожному номері	Телевізор, кондиціонер, холодильник
Заміна постільної білизни Заміна рушників	1 раз на три дні щодня	1 раз на три дні щодня
Місць у одномісних та двомісних номерах	100 %	100 %
Ліфт	У будівлі вище 2х поверхів	+
Автостоянка, що охороняється	+	+

табл. Порівняння готелю «Дружба» зі стандартом

Готель пропонує такі додаткові послуги: 3 VIP-сауни з басейном, більярдний зал, перукарню, косметичний салон, центр лазерної медицини, автостоянку, що охороняється, 2 ресторани та бари. Входи до ресторанів з готелю; для місцевих жителів передбачені окремі входи з вулиці.

Коментарі у “Книзі відгуків” готелю позитивні.

Але є деякі мінуси. Наприклад, відсутня система бонусів та знижок для повторних клієнтів. До того ж, ціни на послуги достатньо високі.

Ми провели анкетування серед клієнтів готелю, в результаті чого виявили, що в цілому задоволеність клієнтів готелем оцінюється як "добре". Часто клієнти задоволені станом номеру, але мають зауваження до персоналу.

Висновки. У даній статті було розглянуто поняття про якість готельних послуг. Якість послуг — це сукупність ознак й інших характеристик послуг, що відносяться до їхньої здатності задовольняти

встановлені й передбачувані потреби. Якість готельних послуг можна визначити як якість процесу обслуговування в закладі розміщення. Поняття «якість послуги» розділяють на технічну, функціональну та соціальну якість. Специфікою готельних послуг виділяють: нерозривність у часі, нагальність надання послуг, взаємозалежність, мінливість попиту тощо.

Обслуговування відіграє ключову роль у конкурентоспроможності готелю, адже якість готельних послуг – це правильно визначені потреби клієнтів готельного підприємства.

Підприємства готельного бізнесу м. Луганська пропонують достатньо якісний сервіс і широкий спектр послуг. Загалом відгуки про готелі м. Луганська є позитивними, але не в усіх готелях якість обслуговування знаходиться на достатньому рівні. Таким чином, проаналізувавши готельне господарство м. Луганська, можемо зазначити, що технічна (номери, стоянка, додаткові послуги) якість готелів знаходиться на достатньому рівні. Звісно, поліпшення матеріально-технічної бази завжди вчасно та доречно, але це не може бути вирішенням усіх проблем. Отже, слід підвищувати функціональну та соціальну якість.

Перспектива подальших досліджень. Поняття “якість” у індустрії гостинності швидко розвивається й змінюється. Технічний та інформаційний поступ продовжується, тому вивчення якості послуг завжди буде актуальним. Готельний ринок м. Луганська недостатньо вивчений, тому є необхідність подальшої розробки цього напрямку.

Література

- 1. Туризм, гостеприимство, сервис :** Словарь-справочник / Г. А. Аванесова, Л. П. Воронкова, В. И. Маслов и др. – [под ред. Л. П. Воронковой]. – М.: АспектПресс, 2002. – 367 с.
- 2. Биржаков М. Б.** Введение в туризм: учебник / Изд. 6-е, перераб. и доп. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2004. – 448 с.
- 3. Мунін Г. Б.** Управління сучасним готельним комплексом / Г. Б. Мунін, А. О. Змієв, Г. О. Зінов'єв. – [за ред. д. е. н. проф. С. І. Доронцова]. – К.: Ліра-К, 2005. – 520 с.
- 4. Кабушкин Н. И.** Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебник / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко. – 4-е изд., стер. – Мн.: Новое знание, 2003. – 368 с. – (Экономическое образование).
- 5. Слинков В. Н.** Первокласный сервис. Стратегия, тактика, оценка. Практические рекомендации / Владимир Николаевич Слинков . – К. : КНТ, 2008. – 272 с.
- 6. Балашова Е. А.** Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса / Екатерина Андреевна Балашова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вершина, 2006. – 200 с. : табл.

Колтовська А. Л. Характеристика рівня якості готельних послуг м. Луганська на прикладі готелю “Дружба”

У статті розглядається поняття якості готельних послуг, визначається їх специфіка, характеристика та показники якості послуг, для чого поняття «якість» надається як комплекс, що складається з трьох частин; описується сучасний стан підприємств готельного бізнесу м. Луганська, визначаються проблеми функціонування підприємств готельного господарства м. Луганськ.

Ключові слова: послуга, якість, готельне господарство, обслуговування, конкурентоздатність.

Колтовська А. Л. Характеристика рівня якості готельних послуг м. Луганська на прикладі готелю “Дружба”

В статье рассматривается понятие качества гостиничных услуг, определяется их специфика, характеристика и показатели качества гостиничных услуг, для чего понятие «качество» подаётся как комплекс, состоящий из трёх частей; описывается современное состояние предприятий гостиничного бизнеса г. Луганска, определяются проблемы функционирования предприятий гостиничного хозяйства г. Луганска.

Ключевые слова: услуга, качество, гостиничное хозяйство, обслуживание, конкурентоспособность.

УДК 338.483.1(447)

О. В. Корнєєва

**ТЕОРЕТИЧНА ОСНОВА СУТНОСТІ
ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ**

Постановка проблеми. У світі надзвичайно високими темпами розвивається туризм, який посів нині провідні позиції у світовій економіці і є одним з чинників підвищення соціально-економічного рівня країн.

На сьогоднішній день темпи розвитку туризму в Україні набагато нижчі ніж багатьох Європейських державах. Однією з головних причин такого стану туристичної галузі в нашій країні виступає недостатнє використання туристичних ресурсів кожного окремо взятого регіону. Туризм має сприятливі передумови для свого розвитку на всій території України. Луганська область в цьому контексті не є виключенням. Туристична галузь Луганщини знаходиться на стадії свого розвитку, хоча наявний рекреаційний потенціал є вагомим чинником для її стабільного функціонування. Теоретичні засади сутності туристичних ресурсів

формувалися під впливом ідей провідних вітчизняних і закордонних вчених різних часів. Процес розвитку та трансформації поняття «туристичні ресурси» продовжується й зараз, що іноді зумовлює певні розходження в його трактуванні. Це викликало потребу аналізу, систематизації та узагальнення різних точок зору на вказаний термін.

Аналіз останніх наукових досліджень. Проблемі вивчення туристичних ресурсів присвячені праці багатьох вчених-географів, економістів, маркетологів. В Україні найбільш глибоко даною проблематикою займається доктор географічних наук, професор кафедри країнознавства і туризму географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка О.О. Бейдик. Його перу належать ґрунтовні наукові роботи, у тому числі монографія "Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування". Помітний внесок у розробку ресурсної тематики у туризмі належить доктору географічних наук, професору О.О. Любіцевій. Аналізу та характеристиці туристичних ресурсів світу, країн, України та її окремих регіонів присвячені праці М.П. Мальської, В.І. Стафійчука, О.Ю. Малиновської, В.Ф. Сірик, М.П. Крачила, Н.В. Фоменко, Н.О. Кравченко, В.І. Новикової, І.М. Філоненко та інші. Серед зарубіжних туризмознавців ресурсно-туристичною тематикою займаються Д. Надсон, К. Холл, Л. Мітчел (США), В.О.Квартальнов, В.Ю. Воскресенський, П.Г. Царфіс, Д.В. Ніколаєнко, А. Ковальчик, М. Козак .

Мета дослідження - розкрити зміст сутності туристичних ресурсів та розглянути їх класифікацію.

Виклад основного матеріалу. Туристичні ресурси - категорія історична, змінна в часі, оскільки переінакшення структури й обсягу рекреаційних потреб суспільства призводить до залучення в рекреаційну і туристичну діяльність нових елементів природного і соціально-антропогенного характеру.

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 є доступними для ознайомлення і використання незалежно від форми власності, якщо до того немає законодавчо накладених обмежень».

Природні та антропогенні геосистеми, тіла та явища природи, артефакти, які мають комфортні властивості і споживчу вартість для рекреаційної діяльності і можуть бути використані для організації відпочинку та оздоровлення певного контингенту людей в певний фіксований час за допомогою технології та наявних матеріальних можливостей.» [5, с. 38]. Як бачимо, трактування поняття «туристичні

ресурси» достатньо широке, а номенклатура туристичних ресурсів практично безмежна.

Отже, туристичні ресурси - це ті об'єкти природи, історії, культури, поточні події, явища, які можуть бути використані при створенні та реалізації туристичного продукту. Вони є частиною туристсько-рекреаційного потенціалу певної території, яка включена до складу туристичного продукту і підлягає реалізації з туристичною метою. Туристичні ресурси є мотиваційною підставою для вибору певного турпродукту (за видом, напрямком, сезоном та іншими ознаками).

В.О. Квартальнов трактує туристські ресурси як природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, що включають об'єкти туристського показу, а також інші об'єкти, здатні задовольнити духовні потреби туристів, сприяти відновленню і розвитку їх фізичних сил [3, с. 10].

Д.В. Ніколаєнко розуміє туристичні ресурси як природні і антропогенні геосистеми, тіла і явища природи, які мають комфортні властивості і споживчу вартість для рекреаційної діяльності і можуть бути використані з метою відпочинку й оздоровлення людей у певний час і за допомогою існуючих технологій і матеріальних можливостей [4, с. 14].

І.В. Смаль під туристичними ресурсами розуміє сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, що мають комфортні властивості та придатні для створення туристичного продукту. За думкою науковця, наявність туристичних ресурсів визначає формування туристичного бізнесу в тому чи іншому регіоні [4, с. 19].

Інша думка у Н.В. Фоменко, який розглядає туристичні ресурси, як сукупність природних, природно-технічних, соціально-економічних комплексів та їх елементів, що сприяють відновленню та розвитку фізичних та духовних сил людини, її працездатності. Розрізняють природні і соціально-економічні (або природні і культурно-історичні) ресурси рекреаційної діяльності [5, с. 21].

За думкою вченого Фоменко Н.В. найбільш важливими кількісними та якісними характеристиками туристичних ресурсів є:

- обсяг запасів (дебіт джерел мінеральних вод, екскурсійний потенціал туристичних центрів і маршрутів), необхідний для визначення потенційної ємності туристичних комплексів, рівня освоєння, оптимізації техногенного й антропогенного навантаження;

- площа поширення (розміри водоносних горизонтів, пляжів, лісів, площа територій зі стійким сніговим покривом), яка дозволяє визначити потенційні рекреаційні угіддя, встановити межі санітарної охорони;

- період можливої експлуатації (тривалість сприятливого погоднокліматичного періоду, купального чи лижного сезону), який визначає сезонність рекреаційних процесів і ритмічність туристичних потоків;

- територіальна зосередженість у місцях виникнення чи поширення, яка обумовлює тяжіння туристичної інфраструктури і туристичних потоків до місць їх концентрації;

- порівняно низька капіталомісткість і невисока вартість експлуатаційних затрат, що дозволяє досить швидко створювати інфраструктуру й отримувати соціальний та економічний ефект, а також самостійно використовувати окремі види ресурсів;

- багаторазовість використання при дотриманні норм раціонального природокористування і проведення заходів із рекультивації та благоустрою;

- універсальність, яка дозволяє використовувати один і той же ресурс для організації різних видів рекреаційно-туристичної діяльності;

- масовість, унікальність, інформативність і доступність, від яких залежить потужність туристичних потоків і можливість створення інфраструктури;

- соціальність - незалежно від походження і використання, туристичні ресурси характеризуються "цільовим призначенням"

- покращання соціальних параметрів у суспільстві [5, с. 23].

Проведений нами аналіз наукової літератури засвідчив, що поняття «туристичні ресурси» і «рекреаційні ресурси» використовуються як синоніми, оскільки туризм є формою рекреаційної діяльності. Під рекреаційними ресурсами розуміють поєднання компонентів природи, соціально-економічних чинників і культурних цінностей, що виступають як умови задоволення рекреаційних потреб людини. До рекреаційних ресурсів належать території та окремі об'єкти, що можуть бути використані для відпочинку і лікування людей, відновлення їхніх фізичних і духовних сил. Характерними властивостями рекреаційних ресурсів є: цілісність, динамізм, місткість, стійкість, надійність, привабливість [2, с.119].

Саме наявність та територіальна локалізація рекреаційних ресурсів, перш за все природних та культурно-історичних, дозволили охарактеризувати їх як реалізуючі локалізуючі чинники, територіальна диференціація яких визначає спеціалізацію рекреаційної діяльності і туризму. Тобто, природні властивості певної території, які визначаються її географічним положенням і фізико-географічними характеристиками і є, за сутністю, природними благами (кліматичні, ландшафтні та бальнеологічні), що, як об'єктивні чинники мотиваційної привабливості, створюють передумови розвитку туристичної діяльності; та культурне надбання - об'єкти матеріальної і духовної культури, що історично зафіксовані на даній території; традиційна культура та сучасні етнорелігійні особливості, характер господарювання та інші прояви життєдіяльності населення, що також можуть мати мотиваційний сенс - становлять основу формування територіальної рекреаційної системи

(ТРС), їх поєднання відтворює її неповторність і визначає спеціалізацію [3, с. 129].

Розрізняють наявні ресурси, що вже використовуються в туристичній діяльності, та потенційні (туристсько-рекреаційний потенціал), які можуть бути задіяні за певних умов (реставрація, реконструкція, розвиток транспортної, туристичної інфраструктури тощо). Потенційні ресурси надають можливості для нарощування пропозиції, створення нового турпродукту, є основою як інтенсивного, так і екстенсивного розвитку туризму шляхом залучення до туристичної діяльності нових територій задля інтенсифікації внутрішнього та іноземного туризму.

Тому суспільно-географічний комплекс території є одночасно і ресурсом, і умовою розвитку індустрії туризму на певній території, і чинником територіальної організації індустрії туризму, основою формування територіальної структури національного туристичного ринку пропозиції.

Суспільно-географічний комплекс - це «виокремлена на основі суспільно-географічних зв'язків територіальна і комплексно-пропорційна структура матеріально-речовинних і духовних компонентів діяльності людини» [1, с 33], представлена взаємозв'язком і взаємодією території, населення і його розселення, матеріального виробництва і невиробничої діяльності. Саме на зазначених критеріях побудовані пропоновані нижче класифікаційні схеми туристичних ресурсів. Слід зазначити, що детальна поелементна структура туристичних ресурсів достатньо добре розроблена як в географічній літературі (наприклад, праці Ананьева.М.А., Фальковича Н.С., Зачиняєва Н.П., Крачила М.П., Гезгала.Я, Мироненка М.С., Твердохлебова І.Т. та багатьох інших), так і в працях, присвячених організації та економіці туризму (Любіцевої О.О., Бейдика.О.О., Квартальнова В.О., Поповича СІ. та інших). Тому, в даному разі, основна увага зосереджена на теоретико-методологічних питаннях визначення поняття туристичних ресурсів, їх місця і ролі в формуванні територіальної структури туристичного ринку.

Різноманітність туристичних ресурсів викликає необхідність їх класифікації. До класифікації туристичних ресурсів можна застосувати такі підходи: сутнісний (за предметною сутністю ресурсу); діяльнісний (за характером використання в туризмі); атрактивний (за мірою та формою залучення до туристичної діяльності); ціннісний, оснований на унікальності даного ресурсу; функціональний, оснований на неповторності туристичних умов і ресурсів в поєднанні з комплексністю їх використання; еколого-економічний (за споживчою вартістю ресурсу).

У структурі туристичних ресурсів виділяють кілька складових: природну, соціально-культурну або суспільну, технологічну і подієву, які, у свою чергу, розділяються на ряд компонентів, що мають свою будову:

1. природні (кліматотерапевтичні, лісові, водні, флоро-фауністичні, бальнеологічні, орографічні, ландшафтні).

2. технологічні (технічні, інформаційні, інноваційні, рекламні, управлінські).

3. суспільні (архітектурні, археологічні, культурологічні, паркові, техногенні).

4. подієві (громадські, мистецькі, спортивні, історичні, політичні, релігійні, природні явища). [1, с. 90]

Природні та суспільні ресурси формують групу "матеріальні туристичні ресурси", подієві і більшість технологічних (інформаційні, рекламні та інноваційні) об'єднуються у групу "нематеріальні туристичні ресурси".

Природні, суспільні і подієві туристичні ресурси - основа виникнення окремих видів туризму. Наприклад, природні ресурси стали підґрунтям для розвитку лікувально-оздоровчого, екологічного, спортивного, екстремального і багатьох інших видів туризму та відпочинку: подієві - для фестивального, ділового, фан-туризму та ін., суспільні - для релігійного, археологічного, пізнавального туризму тощо. Технологічні ресурси мають дещо інше призначення. Вони сприяють інтенсифікації туристичних процесів, формують механізми реалізації туристичного продукту, створюють передумови для трансформації природних і суспільно-історичних комплексів у ранг ресурсів. У більшості випадків спостерігається комплексний вплив ресурсів різного генезису на туристичний процес.

Висновки. Таким чином під туристичними ресурсами розуміють ті об'єкти природи, історії, культури, поточні події, явища, які можуть бути використані при створенні та реалізації туристичного продукту. Найбільш точною та цілісною на наш погляд, є класифікація вченого Фоменко Н.В., який поділяє туристичні ресурси на: 1. природні. 2. технологічні. 3. суспільні. 4. подієві.

Перспективи подальших досліджень. Перспективу подальших досліджень буде становити вивчення рекреаційних ресурсів Сватівського району Луганської області.

Література

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О.О. Бейдик Монографія. – К.: ВПЦ “Київський університет”, 2001. – 395 с. 2. Кифяк В.Ф. Організація туризму: навчальний посібник. / В.Ф Кифяк – Чернівці: Книги–ХХІ, 2008. - 344 с. 3. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: навчальний посібник / Н.В. Чорненька – К.: Атака, 2008. – 392 с. 4. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу. / І.В. Смаль – Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. - 336 с. 5. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та

курортологія : навч. посібник / Н. В. Фоменко. - К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.

Корнєєва О. В. Теоретична основа сутності туристичних ресурсів.

У статті охарактеризована сутність поняття «туристичні ресурси», визначені основні види туристичних ресурсів.

Ключові слова. Туристичні ресурси, рекреаційні ресурси, суспільно-географічний комплекс.

Корнеева Е. В. Теоретическая основа сущности туристических ресурсов.

В статье охарактеризованная сущность понятия «туристические ресурсы», определены основные виды туристических ресурсов.

Ключевые слова. Туристические ресурсы, рекреационные ресурсы, общественно географический комплекс.

УДК 338.48 – 6: [94+7/8]

Н. В. Котенко

**СКЛАДОВІ РЕСУРСИ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО
ТУРИЗМУ**

Постановка проблеми. Туризм є однією з найбільших і динамічних галузей економіки. Високі темпи його розвитку, великі обсяги валютних надходжень активно впливають на різні сектори економіки, що сприяє формуванню власної туристської індустрії. За даними Всесвітньої Ради з туризму та подорожей за кілька останніх років, частка туризму у світовому ВВП склала 3,6%, а з урахуванням вкладу супутніх галузей - 10, 4%. За даним ВТО прибуток від туризму склав до 1,1 трлн. дол США. У зв'язку з цим планується зростання зайнятості в туристичній індустрії та її розвиток в цілому, адже згідно зі статистичними дослідженнями, кожна 15-та людина на Землі прямо чи опосередковано пов'язана з індустрією туризму [1]. Згідно зі статистичними даними ВТО, протягом останніх десятиліть спостерігається постійне зростання обсягів міжнародного туризму. У середньому світовий туристський бізнес зростає на 3-4% на рік.

У наш час бурхливого розвитку індустрії міжнародного туризму важливого значення набуває фактор популяризації останніх досягнень науки, пам'яток історії та культури засобами туризму. Манільська Декларація Всесвітнього туризму (1978 р.) вказує на те, що сучасний

туризм відповідає основному праву людини на відпочинок, проте Декларація також зазначає, що "у практиці туризму елементи духовності повинні брати гору над технічними та матеріальними". Давно виділилися і став самостійним такий вид туризму, як культурно-історичний. Його основою є історико-культурний потенціал країни, що включає все соціокультурне середовище з традиціями і звичаями, особливостями побутової та господарської діяльності. Мінімальний набір ресурсів для історико-культурного туризму може дати будь-яка місцевість, але для його масового розвитку потрібно певна концентрація об'єктів культурної спадщини. З огляду на це постає проблема даної роботи: визначити складові ресурси історико-культурного туризму, це надасть нам можливість оцінити потенціал певної території з боку привабливості останнього виду туризму.

Аналіз наукових досліджень і публікацій. Питання сутності туристичних ресурсів досліджували такі вчені, як Н. Фоменко, О.Бейдик, І.Яковенко, О. Драчева, Н. Крачило, О. Любіцева, В. Стафійчук, Є. Панкова, М.Труаси, П.Дефер. Питання класифікацій туризму вивчали М. Мальська, В. Худо, В. Цибух, А. Бабкин, А. Кусков, В. Голубева, Т. Одинцова. Теоретичні аспекти історико-культурного туризму стали предметом дослідження А. Кускова, Ван Циншена, А. Бабкина та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз наукових досліджень та публікацій дозволив сформулювати мету статті - виявити складові ресурси історико-культурного туризму. Основними завданнями дослідження є:

- визначити сутність історико-культурних ресурсів;
- виявити складові ресурси в історико-культурному туризмі.

Виклад основного матеріалу досліджень.

Історико-культурні туристичні ресурси (ІКТР) - це пам'ятки історії і культури, створені людиною, які мають суспільно-виховне значення, становлять пізнавальний інтерес і можуть бути використані в туристичній діяльності. До складу ІКТР входять пам'ятки історії, архітектури, мистецтва, етнографічні пам'ятки і пам'ятки народної творчості.

Культурно-історичні об'єкти поділяються на матеріальні та духовні. Матеріальні охоплюють сукупність засобів виробництва та інших матеріальних цінностей суспільства на кожній історичній стадії його розвитку, а духовні - сукупність досягнень суспільства в освіті, науці, мистецтві, літературі, в організації державного і суспільного життя, у праці та побуті [2, с. 96].

Серед культурно-історичних об'єктів провідна роль належить пам'яткам історії і культури, які відрізняються найбільшою привабливістю і на цій основі служать головним засобом задоволення потреб пізнавально-культурної рекреації. В залежності від основних

ознак пам'ятки історії і культури поділяються на п'ять основних видів: історії, археології, містобудування та архітектури, мистецтва, документальні пам'ятки. Так, до пам'яток історії можна віднести споруди, пам'ятні місця і предмети, пов'язані з найважливішими історичними подіями в житті народу, його культурою та побутом, розвитком суспільства, держави, науки і техніки [3].

Пам'ятники історії. До них можуть бути віднесені будівлі, споруди, пам'ятні місця і предмети, пов'язані з найважливішими історичними подіями в житті народу, а також з розвитком науки і техніки, культури та побуту народів, з життям видатних людей держави.

Пам'ятники археології. Це городища, кургани, залишки стародавніх поселень, укріплень, виробництв, каналів, доріг, стародавні місця захоронення-ний, кам'яні статуї, наскальні зображення, старовинні предмети, ділянки історичного культурного шару стародавніх населених пунктів.

Пам'ятники містобудування та архітектури. Для них найбільш характерні наступні об'єкти: архітектурні ансамблі і комплекси, історичні центри, квартали, площі, вулиці, залишки стародавнього планування і забудови міст та інших населених пунктів, громадські споруди, промислової, військової, культової архітектури, народного зодчества, а також пов'язані з ними твори монументального, декоративно-прикладного, садово-паркового мистецтва, приміські ландшафти.

Пам'ятники мистецтва. До них належать твори монументального, образотворчого, декоративно-прикладного та інших видів мистецтва.

Документальні пам'ятки. Це акти органів державної влади і управління, інші письмові і графічні документи, кінофотодокументи і звукозапису, а також стародавні та інші рукописи й архіви, записи фольклору і музики, рідкісні друковані видання [2, с. 95-96].

Ван Циншен в своїй статті «Історико-культурный туризм и развитие туристических городов» до складу історико-культурного туризму вносить такі аспекти:

1. Туризм мистецтв і літератури: відомі діячі літератури, театру, кіно; твори скульптури; художні промисли; театри, студій і т.д.

Відомі діячі літератури і мистецтва та їхні твори можуть бути провідним чинником залучення іноземних туристів.

2. Історичний туризм: пам'ятки людської цивілізації та соціально-економічної культури; древні міста, руїни древніх міст; пам'ятники військової культури (фортеці, оборонні стіни і вали, місця битв і боїв і т.п.)

Історичні пам'ятки не лише є цільовими місцями роботи фахівців, а й цікавими місцями для масових туристів.

3. Туризм архітектурної культури: архітектурні ансамблі, палацові комплекси, культові споруди і храми; малі архітектурні форми (будівлі, вежі, арки, зали, пантеони, мавзолеї, меморіальні печери, камені й

обеліски); гідротехнічні споруди (греблі, канали, гідроелектростації); портово-промислова архітектура; рекреаційна архітектура

Кожна країна або кожен народ має свої історико-культурні джерела. Архітектурна культура як «застиглі історичні вірші», стилі архітектури вельми різноманітні. Як правило, різниця стилів архітектури різних країн і національностей є головною причиною формування потоку іноземних туристів.

4. Туризм тематичних парків культури: штучні ландшафти (сельбищні, рекреаційні, спортивно-оздоровчі, промислові, транспортні)

Тематичні парки (Theme Parks) є штучними рекреаційними ресурсами, які народжені творчою думкою і створюють особливу атмосферу з однією темою або кількома темами, щоб залучати туристів.

5. Туризм міського середовища та культури: міське середовище і міська культура; панорами міст; ландшафтно-планувальна організація та забудова міст.

Міста як місця зосередження культури, економіки і політики країн і регіонів мають свою перевагу і формують туристичний ринок першого класу для іноземних туристів. Їх роль в історико-культурному туризмі постійно зростає.

6. Музейний туризм: музеї, виставки, історико-культурні заходи та презентації.

Музеї як місця експозиції історико-культурної квінтесенції країни користуються досить високою атрактивністю, особливо для іноземних туристів [4].

До культурно-історичних передумов туристичної галузі можна віднести й інші об'єкти, пов'язані з історією, культурою і сучасною діяльністю людей: оригінальні підприємства промисловості, сільського господарства, транспорту, наукові і вищі навчальні заклади, театри, спортивні споруди, ботанічні сади, зоопарки, океанарії, етнографічні і фольклорні ансамблі, а також збережені народні звичаї, святкові обряди і т.д. Всі об'єкти, які використовуються в пізнавально-культурній рекреації, поділяються на дві групи - нерухомі і рухомі.

Першу групу становлять пам'ятки історії, містобудування та архітектури, археології і монументального мистецтва та інші споруди. З позицій пізнавально-культурної рекреації важливим є те, що об'єкти цієї групи є самостійними поодинокими або груповими утвореннями.

До другої групи належать пам'ятки мистецтва, археологічні знахідки, мінералогічні, ботанічні і зоологічні колекції, документальні пам'ятки та інші речі, предмети і документи, які можна легко переміщати. Використання рекреаційних ресурсів цієї групи пов'язане з відвідуванням музеїв, бібліотек і архівів, де вони звичайно концентруються [3].

Висновки. Отже, історико-культурний потенціал країни є передумовою розвитку історико-культурного туризму, який в наш час

набуває бурхливого розвитку. До складу цього виду туризму входить певний перелік ресурсів. Історико-культурні туристичні ресурси (ІКТР) - це пам'ятки історії і культури, створені людиною, які мають суспільно-виховне значення, становлять пізнавальний інтерес і можуть бути використані в туристичній діяльності. В свою чергу історико-культурні ресурси поділяються на матеріальні та духовні. В залежності від основних ознак пам'ятки історії і культури поділяються на п'ять основних видів: історії, археології, містобудування та архітектури, мистецтва, документальні пам'ятки.

Перспективи подальших розвідок в цьому напрямі будуть пов'язані подальшим детальним вивченням історико-культурних ресурсів. А також вирішення питань застосування вилученої інформації на практиці.

Література

1. Место встречи турбизнеса изменить нельзя [Електронний ресурс]. • Режим доступу : <http://www.alpasa.ua>. **2. Рекреационная география: Учебно-методический комплекс** / Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. - М.:МПСи, ФЛИНТА, 2005. – 496с. **3. Бабкин А.В.** Специальные виды туризма [Електронний ресурс] / Бабкин А.В. – Режим доступу : <http://tourlib.net> **4. Ван Циншен Культура народов Причерноморья** [Електронний ресурс] / Ван Циншен - 2002. - N35. - С. 11-5. - Режим доступу : <http://tourlib.net>

Котенко Н. В. Складові ресурси історико-культурного туризму

В статті розкрита сутність історико-культурних ресурсів, а також проаналізовано їх вплив на розвиток історико-культурного туризму. Окрім того були визначені складові останнього виду туризму, це дозволило нам проаналізувати вплив історико-культурних пам'яток на зростання привабливості території для вітчизняних та іноземних туристів.

Котенко Н. В. Составные ресурсы историко-культурного туризма

В статье раскрыта сущность историко-культурных ресурсов, а также проанализировано их влияние на развитие историко-культурного туризма. Кроме того были определены составляющие последнего вида туризма, это позволило нам проанализировать влияние историко-культурных памятников на рост привлекательности территории для отечественных и иностранных туристов.

Д. П. Крамаренко, О. І. Кіреєва, Т. П. Золкіна

АНАЛІЗ ПЕРСПЕКТИВ УПРОВАДЖЕННЯ ЗЕРНОВОГО ХЛІБА У ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Постановка проблеми в загальному вигляді. Однією з важливих проблем, що стоять перед харчовою промисловістю нашої країни, є забезпечення населення продуктами харчування підвищеної біологічної цінності. В даний час удосконалюється технологія виробництва традиційних продуктів харчування та створюється нове покоління харчових продуктів, які відповідають можливостям сьогодення. Це продукти із збалансованим складом, низькою калорійністю, з пониженим вмістом цукру та жиру, підвищеним вмістом корисних для здоров'я інгредієнтів функціонального і лікувального призначення.

Виробництво зерна та його переробка з прадавніх часів займали важливе місце в житті людей. Зерно є природним джерелом крохмалю, білка, вітамінів та інших біологічно корисних речовин, які грають незамінну роль у харчуванні людини.

Враховуючи, що в нашій країні хліб є одним з основних продуктів харчування, завдання зниження енергетичної цінності хлібобулочних виробів і збагачення їх харчовими волокнами, вітамінами і мінеральними речовинами є важливим та актуальним.

Найбільш ефективним і економічно обґрунтованим вирішенням даної проблеми є технологія хліба з цілого (диспергованого) зерна, яка дозволяє значно підвищити харчову цінність виробів за рахунок збереження периферійних шарів зернівки.

Зростання виробництва і розширення асортименту зернового хліба свідчать про перспективність цієї технології. При цьому велике значення має підвищення якості та безпеки зернового хліба.

Аналіз останніх досліджень. Значний теоретичний і практичний вклад в удосконалення технології хліба з цілого зерна внесли С. М. Антонов, С. С. Щербатенко, Р. С. Кузьмінський, Р. Д. Поландова, Е. І. Шаф, С. І. Конева, А. С. Романів.

Проте до теперішнього часу не сформульовані вимоги до вихідної сировини (зерна). У літературі недостатньо відомостей про дослідження фізико-хімічних, біохімічних та мікробіологічних процесів, що відбуваються при відволоженні зерна та їх впливі на якісні показники зернового хліба.

Дослідженнями В. Л. Кретовича [1] було показано, що біологічна цінність білка пшеничного борошна складала лише 41 % від ідеального білка. А хліб з пшеничного борошна вищого і першого гатунків особливо бідний двома незамінними амінокислотами – лізином і триптофаном. У

зв'язку з цим, найбільш важливим є завдання підвищення загального вмісту білка в хлібі та поліпшення його амінокислотного складу. В даний час у якості білкового збагачувача використовують продукти рослинного і тваринного походження. У практиці хлібопечення найбільшого поширення набули високобілкові рослинні продукти переробки сої: знежирене соєве борошно, соєве масло, соєвий білковий – ліпідний комплекс, сухе соєве молоко, соєвий шрот [2, 3].

Одним із способів підвищення харчової цінності хліба є додавання в рецептуру виробів з сортового борошна натуральних компонентів, багатих вітамінами: солодових проростків, порошоків топінамбура, гарбуза, моркви, стабілізованих зародкових пластівців, а також внесенням до борошна вітамінних комплексів [1, 2, 3, 5].

Багато робіт вітчизняних і зарубіжних дослідників присвячено підвищенню в хлібі вмісту харчових волокон. Найбільше поширення в практиці хлібопекарського виробництва [3] отримало збагачення хліба висівками. За даними зарубіжних дослідників, внесення до хліба пшеничних висівок в кількості 5 % дозволяє в значній мірі збільшити вміст клітковини [5].

Найважливішою проблемою технології хліба з цілого зерна є нестабільність властивостей реологій диспергованої зернової маси.

Постановка завдання. Продукти переробки зерна традиційно широко застосовуються в нашому харчуванні. Проте при переробці зерна віддаляються його цінні компоненти: зародок, алейроновий шар, багатошарові оболонки, багаті вітамінами та іншими біологічно активними речовинами.

Метою наших досліджень було провести аналіз технологій виробництва зернового хліба для визначення оптимальних режимів, які дозволять повністю використати потенціал зерна та отримати продукт високої якості.

Високою біологічною цінністю володіє пророщене зерно. У такому зерні прокидаються сили зародкового організму, активізуються ферменти, зберігаються в своєму природному вигляді всі речовини, що містяться в цілому зерні, у тому числі харчові волокна, оболонка, зародок, вітаміни, амінокислоти, мінеральні речовини, білок.

Всі елементи пророщеного зерна легко засвоюються. Його використання не має побічних ефектів, приводить до нормалізації обміну речовин і схуднення людей з надлишковою вагою.

Слід зазначити, що окрім корисних для організму людини властивостей, продукти з пророщеного зерна мають ще одну кошовну перевагу – це істотне зниження витрат на його виробництво в порівнянні з традиційними технологіями.

Розробка і впровадження у виробництво нових видів продукції дозволить раціональніше використовувати зернові ресурси і отримати

новий вид продукції, що перевершує за харчовою цінністю традиційні зернові продукти.

На кафедрі харчових технологій Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму проводиться робота з розробки технології отримання зернового хліба підвищеної біологічної цінності.

Науковий інтерес представляє порівняльний аналіз хімічного складу хліба з цілого зерна пшениці і хліба з пшеничного сортового борошна, отриманий експериментально, а також дослідження дієтичних властивостей зернового хліба.

Головною особливістю технології зернового хліба, на відміну від традиційних способів приготування хлібобулочних виробів з пшеничного борошна, є підготовка зерна, що включає його очищення, лушення, миття, відволожування і подальше подрібнення.

В даний час зареєстровано багато патентоохоронних документів на виробництво зернового хліба. Основними відмінностями у запропонованих технологіях є параметри підготовки зерна, способи його подрібнення, рецептури виробів, технологічні способи розпушування тіста і умови випічки хліба.

Автори технологій не загострюють увагу на якості зерна, яке використовується при виробництві зернового хліба, обмежуючись характеристиками «зріле, добре виконане, не заражене польовою цвілью» [2]. В той же час, найбільшу практичну цінність представляють кількісні та якісні характеристики зерна, що характеризують хлібопекарські властивості: автолітична активність, вміст і якість клейковини, натура, скловидна.

Дуже багато у підвищенні харчової цінності хліба залежить від борошномельної промисловості, особливо це стосується харчової цінності пшеничного борошна.

У таблицях хімічних складових харчових продуктів наводяться дані про вміст в зерні пшениці та борошні макро- і мікронутрієнтів. З таблиці 1 видно, що при переробці зерна пшениці в борошно значно знижується вміст клітковини, вітамінів і мінеральних речовин. У зв'язку з цим, одним з перспективних і економічно обґрунтованих способів підвищення харчової цінності хліба є не лише додаткове його збагачення мікронутрієнтами, але і розширення виробництва хліба цілого зерна.

Важливим етапом є лушення зерна. У ряді робіт [1, 2, 4, 6] передбачається стадія лушення зерна без уточнення кількості оболонки, що видаляються. На думку В. М. Антонова і А. С. Романова використання лушеного зерна з видаленням 50 – 80 % оболонки дозволяє скоротити стадію відволожування за рахунок кращого проникнення вологи. На нашу думку, при цьому втрачається призначення зернового хліба, яке полягає в збереженні як можна більшої кількості периферійних часток зернівки.

Одним з напрямів підвищення якості хліба з цілого зерна є регулювання параметрів відволоження зерна, при якому зерно переходить із стану спокою у фазу біологічної активності. Багато авторів передбачають пророщування зерна до появи паростків [2, 4], використовуючи при цьому поперемінне замочування зерна у воді і витримку його у вологому середовищі. Відомо, що при проростанні, разом з позитивними моментами (збільшення кількості амінокислот, перехід макро- і мікроелементів в легкозасвоювану форму), різко активізуються дезагрегуючі ферменти (амілази і протеїнази), і, отже, з пророслого зерна неможливо отримати хліб задовільної якості.

Ми вважаємо, що використання заквасок дозволяє зменшити активність протеїнази у тісті та понизити температуру інактивації α - амілази при випіканні хліба. Для здобуття зернового хліба кращої якості доцільно зволожувати зерно до ембріонального пробудження, не допускаючи появи видимих паростків. При цьому підвищується біологічна цінність зерна, але активність дезагрегуючих ферментів не досягає свого максимального значення. Такі параметри відволоження пропонують В. М. Антонов і М. З. Акимов.

Таблиця 1

**Вміст макро- і мікронутрієнтів в зерні пшениці
та пшеничного борошна**

Найменування макро- і мікронутрієнтів	Вміст харчових речовин			
	Пшениця м'яка	Пшеничне борошно II гатунку	Пшеничне борошно I гатунку	Пшеничне борошно вищого гатунку
Білки, %	11,8	11,6	10,6	10,3
Жири, %	2,2	1,8	1,3	1,1
Ненасичені жирні кислоти, %	0,4	0,3	0,2	0,2
Загальні вуглеводи, %	59,5	64,8	69	70,6
Моно- і дисахариди, %	2,5	2,2	1,8	1,6
Крохмаль, %	55,5	62	66,7	68,5
Харчові волокна, %	10,8	6,7	4,4	3,5
Зола, %	1,7	1,1	0,7	0,5
Мінеральні речовини, мг/100 г				
Na	8	6	4	3
K	337	251	178	122
Ca	54	32	24	18
Mg	108	73	44	16
P	370	184	115	86
Fe	5,4	3,9	2,1	1,2
Вітаміни, мг/100г				
β - каротин	10	10	-	-
B ₁ (тіамін)	0,44	0,37	0,25	0,17
B ₂ (рибофлавін)	0,15	0,12	0,08	0,04
PP (нікотинова кислота)	5,3	4,6	2,2	1,2

Подрібнення зерна для здобуття однорідної маси – один з важливих етапів технології зернового хліба. Від міри подрібнення залежить сенсорна оцінка готового продукту: зовнішній вигляд, розрихленість м'якишу, відчуття при розжовуванні. Для цих цілей використовують колоїдні млини, екструдери.

Найважливішою проблемою технології хліба з цілого зерна є нестабільність властивостей реологій зернової маси, що диспергує.

У вивченій науково-технічній літературі не виявлено відомостей, що відображають дослідження властивостей реологій диспергованої зернової маси і тіста, аналіз яких дозволив би обґрунтовано личити до

оптимізації параметрів технологічного процесу виробництва хліба з цілого зерна пшениці.

Технологія зернового хліба передбачає різні способи замісу тіста. Так, наприклад, В. М. Антонов [6] пропонує, на відміну від традиційного замісу в тістомісильній машині, проводити заміс тіста одночасно з подрібненням зерна, дозуючи основну і додаткову сировину в диспергатор.

Розрихленність м'якишу, смак і аромат хліба роблять істотний вплив на його засвоюваність. Багато виробників включають в рецептуру зернового хліба хлібопекарські дріжджі, при цьому виключають з технологічного циклу стадію бродіння тіста, або поєднують її із стадією розстоювання [6].

Висновки. Проведений аналіз виявив багаточисельні способи виробництва хліба з цілого зерна, визначаючи перспективність цього напрямку в сучасному хлібопеченні. Проте, якісні показники зернового хліба не завжди мають стабільне значення. У зв'язку з вище сказаним, можна зробити висновок, що необхідне додаткове вивчення чинників, що впливають на якість хліба з цілого зерна і оптимізацію окремих стадій виробництва з метою здобуття високоякісного продукту.

Література

1. **Кретович В. Л.** Биохимия зерна и хлеба. М.: Наука, 1991. – 136 с.
2. **Драчева Л. В.** Пути и способы обогащения хлебобулочных изделий // Хлебопечение России. – 2002. - № 2. – с. 20 – 21.
3. **Карнаушенко Л., Шевченко Р.** Практическое применение изолятов белка в хлебопечении // Хлебопродукты. – 2000. - № 9. – с. 19 – 20.
4. **Ауэрман Л. Я.** Технология хлібопекарного производства: учебник. – 9 – е изд.; перераб. и доп. / Под общ. ред. Пучковой Л. И. – СПб: Профессия, 2002. – 416 с.
5. **Циганова Т. Б.** Технология хлібопекарного производства. М.: Колос, 2001. – 430 с.
6. **Патент 2134511 РФ, МПК⁶ А 21 D 13/02.** Способ производства зернового хлеба/ В. М. Антонов, Г. И. Калнищ, 1999.

Крамаренко Д. П., Кірсєва О. І. Золкіна Т. П. Аналіз перспектив упровадження зернового хліба у підприємствах ресторанного господарства

В статті розкрито питання перспективи впровадження зернового хліба у підприємствах ресторанного господарства. Було проведено аналіз технологій виробництва зернового хліба для визначення оптимальних режимів, які дозволять повністю використати потенціал зерна та отримати продукт високої якості. Розглянуто способи підвищення харчової цінності зернового хліба, його вплив на організм людини.

Ключові слова: пророщене зерно, харчова цінність, біологічна цінність, хліб з цілого зерна пшениці.

Крамаренко Д. П., Киреева Е. И., Золкина Т. П. Анализ перспектив внедрения зернового хлеба в предприятиях ресторанного хозяйства

В статье раскрыт вопрос перспектив внедрения зернового хлеба в предприятиях ресторанного хозяйства. Был проведен анализ технологии производства зернового хлеба для определения оптимальных режимов, которые позволят полностью использовать потенциал зерна и получить продукт высокого качества. Рассмотрены способы повышения пищевой ценности зернового хлеба, его влияние на организм человека.

Ключевые слова: пророщенное зерно, пищевая ценность, биологическая ценность, хлеб из целого зерна пшеницы.

УДК 378.011.3-051:338.488.2

О. А. Маковій

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Постановка проблеми в загальному вигляді. В останні роки туристична індустрія займає лідируючі позиції на світовому ринку, поряд з такими сферами як нафтова та автомобільна. Досвід закордонних туристичних операторів доводить, що для ефективного розвитку цього бізнесу необхідно не лише наявність туристичних ресурсів, інфраструктури, але й кваліфікованого персоналу.

Головною проблемою сфери гостинності, котра просліджується під час підготовки фахівців, є багатопрофільний характер діяльності, яка, з одного боку, проявляється в необхідності забезпечити кваліфікованими кадрами, а з іншого в готовності до впровадження принципово нових технологій обслуговування туристів. Тому професійна освіта в цій галузі передбачає підготовку фахівців широкого профілю. Для цього потрібно забезпечити випускникам необхідний рівень знань, умінь та навичок, та й навчити їх отримувати знання самостійно.

Останнім часом у світі просліджується тенденція інформатизації всіх сфер, особливо це відчутно у туристичному бізнесі. Але процес інформатизації освіти має випереджати інформатизацію інших сфер. Тому використання інформаційних технологій під час освітнього процесу підготовки фахівців сфери туризму та гостинності є зараз актуальне.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Останнім часом аналіз використання інформаційних технологій навчання був розглянутий у працях багатьох вчених, а саме І. М.

Дичківської, Г. К. Селевко, Є. В. Ширшова. Вони здебільшого освітлювали загальні теоретичні питання використання інформаційних технологій в процесі навчання. Проте специфіка використання їх під час підготовки фахівців у сфері гостинності не розглядалася ще науковцями взагалі.

Отже, відповідно до поставленої проблеми було сформульовано наступну **мету статті**: дослідити можливості використання інформаційних технологій під час підготовки фахівців сфери гостинності.

Зв'язок проблеми з завданнями. Згідно з поставленою метою були сформульовані наступні задачі:

- охарактеризувати специфіку підготовки фахівців сфери гостинності;
- розглянути використання інформаційних технологій в процесі навчання;
- проаналізувати позитивні та негативні фактори використання інформаційних технологій під час підготовки фахівців сфери гостинності.

Для того, щоб бути конкурентоспроможним фахівцем на ринку праці в сфері туризму та гостинності потрібно володіти рядом особистісних і професійно-значущих якостей, таких як психологічні, розумові, поведінкові, емоційно-вольові виявлення, мислення, способи діяльності і поведінки. Для цього у вищих навчальних закладах викладається ряд дисциплін професійної й практичної, природничо-наукової й фундаментальної, гуманітарної та соціально-економічної підготовки [1]. Дуже великий обсяг різноманітної інформації вимагає використання сучасних інноваційних технологій, для полегшення навчального процесу.

У світовій та вітчизняній практиці професійної освіти напрацьовано значний досвід використання інформаційних технологій, що є важливим моментом у їх подальшому дослідженні. За визначенням, поданим Є. В. Ширшовим, інформаційні технології (ІТ) є створювані прикладною інформатикою сукупність систематичних та масових засобів і прийомів обробки інформації в усіх видах людської діяльності з використанням сучасних засобів зв'язку, поліграфії, обчислювальної техніки і програмного забезпечення [2, с. 69].

З позиції інформаційного підходу будь-яка педагогічна технологія може бути названа інформаційною, тому що сутність процесу навчання складає рух і перетворення інформації. Коли комп'ютери стали використовуватися в освіті, з'явився термін «нові інформаційні технології» (НІТ). Комп'ютерні технології навчання - це процеси підготовки та передачі інформації, головним засобом здійснення яких є комп'ютер.

Якщо при цьому використовуються телекомунікації, то з'являється термін «інформаційно - комунікаційні технології» - ІКТ.

В нашому дослідженні під інформаційними технологіями в педагогіці, ми розуміємо, усі технології в сфері освіти, що використовують спеціальні технічні інформаційні засоби (комп'ютер, аудіо, відео, кіно) для досягнення педагогічних цілей.

Інформаційні технології використовуються для вирішення формалізованих задач (формування або підбір математичної моделі, розробка алгоритму, програми та реалізація обчислень), котрим характерна типова послідовність вирішення.

Нові інформаційні технології служать для удосконалення методів розв'язання функціональних завдань і способів організації інформаційних процесів. До них відносяться:

1. комп'ютерні навчальні програми, які включають у себе електронні підручники, тренажери, лабораторні практикуми, тестові системи;

2. навчальні системи на базі мультимедіа-технологій, побудовані з використанням персональних комп'ютерів, відеотехніки, накопичувачів на оптичних дисках;

3. інтелектуальні та навчальні експертні системи, що використовуються в різних предметних областях;

4. розподіл бази даних за галузями знань;

5. засоби телекомунікації, що включають в себе електронну пошту, телеконференції, локальні та регіональні мережі зв'язку, мережі обміну даними тощо;

6. електронні бібліотеки, розподілені та централізовані видавничі системи [3, с. 149].

Основні функції інформаційних технологій, які можуть реалізуватися в навчальному процесі:

1. інформаційно-довідкова, за рахунок подання різного роду інформації (при використанні баз даних, засобів телекомунікації та зв'язку) на екрані, в тому числі теоретичного матеріалу, методики вирішення завдань тощо;

2. наочна демонстрація матеріалу, комп'ютерна візуалізація досліджуваного об'єкта та його складових частин;

3. індивідуалізація і диференціація процесу засвоєння навчального матеріалу в ході занять і самостійної роботи учнів, за рахунок генерації завдань різного рівня складності, видачі довідок та підказок;

4. оптимізація навчального процесу за рахунок можливостей поетапної роботи або роботи в певному темпі;

5. контролююча, за рахунок здійснення об'єктивного контролю зі зворотним зв'язком, оцінки знань, умінь і навичок з діагностикою помилок, здійснення самоконтролю знань, умінь і навичок;

6. діагностує за рахунок інформування вчителя про результати навчання, про помилки, що часто зустрічаються;

7. автоматизація процесів управління навчальною діяльністю при здійсненні реєстрації, збору, аналізу, зберігання інформації про учнів, розсилки необхідного матеріалу та інформації з мережі;

8. моделювання реальних дослідів, імітація роботи різноманітних лабораторних стендів, об'єктів, процесів і явищ;

9. автоматизація процесів обробки результатів лабораторного експерименту, побудова графіків, таблиць і діаграм; отримання інформації про перебіг в реальних умовах процесу або явища за допомогою комплексу датчиків, що дозволяє виводити на екран комп'ютера отримані в ході експерименту дані та проводити їх обробку [4, с. 179].

У процесі вивчення, різноманітного застосування і використання інформаційних технологій формується людина, що вміє діяти не тільки за зразком, але й самостійно, одержує необхідну інформацію з максимально більшого числа джерел; вміє її аналізувати, висувати гіпотези, будувати моделі, експериментувати і робити висновки, приймати рішення в складних ситуаціях.

І. М. Дичківська підкреслює, що використання інформаційних технологій під час освітнього процесу, на сьогодні, неможливе без використання комп'ютеру. Адже він дозволяє посилити мотивацію студента. Засвоєння знань, пов'язаних з великим обсягом цифрової або іншої інформації, завдяки активного діалогу з персональним комп'ютером є більш ефективно і цікаве для студента, порівняно зі студіюванням підручника. Інтерес також можна створити за допомогою різноманітної та кольорової інформації (текст + звук + відео + колір). Цьому сприяє не тільки новизна роботи з комп'ютером, але і можливість регулювання послідовності задач за складністю, заохочування вірних рішень.

Комп'ютер дозволяє ліквідувати одну з головних причин негативного ставлення до навчання - неуспіх, котрий виникає через нерозумінням суті проблеми, значні пробіли знань. Користуючись допомогою комп'ютеру, можна довести до кінця рішення будь-якої задачі. Комп'ютер може впливати на мотивацію студентів, розкриваючи практичну значущість матеріалу. Надаючи можливість випробувати розумові сили й проявити оригінальність, поставивши цікаве завдання, задавати будь-які питання і пропонувати будь-які рішення без ризику отримати низький бал за це, - все це сприяє формуванню позитивного ставлення до навчання [5, с. 112].

Може скластися враження, що використання засобів ІТ завжди виправдано. Безумовно, в багатьох випадках це саме так. Разом з тим, дослідники підкреслюють що, використання інформаційних технологій має і низку негативних аспектів. Існує вплив частоти використання

аудіовізуальних засобів на ефективність процесу навчання. Він обумовлений тим, що ці засоби впливають на оціночно-мотиваційну сферу особистості. Якщо аудіовізуальні засоби використовуються дуже рідко, то кожне їхнє застосування перетворюється на надзвичайну подію, у студентів створюється підвищене емоційне збудження, що заважає сприйняттю та засвоєнню навчального матеріалу. Навпаки, дуже часте користування цими засобами протягом багатьох занять поспіль призводить до втрати студентами інтересу до них.

Також необхідно враховувати санітарні норми, за якими час безперервної роботи за комп'ютером становить 30 хвилин. Загальний сумарний час роботи в день складає 200 хвилин [6, с. 167].

Існує також думка, що автоматизація навчальних робіт професійного характеру становить передумови для більш глибокого пізнання властивостей досліджуваних об'єктів і процесів на математичних моделях, проведення параметричних досліджень та оптимізації. Однак осмислене застосування систем автоматизації професійної діяльності вимагає досить високої кваліфікації, якою студенти не завжди володіють на високому рівні. Нерідко вони успішно опановують лише апаратні та програмні компоненти автоматизованих систем. Професійна ж кваліфікація в предметній області, пов'язана з питаннями побудови моделей і аналізу комп'ютерних розрахунків, росте повільно, або зовсім не росте. Студенти часом не отримують у повному обсязі навіть тих знань, які їм давало традиційне «докомп'ютерне» навчання. До того ж, відносна легкість отримання результатів із застосуванням ЕОМ знижує інтерес до самого результату. Так, цілеспрямований пошук шляхом ряду проб оптимального та раціонального рішення в проектних завданнях набагато цікавіший і повчальніший для майбутнього фахівця, ніж отримання тільки одного оптимального проекту, який не можна поліпшити і нема з чим порівняти.

Отже, існує багато як позитивних, так і негативних факторів використання інформаційних технологій в освітньому процесі взагалі. Але під час підготовки фахівців сфери гостинності потрібно пам'ятати ще і про такі моменти. Специфіка підготовки студентів по спеціальності «Готельно-ресторанна справа», котра входить до напрямку «Сфера обслуговування», полягає у тому, що передбачає високий рівень комунікативних вмінь, а постійне використання інформаційних технологій призводить до зменшення «живого» спілкування між студентами та викладачем. Іншим важливим аспектом є орієнтація на практичне використання теоретичних знань, у чому інформаційні технології під час підготовки фахівців гостинності не завжди доречні.

З іншого боку не слід забувати про інформатизацію всіх сфер, в якій туристична індустрія не стала винятком. Автоматизацію робочого

місця можна зустріти не тільки у туристичній фірмі, але й у готелі чи ресторані. Тому інформаційні технології можуть не лише допомагати при теоретичному розгляді питань, а і виступати тренажером на практичних заняттях, для розвитку вмінь користування комп'ютером, засвоєння програм автоматизації у готелі, ресторані.

Отже, проаналізувавши використання інформаційних технологій в освітньому процесі підготовки фахівців сфери гостинності, можна виділити такі важливі позитивні та негативні сторони:

Позитивні:

- допомога при розвитку знань, умінь та навичок майбутнього фахівця сфери гостинності;
- вдосконалення методів і технологій відбору та формування змісту навчання;
- підвищення ефективності навчання студентів за рахунок підвищення рівня його індивідуалізації і диференціації.

Негативні:

- зменшення «живого» спілкування між студентами та викладачем;
- відволікання від важливої інформації через використання великої кількості інформаційних технологій під час викладення;
- запозичення студентами з мережі Інтернет готових проектів, рефератів, доповідей і т.п.
- вплив на здоров'я.

Висновки. Встановлено, що інформаційними технологіями називають усі технології в сфері освіти, що використовують спеціальні технічні інформаційні засоби (комп'ютер, аудіо, відео, кіно) для досягнення педагогічних цілей. Їх використання дає можливість вдосконалення методів і технологій відбору та формування змісту навчання, підвищення ефективності навчання студентів

Особливо це важливо в процесі підготовки фахівця спеціальності «Готельно-ресторанна справа», який об'єднав два напрями діяльності: готельну та ресторанну справи. В результаті - збільшення об'єму вимог до знань, умінь та навичок випускника навантаження на студента зросло практично вдвічі. Це вимагає від викладача інтенсифікації навчального процесу.

Проте більшість науковців не звертає уваги на те, що надмірне необгрунтоване використання інформаційних технологій призводить до погіршення комунікативних якостей студента, відволікає від важливої інформації і впливає на здоров'я. Тому при використанні інформаційних технологій викладач повинен пам'ятати про дозоване, обгрунтоване використання інформаційних технологій разом з традиційними технологіями навчання.

Перспективи подальшого дослідження. Проведене нами дослідження лише започатковує висвітлення проблеми. Є необхідність у подальшому розгляді інформаційних технологій навчання, для того щоб

знайти оптимальне співвідношення їх використання в навчальному процесі під час підготовки фахівців сфери гостинності.

Література

- 1. Освітньо-професійна програма** підготовки бакалавра напряму підготовки 6.140101 „Готельно-ресторанна справа” : Проект МНО України. – К, 1999. – (Галузевий стандарт вищої освіти).
- 2. Ширшов Є. В.** Информационно-педагогические технологии : ключевые понятия : словарь / Е. В. Ширшов; под. ред. Т. С. Буториной. – Ростов-н/Д : Феникс, 2006. – 256 с.
- 3. Педагогические технологии:** учебное пособие для студентов педагогических специальностей. / Под общ. ред. В. С. Кукушкина. – Ростов н/Д : Издательский дом «Март», 2002. - 320 с.
- 4. Селевко Г. К.** Энциклопедия образовательных технологий : в 2 т. / Г. К. Селевко. –М.: НИИ школьных технологий, 2006. – Т.2. - 2006. – 816 с.
- 5. Дичківська І. М.** Інноваційні педагогічні технології : навчальний посібник / І. М. Дичківська. – К. : Академвидав, 2004. - 352 с.
- 6. Норенков И. П.** Информационные технологии в образовании / И. П. Норенков, А. П. Зимин. – М. : Издательство МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2004.

Маковій О. А. Використання інформаційних технологій під час підготовки фахівця сфери гостинності.

У даній статі розкривається специфіка використання інформаційних технологій в навчальному процесі. Розглядаються основні функції інформаційних технологій та можливості їх використання. Виділяється позитивний та негативний вплив на студентів під час підготовки фахівця сфери гостинності.

Ключові слова: інформатизація освіти, інформаційні технології, комп'ютер, нові інформаційні технології.

Маковий А. А. Использование информационных технологий во время подготовки бакалавра сферы гостеприимства.

В данной статье раскрывается специфика использования информационных технологий в учебном процессе. Рассматриваются основные функции информационных технологий и возможность их использования. Выделяется позитивное и негативное влияние на студентов во время подготовки бакалавра сферы гостеприимства.

Ключевые слова: информатизация образования, информационные технологии, компьютер, новые информационные технологии.

О. А. Міненко

УПРОВАДЖЕННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС

Вступ. Стрімкий розвиток педагогічної науки у контексті інформатизації сфери освіти обумовлює інтеграцію комп'ютерних технологій у сферу сучасної освіти. Спеціалісти різних напрямків втілюють мультимедійні технології в навчальний процес, намагаючись вирішити питання, які стосуються вдосконалення педагогічного процесу та пошуку резервів його оптимізації шляхом використання сучасних методів та форм навчання.

Одним з напрямків використання комп'ютерних технологій у сфері освіти є мультимедійні системи. На думку багатьох ведучих спеціалістів даного напрямку мультимедійні технології на сьогодні є найбільш популярні у сфері освіти [1, с. 27]. Мультимедійні технології можуть бути застосовані як засіб підвищення ефективності навчального процесу, завдяки використанню в них одночасної дії аудіо (звукової) та візуальної інформації, вони мають більший емоційний заряд і здатні збільшити продуктивність діяльності студентів [1, с. 7 – 8; 2, с 16].

Тому питання використання комп'ютерних технологій, а саме мультимедійних, у сучасній освіті є актуальним та потребує подальшого вивчення.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Соціально-економічні перетворення, що відбуваються, посилення гуманізації освіти, зміна об'єму, складу навчальних дисциплін і характер ставлення педагогів до освітнього процесу зумовили необхідність корінного оновлення системи освіти.

Відмінними рисами сучасного життя є не лише наявність насиченого інформаційного простору, до якого має доступ людина, але й необхідність володіння спеціальними засобами, які допоможуть їй там орієнтуватися. Цими засобами є засоби мультимедіа комунікації, або просто мультимедійні засоби. Починаючи з 60-х років ХХ століття ЮНЕСКО активно підтримує медіаосвітній рух у всьому світі [2, с 67].

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми. Серед вітчизняних та зарубіжних дослідників, хто торкається питання застосування мультимедійних технологій у навчанні, слід відокремити таких, як В. Ю Биков, Ю. О.Жук, М. І.Жалдак, Р. С. Гуревич, В. Ф. Шолохович, В. Г. Афанас'єв, Ю. М. Батурін, Д. Белл, Н. Вінер, Л. М. Землянова, М. М. Мазур, А. Д. Урсул, Р. О. Брієн, П. Росс, А. Девід та ін. Актуальність проблеми

використання мультимедіа в навчальному процесі підтверджується сучасними тенденціями в освітньому процесі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є вивчення сутності інноваційних технологій, можливостей їх інтеграції в сучасний освітній процес. Для реалізації зазначеної мети ми ставимо наступні завдання: 1) визначити сутність поняття «мультимедійні технології»; 2) виявити цілі та завдання інтеграції інноваційних технологій в систему освіти ; 3) проаналізувати сучасний стан проблеми викладання із використанням інноваційних технологій (мультимедіа).

Виклад основного матеріалу. Важливим аспектом, що визначає характер змін у системі освіти, є науково-технічний прогрес та його вплив на соціальні та суспільні відносини. Комп'ютерні технології постійно вдосконалюються, стають більш насиченими, гнучкими, продуктивними та націленими на різноманітні потреби користувачів. Промисловість та мас-медіа стали першими «сферами-користувачами» мультимедійних розробок. Навчання з використанням мультимедійних засобів також уперше здійснювалося у сфері виробництва для підвищення кваліфікації персоналу. Американські дослідники дійшли висновку, що використання засобів мультимедійних технологій у процесі навчання студентів дозволяє істотно підвищити показники змістового розуміння та запам'ятовування запропонованого матеріалу [4, 190 с.]. Серед причин, частіше за інші, називали можливість синкретичного навчання (одночасно зорового та слухового сприйняття матеріалу), активну участь в управлінні поданням матеріалу, легке повернення до тих розділів, які потребують додаткового аналізу.

Під мультимедійними засобами розуміють сукупність візуальних, аудіо- та інших засобів відображення інформації, що інтегровані в інтерактивному програмному середовищі [5, с.254].

Сучасні освітні комп'ютерні програми розробляються на основі мультимедійних технологій, які виникли на стику багатьох галузей знання. На нових витках прогресу відстань між новими технічними розробками та освітою скорочується. Розвиток сучасних інформаційних технологій вимагає від освітніх закладів впровадження нових підходів до навчання, які забезпечували б розвиток комунікативних, творчих і професійних знань.

Сучасні тенденції в навчанні – використання інтерактивних навчальних засобів. Кінопроектор давно відступив перед відеоплеєром, а діапроектор з успіхом замінюється монітором комп'ютера або мультимедіа проектором. Інноваційна технологія передбачає організацію викладання лекцій у формі проектування навчального матеріалу, який структурується і моделюється в певній формі: графічній, знаковій або символічній. Проблема ефективного використання мультимедіа технологій стає надзвичайно гострою. Мету впровадження новітніх

технологій в освіту можна представити як отримання студентами задоволення від навчання, внутрішня мотивація, зростання пізнавального інтересу. Тому сьогодні компетенції педагога в області вживання мультимедійних заходів, та інформаційних комп'ютерних технологій в навчальний процес є просто необхідними. Лише той, хто володіє ними, може професійно використовувати постійно зростаючий інформаційний асортимент медіакомунікацій у будь-який момент.

Інноваційні мультимедійні засоби можуть бути використані як один з можливих помічників у навчанні, застосовані у всіляких освітніх контекстах. Вживання цих технологій може позитивно позначитися відразу на декількох аспектах навчального процесу. Перш за все, мультимедіа можуть стимулювати когнітивні аспекти навчання, а саме, сприйняттю та усвідомленню інформації. Крім того, будуть підвищувати мотивацію студентів та допомагати в розвитку навиків спільної роботи і колективного пізнання. Використання мультимедіа-технологій сприятиме розвитку у студентів глибшого підходу до навчання і, отже, допоможуть у формуванні глибшого розуміння предмету.

Мультимедійні продукти і ресурси Інтернету надають наступні можливості для підвищення ефективності процесу навчання:

- одночасно використовувати декілька каналів сприйняття в процесі навчання, що дозволяє досягти інтеграції інформації, що доставляється різними органами почуття;

- імітувати експерименти і складні реальні ситуації;

- візуалізувати абстрактну інформацію і динамічні процеси [3, с. 118, 4. 50 с.]. На нашу думку, саме впровадження у навчальний процес мультимедіа-технологій сприятиме підвищенню ефективності навчання.

Висновки з цього дослідження й перспективи подальших розвідок у цьому напрямку. Аналіз наукових джерел та досвіду роботи практикуючих викладачів показують, що спектр проблем застосування мультимедійних технологій в освіті поступово розширюється: від використання мультимедійних технологій з метою створення навчальних матеріалів до розробки цілісної концепції побудови освітніх програм у галузі освітньої мультимедіа, підготовки кадрів університетського рівня за даним напрямком, формування нових засобів навчання завдяки використанню цих технологій.

Застосування мультимедійних технологій у процесі відбору, накопичення, систематизації та передачі знань, а також в організації різних видів навчальної діяльності є однією із вагомих рис системи освіти, що формується зараз. Тому, необхідно активніше впроваджувати мультимедійні технології у навчальний процес. Перспективи подальших розвідок у цьому напрямку ми бачимо в розробці лекцій-аудіовізуалізацій з дисципліни «Історія туризму».

Література

1. Кашуба В.О. Про можливості використання сучасних комп'ютерних технологій у процесі адаптивного фізичного виховання / В.О.Кашуба, Н. Зіяд – К.: Наук. світ, 2006. – 215 с. **2. Роберт И.В.** Современные информационные технологии в образовании: дидактические проблемы; перспективы использования / И.В. Роберт. – М.: Школа-Пресс, 2004. – 205 с. **3. Нісімчук А.С., Падалка О.С., Шпак О.Т.** Сучасні педагогічні технології: навчальний посібник / А. С. Нісімчук, О. С. Падалка. – К.: Видавничий центр «Просвіта», «Книга пам'яті України», 2000. – 368 с. **4. Б. Бент Андерсен, Катя Ван ден Бринк.** Мультимедиа в образовании : специализированный учебный курс. / Б. Бент Андерсен, Катя Ван ден Бринк. – М.: Дрофа, 2007. – 224 с

Міненко О. А. Упровадження мультимедійних технологій у навчальний процес

Стаття присвячена питанням використання сучасних комп'ютерних технологій, а саме мультимедійних систем, у навчальному процесі. Розглянуто інноваційні технології та важливість їх інтеграції в сучасну вищу освіту як засобу підвищення ефективності навчального процесу.

Ключові слова: навчальний процес, комп'ютерні технології, мультимедійні технології.

Миненко О. А. Внедрение мультимедийных технологий в учебный процесс

Статья посвящена вопросам использования современных компьютерных технологий, а именно мультимедийных систем, в учебном процессе. Рассмотрены инновационные технологии и необходимость их интеграции в современное высшее образование, как средства повышения эффективности учебного процесса.

Ключевые слова: учебный процесс, компьютерные технологии, мультимедийные технологии.

К. О. Матвєєва

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АКТИВНИХ ВИДІВ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Актуальність проблеми. Сфера туризму на сьогоднішній день - це одна з найрозвинутіших галузей світової економіки, ланка якої об'єднує 6% світового валового національного продукту, 7% інвестицій та 5% усіх податкових надходжень.

Щодо туризму в Україні, то розвиток його є актуальним тому, що за допомогою туризму наша країна має великі шанси поліпшити свою соціально-економічну ситуацію. Галузь туризму об'єднує в собі майже 50 суміжних галузей та створює додаткові робочі місця. Один турист дає роботу десяти особам. Створення одного робочого місця в туризмі в 20 разів дешевше, ніж у промисловості. Численна кількість країн ЄС за останні 12 років, завдяки розвитку туризму, зуміли подолати економічну кризу [1].

Розгляд спортивного туризму, як перспективного напрямку розвитку туризму на початку XXI сторіччя полягає в тому, що в умовах урбанізації та високого психічного навантаження, пов'язаного з швидкими темпами життя, люди усе більше цікавляться активним відпочинком на природі. У зв'язку із цим виникають важливі питання щодо стійкого розвитку саме такого виду туризму, як зокрема спортивний туризм. Цей вид туризму дозволяє охопити найбільший сегмент ринку туристських послуг, тому що спортивний туризм включає у себе гірський, лижний, кінний, водний й інші види туризму та їм можуть займатися люди практично всіх вікових категорій. Тому цілком справедливо вважається, що спортивний туризм – один з найбільш перспективних видів туризму в Україні, який повинен зараз і в майбутньому динамічно розвиватися з урахуванням доцільного використання потенціалу.

Спортивний туризм з його величезними рекреаційними й пізнавальними можливостями покликаний сформувати суспільну свідомість щодо охорони та раціонального використання природних багатств, донести до людей нагальність і важливість питань захисту фізичного розвитку та самовдосконалення. У багатьох країнах спортивний туризм стає супутником і невід'ємною частиною всіх видів туризму, інтегрує їх у загальний процес, а завдяки своєму максимально доступному (наочному) просвітницькому та освітньому потенціалу є чи не єдиним регулятивним та формуючим поведінку важелем управління урбанізаційними процесами, фізичного розвитку та самовдосконалення.

Аналіз останніх наукових досліджень. Аналіз наукової літератури показує, що в останній час проблеми спортивного туризму

привертають увагу багатьох вчених. Суттєвий внесок у розробку цього питання зробили Ю. А. Грабовський, В. Ф. Кифяк, В. К. Федорченко, Ю. Н. Федотов та інші. Необхідно підкреслити, що цей вид туризму має багато спірних питань, які доцільно дослідити.

Тому **метою статті** є дослідження спортивного туризму, як перспективного напрямку розвитку туризму в Україні на сучасному етапі.

Завдання:

1. Пропонуємо визначення спортивного туризму різних авторів.
2. Розглянемо класифікацію спортивного туризму з точки зору туристичної подорожі.

Науковець Кифяк В.Ф. вважає, що **спортивний туризм** – це поїздки з метою участі в спортивних походах і підтримки улюблених команд. До послуг туристичної фірми звертаються керівники спортивних команд. Організатори змагань, об'єднань уболівальників й інших громадян [4].

Науковець Федотов Ю. М. вважає, що доцільним є наступне визначення терміну: **спортивний туризм** – самостійна та соціально-орієнтована сфера, образ життя значного прошарку суспільства; ефективний засіб духовного та фізичного розвитку особистості, виховання дбайливого відношення до природи, взаєморозуміння та взаємоповаги між народами та націями; форма «народної дипломатії», основаної на реальному знайомстві з життям, історією, культурою, звичаями народів, найбільш демократичний вид відпочинку, який характеризується специфічною формою народної творчості, свободним вибором форми особистої активності усіх соціально-демографічних груп населення [5].

Спираючись на вказані вище визначення терміну «спортивний туризм», можна сказати, що всі три визначення його не показують загальну характеристику спортивного туризму в цілому. Виходячи з аналізу визначень терміну «**спортивний туризм**», ми не знайшли для себе жодного, у тексті якого була б відображена уся сутність даного виду туризму, тому нами було сформульовано власне визначення спортивного туризму: **спортивний туризм** – вид туризму, мотивований спортивними й оздоровчими цілями. В основі активних видів спортивного туризму лежать спортивні змагання та ігри, а також екстремальні види спортивного туризму з подолання перешкод: гірський, пішохідний, водний, з використанням засобів пересування. До пасивного виду спортивного туризму за формою проведення відносяться подорожі з метою участі в спортивних змаганнях у якості уболівальника команди, чи в якості глядача.

У наступних схемах детально розглянута класифікація спортивного туризму (схема 1, 2, 3):

Схема 1

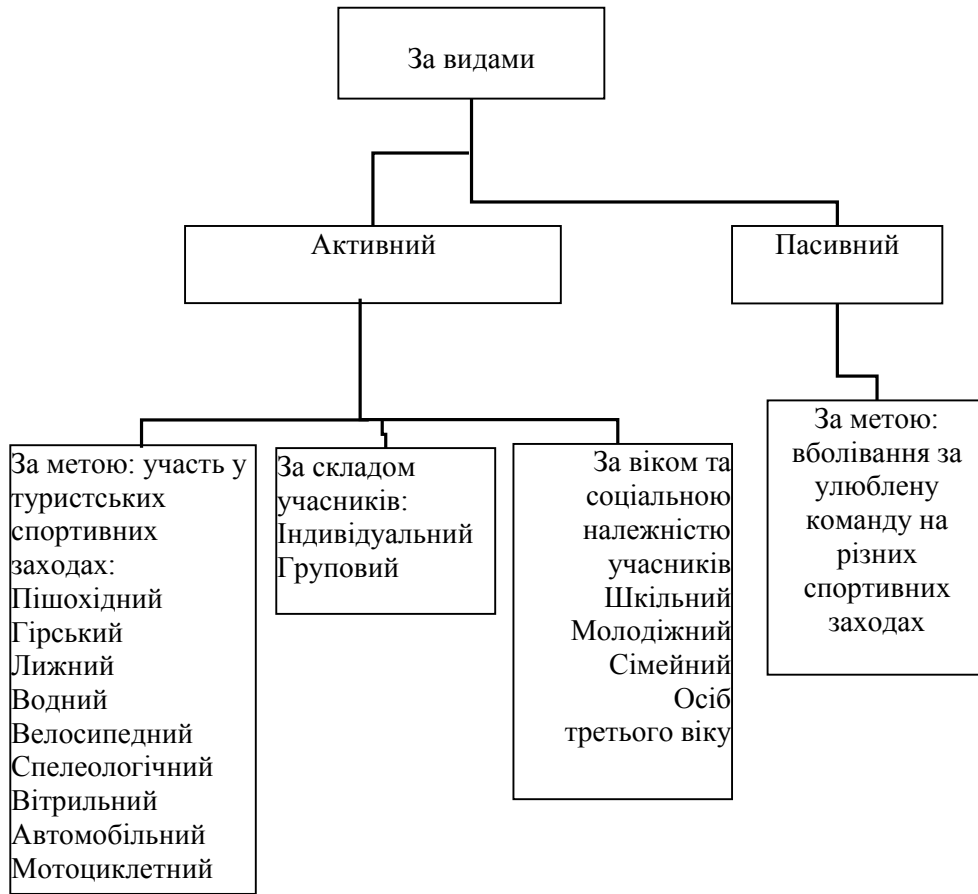


Схема 2



Схема 3



Однією з головних складових спортивного туризму є організація та проведення туристських спортивних заходів. До їх числа належать: змагання, експедиції, експерсії, туристичні прогулянки та походи.

Залежно від технічної складності, кількості природних перешкод, протяжності, тривалості походи поділяються на категорійні - з I до VI категорії складності та не категорійні [7].

Неменьш важливою складовою спортивного туризму є змагання.

Змагання зі спортивного туризму - це виявлення та уніфіковане порівняння досягнень туристів з техніки спортивного туризму або в проведенні спортивних туристичних походів. Тобто, згідно з "Єдиною спортивною класифікацією України з видів спорту, що не входять до програми Олімпійських ігор" порівняння досягнень здійснюється у вигляді: заочної першості зі спортивних туристичних походів та змагань з техніки спортивного туризму. Заочна першість та змагання проводяться з кожного виду туризму.

Висновки: спортивний туризм – вид туризму, мотивований спортивними й оздоровчими цілями. В основі активних видів спортивного туризму лежать спортивні змагання та ігри, а також екстремальні види спортивного туризму з подолання перешкод: гірський, пішохідний, водний, з використанням засобів пересування. До пасивного виду спортивного туризму за формою проведення відносяться подорожі з метою участі у спортивних змаганнях у якості вболівальника команди, чи у якості глядача.

Мотиви занять спортивним туризмом різноманітні і залежать від особистості, але найчастіше це: спортивне вдосконалення, оздоровлення, пізнання навколишнього середовища і самого себе, спілкування в малих групах. Результатом занять спортивним туризмом можна вважати: фізичний і духовний розвиток людини; естетичне та морально-вольове виховання; пізнання історії та сучасності, культур та звичаїв місцевого населення, дбайливе відношення до природи та поваги до національних традицій; розвиток та підвищення рівня знань, умінь, навичок подолання природних перешкод тощо.

Виходячи з аналізу матеріалу теоретичної частини щодо спортивного туризму, можна зазначити, що цей вид туризму дуже різноманітний за видами, формами організації та формою проведення, тому що інтегрує в собі багато видів туристичної діяльності.

Тому можна сказати, що даний вид туризму має всі шанси бути розглянутим, як перспективний вид туризму.

Перспективи подальших досліджень. Приведена класифікація спортивного туризму, може бути використана в науково-дослідницькій роботі як основа подальших розробок теоретичного вивчення організації та проведення туристських спортивних заходів.

Література

1. Мальська М. П. , Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: навч. посібник. - К: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с. **2. Федорченко В. К.** Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: навч. посібн. . – К.: Вища школа, 2002. – 195 с. **3. Дурович А.П.** Организация туризма: учеб. пособ. - Минск.: Новое знание, 2009. - 320 с. **4. Кифяк В.Ф.** Організація тур діяльності в Україні: навчальний посібник. – Чернівці: Книги–XXI, 2008. - 344 с **5. Федотов Ю.Н.** Спортивно-оздоровительный туризм : учебник / Ю.Н. Федотов, И.Е. Востоков .- М.: Советский спорт, 2008. – 464 с. **6. Спортивний туризм:** навч. посібник / Ю.А. Грабовський, О.В. Скалій, Т.В. Скалій. – Тернопіль: навчальна книга – Богдан, 2009. – 304с. **7. Попичковский В. Б.** Организация и проведение туристских походов. М.: Профиздат, 1987. – 222 с.

Матвєєва К. О. Тенденції розвитку активних видів спортивного туризму на сучасному етапі

У статті розглянутий спортивний туризм як перспективний вид туризму, надана його характеристика, визначені основні положення, вивчена класифікація.

Ключові слова: спортивний туризм, самодіяльний туризм, комерційний туризм, спортивні походи, змагання зі спортивного туризму.

Матвеева Е. А. Тенденции развития активных видов спортивного туризма на современном этапе

В статье рассмотрен спортивный туризм как вид туризма на сегодняшний день, предоставлена его характеристика, определены основные положения, изучена классификация.

Ключевые слова: спортивный туризм, самодеятельный туризм, коммерческий туризм, спортивные походы, соревнования по спортивному туризму.

УДК 338.488.2:640.412

А. М. Осєрова

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ СЛУЖБ І ПІДРОЗДІЛІВ У ГОТЕЛІ ELIZE BEACH RESORT

Актуальність. Готельний сервіс містить у собі цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, який визначає перспективи розвитку туризму в країні. Туристичні послуги, в тому числі й у рамках готельного обслуговування, будуються на принципах сучасної гостинності, що підвищує їх роль у розвитку вітчизняного туризму, а також ставить певні завдання в системі підвищення кваліфікації кадрів для готельного сервісу.

Для того, щоб готель був конкурентоспроможним та міг надати послуги високого рівню, велике значення має не тільки зовнішній вплив на готельне підприємство (розташування, фінансування, економічна та політична ситуація в країні) а також його внутрішня організація. Одне із значних місць займають служби та підрозділи готелю, їх правильно зорієнтована робота. Ефективність функціонування служб та підрозділів забезпечує високий рівень сервісу та безперебійну роботу готелю.

Розвиток готельної індустрії в світі проходить дуже інтенсивно. Кількість послуг зростає, тому конкуренція стає більш жорсткою, що посилює проблему внутрішньої організації та взаємодії служб і

підрозділів у готелі. В Україні недостатня кількість готелів, але і ті що є, не завжди відповідають міжнародним стандартам, що обумовлено політичною нестабільністю в державі, економічною ситуацією, та низькою конкурентоспроможністю. Однією з причин цього явища також називають організацію роботи служб і підрозділів у готельному підприємстві. В зв'язку з тим, що на даний час відвідувачі готелів стали більш досвідченими, вимоги до обслуговування теж підвищуються.

На сьогодні актуальним стає питання щодо забезпечення ефективності функціонування служб і підрозділів у готелі та умов, впровадження шляхів поліпшення організації служб і підрозділів у готелі.

Аналіз останніх досліджень, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми.

Проблема забезпечення ефективності функціонування служб і підрозділів у готельному підприємстві відображається у наукових працях таких авторів, як І. Ю. Ляпіна, Л. Г. Лук'янова, С. І. Байлик. Проблеми управління роботою служб і підрозділів готелю присвячені праці А. О. Змійова, Г. Б. Муніна, М. М. Нестерука, Н. Б. Черних. А також роботи науковців А. Д. Чудновський, Л. П. Шматько.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, якій присвячена стаття. В науковій літературі вказана теоретична частина цієї теми, але ціла низка аспектів функціонування служб та підрозділів на практиці не має усебічного відображення. Також важливим є наявність та специфіка функціонування служб та підрозділів у готелях різних рівнів, умови та забезпечення ефективності функціонування служб, що недостатньо описано у наявних наукових дослідженнях.

Мета. На прикладі готелю Elize Beach Resort визначити особливості функціонування служб і підрозділів у п'ятизіркових готелях.

П'ятизірковий готель Elize Beach Resort, який має синій прапор та у 2009 році увійшов у число 100 найкращих готелів світу за відгуками на сайті TOP HOTELS, знаходиться в Туреччині, місті Анталія, селище Кемер/ Чамйюва. Даний готель розташовується на самому березі моря, за 8 км від центру м. Кемер і за 65 км від аеропорту м. Анталія. Загальна площа готелю - 21 500 кв.м. Місткість - 470 гостей. Дата відкриття - 1992 рік, дата останньої реставрації - 2007 рік. Готель складається з одного семиповерхового головного будинку та одного триповерхового корпусу.

228 номерів, з них:

- в головній будівлі (Main Bulding) стандартних номерів (Standard Room) 149;
- в додатковому будинку (Garden Side) 70 стандартних номерів (Standard Room);
- 7 Suite;

- номерів для людей з обмеженою рухливістю (Handicapped room) – 2 номери.

У готелі працює дві системи харчування: Ultra All Inclusive (цілодобово) та All Inclusive.

Система Ultra All Inclusive включає в себе: сніданок, пізній сніданок, обід, вечеря - шведський стіл; закуски протягом дня в барах готелю, алкогольні та безалкогольні напої місцевого виробництва, а також певний вибір імпортованих алкогольних напоїв. Сервіс в номер з 24:00 до 7:00. Морозиво (під час їжі) - безкоштовно; свіжовичавлені соки - платно. Система All Inclusive передбачає наявність всіх послуг харчування, зазначених у системі Ultra All Inclusive, за винятком імпортованих алкогольних напоїв і сервісу в номер, які надаються за певну плату. Системи також мають на увазі наявність міні-бару, з безкоштовними напоями (вода, мінеральна вода, кола, фанта, пиво), і сейфа в номері - Ultra All Inclusive; міні-бар, де безкоштовною є тільки вода, сейф за додаткову плату - All Inclusive.

До платних послуг готелю Elize Beach Resort відносяться: пральня, перукарня, SPA-центр, послуги лікаря, фітнес-центр, освітлення тенісного корту, міні-футбол, бананасейлінг, парасейлінг, човен, водні лижі, більярд, оренда автомобілів. Наявність послуг SPA-центра, послуг лікаря, фітнес-центру, тенісного корту, міні-футболу, бананасейлінгу, парасейлінгу, водних лиж є обов'язковою у курортних готелях, які забезпечують відпочинок, оздоровлення та лікування.

Готель Elize Beach Resort орієнтований на дорослих, на компанії, на людей з фізичними вадами, на молодь, на сім'ї з дітьми. Національний склад відпочиваючих: змішаний.

Орієнтація за типом відпочинку: активний / спортивний, молодіжний, пляжний відпочинок, спокійний відпочинок.

Стиль готелю: звичайний (класичний).

Рівень готелю: високий. Експертна оцінка готелю 80-90 балів. Висока якість.

Турецький готель має в своєму розпорядженні необхідні служби, які забезпечують його безперебійне функціонування, тим самим сприяючи комфортному проживанню гостей і ефективному відпочинку. Служби готелю об'єднані в групи, відповідно до критерію їх поділяють на основні, що формують дохід (Revenue centers): номерний фонд, ресторани, бари, і допоміжні (Support centers): технічний відділ, відділ кадрів, бухгалтерія. Вищевказаний готель дотримується класифікації служб на front of the house і back of the house, в основі якого лежить ступінь контакту працівників тієї чи іншої служби готелю з клієнтами. Такі служби як служба прийому, ресторан, анімація відносять до front of the house, а бухгалтерію, кадрову службу, кухню, службу безпеки - до back of the house.

На російську мову служба Front office зазвичай перекладається як служба прийому і розміщення, також служба прийому і розміщення англійською мовою називається «Reception» і входить як підрозділ у Front office, до якого відносяться підносики багажу, телефонні оператори, менеджер по роботі з гостями (guest relations manager) і служба бронювання (reservation office). На чолі цього підрозділу готелю стоїть директор з розміщення (Front office manager), якому підпорядковуються всі перераховані служби.

Front office - це командний пункт готелю, його нервовий центр, місце зустрічі гостя з готелем і прощання з ним. Для гостя front office - це обличчя готелю і більш того, часто все спілкування гостя з готелем обмежується спілкуванням з персоналом за стійкою служби прийому. Тому вміння спілкуватися з різними людьми - найважливіша якість працівників цієї служби.

Основними функціями служби прийому і розміщення є реєстрація приїжджаючих гостей, розподіл номерів, надання гостям різних інформаційних послуг, виписка клієнтів і стягування плати за проживання, ведення необхідної документації. Ведення та підтримка в робочому стані бази даних, що відображають інформацію про гостей, країни, що надсилають туристів в готель, туроператори та стан номерного фонду, також система відображає всі виправлення, зроблені протягом дня певними працівниками СПіР.

Наступна важлива служба в готелі це господарська служба, покоївки (Housekeeping). Дана служба завжди підтримує контакт з Reception. Передає дані про готовність номерів, де також вказується кількість проживаючих гостей в номері, вільні готові номери для заселення і ті, які не були прибрані з певних причин. Безпосередніми функціями господарської служби є повсякденне підтримання в належному порядку житлових кімнат, санітарного стану та рівня комфорту, надання побутових послуг.

Кадровою службою Elize Beach Resort готелю керує лише один менеджер, який виконує всі функції даної служби. Формування кадрів організації (планування, відбір і наймання, вивільнення, аналіз плінності і т. д.), навчання працівників (перепідготовка, атестація та оцінка персоналу, організація і просування по службі, проведення виховної роботи), вдосконалення організації праці, його стимулювання, створення безпечних умов праці.

Комерційна служба складається з бухгалтерії та відділу маркетингу. До складу бухгалтерії входить директор, головний бухгалтер та заступник головного бухгалтера. Даний відділ проводить аналіз фінансово-господарської діяльності, організовує складання бізнес-планів, несе відповідальність за своєчасність складання звітів, балансів і рахунків, прибутків і збитків, виконує роботу з обліку, введення в

експлуатацію та списання матеріальних цінностей та обліку грошових коштів, простежує своєчасне надходження оплати від туроператорів.

Бухгалтерський відділ веде наступні операції:

1. Розрахунки за рахунками клієнтів. Щодня підводяться баланси по всіх клієнтських рахунків.

2. Підрахунок щоденних доходів по кожному підрозділу готелю, який утворює дохід (каса в кожному підрозділі веде свій облік).

3. Складання щоденного звіту генеральному директору, в якому представлені доходи по підрозділах, завантаження номерного фонду та деякі інші показники у порівнянні з минулим періодом.

4. Розрахунки по закупівлях. Рахунки-фактури, завізовані у відповідному підрозділі готелю, надходять до бухгалтерії. Оплата постачальникам зазвичай проводиться в кінці місяця.

5. Нарахування та виплата заробітної плати.

6. Ведення фінансового та управлінського обліку.

Відділ маркетингу включає в себе менеджера та заступника, в обов'язки яких входить забезпечення ринкового характеру діяльності підприємства, максимізація контактів з реальними і потенційними клієнтами.

Однією з найбільших служб готелю Elize Beach є служба громадського харчування. Сюди входить ресторан головний - критий і літня тераса, де проходить сніданок, пізній сніданок, обід і вечеря по концепції - шведський стіл. Також є A la Carte ресторан з тематикою рибної та італійської кухні, але гості можуть відвідати його тільки двічі за весь період відпочинку. Лобі-бар, бар на пляжі, диско-бар надають алкогольні та безалкогольні напої. Можливість перекусити протягом дня надає снєк-бар. Також обов'язково надаються послуги дієтичного харчування. Даною службою керує менеджер ресторану, далі йде завідувач з обслуговування в ресторанах, якому підпорядковуються офіціанти. Завідувачу барами підпорядковуються бармени. Шеф-кухар керує процесом приготування страв, стежить за тим, які страви більше або менше вживаються гостями і вносить оновлення в меню. Йому підпорядковуються кухарі, кондитер, комірники, підсобні робітники.

Інженерно-технічна служба знаходиться під керівництвом менеджера. Йому підпорядковується наступний склад службовців: заступник керівника служби, майстер, чергова служба, ремонтна служба. Вищевказана служба створює умови для функціонування санітарно-технічного обладнання (водопровід, каналізація), електротехнічних пристроїв і систем, ліфтів, систем тепlopостачання та кондиціонування, телебачення та зв'язку, служб ремонту та будівництва, зовнішнього благоустрою території. Дана служба також дуже тісно контактує зі службою прийому і розміщення. Заявки про поломки в номерах, що надходять від гостей у СПіР, передаються технічному сервісу, який повинен моментально все виправити.

Служба безпеки забезпечує порядок в готелі, безпеку гостей, збереження майна готелю. Керівництво Elize Beach надає великого значення цій службі. Особиста безпека гостей і гарантована збережність їх власності - важливий аспект у роботі готелю. Службовці вживають всіх необхідних заходів обережності, щоб захистити гостей від грабежу, шахрайства, насильства та інше. Вони несуть відповідальність за шкоду, завдану гостям за час їх проживання в готелі.

До технічних засобів безпеки, перш за все, відносяться телевізійні камери, за допомогою яких проглядаються всі громадські та деякі службові приміщення. Записи зберігаються не менше 24 годин. Введення електронних замків істотно підвищило безпеку номерного фонду. Також для запобігання крадіжок в готелі, встановлюються індивідуальні сейфи в номерах. Користування цими сейфами здійснюється за додаткову плату в період всього проживання. Крім індивідуальних сейфів готель організує і централізоване зберігання майна клієнтів в камері зберігання, в сейфовій коморі.

Служба безпеки готелю займається наступними проблемами:

- Розробкою процедур реагування на надзвичайні події;
- Повсякденною безпекою гостьових кімнат;
- Контролем ключів;
- Запобіганням крадіжок, контролем за замками;
- Контролем доступу в будівлю готелю;
- Системою охоронної сигналізації;
- Контролем території;
- Зовнішнім освітленням;
- Системою спостереження за допомогою телемоніторів;
- Сейфами і вогнетривкими шафами;
- Збором і збереженням інформації.

Так як співробітники служби безпеки при проведенні розслідування сильно обмежені в правах у порівнянні з правоохоронними органами: вони не мають права допитувати, обшукувати і проводити інші дії - головним завданням служби безпеки є не розслідування скоєних злочинів, а їх запобігання.

Особливу увагу в готелі Elize Beach приділяють відділу закупівель. Функція відділу - закупівлі потрібних товарів найвищої якості за розумною ціною в потрібний час. При цьому повинен витримуватися оптимальний розмір запасів в готелі, оскільки зберігання коштує грошей, до того ж багато закуплених товарів при тривалому зберіганні може зіпсуватися.

Куплені для потреб готелю товари поділяються на такі основні групи:

- 1) обладнання та меблі (у міру зносу і виходу з ладу), посуд, білизну;

2) витратні матеріали (в основному використовуються під час прибирання номерів і громадських приміщень);

3) продукти (свіжі, консервовані, морожені, сушені);

4) напої.

При виборі постачальників менеджери відділу закупівель повинні враховувати наступні фактори:

- репутація постачальника;
- ціни товару та його якість;
- обсяг партії (навіть мінімальний обсяг партії іноді може виявитися надмірним);

- умови оплати (бажано без передоплати, а ще краще - в кредит);

- сервісне обслуговування придбаного товару (для обладнання);

- вартість доставки, відстань до постачальника.

Використовують як довгострокові контракти з постачальниками, так і разові закупівлі. Оптовими партіями готель закуповує вино, міцні спиртні напої, пиво, тютюнові вироби та м'ясо.

Закупівлі здійснюються таким чином.

1. Усі служби готелю подають у відділ закупівель заявки, форми яких можуть бути різні, але всі вони досить детальні: обумовлюються розмір, вага, країна поставки, кількість і дата поставки.

2. Менеджер відділу закупівель, що спеціалізується на заявленому товар, розглядає пропозиції постачальників (ціна, можливі знижки, форми оплати тощо), вибирає кращого і оформляє замовлення.

3. При надходженні товару з накладною його перевіряють, реєструють, оформляють повернення непридатного товару.

4. При надходженні від постачальника рахунки-фактури його перевіряють, реєструють і передають на оплату у фінансову службу.

Важливою службою даного готельного підприємства є садово-паркова служба. Її функціями є садівництво, ландшафтний дизайн і догляд за рослинами, що забезпечує доглянутість, красу і унікальність території готелю.

Анімація готельної діяльності займає одне з головних місць в структурі готелю і представляє собою окрему службу, тісно пов'язану з іншими і має визначальне значення в забезпеченні успішного функціонування його на туристичному ринку. Для відпочиваючого потреба в розвазі стоїть на третьому місці після смачної і різноманітної їжі, комфортабельної і затишної кімнати.

Завдання анімаційної служби - постійний контакт з відпочиваючими, результат якого в значній мірі впливає на загальний відгук про відпочинок. І саме завдяки цьому контакту готель може мати певний відсоток постійних клієнтів. Готелі, які прагнуть збільшити цей відсоток, намагаються не змінювати склад анімаційної команди, вдосконалюючи її роботу. Структуру менеджменту анімації можна уявити собі таким чином: Генеральний менеджер готелю → Менеджер-

аніматор → Методист-аніматор → Організатор-аніматор → Аніматори-виконавці.

Дана служба створює відповідну гостинну, комфортну, дружню атмосферу в готелі; задовольняє потреби туристів у фізичному і духовному розвитку. Вона мобільна, невимушена, дієва; має постійний характер, щоденний контакт з туристом.

У процесі взаємодії між туристами і персоналом готелю формується ставлення гостя до готелю, розпорядку, встановленого у ньому, сервісу, комфорту, створеному спеціально для нього, а значить і настрою на відпочинок. Від доброзичливості та професіоналізму всього персоналу готелю, що приймає гостей, багато в чому залежить чи захоче турист приїхати в цей готель ще раз.

Висновок. Таким чином, на підставі проведеного дослідження роботи готелю Elize Beach Resort, можна узагальнити результат, який вказує на те, що п'ятизірковий готель в першу чергу вирізняє служби front of the house і back of the house. Такі служби як служба прийому і розміщення, служба громадського харчування, анімація відносять до front of the house, тобто вони мають безпосередній зв'язок з гостем; back of the house є комерційна служба, кадрова, кухня, служба безпеки, господарська, інженерно-технічна служба, які є допоміжними і забезпечують роботу готелю високого рівня. Курортні готелі, наприкладі Elize Beach Resort, надають послуги дієтичного харчування і лікувально-оздоровчих програм, що передбачає наявність служб, які забезпечують відпочинок, оздоровлення та лікування. У структурі курортних готелів обов'язково повинні бути медичні послуги, дієтичне харчування, умови для заняття спортом.

Список послуг може змінюватись і вибирається керівником готелю на свій розсуд. До того ж якась частина послуг може бути платною або надаватися безкоштовно, в залежності від того які цілі переслідує готель.

Перспективи подальших досліджень. Висновки, зроблені на підставі проведеного дослідження функціонування служб і півдрозлілів у готельному підприємстві п'ять зірок, можуть бути використані в науково-дослідній роботі як основа подальших розробок.

Література.

1.Elize Beach Resort Hotel [Електроний ресурс] Режим доступу: www.elizebeachresort.com/ 2.Службы гостиницы и их характеристика [Електроний ресурс] Режим доступу: <http://fontell.ru/2009/10/sluzhby-gostinicy-i-ix-kharakteristika/> 3. Ляпина И. Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. – М. : Издательский центр «Академия», 2002. – 208 с. 4. Роль и анализ анимационных программ средиземноморских отелей Турции [Електроний ресурс] Режим доступу: www.ref.by.refs/36563/1.html.

Осетрова А. М. Особливості організації роботи служб і підрозділів у готелі Elize Beach Resort.

Стаття присвячена особливостям організації функціонування готельного підприємства. Визначення служб і підрозділів у п'ятизірковому готелі, їх ефективна взаємодія, що визначає високий рівень сервісу та конкурентоспроможність підприємства.

Ключові слова: готельне підприємство, служба, сервіс, менеджер, функція.

Осетрова А. М. Особенности организации работы служб и подразделений в гостинице Elize Beach Resort.

Статья посвящена основной проблеме обеспечения бесперебойного функционирования гостиничного предприятия. Определение служб и подразделений в пятизвездочном отеле, их эффективное взаимодействие, что определяет высокий уровень сервиса и конкурентоспособность предприятия.

Ключевые слова: гостиничное предприятие, служба, сервис, менеджер, функция.

УДК 338.48-4 (477)

Ю. А. Осташкова

**ОСОБЛИВОСТІ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ТА ЇЇ ОРГАНІЗАЦІЯ**

Постановка проблеми. Туристична галузь набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери України, яка стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію. Пріоритетний напрям розвитку внутрішнього й регіонального туризму є важливим чинником розвитку туристичної галузі. Однією з специфічних ознак туристичної діяльності та невід'ємною складовою туру є екскурсійні послуги. Вони можуть входити до складу комплексного продукту або становити додаткові послуги, але їх наявність є обов'язковим елементом в забезпеченні туристичної мотивації. Тому екскурсійна діяльність є одним із головних складових туристичної діяльності.

Невичерпні екскурсійні ресурси багатьох регіонів нашої країни разом з глибинним національним духовним корінням та традиціями українського народу дають підставу стверджувати, що саме екскурсії можуть стати джерелом нової інформації, нових вражень й відчуттів, обумовити вибір подорожі.

Екскурсійна діяльність – це надзвичайно складна і проблемна сфера сучасної туристської галузі України. Особливої актуальності ця діяльність набуває у зв'язку із зростанням обсягу екскурсійних послуг на ринку організованого туризму.

Аналіз останніх наукових досліджень. Дослідження щодо проблем організації екскурсійної діяльності висвітлюється у працях вітчизняних (В.К.Федорченка, В. Ф. Кифяка, В. Бабарицької та ін.) та зарубіжних (Б.В. Емельянова, Н.А. Гецевич, Н.В. Савиної та ін.) вчених-екскурсіоністів.

Метою статті є розкриття сутності поняття «екскурсійна діяльність» та специфіки її організації.

Викладання основного матеріалу. Світове співтовариство визнало туризм ефективним засобом індивідуального й колективного вдосконалення, важливою складовою якого є послуга суто інтелектуального характеру, а саме екскурсія з її просвітницькою, духовною та освітньою функціями.

В контексті сервісного забезпечення турпродукту екскурсія покликана задовольнити духовні, естетичні, інформаційні потреби людини, реалізуючи пізнавальну функцію туризму: розширення кругозору, організації культурного дозвілля, відпочинку, спілкування. Екскурсії сприяють поширенню наукових знань, важливим засобом патріотичного виховання та вивчення історії країни й героїчного минулого народу його традицій тощо. Її педагогічними завданнями є побудова екскурсії на основі максимальної активності і самостійної розумової діяльності екскурсантів, формування у них навичок самостійного спостереження і аналізу візуальної інформації та зорових вражень. Таким чином, екскурсії виконують не тільки пізнавальну, але й освітню та виховну функції.

Функціональне призначення екскурсії – відпочинок і дозвілля, підвищення пізнавального та культурного рівня, спілкування. Саме під час екскурсії учасники мають можливість пізнавати навколишній світ, природні явища й утворення, історичні ситуації, побутові елементи, надбання та здобутки місцевості та ін. Це необхідно враховувати при створенні нового екскурсійного продукту.

Реалізацію функціонального змісту екскурсій забезпечує екскурсійна діяльність – «...специфічний вид діяльності людини з надання послуг організаційного, інформаційно-методичного і виробничого забезпечення проведення екскурсій та екскурсійного обслуговування» [3, с.25].

На думку Є.М. Ільїної, екскурсійна діяльність – це «...діяльність з організації подорожей, що не перевищують 24 годин, у супроводі фахівця-екскурсовода за заздалегідь складеними маршрутами, з метою ознайомлення з пам'ятками історії, культури, природи, музеями, з визначними місцями тощо» [5, с.57].

Створення та розвиток конкурентноздатних екскурсійних продуктів є ваговою складовою сучасного туристичного ринку. Останній потребує нового підходу до організації екскурсійної діяльності, як до одного з складових туристичного продукту. Зростання культурного рівня різних країн та прагнення, у зв'язку із цим, до ознайомлення з культурою інших народів, створюють передумови швидкого розвитку культурно-пізнавального та екскурсійного туризму.

Забезпечення активного впливу на уявлення, сприйняття, емоції, підсвідомість шляхом віддалених тематичних, ритмічних, географічних асоціацій (рекреаційної сугестивності) при проведенні екскурсій відіграє вирішальну роль в сучасній практиці екскурсійного обслуговування. Теоретичним підґрунтям цього виступає екскурсознавство – галузь теоретичних знань, яка вивчає проблеми моделювання ідеальної екскурсії і впливу екскурсії на свідомість людей; практичних методів підготовки екскурсій, техніки їх проведення, підготовки екскурсоводів.

Кожна екскурсія має свої особливості в методиці проведення і організації обслуговування. Ознаки екскурсії свідчать, як про її подібність іншим формам культурно-виховної роботи (лекції, конференції), так і про відмінності від них: тривалість у часі проведення (від академічної години до доби), наявність екскурсантів, їх активна діяльність (спостереження, вивчення, дослідження об'єктів), кваліфікований керівник-спеціаліст (екскурсовод), наочність, зорове сприйняття об'єктів, переміщення за задалегідь визначеним маршрутом, цілеспрямованість огляду (тема) [1].

Із року в рік розширюється тематичний спектр екскурсій, оновлюється їх зміст, що сприяє правдивому висвітленню вітчизняної історії.

Ця робота не можлива без серйозної методичної основи. Тому сьогодні в край необхідно при підтримці держави відтворити в туристичній галузі структуру методичних служб, що стали б центрами цієї роботи в регіонах. Систематично розробляються нові і оновлюються діючі тематичні екскурсії різноманітної тематики. Збільшується попит на організацію екскурсій до святих місць і релігійних пам'яток України [2].

Також зазнала кардинальних змін тематика екскурсійних маршрутів, спрямованих на вивчення історико-культурної спадщини українського народу. Отже такі екскурсії дозволяють вивчати історію рідного краю. Та можуть складати основну частину бази екскурсій на туристських підприємствах, які займаються організацією екскурсій.

Інструментом реалізації екскурсійного обслуговування є екскурсійний метод – один з методів надання знань аудиторії, в основі якого лежить принцип наочності, обов'язкового поєднання двох елементів екскурсії – показу та розповіді, і активної взаємодії таких учасників процесу екскурсійного обслуговування, як екскурсовод, об'єкт та екскурсант. Засобом дослідження об'єкта екскурсантами під

керівництвом екскурсовода є екскурсійний аналіз: історичний, природничонауковий, мистецтвознавчий, архітектурний, літературний, виробничо-економічний.

В практично-прагматичному сенсі екскурсія передбачає відвідування об'єктів і місцевостей, ознайомлення за допомогою екскурсовода з визначними пам'ятками і явищами в розвитку певного міста або регіону. Заздалегідь вибрані явища і об'єкти (об'єкти показу), які вивчаються на місці їх розташування, – матеріальна основа екскурсій.

Отже, екскурсія є наочним процесом пізнання людиною навколишнього світу, побудований на заздалегідь підібраних об'єктах, що знаходяться в природних умовах або розташованих в приміщеннях підприємств, лабораторій, науково-дослідних інститутів.

Показ об'єктів відбувається під керівництвом кваліфікованого фахівця — екскурсовода. Процес сприйняття об'єктів екскурсантами підпорядкований завданню розкриття певної теми.

Екскурсовод передає аудиторії бачення об'єкту, оцінку пам'ятного місця, розуміння історичного події, пов'язаної з цим об'єктом.

Йому небайдуже, що побачить екскурсант, як він зрозуміє і сприйме побачене і почуте. Він своїми поясненнями підводить екскурсантів до необхідних висновків і оцінок, добиваючись тим самим потрібної ефективності заходу. У короткій формі суть екскурсій можна визначити так: екскурсія — сума знань, в специфічній формі що повідомляються групі людей, і певна система дій з їх передачі.

Висновки. Таким чином, екскурсійна діяльність є однією із основних складових туристичної діяльності та є невід'ємною її частиною послуг. Екскурсійні послуги є основною складовою частиною туристичного продукту.

Перспективи подальших досліджень ми бачимо у розробці банку екскурсій для регіональних турів.

Література

1. Основы экскурсоведения: учеб. пособие / Р. А. Дьякова, Б. В. Емельянов, П. С. Пасечный; под ред. Б. В. Емельянова. – М.: Просвещение, 1985. – 256 с. **2. Федоренко В. К.** Історія туризму в Україні : навч. посіб. / В. К. Федоренко, Т. А. Дворова. – К. : Вища школа, 2002. – 195 с. **3. Кифяк В. Ф.** Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб./ В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги – XXI, 2003. – 300 с. **4. Емельянов Б. В.** Экскурсоведение : учебник / Б. В. Емельянов. – М. : Советский спорт, 2007. – 216 с. **5. Ильина Е. Н.** Туроперейтинг: организация деятельности : учебник / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 480 с.

Осташкова Ю.А. Особливості екскурсійної діяльності та її організація

В цій статті йдеться про особливості екскурсійної діяльності та розкривається сутність її організації.

Ключові слова: екскурсія, екскурсійна послуга, екскурсійна діяльність.

Осташкова Ю.А. Основы экскурсионной деятельности и ее организация

В данной статье рассматриваются особенности экскурсионной деятельности, и раскрывается сущность ее организации.

Ключевые слова: экскурсия, экскурсионная услуга, экскурсионная деятельность.

УДК [(338.488.2:640.43):366.544](470+571+477)

О. Є. Пилипенко

**ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СИСТЕМ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ
ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА РОСІЇ ТА УКРАЇНИ**

Постановка проблеми. Сучасна компанія, обираючи стратегію розвитку, постійно прагне покращити свій імідж, об'єднати команду професіоналів на базі власного підприємства, прагнучи при цьому набуті міжнародного визнання та наближаючи випускаєму продукцію або надавані послуги до європейських стандартів якості. Ініціативні дії керівників фірми в цьому напрямку обов'язково приведуть до рішення постійно перевіряти якість випускаемого товару або надаваних послуг [1, с. 81]. Заклади ресторанного господарства також не є виключенням з цього твердження. Одразу ж виникає закономірне питання: які системи контролю якості обслуговування існують в закладах ресторанного господарства України і Росії, різниці між ними та чи потрібно їх впроваджувати.

Аналіз основних досліджень. Цю область ресторанного бізнесу вивчали багато дослідників, серед яких, Шадрин А., який вивчав основні напрямки покращення якості обслуговування в закладах харчування(5 потреб, 8 принципів, 10 заповідей), Віткін Л., що досліджував системи контролю якості в Україні (Місце України в світовій та європейській якості), Миронюк Г., який спеціалізувався на державних системах стандартизації (Державна політика в області якості). Але, незважаючи на це, такі питання, як обов'язковість сертифікації закладів харчування

та доцільність сертифікації малих підприємств ресторанного бізнесу, залишилися не до кінця дослідженими.

Мета цього дослідження. Важливо охарактеризувати системи контролю якості обслуговування на підприємствах ресторанного господарства, які використовуються в Росії та Україні, зробити їх порівняльний аналіз, з'ясувати нові тенденції в цій сфері.

Виклад основного матеріалу: Якість обслуговування - це сукупність характеристик процесу і умов обслуговування, які забезпечують задоволення встановлених або можливих потреб відвідувачів [2, с. 55].

Для контролю якості обслуговування в підприємствах ресторанного господарства використовують різні системи стандартів. Україна вигідно відрізняється тим, що має 2 особистих стандарти: ДСТУ та УкрСЕПРО. Та окрім того впроваджує успішні розробки систем контролю якості інших держав. Також періодично оцінку якості обслуговування дають представники комітету з захисту прав споживачів як в Росії, так і в Україні [3, с. 46].

Російські стандарти якості також представлені державним стандартом - ГОСТ Р. Існуючі системи стандартів переслідують правові і соціально-економічні цілі. Поперше, в законодавчому порядку забезпечується захист інтересів споживача і держави в питаннях якості продукції, охорони навколишньої середовища, безпеки життя і здоров'я населення. Подруге, гарантується технічна єдність при розробці, виробництві, експлуатації продукції та наданні послуг. Потретє, система стандартів служить нормативно-технічною базою соціально-економічних програм і проектів.

Правила і процедури оформлення російського держстандарту ГОСТ Р схожі з сертифікацією українського аналогу УкрСЕПРО, але існують деякі різниці в схемах сертифікації та строках дії [4, с. 32]. Можна прослідити схожий розвиток історії впровадження управління та контролю якості обслуговування Росії та України після розпаду СРСР, який обумовив звернення обох держав до іноземного досвіду керування якістю та контролю якості в підприємствах ресторанного господарства.

Впровадження системи якості має свої сильні сторони. Воно дозволяє підприємству:

- покращити та оптимізувати свою діяльність та підвищити виробництво;
- посилити акцент на цілі своєї діяльності та досягненні очікувань споживачів;
- досягнути і стабільно підтримувати високу якість своєї продукції і послуг для задоволення потреб і вимог сподивачів;
- забезпечити для споживачів докази відносно того, що організація може зробити для них;

- відкрити нові можливості або зберегти вже завойовані сегменти ринку;

- отримати визнання з боку замовників завдяки сертифікації [5, с. 58].

Міжнародні стандарти серії ISO 9000 вже визнані доволі ефективними в багатьох країнах світу, а також і в Україні та Росії. Вони завдають методичу саморегулювання та функціонування на підприємстві системи управління якістю. При цьому стандарти не встановлюють ніяких точних критеріїв якості, тому що в різних галузях виробництва та напрямках діяльності підприємства вони свої. Саме такою своєю універсальністю вони й зобов'язані широкому їх впровадженню в усіх галузях промисловості. Така сертифікація постає гарантом якості обслуговування. Без наявності сертифіката ISO 9000 неможливий вихід компанії на міжнародний ринок і співпрацю з іноземними партнерами [6, с. 101].

На даний момент проявилася позитивна тенденція збільшення впровадження і сертифікації систем якості на вітчизняних підприємствах: в 2000р. їх було сертифіковано 45, в 2001р. – більше 100 [7, с. 80]. В державному реєстрі зареєстровано 205 підприємств з системами якості, однак важливо щоб ці системи залишалися живими.

Українські версії стандартів:

ДСТУ ISO 9000:2007 — аналог ISO 9000:2005

ДСТУ ISO 9001:2009 — аналог ISO 9001:2008 [8, с. 11]

Російські версії стандартів:

ГОСТ Р ИСО 9000-2008 — аналог ISO 9000:2005

ГОСТ Р ИСО 9001-2008 — аналог ISO 9001:2008 [10, с. 62]

Але окрім гарних сторін є і погані. До них відноситься те, що сертифікація підприємств ресторанного господарства є обов'язковою, тому і не зазнала досі значного поширення серед вітчизняних закладів харчування. Виключення складає лише обов'язкова сертифікація електричного та механічного обладнання харчової промисловості, побутова хімія (яка використовується в закладі), продукція закладу харчування, яка реалізується іншому закладу, та сировина, з якої виробляється продукція закладу харчування. Але на підставі вже отриманого сертифікату якості, заклад харчування обов'язково повинен підтримувати встановлений сертифікатом рівень якості [11, с. 49].

Таким чином сертифікація, що була проведена за бажанням, перетворюється в обов'язкову. Також мінусом є той факт, що вартість проведення сертифікації є дуже високою і не кожне підприємство ресторанного господарства може собі дозволити її проведення. Для багатьох малих підприємств сертифікація є марною затратою капіталу.

Серед нових тенденцій можна вказати появу на території України міжнародних систем контролю якості (таких, як «Таємничий покупець»), а також систем управління якістю (TQM).

Це свідчить про прагнення українських виробників та представників сфери послуг вдосконалювати якість виробляємої продукції та надаваних послуг.

Висновки. Розглянувши шлях подальшого розвитку України в цій сфері можна сказати, що ми зазнаємо збитків через відсутність власних теоретичних і методологічних розробок у сфері якості. Україна повинна на підставі існуючого великого наукового потенціалу, з використанням властивих тільки їй конкурентних переваг, розробити свій погляд на якість. Ситуація фактично погіршується за рахунок призупинення научних досліджень в області якості, не сформована певна інфраструктура сприяння підприємством в області підвищення якості. Необхідно дещо змінити, а саме: відношення держави до цього питання. Саме про це свідчить успішний досвід інших країн.

Перспективи подальшого дослідження. Згодом цю тему можна дослідити також у порівнянні з європейськими державами, дослідити шляхи вирішення схожих проблем за кордоном і спланувати подальший шлях України, застосовуючи досвід інших країн.

Література

1. Момот А. И. Менеджмент качества: учебное пособие для вузов/ Момот А. И. - Донецк:ДонГТУ, 2000.- 125 с. **2. Шадрин А.** 5 потребностей, 8 принципов, 10 заповедей // Стандарты и Качество. - 2002г.- N2 - с.54-59. **3. Виткин Л.** Місце України в світовій та європейській якості // Стандартизація, сертифікація, якість. - 2002г.-N3 - с.43-49. **4. Миронюк Г.** Державна політика в області якості // Стандартизація, сертифікація, якість. - 2001. - №4. - С. 32-34. **5. Сытниченко В.** Тенденції якості в новому тисячолітті // Стандартизація, сертифікація, якість. - 2001г. - №1. - С. 54-58. **6. Роберт Хойер, Брук Хойер** Что такое качество? // Стандарты и Качество. - 2002. - №3. - С. 97-102. **7. Янышевский А.** Самооценка по критериям Всеукраинского конкурса качества // Стандарты и Качество. - 2002. - №10. - С. 80-81. **8. ДСТУ ISO 9000:2001** Система управління якістю. Терміни і визначення. - Київ:Держстандарт, 2001. - 29 с. **9. ДСТУ ISO 9004:2001** Система управління якістю. Рекомендації з покращення діяльності. - Київ:Держстандарт, 2001. - 61 с. **10. Пичурин И.** Сущность понятия "качество" // Стандарты и качество. - 2002. - №8. - С. 62-63. **11. Адлер Ю.** Вісім принципів, які змінюють світ // Стандартизація, сертифікація, якість. - 2001. - №4. - С. 47-54.

Пилипенко О. Є. Порівняльний аналіз систем контролю якості обслуговування в закладах ресторанного господарства Росії та України

В статті розглянуті такі питання, як: системи контролю якості обслуговування в закладах ресторанного господарства України і Росії, різниця між ними та доцільність їх впровадження. Основними моментами є: виявлення закономірності між введенням державних стандартів якості в Україні та Росії після розпаду СРСР, міжнародна система якості ISO 9000 та її вплив на стандарти обох держав, впровадження успішних розробок систем контролю якості інших держав.

Ключові слова: контроль якості, ресторанне господарство, обслуговування, стандартизація.

Пилипенко Е. Е. Сравнительный анализ систем контроля качества обслуживания в предприятиях ресторанного хозяйства России и Украины

В статье были рассмотрены такие вопросы, как: системы контроля качества обслуживания в предприятиях ресторанного хозяйства Украины и России, разница между ними и целесообразность их введения. Основными моментами являются: выявление закономерности между введением государственных стандартов качества в Украине и России после распада СССР, международная система качества ISO 9000 и ее влияние на стандарты обеих стран, введение успешных разработок систем контроля качества других стран.

Ключевые слова: контроль качества, ресторанное хозяйство, обслуживание, стандартизация.

УДК 378.091.26

Є. О. Попова

ПРОБЛЕМА КОНТРОЛЮ ЗА НАВЧАЛЬНО-ПІЗНАВАЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СТУДЕНТА В ТЕОРІІ ТА ПРАКТИЦІ ПЕДАГОГІКИ

Постанова проблеми. Світовий туризм у ХХ - на початку ХХІ століття набув надзвичайно стрімкого розвитку. Тільки за другу половину минулого століття кількість жителів планети, які подорожували, зросла з 25 до 700 млн чоловік. ООН, ЮНЕСКО і ВТО визначили ХХІ століття століттям туризму.

У цих умовах набуває особливої актуальності професійна підготовка майбутніх фахівців у сфері туризму. Необхідно виконувати висококваліфіковану аналітичну й організаційну роботу, правильно

оцінювати міжнародну ситуацію, обґрунтовано й чітко висловлювати свою точку зору.

Сучасні тенденції розвитку неперервної освіти - освіти впродовж життя, інтенсифікація життєдіяльності, нові соціально - економічні умови, зміни на ринку праці спонукають до розробки перспективних моделей підготовки конкурентоспроможних фахівців, здатних забезпечувати прогресивний поступ суспільства.

Для забезпечення підготовки кваліфікованих кадрів в сучасній Україні не розроблені технології навчання, на даний момент не існує єдиної, чітко встановленою, системи підготовки викладачів, яка, як наслідок, веде за собою-відсутність будь - якої практики в даній сфері. У цілому, зміст освіти - не може бути повноцінним і ефективним. Все це обумовлює необхідність пошуку шляхів поліпшення процесу освіти.

Система контролю знань у вищих навчальних закладах (ВНЗ), на мій погляд, нині не відповідає сучасним вимогам до підготовки кваліфікованих спеціалістів в сфері туризму. Головний її недолік очевидний – вона ніяк не сприяє на вивчення практичних знань у студентів цієї спеціальності.

Тому особливої актуальності набуває проблема форм і видів контролю за навчальною діяльністю студентів. Правильно організований процес опитування і оцінювання знань розвивають в студентів почуття відповідальності за свою навчальну працю

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій . Концептуальні засади контролю за навчально-пізнавальною діяльністю студента досліджували С.Я.Батишев, Р.С.Гуревич, О.А. Дубасенюк, А.О.Кирсанов, А.О.Лігоцький, Н.Г.Ничкало, С.О.Сисоєва, І.П.Смирнов; порівняльної професійної педагогіки - М.П.Лещенко, В.О.Кудін, Л.П.Пухова, О.В.Сухомлинська; особливості професійної підготовки майбутніх фахівців для сфери туризму схарактеризовано в працях Є.О.Алілуйко, І.В.Зоріна, В.О.Квартальнова.

Мета статті : аналіз та дослідження теоретичних питань з проблеми контролю. Для її досягнення необхідно вирішити наступні завдання : 1)розглянути сутність поняття навчально-пізнавальної діяльності; 2)визначити форми організації навчання,які контролюються в навчально-пізнавальній діяльності; 3)дослідження поняття «контроль».

Викладення основного матеріалу. Навчально-пізнавальна діяльність – це завжди спільна діяльність, що припускає, як мінімум, взаємодію викладача та студента. Ця взаємодія опосередковано здійснюється між студентами та авторами підручників, методичних розробок, наукових праць, винаходів і відкриттів. Слід також підкреслити важливість безпосередньої

взаємодії суб'єктів навчально-пізнавальної діяльності між собою в процесі навчання, сумісного творчого дослідження об'єктів

навколишнього світу та самих себе, взаємного пізнання та навчання, обміну досвідом і знаннями.

Аналіз співвідношення творчих та репродуктивних елементів у навчально-пізнавальній діяльності дозволяє виділити підстави для розмежування понять «**навчання**» і «**пізнавальна активність**».

Навчання спрямоване на відтворення існуючих зразків і норм, пізнавальна активність – на критичне оволодіння знаннями, на формування особистісного відношення до світу. Пізнавальна активність передбачає творче освоєння предмету, що вивчається. Відмінності виявляються також і в статусі студента. У першому випадку він виступає як об'єкт педагогічної дії, навчання. У другому – є активним суб'єктом пізнання, творцем власного знання. Якнайповніше зміст навчально-пізнавальної діяльності розкривається в процесі цілеспрямованого саморозвитку її суб'єкта.

Таким чином, зміст навчально-пізнавальної діяльності полягає не в простому засвоєнні студентом тієї або іншої «кількості» інформації, культури, професійних навичок тощо, а в розвитку його суб'єктивності, в тому, наскільки він реалізував свій внутрішній потенціал, на що спрямував свої здібності, уміння. Проблема сучасної освіти полягає в тому, що більшість студентів ще не готова стати творчим суб'єктом пізнання, все ще продовжує демонструвати споживче відношення до системи освіти.

Подальші дослідження навчально-пізнавальної діяльності студентів можуть бути пов'язані з аналізом соціокультурного контексту навчання та виховання в системі вищої освіти, визначенням змісту та характеру комунікаційних процесів, що відбуваються в навчальній діяльності.

Перед тим ніж дати характеристику конторю,необхідно визначити форми організації навчання,які контролюються в начально-пізнавальній діяльності студента.

Насамперед необхідно дати визначення поняттю

«форми організації начання».

Ефективність засвоєння знань студентами залежить не лише від методів і прийомів навчання, а й від форм організації навчальної роботи. Але дискусії навколо проблеми форм організації навчального процесу в вищій школі не затихають на сторінках педагогічної літератури. Це пов'язано з тим, що в педагогічній науці не існує чіткого визначення поняттю,„форма організації навчання”. Більшість учених просто обходять це питання і обмежуються

буденним уявленням про суть даної категорії .

Загалом, форму організації навчання необхідно розуміти як конструкцію відрізків, циклів процесу навчання, які реалізуються в співпаданні діяльності викладача та студентів щодо засвоювання певного змісту матеріалу та опрацювання способів діяльності . Іншими

словами, форма організації навчання — зовнішнє вираження узгодженої діяльності викладача та студента, що здійснюється у встановленому порядку і в певному режимі.

Далі предметом нашого аналізу в рамках основного напрямку дослідження є контроль за навчально-пізнавальною діяльністю студента.

Насамперед, необхідно дати визначення поняття контролю.

Поняття «**контроль**» (франц. controle) має декілька значень. У дидактиці — це нагляд, спостереження і перевірка успішності учнів. Контроль — ширше поняття, ніж перевірка. Спостереження за студентами під час занять, перевірка їх знань, навичок і вмінь, інших продуктів навчальної і практичної діяльності студента є засобами контролю. Головною метою контролю є забезпечення ефективності формування знань, умінь, навичок учнів, використання їх на практиці, стимулювання навчальної діяльності учнів, формування у них прагнення до самоосвіти .

Безумовно, існує встановлений порядок виконання контролю, який визначено директивами, наказами, спеціальними інструкціями, порадами й методичними вказівками.

У навчально-виховному процесі діє взаємоконтроль у формі порад, консультацій, обміну досвідом, допомоги найкращих студентів тим, які відстають у навчанні.

Одним з важливих засобів контролю є самоконтроль який реалізує на практиці принципи активності й свідомості, міцності знань, навичок і вмінь студентів.

Розрізняють дві форми самоконтролю: індивідуальна і групова. У разі індивідуальної форми контролю студент самостійно визначає ступінь опанування професійними знаннями, навичками та вміннями. Груповий самоконтроль передбачає оцінку власної навчальної діяльності та досягнутих успіхів, а також визначення недоліків, обґрунтування шляхів їх подолання

Відповідно до місця у навчально-пізнавальній діяльності студентів виокремлюють міжсесійний і підсумковий контроль. **Міжсесійний контроль** полягає у контролюванні навчального процесу в період між

сесіями. Йдеться про попередню, поточну і тематичну перевірку.

Підсумковий контроль має на меті перевірку рівня засвоєння знань, умінь і навичок студентів за тривалий період навчання — семестр, рік, на час завершення курсу навчання і спрямований на виявлення системи і структури знань студентів. Виокремлюють семестровий підсумковий контроль і державну атестацію.

Найпоширенішими традиційними **методами контролю** є: усний контроль, письмовий, тестовий, графічний, програмований контроль, практична перевірка, а також методи самоконтролю і самооцінки. Під час навчальних занять у вищому навчальному закладі використовують такі

форми контролю: екзамени, заліки, колоквіуми, усне опитування, письмові контрольні роботи, тести, захист курсових та дипломних робіт, звіт про результати практики.

До основних форм організації перевірки знань, навичок і вмінь, окрім самоконтролю, належать:

- індивідуальна,;
- фронтальна;
- групова перевірки.

Мета індивідуальної перевірки — визначити, на якому рівні кожен студент оволодів сукупністю знань, навичок і вмінь, розвитком професійних якостей, а також визначити основні недоліки й шляхи їх усунення.

Фронтальну перевірку застосовують, щоб за відносно короткий термін часу з'ясувати рівень опанування програмного матеріалу. Педагог готує з певної теми короткі запитання, які він задає студентам, і вимагає коротких відповідей на них з місця. Наприклад, фронтальна письмова робота .

Групова перевірка спрямована на з'ясування рівня колективних дій, злагодженості й згуртованості під час виконання завдань.

Іноколи виправдовує себе комбінована перевірка - поєднання зазначених вище форм.

Відповідно до цілей контролю, які визначають педагоги, для реалізації цих форм перевірки використовують певні методи.

У вищій школі наприкінці кожного семестру проводять іспити і заліки відповідно до "Положення про курсові екзамени і заліки у вищих навчальних закладах України". У цьому документі, зокрема, сказано, що курсові екзамени з усю дисципліни або її частини передбачають мету оцінити роботу студента за курс (семестр), одержані теоретичні знання, їх міцність, розвиток творчого мислення, оволодіння навичками самостійної роботи, вміння синтезувати набуті знання й застосовувати їх у розв'язанні практичних завдань

Висновки: Аналіз та узагальнення теоретичних питань з проблеми контролю студентів показав, що контроль як дидактичний засіб управління навчанням спрямований на забезпечення ефективності формування знань, умінь і навичок, використання їх на практиці, стимулювання навчальної діяльності студентів, формування у них прагнення до самоосвіти.

Перспективи подальших наукових розробок:

Використання висновків та рекомендацій, зроблених на підставі проведеного дослідження в науково-дослідній роботі, як основи подальших розробок і теоретичного вивчення системи контролю за навчально-пізнавальною діяльністю студента в теорії та практиці педагогіки

Література

1. Краевский В.В. Содержание образования – бег на месте / В.В. Краевский // Педагогика. – 2000. – № 7. – С.3–12; 2. Березівська Т.С. Педагогічні умови ефективності семінарських занять (у вузі) / Вісник ЧДУ.С. Пед. науки. – Ч., 2002. – Вип. 41. – С.9-14. 3. Галузинський В.М., Євтух М.Б. Форми організації, методи та засоби ведення навчально-пізнавального процесу // Галузинський В.М., Євтух М.Б. Основи педагогіки та психології вищої школи в Україні. – К., 1995. – С.80-98.; 4. Педагогика / Под ред. Бабанського Ю.К. – М.: Просвещение, 1988. – 479с.; 5. Фіцула М.М. Педагогіка: навчальний посібник для студентів вищ. пед. закладів освіти /М.М. Фіцула. – К.: Академвидав, 2000. – 528 с.

Попова Є. О. Проблема контролю за навчально-пізнавальною діяльністю студента в теорії та практиці педагогіки

В дослідженні розкривається сутність проблеми контролю за навчально-пізнавальною діяльністю студента в теорії та практиці педагогіки.

Ключові слова: навчально-пізнавальна діяльність, форми організації навчання, контроль.

Попова Е.О. Проблемы контроля за учебно-познавательной деятельностью студента в теории и практики педагогике

В исследовании раскрывается сущность проблемы контроля за учебно-познавательной деятельностью студента в теории и практики педагогике.

Ключевые слова: учебно-познавательная деятельность, формы организации контроля, контроль.

УДК 338.48 – 61:796

Ю. О. Продан

ТЕОРЕТИЧНА ОСНОВА ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Постановка проблеми. Щодня в різних куточках планети відбувається величезна безліч цікавих та захоплюючих подій, свідком та учасником яких щорічно стають мільйони жителів планети. Подієвий туризм давно став нормою в світі. Відвідування яскравих і часто неповторних подій у культурному, спортивному або діловому житті в масштабах регіону чи всього світу – основа подієвого туризму. Існує величезна безліч приводів для організації подієвих турів. Подієві заходи вражають своєю різноманітністю та здатні задовольнити будь-які смаки:

це національні фестивали та свята, театралізовані шоу, фестивали кіно та театру, модні покази, аукціони, музичні конкурси та інші.

В силу того, що подієвий туризм є доволі молодим видом туризму, на сьогоднішній день недостатньо інформації в науковій літературі, щодо розвитку подієвого туризму. Для розглядання подієвого туризму в цілому, необхідно перш за все вивчати цей вид туризму з первинних джерел, а саме з розвитку подієвого туризму.

Аналіз останніх досліджень показує, що питанню розвитку подієвого туризму присвячені роботи сучасних дослідників: М. Б. Биржакова та О. Л. Костюка. Питання, щодо розвитку ключових подієвих заходів вивчали такі вчені: Е. Я. Гик, К. А. Павлов, А. В. Папченко.

Мета дослідження полягає у вивченні розвитку подієвого туризму в його логічній послідовності на сучасному етапі. Для досягнення мети необхідно вирішити такі завдання: 1) визначити найбільш значні фестивали, карнавали та спортивні подієві заходи сучасності; 2) розглянути та проаналізувати міжнародні виставки та ярмарки сучасності.

Викладення основного матеріалу. Організація подієвих заходів, як наслідок виникнення подієвого туризму, набуває все більшого визнання та популярності в світі. Це перспективний вид туризму, що динамічно розвивається з кожним роком.

Відвідування яскравих і часто неповторних подій у культурному, спортивному або діловому житті в масштабах регіону чи всього світу - основа подієвого туризму. Існує величезна безліч приводів для організації подієвих турів. Існує широкий вибір великих спортивних подій, таких як Олімпіади, світові та європейські чемпіонати з футболу, гонки «Формули-1», тенісні, хокейні та ін. турніри. У світі культури популярні різні фестивали, які щороку проводяться в багатьох країнах світу. Найбільш видовищними подіями світового рівня вважаються карнавали, історично приурочені до початку католицького Великого посту. Однак, поряд з карнавальними урочистостями, існує велика кількість народних свят, фестивалів національних культур, ярмарків. У діловому житті важливу роль відіграють профільні бізнес-виставки та економічні форуми.

Туроператори, що займаються подієвими турами, асоціюють певні напрямки з конкретними подіями. Великим попитом сьогодення користуються найбільш вишукані та великосвітські заходи разом зі світовими зірками кіно і шоу-бізнесу. Це може бути Франція, де проводиться Салон Високої моди в Парижі, Карнавал у Ніцці, Канський фестиваль, Джазовий фестиваль у Жуан Ле Пена, свято вина в Бордо, міжнародний Аеросалон в Ле Бурже. В Австрії проводяться музичні фестивали та бали, популярні змагання з зимових видів спорту. Швейцарія відома такими щорічними міжнародними подіями, як

Даоський Економічний форум, Женевський автосалон і виставка годинників і прикрас у Базелі. Карнавали в Ріо-де-Жанейро, хоча карнавальні тижні проходять в Гоа, на Tenerife, в Барселоні, Венеції та інших куточках світу.

В найбільш розвинутих країнах світу влаштовуються ярмарки, барвисті фестивалі, спортивні змагання, народні гуляння. До числа найвідоміших подій в сучасному культурному житті відноситься Единбурзький фестиваль. До Единбургу (Великобританія) з'їжджаються кращі в світі оперні, балетні та театральні колективи, а також різні фольклорні ансамблі. Сюди ж стікаються й шанувальники вічного мистецтва. Серед любителів класичної музики популярністю користуються міжнародні фестивалі в Сантандері в Іспанії (проводиться вже 50 років) і Люцерні (Швейцарія). Фестивалі класичного мистецтва можуть збирати до 55 тисяч чоловік.

Найважливішими подіями у світі творчості стали фестивалі кіномистецтва. Вони традиційно проводяться в Каннах (Франція), Венеції (перший у світі міжнародний кінофестиваль в 1932 р.), Берліні, Токіо, Москві, Каїрі (найбільший кінофестиваль в арабському світі)[3, с.52].

До числа фестивальних заходів, що привертають тисячі туристів відносяться: корида (Іспанія, Португалія, Франція), паради і фестивалі квітів (Голландія, Таїланд), парад Королівської кінної гвардії в Лондоні (Великобританія), фестивалі вина (Франція, Швейцарія) і пива (Німеччина). А також і екзотичні - гонки буйволів і скачки слонів (Таїланд), забіги ящірок (США), міжнародний чемпіонат з стрижці овець «Золоті ножиці» (Нова Зеландія) та інші.

Але воістину світовою славою користуються карнавали. За тиждень до початку Великого посту проходять карнавали майже у всіх великих містах країн Латинської Америки та Європи (Мальта, Німеччина). Звідси йде широке поширення на карнавалах маскарадів - чоловіки та жінки надягають химерні костюми та маски, прагнучи бути привабливими й невпізнаними. Все це цілком доступно і називається «подієвий туризм». Це чудовий винахід для людей мобільних, захоплених, легких на підйом, яке при цьому страждають вічної нестачею часу.

Висока естетичність, а часто і екзотичність карнавалів приваблюють безліч туристів. Багато з них проводяться регулярно в певні терміни, до яких і приурочуються численні туристичні поїздки. Прикладами можуть служити знамениті карнавали в Бразилії, карнавали та маскаради в Італії.

Найвідоміший фестивальний захід світу - Бразильський карнавал. Це національний свято уособлює особливий дух і стиль життя унікальної країни. Вулиці і площі всіх міст заповнені парадними ходами, танцюють і

веселяться людьми в різноманітних яскравих і фантастичних костюмах незалежно від їх національності, стану, віку і статі.

Одне з аристократичних заходів, що проходять по сусідству з Венецією, на острові Лідо - Венеціанський кінофестиваль, де кіномани мають змогу побачити своїх кумирів. Гостинний бізнес процвітає у Венеції, адже ціни в венеціанських готелях злітають до неба. Під час фестивалю місто забитий приїжджими до відмови.

По ролі і місцю в туризмі різним театральним заходам аналогічні спортивні. Міжнародні спортивні змагання (Олімпійські ігри, чемпіонати світу і континентів, універсіади) залучають мільйони людей. І навіть розвиток сучасних систем зв'язку і телебачення не зменшують потоку туристів, що відправляються в інші країни з метою особисто взяти участь у спортивному святі і підтримати команду своєї країни.

У сучасному потоці спортивного подієвого туризму спортсмени та супроводжуючі їх особи складають незначну частину, в основному вони представлені уболівальниками. Наприклад, на матчах футбольних чемпіонатів Європи присутні до кількох десятків тисяч туристів.

Поїздки на спортивні заходи, як правило, короточасні і не супроводжуються великими грошовими витратами у розрахунку на одного туриста, але у зв'язку з масовістю дають відповідній країні чималий туристський дохід.

Серед усіх спортивних заходів за популярністю та відвідуванням туристів найбільшою популярністю є зимові та особливо літні Олімпійські ігри. Характерно, що місцями проведення олімпійських ігор стають в основному світові центри тяжіння туристів: Париж, Рим, Лондон, Афіни, Мехіко, Москва. Зимові Олімпійські ігри часто проводять на гірськолижних курортах - Шамоні (Франція), Інсбрук (Австрія), Нагано (Японія). Олімпійські ігри нерідко підвищують туристську цінність того чи іншого центру.

Одним з найважливіших сегментів подієвого туризму є тури на змагання «Формула-1». Інтерес туристів до цих турів величезний, тільки тури на Олімпійські ігри та чемпіонат світу з футболу перевершують «Формулу-1». Учасники турів на гонки «Формула-1», мають можливість робити справжні кругосвітні подорожі протягом року, переміщаючись разом зі спортсменами на кожен новий розіграш гран-прі [2, с.58]. Слід підкреслити, що дозволити брати участь у такому турі можуть люди з доходом, що значно перевищують середній.

В свою чергу міжнародні виставки і ярмарки є своєрідним оглядом досягнень найважливіших галузях людської діяльності. Основні функції міжнародних виставок і ярмарків-поширення світової культури, обмін науково-технічною інформацією, реклама продукції розширення зовнішньоторговельних зв'язків.

Багато виставок та ярмарок проводиться систематично в один і той же час, а іноді і два рази на рік. Найпопулярніше час для подібних

заходів - весна й осінь, що дозволяє розширити туристський сезон. Тривалість виставки або ярмарку становить звичайно 2 тижні. За цей час їх відвідують від десятків тисяч до декількох мільйонів чоловік [4, с.118].

Найбільшими центрами виставкової діяльності в Європі та Америці є: Амстердам, Барселона, Берлін, Брюссель, Ганновер, Вашингтон, Відень, Женева, Копенгаген, Лондон, Мадрид, Париж, Страсбург, Давос. Ці міста мають відповідну матеріально-технічну базу і мають можливість для організації дозвілля та іноземних гостей.

Прикладами традиційно проведених виставок можуть служити авіасалон (міжнародна виставка повітроплавання й ракетобудування) в Бурже (Франція), щорічні виставки книг та поліграфічного обладнання у Франкфурті-на-Майні (Німеччина), найбільший автосалон у Женеві (Швейцарія).

В останні три десятиріччя у зв'язку з бурхливим розвитком міжнародного туризму дедалі частіше проводять туристські виставки та ярмарки з метою ознайомлення з туристською продукцією різних фірм, укладання комерційних угод і договорів, встановлення ділових контактів, обміну інформацією, реклами. Число подібних заходів постійно зростає. Тільки в Європі щороку організовується понад 200 міжнародних туристичних виставок і бірж [4, с.54].

Найбільша в світі туристична ярмарка – Міжнародна біржа з туризму (International Tourism Borse – ІТВ) проводиться щорічно в Берліні за участю туристських підприємств, представників національних туристських організацій, транспортних та страхових компаній, спеціалізованих видавництв. [4, с.24]. Робота берлінської біржі будується за принципом тематичних днів, кожен з яких присвячується визначеними напрямками у розвитку туристської індустрії (наприклад, екологічному туризму). У рамках роботи берлінської біржі проходить міжнародний конкурс туристських фільмів, вищою нагородою якого є «Золотий компас».

Для залучення туристів з регіону в затоку Крик в Дубаї призводять величезний крижаний айсберг, що вирощується штучно. Для мешканців цього теплого, якщо не сказати дуже спекотного, регіону видовище льоду під відкритим небом, катання на ковзанах, крижаних фігур, ігри в сніжки – феноменальне і викликає величезний інтерес у туристів, зрозуміло, перш за все, з дітьми, але також і у дорослих, для яких лід – справжнє диво. На європейських туристів ця атракція враження не справляє, але для туристів з Південно-Східного регіону та сусідніх еміратів – атракція чудова [1, с.357].

Світські виставки також користуються популярністю в світі і мають місце в Парижі в «Салоні високої моди». Це всесвітньовідоме світська подія міжнародного значення, зустріч провідних дизайнерів і виробників жіночого одягу з різних країн світу. Ця подія міжнародного

значення, зустріч провідних дизайнерів і виробників жіночого одягу з різних країн світу, місце, де формуються модні тенденції.

Подієвий туризм теж користується чималою популярністю у молоді. Туризм, як галузь культури, грає чималу роль у формуванні молоді особистості. Приблизно так вважають туристичні влади багатьох країн і зобов'язують свої музеї-галереї дозволяти студентам оглядати експозицію якщо не безкоштовно, то зі значною знижкою. Таким чином молодих людей прагнуть хоч якось відвернути від прогулянок по нешляхетних місцях. Такого роду культурна подія проходить щорічно в Росії, в Москві під назвою «Ніч Музеїв». Тільки одну ніч працюють всі музеї Москви. Молодь цілими натовпами черг перед стоїть перед входом в музеї і все це тільки до ранку і в багатьох заходах майже безкоштовно.

Майже аналогічний захід проходить в Берліні «Довга ніч музеїв» Long Night of the Museums. В цю ніч для туристів відкриті двері понад 100 музеїв і історичних пам'яток по всьому Берліну.

Слід зазначити, що подієвий туризм є унікальним видом туризму, так як він невичерпний за змістом. Ряд експертів вважає, що в недалекому майбутньому число учасників подієвих турів перевищить число учасників екскурсійних турів.

Науковий підхід до вивчення розвитку туризму сучасності дозволяє нам аналізувати явища в тій послідовності, в якій вони виникали, розвивалися та змінювали один одного. В свою чергу логічний підхід дозволяє вникнути в суть явищ.

Висновок. Таким чином, розглядаючи найзначніші подієві заходи, можна підсумувати та виділити головні подієві заходи, які мають найбільший попит в туризмі. Найвидовищними спортивними подіями є Олімпійські ігри, світові та європейські чемпіонати з футболу, гонки «Формули-1». Найбільш видовищними подіями світового рівня вважаються карнавали. Однак, поряд з карнавальними урочистостями, існує велика кількість народних свят, фестивалів національних культур, ярмарків. У діловому житті важливу роль відіграють бізнес-виставки та економічні форуми. Великим попитом сьогодення користуються найбільш вишукані і великосвітські заходи – це Франція, де проводиться Салон Високої моди в Парижі та Канський фестиваль. Найважливішими подіями у світі творчості стали фестивалі кіномистецтва. Вони традиційно проводяться в Каннах (Франція) та в Венеції.

Розглянувши та проаналізувавши найзначніші подієві заходи сьогодення, можна стверджувати, що подієві заходи, які відзначаються найбільшим попитом та популярністю формують та розвивають туристичний простір як подієвого туризму так і міжнародний туризм у цілому

Перспективи подальших досліджень. В силу недостатньої кількості літератури, щодо розвитку подієвого туризму сучасності,

постає необхідність його подальших теоретичних досліджень та розробок.

Література

1. Биржаков М. Б. Введение в туризм : навч. посіб. / М. Б. Биржаков, – СПб: Герда, 2003. **2. Гик Е. Я.** Популярная история спорта / Е. Я. Гик.- М.: Академия, 2007. **3. Костюк О. Р.** История ивента. / О. Р. Костюк // Теория и практика организации специальных мероприятий. – 2008.

4. Павлов К. А. Международные ярмарки и выставки : учебное пособие / К. А. Павлов. – М.:, 1992.

Продан Ю.О. Теоретична основа подієвого туризму на сучасному етапі

В даній роботі розкривається розвиток подієвого туризму на сучасному етапі та досліджується найзначніші події заходи сьогодення, які дозволяють аналізувати подієвий туризм у цілому.

Ключові слова: подієвий туризм, заходи подієвого туризму, сучасність подієвого туризму.

Продан Ю.А. Теоретическая основа событийного туризма на современном этапе

В данной работе раскрывается развитие событийного туризма на современном этапе и исследуются наиболее масштабные события современности, позволяющие проанализировать событийный туризм в целом.

Ключевые слова: событийный туризм, мероприятия событийного туризма, современное положение событийного туризма.

УДК [338.488.2:640.4]:331.103

Я. В. Строев

СПЕЦИФІКА ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ НА ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Актуальність проблеми. Сьогодні суспільство переживає психологічне, емоційне, фізичне навантаження в зв'язку з розширенням інформаційного простору, життєвих проблем, економічних політичних криз, ненормованого графіку роботи і т.п. Тому можна сказати, що психологічний процес організації праці став найважливішим початковим ступенем кожного підприємства, фірми, організації тощо. Психологічний

та фізіологічний захист здоров'я, життя, житла, робочого місця, економічного та соціального благополуччя, довкілля є основними аспектами безпечного існування людини. Моральна та фізична втомленість людини призводить до потреби у відпочинку, в зв'язку з цим з кожним роком кількість подорожуючих людей з різними цілями зростає, з'являється потреба в отриманні певних послуг, та щоб надати якісну, швидку та безпечну послугу треба правильно організувати дії що до досягнення цієї мети тому ця тема є актуальною.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Тема організації праці була досліджена багатьма науковцями. Свідченням актуальності проблеми організації праці та безпеки життєдіяльності є відображення її у низці наукових праць. Ці питання були дослідженні такими вченими, як Я.В.Крушельницька, Е.В. Гурянов, Л.И. Бордунова, Г.Ч. Боронова, Є.Д. Зеер, Е.М. Іванова, Н.Д. Левітов, Х.Й. Роглев, А.С. Єгоров, В.М. Козінець, Г.В. Щекін., але мало хто з них зупинявся на детальній характеристиці цієї теми. Аналіз наукових досліджень питання організації праці та безпеки життєдіяльності підтверджує актуальність та багатогранність цієї теми.

Метою дослідження є дослідити специфіку організації праці на готельному підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Праця є основним видом діяльності людини, оскільки пов'язана з виробництвом суспільно корисних продуктів, як матеріальних так і не матеріальних. Вона є постійною необхідною умовою існування людей і розглядається як специфічна видова поведінка людини, що забезпечує її виживання, вона зумовлюється певними мотивами і спрямована на досягнення якоїсь певної цілі, метою являє собою те, чого людина намагається досягти в результаті праці. Важливою ознакою організації праці є наявність порядку трудового процесу на відміну від безпорядку як ознаки відсутності організації праці. Завданням організації праці є систематичне поліпшення використання трудових ресурсів (кадрів).

Об'єктом організації праці на готельному підприємстві з точки зору психології є організаційна діяльність людей. Праця персоналу готельних підприємств хоча й не бере участі безпосередньо в матеріальному виробництві, однак сприяє здійсненню й утворенню національного доходу країни. Специфіка праці колективів готельних підприємств полягає в тому, що результатом праці є не продукт, а послуга. Працівники готелів, у своїй більшості, виконують роботу, пов'язану з постійною нервовою, розумовою напругою та значним фізичним навантаженням. Процес обслуговування потребує особливої чіткості та високої організації, здатний забезпечити максимальну зручність для проживаючих і високий рівень культури обслуговування. Нерівномірність інтенсивності туристичних потоків у часі призводить в одних випадках до неминучих простоїв працівників, в інших - до

надзвичайної напруги їх праці, що негативно позначається на ефективності використання трудових ресурсів. Оскільки клієнти мають потребу в обслуговуванні протягом цілої доби, працівники готелю працюють позмінно. Це означає, що потрібно зважати на необхідність працювати також і в ночі, у вихідні дні й у державні свята залежно від графіка роботи.[1,стр.25]

Фундаментом організації праці готельного підприємства є організаційна структура, вона буває:

- лінійна (це коли накази передаються безпосередньо від керівника до підлеглого і далі до інших підлеглих);
- функціональна (це коли накази делегуються керівником вищого рівня управління, який керує певною функцією менеджменту, керівнику нижчого рівня, який керує аналогічною функцією);
- лінійно-функціональна (всю повноту влади бере на себе лінійний керівник, що очолює визначений колектив)

Готельне підприємство повинне мати мінімальний набір служб, що забезпечують надання основних готельних послуг, до цього набору відносять:

- служба бронювання;
- служба прийому та розміщення;
- служба експлуатації номерного фонду;
- служба безпеки.[2,стр.35]

Готельні служби залежно від контакту з гостем розташовані на двох рівнях. На першому рівні - служби, персонал яких має безпосередній контакт із гостем (контактні служби), на другому - служби, персонал яких практично не контактує з гостем (неконтактні служби). У готельній індустрії подібне розмежування служб дуже важливе, тому що впливає на вимоги, що висувуються до персоналу.

Так, найважливіші вимоги, які ставлять до персоналу контактних служб, такі:

- вища освіта;
- професійні знання, вміння, навички;
- охайний і привабливий зовнішній вигляд (відповідна зачіска, манікюр, макіяж, одяг, прикраси і т. д.);
- бездоганна манера поведінки;
- знання етики та психології спілкування;
- комунікабельність;
- знання іноземних мов;
- обмеження віку (наприклад, для порт'є по прийому - вік до 30 років).[3,стр.43]

Організація праці на готельному підприємстві є процесом удосконалення, поліпшення, раціоналізації, та виховання праці, завдяки цьому процесу якість послуг та ефективність їх виробництва зростає. Основними напрямками організації праці на підприємстві є:

- удосконалення розподілу і кооперації праці в колективі;
- удосконалення організації та обслуговування робочих місць;
- вивчення і впровадження передових прийомів і методів праці;
- удосконалення підбору, професійної підготовки і підвищення кваліфікації кадрів;
- удосконалення нормування і стимулювання праці;
- поліпшення умов праці та ділової робочої атмосфери у колективі;
- раціоналізація режиму праці та відпочинку;
- виховання сумлінного ставлення до праці.[4,стр.54]

Ці напрями організації праці є важливими та ефективними діями на готельному підприємстві бо завдяки їм збільшується ефективність та продуктивність використання часу, простору та ресурсів.

Праця на готельному підприємстві це важка та специфічна діяльність, яка направлена на задоволення різноманітних потреб відпочиваючих готельного закладу. Персонал який є не від'ємною часткою продукту готельної індустрії має відповідати загальноприйнятим вимогам, це охайність, поведінка, етика спілкування, комунікабельність, знання іноземних мов та інші. Швидкість та якість надання тієї чи іншої послуги залежить від організаційної структури готелю, та організації основних та додаткових служб. Для поліпшення та вдосконалення якості свого продукту, персонал повинен постійно займатися удосконаленням організації своєї праці, щоб вивести свій продукт на належний рівень який буде окупати всі затрати.

Висновки. Отже, з вищевикладеного можна зробити висновок, що праця на готельному підприємстві належить до невиробничої сфери, однак сприяє утворенню національного доходу завдяки реалізації готельної послуги. Результатом праці на готельному господарстві є не продукт, а послуга. Організація праці являє собою об'єктивно необхідну форму зв'язку між працівниками, що встановлюється організаційною структурою та основними й додатковими службами. Для продуктивної праці персонал повинен дотримуватися певного чітко визначеного порядку трудової поведінки. Працівники готелів, у своїй більшості, виконують роботу, пов'язану з постійною нервовою, розумовою напругою та значним фізичним навантаженням. Процес обслуговування потребує особливої чіткості та високої організації, здатний забезпечити максимальну зручність для проживаючих і високий рівень культури обслуговування. Нерівномірність інтенсивності туристичних потоків у часі призводить в одних випадках до неминучих простоїв працівників, в інших - до надзвичайної напруги їх праці, що негативно позначається на ефективності використання трудових ресурсів. Оскільки клієнти мають потребу в обслуговуванні протягом цілої доби, працівники готелю працюють позмінно. В цьому важливу роль відіграє дисципліна праці. Вона об'єднує трудову, технологічну і виробничу дисципліни і передбачає добросовісне виконання працівниками всіх своїх обов'язків.

Перспективами подальших наукових розробок є дослідження та наукове обґрунтування шляхів підвищення організації праці на готельному підприємстві.

Література

1. Боронова Г.Х. Психология труда : конспект лекций / Г. Х. Боронова., Н.В. Прусова. – М. : ЭКСМО, 2008. – 160 с.
2. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту / Х. Й. Роглев. – К. : Кондор, 2005. – 408 с.
3. Щёкин Г. В. Теория и практика управления персоналом : учебно-методическое пособие / Г. В. Щёкин. – К. : МАУП, 2003. – 280 с.
4. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма : учебник / Н. И. Кабушкин. – Мн. : Новое знание, 2002. – 409 с.
5. Папирян Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны) / Г. А. Папирян. – М. : Экономика, 2000. – 207 с.

Строев Я.В. Специфіка організації праці на готельному підприємстві

Ця стаття описує організаційні моменти праці на готельному підприємстві. Розглядається фундамент організації праці на готельному підприємстві, специфіка організації праці персоналу та її основні напрями, без якої не можливе функціонування готелю.

Ключові слова: організація праці, готельне підприємство.

Строев Я.В. Специфика организации труда на гостиничном предприятии

Данная статья описывает организационные моменты работы на гостиничном предприятии. Рассматривается фундамент организации труда на гостиничном предприятии, специфика организации работы персонала и ее основные направления, без которой невозможно функционирование отеля.

Ключевые слова: организация труда, гостиничное предприятие.

УДК 338.48-32 (477) (091)

І. А. Таранюк

ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Утвердження суверенності України супроводжується своєрідним «історичним ренесансом». У країні спостерігається зростання інтересу до проблем вітчизняної історії, витоків національної культури, непересічних досягнень минулого. Це зрозуміло, адже знання історичних культурних надбань наших предків

потрібне не тільки для відродження державності та піднесення національної гідності, а й для використання кращих традицій минувшини у практиці сьогодення. Україна з давніх-давен притягувала до себе іноземних гостей, її релігійні святині та культурні пам'ятки впродовж століть користувалися славою в християнському світі.

Аналіз останніх досліджень. Основи екскурсійної справи розкриваються у роботах вітчизняних (В.К. Бабарицька) та закордонних (Б.В.Смельянов, Н.В. Савіної та ін.) вчених. Питанням методики екскурсійної діяльності присвячені роботи Г.П.Долженка, А.Ю. Хорошевського, Н.В.Савіної та інші. Менеджмент сучасної екскурсійної справи висвітлюється у роботах О.О.Любіцевої, О.В.Заставецької, Д.Г. Лук'яненко, Г.Б. Мунін. Питання історії становлення екскурсійної діяльності в Україні вивчалися В.К. Федорченком, Т.А. Дьоровою, Б.П. Пангеловим. Сьогодні актуального значення набуває вивчення і осмислення загальних закономірностей і складових частин культурного будівництва, серед яких головне місце займає екскурсійна діяльність.

Метою статті є розкриття історичного аспекту становлення екскурсійної діяльності в Україні.

Викладення основного матеріалу. Закон України «Про туризм» (1995 р.) визначає туристську галузь як одну з пріоритетних галузей національної економіки і культури. Світове співтовариство визначало туризм ефективним засобом індивідуального й колективного вдосконалення, важливою складовою якого є послуга суто інтелектуального характеру – екскурсія з її просвітницькою, духовною та освітньою функціями.

Передумови виникнення екскурсійної діяльності в Україні склалися ще наприкінці XIX ст. Слід зазначити, що велика кількість педагогів того часу вважали запровадження в процес навчання дітей такого методу як екскурсії цілком доречним. Наприклад, Констянтин Ушинський запропонував для того часу інноваційні методи навчання у вигляді екскурсій, для того щоб учні мали змогу розвинути спостережливість [1].

На початку XX ст. педагоги бачать необхідність включення екскурсій в програму навчання як складову патріотичного виховання.

Так у реальному училищі м. Суми було утворено «Товариство організації подорожей учнів Сумського реального училища для ознайомлення з Вітчизною». Метою цього товариства було «дати можливість учням ознайомитися за допомогою подорожей зі своєю батьківщиною, сприяючи таким чином розвитку в них наукового інтересу до навколишніх явищ, а також морального і естетичного відчуття при спогляданні краси природи»[1, с.28].

Окрім навчальних закладів, розвитком екскурсійної справи на початку XX ст. займалась Руська православна церква, запропонувавши

подорожі до святих місць (паломництво). Таким чином, екскурсії сприяли також релігійному вихованню учнів.

Перша спроба класифікувати учнівські екскурсії була здійснена журналом «Російський екскурсант» і видатними теоретиками екскурсійної справи: М.А.Гейніке та Б.Є.Райковим у 1910 році. Класифікація мала такий вигляд: історико-археологічні; історико-літературні; природно-історичні; виробничі; художньо-географічні й етнографічні; екскурсії робітничої допомоги; загальноосвітні й побутові та екскурсії відпочинку й розваг[1].

Перша світова війна 1914 р. вплила на географію шкільних екскурсій, але не анулювала їх. Кількість дальніх зменшилась, але збільшилась кількість губернських подорожей. Вчителі були зацікавлені в освоєнні методів екскурсійної роботи. Наприклад, в 1915 році Київське орнітологічне товариство організувало 20-денні курси для вчителів – екскурсоводів, які відвідали близько 400 людей, що визначає неабияку популярність цієї ідеї.

Наприкінці XIX – початку XX ст. особливу роль у розвитку екскурсійної діяльності в Україні зіграло добровільне туристське об'єднання Кримсько-Кавказький гірський клуб (1890-1915 рр.) [2].

На західноукраїнських землях того часу екскурсійну діяльність здійснювали студенти в Галичині. Насамперед це були молоді люди, які відчували потребу в поглибленому вивченні джерел національної самобутності, народних звичаїв, фольклору, культурної спадщини. В мандрівках брали участь такі відомі особи, як І.Франко та І.Нечуй-Левицький. Немає сумніву в тому, що ці мандрівки відіграли важливу роль у національному вихованні тогочасної молоді [2].

Післяреволюційний період відзначається політикою «українізації», яку проводили більшовики в 1923-1933 рр., яка сприяла національно-духовному відродженню України. В той період спостерігався потужний розвиток української мови, освіти, літератури, театру, преси, краєзнавства, екскурсійної справи. Екскурсії розглядались як важливий інструмент, метод виховної, культурно-пізнавальної роботи серед широких верств населення. Розвиток екскурсійної справи підтримував і М.Грушевський. Переконливим доказом активізації краєзнавчого руху є екскурсійна робота на Чернігівщині в 20-х рр., де за ініціативою місцевої інтелігенції при Спілці працівників освіти виникло Бюро з організації екскурсій. Мета, яку воно ставило перед собою, формувалася так: «дати уявлення про історичне минуле м. Чернігова, про природу околиць Чернігова, про економічне життя, про здобутки культури в рамках місцевого життя» [4; 5, с 187].

У 1931 р. під грифом Українського комітету охорони пам'яток культури з'явився друкований путівник, призначений для відвідувачів Новгород-Сіверського державного заповідника, щойно створеного на території тамтешнього Спасо-Преображенського монастиря.

Але більшовицький уряд прагнув використати екскурсії як важіль ідеологічного впливу на населення з метою формування соціалістичної свідомості та переконання людей у перевагах соціалістичної системи. Наприкінці 20-х рр. партійним керівництвом було взято курс на подальшу ідеологізацію суспільно-політичного життя, переслідування будь-яких проявів національної культури, зміцнення сталінської репресивної системи. Централізована система туристсько-екскурсійних закладів почала працювати на задоволення ідеологічних вимог партійного керівництва [3].

На західноукраїнських землях в цей час існували екскурсійні товариства «Плай» та «Чорногора», які тісно координували роботу з багатьма культурно-просвітницькими структурами, школами, які в своїй діяльності використовували туристське краєзнавство як найкращий засіб національно-патріотичного виховання підрастаючого покоління [2].

Напад фашистської Німеччини на Польщу і початок другої світової війни припинили діяльність екскурсійних товариств на західноукраїнських землях.

Неймовірно тяжко постраждала Україна від лихоліть другої світової війни. Різко зросли побутові проблеми людей: не вистачало житла, продуктів, одягу, медикаментів. Всі матеріальні та духовні ресурси були мобілізовані на відновлення нормальної життєдіяльності суспільства. Але поступово відновлювалась і екскурсійна робота, розроблялись нові екскурсії з загальноосвітніх і соціальних тем. За змістом вони були націлені на ідейно-політичне виховання мас. В 60-х рр. ХХ ст. було створено Українське товариство охорони пам'яток історії та культури, яке відіграло значну роль в пропаганді історико-культурних пам'яток, і, як слідство, формувало туристично-екскурсійні потоки. Загалом, у 50-60-ті рр. відбувалося не лише відновлення туристсько-екскурсійної справи, а й створення умов для її подальшого піднесення [2].

Розвиток масового туристсько-екскурсійного руху в Україні в 70-80 рр. зумовлювався комплексом соціально-економічних, культурно-освітніх, природно-географічних та інших чинників. Хрущовська «відлига» створила передумови для певного піднесення соціально-економічного рівня життя, зростання реальної заробітної плати. Ціни на продукти харчування та предмети першої необхідності було стабілізовано. Все це стало однією з важливіших передумов організації ефективного дозвілля населення, зокрема залучення до туристсько-екскурсійного руху. Неабияку роль зіграло надання безоплатних і пільгових соціальних послуг. Створення на початку 70-х рр. «Інтуриста» сприяло піднесенню й міжнародного туризму. Тепер не тільки іноземці приїждять до СРСР, а й радянські люди мають змогу побувати на екскурсіях за кордоном. В Україні того часу стрімко розвивалася матеріально-технічна база міжнародного туризму [2].

В Україні в січні 1989 р. було створено Асоціацію з іноземного туризму «Укрінтур» замість ліквідованого в грудні 1988р. центрального органу державного управління галуззю – Головінтурист УРСР. Важливим чинником, який зумовлював розгортання масового туристсько-екскурсійного руху в Україні 70-80-х рр. слід вважати зростання культурно-освітнього рівня населення, прагнення людей більше пізнати історію свого краю та інших країн. У 1971-1975 рр. темпи розвитку екскурсійної справи були особливо високими.

У 1981-1985 рр. постійно нарощували обсяги туристсько-екскурсійного обслуговування населення по лінії Центральної ради по туризму та екскурсіях (ЦРТЕ); у 1985 р. було надано послуги 200 млн. екскурсантів.

Туристськими організаціями України було розроблено понад двох тисяч екскурсій вихідного дня, по місцях революційної, бойової та трудової слави радянського народу, якими здійснювали подорожі та походи щороку 6,5 млн. чоловік.

1987-1990-і рр. були перехідні. Екскурсійні установи України переходять на самофінансування та госпрозрахунок. У нових умовах господарювання визначаються нові тенденції в організаторській та економічній роботі. Вишукуються резерви екскурсійного обслуговування, застосовуються традиційні та впроваджуються нові форми обслуговування.

Після набуття незалежності нашою державою значно зріс інтерес до екскурсійної справи, розширились потенційні можливості як наукових досліджень, так і діяльності практиків.

Останнім часом більше уваги надається поєднанню зусиль органів народної освіти, сім'ї та молоді, туристично-екскурсійних організацій щодо створення комплексних програм екскурсійного обслуговування, які мають стати невід'ємним наочним доповненням при вивченні базових навчальних предметів: історії, літератури, природничих наук, народознавства.

Значним внеском у розвиток сучасного екскурсознавства стала розроблена в середині 90-х років під егідою Державного комітету України по туризму та Міністерства освіти і науки групою провідних науковців і практиків екскурсійної справи Національна система туристсько-екскурсійних маршрутів України «Намісто Славутича». Додає оптимізму той факт, що інтерес населення до вітчизняної історії, історико-культурної спадщини все більше зростає. Великою популярністю, насамперед серед молоді, користуються екскурсійні маршрути: «Трипільські поселення України», «Грецькі колонії північного Причорномор'я», «Скіфський похід Дарія», «Змієві вали», «Із варяг у греки», «По місцях походу Ігоря Станіславовича на половців», «Козацькі Січі», «Вільності Війська Запорозького», «Гомоніла Україна», «Фортеці й замки України», «Монастирі України», «Гетьманські

столиці», «Чумацькими шляхами», «Коліївщина». До цього слід додати спеціалізовані виробничі, наукові, культурологічні, екологічні, спортивні маршрути по різних регіонах країни».

Наприкінці 90-х рр. ХХ - на початку ХХІ ст. в Україні відбуваються певні зрушення і в сфері екскурсійної діяльності. Починає активізувати екскурсійну діяльність правонаступник УРРТЕ - ЗАТ "Укрпрофтур", створене у 1991 р. [4].

Висновок. Таким чином, розглянувши історію виникнення та впровадження екскурсійної діяльності на Україні, можемо стверджувати, що екскурсійній діяльності в усі часи приділялась велика увага. Екскурсійна діяльність, взагалі, має вплив на економіку, краєзнавство та сферу послуг туристичної індустрії.

Перспективи подальших досліджень ми бачимо у розробках авторських екскурсій історичної тематики.

Література

1. Долженко Г. П. Екскурсионное дело : учеб. пособие / Г. П. Долженко. – Ростов-на-Дону : МарТ, 2005. – 272 с.
2. Пангелов Б. П. Організація і проведення туристсько-краєзавчих подорожей : навч. посіб. / Б. П. Пангелов. – К. : Академвидав, 2010. – 248 с.
3. Савина Н. В. Екскурсоведение : учеб. пособие / Н. В. Савина. – Минск : БГЭУ, 2004. – 335 с.
4. Федорченко В. К. Історія туризму в Україні : навч. посіб. / В. К. Федорченко, Т. А. Дьорова. – К. : Вища школа, 2002. – 195 с.
5. Хорошевский А. Ю. 20 лучших экскурсий по Украине / А. Ю. Хорошевский. – Харьков : Фолио, 2009. – 315 с.

Таранюк І.А. Історія становлення екскурсійної діяльності в Україні

У даній статті йдеться про історію виникнення екскурсійної діяльності в Україні. Зауважується велика роль екскурсії як, складової процесу патріотичного виховання молоді шкільного віку.

Ключові слова: екскурсія, екскурсійна діяльність.

Таранюк І.А. История становления экскурсионной деятельности в Украине

В данной статье идет речь об истории возникновения экскурсионной деятельности в Украине. Отмечается большая роль экскурсии как, составляющей процесса патриотического воспитания молодежи школьного возраста.

Ключевые слова: экскурсия, экскурсионная деятельность.

К. В. Табенська

ОСОБЛИВОСТІ ВИДІВ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Релігійний туризм має особливе значення для розвитку туризму, оскільки викликає великий інтерес з боку не лише віруючих, а й інших верств населення. Туристично-екскурсійна робота є одним із джерел отримання знань про історію розвитку релігії. Володіння цим масивом знань є необхідною умовою подальшого розвитку суспільства і збереження його культурних надбань.

Релігійний туризм перетворився на важливу складову сучасної індустрії туризму, він виконує ряд важливих функцій, серед яких пізнавальна, естетична, виховна та ін. Пам'ятки церковної історії і культури є засобом утвердження національної свідомості і самосвідомості, відтворення історичної пам'яті, виховання патріотизму, розвитку естетичних і художніх смаків.

Існують різні види релігійного туризму. Це сприяє не лише задоволенню духовних потреб віруючих. Різновиди релігійного туризму забезпечують ознайомлення широких верств населення з маловідомими сторінками історії релігії, сприяють формуванню культури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми та на які спирається автор. Проблеми релігійного туризму досліджувала низка науковців. З. Сапелкіна вивчала питання релігійного туризму в Україні, а Т. Христов займався дослідженням зазначеної проблеми за її межами. А. Романов в навчальному посібнику „Географія туризму” розкрив питання географії паломницького релігійного туризму.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується ця стаття. Вищезазначені дослідження проведено в межах проблем дослідників, які частково торкалися висвітлення нашої проблеми. Незважаючи на значну кількість робіт, присвячених вивченню релігійного туризму, не визначеними на сьогодні є особливості видів релігійного туризму. Актуальність проблеми релігійного туризму як фактору розвитку туризму зумовили вибір теми дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження з певним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

Основним поняттям нашого дослідження є „релігійний туризм”. Вищезазначене поняття в „Енциклопедичному словнику-довіднику з туризму” В. Смолія, В. Федорченка та В. Цибух релігійний туризм трактується як вид туризму, заснований на мотивації подорожі, що

пов'язана з бажанням огляду, знайомства з основними пам'ятками релігійної культури [1, 323].

Здійснений аналіз літератури зарубіжних та вітчизняних науковців показав, що існує декілька класифікацій релігійного туризму. Ми релігійний туризм будемо розділяти так:

1) паломництво (відвідання святих місць з метою поклоніння реліквіям);

2) місіонерство (здійснення подорожей з метою пропаганди того чи іншого віровчення);

3) пізнавальний (ознайомлення з релігійними пам'ятками, історією релігії, культурою) туризм;

4) науковий (дослідження вченими релігійної спадщини) туризм.

Паломницький туризм визначається як різновид релігійного туризму, що здійснюється віруючими людьми по святих місцях з цілями поклоніння святому місцю, храму та іншим релігійним реліквіям; здійснення релігійного обряду або участі в ньому; духовного вдосконалення, отримання благодаті, зцілення духовного або фізичного [2].

Слово паломництво походить від слова пальма – паломники-християни, що здійснювали поїздки на Святу землю в середні віки, привозили звідти пальмову гілку. Паломництво визначається як мандри людей для поклоніння святим місцям.

Паломницький туризм є сукупністю поїздок представників різних релігій з паломницькими цілями. Здійснювати паломництва людей спонукає багато різних мотивів. Це бажання зцілитися від фізичних або душевних недуг, помолитися за рідних і близьких, знайти благодать, набратися сил, зробити яку-небудь роботу (будівництво, прибирання території монастиря, храму, (духовного центру) і так далі). Паломництво може бути обумовлене також прагненням виразити подяку вищим силам за блага, послані ними, проявити відданість вірі, випробувати власні наміри і здібності до подвижництва, знайти сенс життя.

Паломники зазвичай висувають значно менше вимог до рівня і якості обслуговування, харчування, розміщення. Вони зупиняються на нічліг в келіях монастирів, на території в палаткових містечках (під час хаджу, наприклад), можуть ночувати в храмах на підлозі або прямо на вулиці. Вибір їжі зазвичай невеликий і вона скромніша. У християнських країнах під час постів їжа пісна, в Індії – вегетаріанська.

Загальною основою паломництва є вірування, що молитва або обряд повинні ув'язуватися з певною місцевістю, природним або рукотворним об'єктом, що має відношення до божества або іншим чином шанобливого явища. До рукотворних об'єктів в першу чергу відносяться жертвні місця, храми, поховання. Особливе місце займають поховання

або моці високошанованих людей, що зараховуються до божеств, національних героїв, вождів [3].

Специфіка паломництва визначається особливостями релігійної свідомості віруючих, що в свою чергу пов'язано з характером віроповчальної доктрини і культової практики тих чи інших релігійних напрямів. Для розгляду ж самого явища паломництва на сьогодні виникає ряд психологічних, соціологічних, культурологічних та релігієзнавчих питань. У кожній релігії, як і в кожній культурі, сформована власна традиція паломництва [4].

З розширенням мережі туристичних послуг до здійснення паломницької подорожі з метою поклоніння як власним духовним святиням, так і святиням інших народів і культур залучається все більша кількість туристів. Це вплинуло на розвиток і формування сучасної теорії туризму (туризмології), згідно з якою різноманітність релігійних святинь, духовних центрів та різноманітних релігійних шкіл розглядається як надбання всього людства.

Як зазначає В. Пазенко, в більшості випадків важко встановити чітку диференціацію мотивів, які спонукають людину 21 століття здійснювати подорож до релігійних святинь. Основою ж такої мотивації постає, насамперед, духовна потреба. У «Філософських нарисах туризму» розкривається ряд онтологічних, гносеологічних, екзистенційних та аксіологічних проблем, пов'язаних із здійсненням подорожі з метою задоволення духовних потреб [5].

Паломників цікавить безпосередня участь у релігійних культурах. Вони в основному сповідають ту релігію, святим місцям якої вони приїхали поклонитися. Екскурсії, відвідини музеїв, виставок для них – вторинне, або взагалі мало цікаве.

Отже, релігійні туристи і в першу чергу паломники пускаються в подорож, коли у них виникає потреба зробити щось більше, ніж звичайні культові дії в умовах звичайного середовища їх мешкання. Люди відправляються в поїздки по святих місцях з різними мотивами: помолитися, вирішити особисті проблеми, знайти собі відповідну релігію, духовну школу і систему цінностей, познайомитися з культурною спадщиною країни [4, 10].

Так, в Індії, зауважує Т. Христов, традиції паломництва йдуть корінням в далеку старовину, споконвіку люди здійснювали поїздки з метою відвідування святих місць, наповнених енергією того або іншого божества [4, 10].

На християнському світі паломництво в країну, де здійснювалися божественні діяння Рятівника, увійшло до традицій в IV ст. У християнстві відвідини святих місць і поклоніння їм є основною метою здійснення паломництва. Паломники-християни направлялися до м. Вифлеєм, де народився Ісус Христос, відвідували храми

Константинополя, поклонялися Гробові Господньому в Єрусалимі. У сфері паломництва католицька церква розрізняє велике і мале паломництво.

Християнські паломники здійснювали подорожі на богомілля до Палестини і країн Близького Сходу. Метою їх паломництва було не тільки бажання відвідати святі місця, але й отримати допомогу, відпущення гріхів, привезти додому святі реліквії. Іноді паломництво виконувало роль покарання, було обітницею тощо [6, 16].

На початку XI ст. саме паломницький рух став основою воєнних експедицій християн-католиків на Схід, відомих як хрестові походи. Офіційно метою цих походів було звільнення Святої землі від невірних – мусульман, які захопили Єрусалим ще у VII ст. Але основним рушійним мотивом було бажання європейців закріпитися у цьому багатому регіоні. Учасники походів приймали хрест і вважали цей похід паломництвом, шляхом до Святої Землі. Вважається, що головною метою хрестових походів була не війна за віру, але саме шлях, пересування від дому до святинь [3].

Таким чином, релігійне паломництво, на відміну від культурно-релігійних пізнавальних або культурно-історичних подорожей, має свої цілі, адекватні засадам і канонам релігії, традиції, що склалися століттями, і несе визначений віруванням глибоко духовний сенс здійснення обряду. Релігійним паломництвом історично займалися і займаються в даний час спеціальні паломницькі служби. Релігійне паломництво як вид особливої діяльності регулюється, перш за все, релігійними правовими нормами, оскільки по суті духовного змісту це релігійний обряд. Одночасно таке паломництво – це досить тривала подорож, можливо в інші країни, і сам паломник і організатори паломництва керуються і зобов'язані дотримуватися правових норм і правил буття [7, 306].

Учасники паломницького туризму у більшості випадків – глибоко релігійні люди з системою цінностей, що вже склалися. Вони готові на якийсь час поступитися звичним способом життя: спілкуванням, задоволеннями, харчування для досягнення своїх духовних і етичних цілей. Ідея паломництва має на увазі дії в умовах певних труднощів, добровільно узяті на себе зобов'язання бути в цих умовах. Т. Христов в навчальному посібнику „Релігійний туризм” відзначає, що паломництво припускає певне ставлення людини до дійсності. Психологічні особливості паломників дуже різнопланові [4, 10].

В середні віки і Новий час паломництва здійснювали правителі, часто піші, в різні монастирі і храми. Коли під час піших походів монарх втомлювався йти, його відвозили на відпочинок в довколишній шляховий палац. Потім його привозили на те ж місце, і він продовжував свій похід [4, 11].

Можна виділити види паломництва по числу учасників і ознаці сімейної приналежності, а саме індивідуальні, сімейні і групові

паломництва. За тривалістю можна позначити паломництва тривалі і короткі.

Раніше по православним канонам паломництвом вважалася поїздка тривалістю більше 10 днів. Залежно від того, в якій країні знаходяться об'єкти, що відвідуються паломниками, існують поїздки внутрішні і зарубіжні [4, 11].

Важко знайти статистичні дані про чисельність паломників. У такі поїздки відправляється більше жінок, ніж чоловіків. Середній вік паломників – 45 – 50 років. У поїздках помітно беруть участь молоді, хоча їх процентна частка невелика [4, 71].

Світовими центрами релігійного туризму є Мекка, Медина, Єрусалим, Ватикан та інші міста. Але є приклади, коли центром паломництва стає непомітне містечко. Так сталося, наприклад, з французьким містом Лурд – де у 1858 р. відбулося диво: жінці – мешканці Лурду, з'явилася Богородиця. Лурд став центром релігійного паломництва і за 100 років перетворився на великий туристичний центр, що за кількістю готельних місць поступався тільки Парижу [7, 306].

Основні регіони паломницького туризму:

- Православні республіки СНД: Росія, Україна, Білорусія, Молдова;
- Зарубіжна Європа з домінуючим католицизмом і протестантизмом (включаючи його численні течії);
- Північна Америка з домінуючим становищем християнства;
- Латинська Америка з переважанням християнства і традиційними народними віруваннями корінного населення;
- Північна Африка з переважанням ісламу;
- Східна і частково Західна Африка з переважанням ісламу і наявністю центрів християнства і традиційних народних вірувань;
- Західна Азія з домінуванням ісламу і анклавними християнства і іудаїзму;
- Південна Азія з поширенням індуїзму, буддизму, сикхизма, джайнізму, а також ісламу;
- Південно-Східна Азія з переважанням буддизму, ісламу і анклавними індуїзму;
- Східна Азія з пануванням буддизму, конфуціанства й синтоїзму;
- Середня Азія (Тибет), де домінують іслам і ламаїзм, релігія бон;
- Центральна Азія з переважанням буддизму і окремими анклавними ісламу [8].

У ХХ столітті у зв'язку з розвитком туризму, сучасних засобів транспорту, зв'язку, інформаційного буму зросли інтенсивність і географічна різноманітність паломництва. У людей з'явилися більше можливостей відвідувати святі місця своєї релігії. Одночасно виникло бажання залучитися до духовних досягнень народів інших країн, зрозуміти суть їх релігії [4, 11].

У сучасний час відбувається відродження інтересу до релігій і церкви. За радянських часів релігія не робила великого впливу на туризм. Релігійні святині розглядалися лише як цікаві в історичному відношенні і привабливі з естетичної точки зору об'єкти.

В Україні є можливості для розвитку паломницького туризму. Це християнські святині монастирів, серед яких найбільші й найвідоміші – Києво-Печерська та Почаївська лаври; святині хасидів – могили цадиків (учителів) у Білій Церкві, Меджибожі, Умані та ін. Разом із перевезенням туристів, забезпеченням їх житлом, харчуванням, часто такі подорожі передбачають створення туристам відповідних умов для відправи культових обрядів [3].

Таким чином паломництво грає свою роль в житті суспільства.

1. *Духовно-просвітницьку роль.* Під час поїздки паломники дізнаються про історію місць, які вони відвідують. Паломники знайомляться з особливістю проведення богослужіння, спадщиною святих, стариків, з іменами яких пов'язані місця, що входять в маршрут. Відвідувачі мають можливість поспілкуватися з мешканцями монастирів, знайти собі духівників.

2. *Загальноосвітню роль.* Монастирі були і є не тільки духовними, але й культурними та історичними центрами. У деяких з них знаходяться музеї. Як паломники, так і екскурсанти знайомляться з образотворчими і архітектурними формами, життям і побутом ченців, мирян в різні історичні епохи.

3. *Добродійну роль.* Паломницькі служби дізнаються про потреби монастирів. Ця інформація доноситься до паломників. Організацією допомоги займається і сама паломницька служба. Паломники привозять в монастирі речі, продукти, роблять грошові пожертвування [4, 71].

Наступним видом релігійного туризму є місіонерство. Місіонерство (від лат. *missio* – доручення, надсилання) – діяльність релігійних організацій та їхніх членів, що офіційно спрямована на повернення іновірців до свого віровчення.

Туризм, що здійснюється з метою пропаганди релігійного віровчення визначається як місіонерський. Поїздки по святих місцях сприяють воцерковленню багатьох людей з тих, які були нерелігійними [9, 71].

Місіонерський туризм, викликаний потребою людини як найповніше реалізувати своє духовне призначення розповсюдженням тих або інших духовних цінностей. Така діяльність може бути названа туристичною тільки в тому випадку, якщо вона не пов'язана з отриманням певної винагороди [10].

Першими розгорнули місіонерську діяльність буддисти (III століття до н. е.), пізніше місіонерство стало характерним для християнства та ісламу. Насадження католицизму було ідеологічним прикриттям німецького феодально-колонізаторського наступу на Схід, місіонери

брали участь у хрестових походах, сприяючи здійсненню політичних і торговельних цілей західноєвропейських феодалів. У 15—19 ст. місіонерство, у тому числі протестантське, допомагало колонізаторам загарбувати й опанувати нові землі. В період краху колоніальної системи місіонерство стало активним провідником політики неоколоніалізму [2].

Ще одними з видів релігійного туризму є пізнавальний релігійний туризм, який трактується як туристські поїздки, основна мета яких – задоволення допитливості та інших пізнавальних інтересів [9, 140]. Пізнавальний туризм – подорож в цілях ознайомлення з історико-культурними визначними пам'ятками і унікальними природними об'єктами за певною програмою [11].

Існують два різновиди пізнавального релігійного туризму: стаціонарні тури (з перебуванням туристів в одному місті, туристському центрі) і маршрутні тури (відвідини декількох центрів і міст по певному маршруту). Програма пізнавального туризму на відміну від інших видів туризму насичена екскурсійно-пізнавальними і культурними заходами [11, 239].

Особливістю пізнавального релігійного туризму в епоху Просвітництва була індивідуальність, тобто програма подорожі складалася самим мандрівником. Однак існувала певна туристична інфраструктура: готелі, пансіони, транспортна служба, ресторани [12, 186].

Туристів цікавлять головним чином екскурсії з відвідуванням монастирів, храмів, музеїв і виставок. Причому ці туристи можуть бути, а можуть і не бути прихильниками тієї релігії, об'єкти якої відвідують, а також можуть бути взагалі людьми нерелігійними. Слід зазначити, що релігійна тематика досить часто є культурно-пізнавальної спрямованості [4, 10].

В рамках релігійного туризму екскурсійно-пізнавальної спрямованості передбачаються відвідини релігійних центрів, в яких туристи-екскурсанти зможуть побачити релігійні об'єкти, – культові, що діють, і пам'ятні, побувати в музеях і на виставках. Туристи відвідують богослужіння, беруть участь в хресних ходах, медитаціях, інших релігійних заходах. Слід мати на увазі, що туристи-екскурсанти, зокрема представники інших релігій, можуть потрапити не на всі заходи. Так, в деякі храми індуїстів пускають тільки індусів. Мекка є священним містом для мусульман, немусульманам туди в'їзд заборонений.

У екскурсійно-пізнавальних турах туристи використовують наявні елементи туристської інфраструктури – селяться в готелях і так далі Екскурсійно-пізнавальні тури на відміну від паломницьких коротші, вони не приурочені до релігійних свят, і у них можуть брати участь як дорослі, так і діти. Релігійні об'єкти туристи можуть відвідувати і під час

комбінованих турів, в яких екскурсійна складова є лише частиною програми. Для паломників екскурсія має вторинне значення по відношенню до певних культових дій. Проте в деяких турах можуть брати участь як паломники, так і екскурсанти. Екскурсійним групам необхідний досвідчений екскурсовод, а після прибуття на місце їх повинен супроводжувати і представник релігійної організації [4, 10].

Одним із видів релігійного туризму є науковий туризм релігійної тематики. Науковий туризм - це знайомство з досягненнями науки й техніки, промисловості, сільського господарства, участь в конгресах, симпозіумах, наукових семінарах і т.п.

Учасниками наукового релігійного туризму є вчені, яких цікавить релігійна спадщина – рукописи, різні культові предмети, знайдені зокрема завдяки археологічним розкопкам, архітектурні форми як сучасних, так і таких, що пішли в минуле релігій та інше [4, 13].

Науковий туризм нечисленний, але він розширює географію туристських поїздок. Так, наприклад, незважаючи на те, що в Середні віки наука розвивалась повільно основними видами подорожей були мандрівки з метою наукового дослідження релігійного світу [11, 36].

Висновки з цього дослідження й перспективи подальших розвідок у цьому напрямку. Таким чином, в процесі наукового дослідження нами встановлено, що вищезазначені види релігійного туризму мають дещо спільне та розбіжне.

Важливим чинником всіх видів релігійного туризму є екскурсійні об'єкти. Саме вони поєднують всі різновиди. Це можуть бути як архітектурні, так і живописні та скульптурні екскурсійні об'єкти на біблійні сюжети, створені художниками і майстрами.

Як світові центри релігійного туризму так і непомітні містечка також є спільними для кожного виду релігійного туризму. З розвитком туризму зросла географічна різноманітність релігійного туризму, збільшилася кількість подорожуючих до народів інших країн.

Однак існує декілька відмінностей у вищезазначених видах туризму. Так, у пізнавальному релігійному туризмі туристи використовують наявні елементи туристської інфраструктури. Пізнавальні тури на відміну від паломницьких коротші, вони не приурочені до релігійних свят, і у них можуть брати участь як дорослі, так і діти. Екскурсійним групам пізнавального туризму необхідний досвідчений екскурсовод та представник релігійної організації. Для паломників екскурсія має вторинне значення по відношенню до певних культових дій. Таким чином, види релігійного туризму відрізняються за метою подорожі та складом учасників.

Перспективи подальших досліджень ми бачимо у вивченні об'єктів релігійного туризму та їх класифікації.

Література

1. **Смолій В. А.** Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух // передмова В. М. Литвина. – К. : Видавничий Дім Слово, 2006. – 323 с.
2. **Філософський словник** / За ред. В. І. Шинкарука. — 2. вид., перероб. і доп. — К.: Голов. Ред. УРЕ, 1986. <http://uk.wikipedia.org/wiki>.
3. **Сокол Т. Г.** Основи туристичної діяльності : підручник / За заг. ред. В. Ф. Орлова. – К. : Грамота, 2006. – С. 10.
4. **Христов Т. Т.** Религиозный туризм: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Т. Т. Христов. – М. : Издательский центр „Академия”, 2003. – 288 с.
5. **Філософські нариси туризму:** Науково-навчальне видання / За редакцією докт.філос.наук, професора, члена-кореспондента НАН України Пазенка В.С. – К. : Український Центр духовної культури, 2005. – 328 с.
6. **Будур Н.** Православный храм / Наталия Будур. – РООСА, 2009. – С. 16.
7. **Сапелкіна З. П.** Релігієзнавчий туризм в Україні. Київський національний університет культури і мистецтв. http://tourlib.net/statti_ukr/sapelkina.htm.
8. **Романов А. А.** Географія туризму : навчальний посібник. – М. : спорт Радянський, 2002.
9. **Федорченко В. К.** Туристський словник-довідник : навчальний посібник / В. К. Федорченко, М. І. Мініч. – К. : Дніпро, 2000. – С. 140.
10. **Міжнародний туризм:** Правові акти / Сост. Н. І. Волошин. – М. : Фінанси і статистика, 2000. – 400 с.
11. **Туризм, гостинність, сервіс :** Словарь-справочник / Р. А. Аванесова, Л. П. Воронкова, В. І. Маслов, А. І. Фролов; Під ред. Л. П. Воронкової. – М. : Аспект Прес, 2002. – 367 с.
12. **Устименко Л. М.** Історія туризму : навчальний посібник / Л. М. Устименко, І. Ю. Афанасьев. – К. : Альтер-прес, 2005. – С. 34.

Табенська К. В. Особливості видів релігійного туризму

В статті розглянуті види релігійного туризму та їх особливості. В процесі дослідження встановлено, що види релігійного туризму відрізняються за метою подорожі та складом учасників.

Ключові слова: релігійний туризм, паломництво, місіонерство, пізнавальний туризм, науковий туризм.

Табенская К. В. Особенности видов религиозного туризма

В статье рассмотрены виды религиозного туризма и их особенности. В процессе исследования установлено, что виды религиозного туризма отличаются за целью путешествия и составом участников.

Ключевые слова: религиозный туризм, паломничество, миссионерство, познавательный туризм, научный туризм.

Я. В. Токмачов

ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ В ТУРИЗМІ

Постановка проблеми. Проблема формування та розвитку страхового ринку для країн із перехідною економікою на сьогоднішній день залишається актуальною. Процеси ринкової трансформації країн із нестабільною економікою в цілому та України зокрема, зумовлюють необхідність проведення наукового дослідження ринку страхування та пошуку шляхів ефективного використання світового досвіду у галузі страхування, що забезпечить успішний розвиток як в'їзного, так і виїзного туризму, подальшу інтеграцію України у світову туристичну спільноту.

Аналіз останніх досліджень. Дану проблему вивчали такі автори, як А.Гвозденко, Т.Сокол, В.Осадець та В.Кифяк. В контексті нашого дослідження цікавими є їх погляди на вивчення поняття «страхування», «страхування в туризмі» а також питання страхової діяльності підприємств. Актуальність проблеми підтверджується дослідженнями, проведеними у цьому напрямку вітчизняними та закордонними вченими.

Ціль роботи – дослідити особливості процесу страхування в туризмі.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**: **1)** виділити функції страхування; **2)** визначити умови страхової діяльності в Україні; **3)** З'ясувати види та форми страхування в туризмі; **4)** розглянути страхування як складову безпеки в туризмі.

Виклад основного матеріалу. Індустрія туризму завжди несла і несе в собі певну небезпеку для життєдіяльності як самих туристів, так і її працівників. Стихійні лиха, нещасні випадки, прорахунки у виробничо-господарській діяльності та інші непередбачені події можуть порушити збалансовану діяльність туристичного комплексу. При цьому з розвитком науково-технічного прогресу природні і виробничо-господарські катаклізми не зменшуються. Для забезпечення стабільної діяльності туристичних підприємств та гарантування якісного відпочинку туристам, зокрема у сферах підвищеного ризику, існують різні інструменти управління ризиком, одним з яких є страхування. Страхування як складова системи безпеки в туристичній індустрії сприяє стабілізації діяльності туристичних підприємств та туроператорських фірм, а також безпеці туристичних подорожей як в Україні, так і за її межами.

Туристична подорож несе у собі багато несподіванок. Турист може стати жертвою катастрофи або пограбування, раптово захворіти, внаслідок зміни погоди та інших обставин можуть не виправдатися його

сподівання на спокійний відпочинок. У цих і в безлічі інших випадків виникне необхідність наперед забезпечити себе від їхніх шкідливих наслідків або звести їх до мінімуму [3, с. 256].

У туристичному бізнесі найчастіше застосовуються такі види страхування: страхування туриста і його майна; страхування ризиків туристичних фірм; страхування туристів у закордонних поїздках; страхування іноземних туристів; страхування цивільної відповідальності; страхування цивільної відповідальності власників автотранспортних засобів; страхування від нещасних випадків з покриттям медичних витрат.

Страховання буває добровільним і обов'язковим. До обов'язкових видів страхування відповідно до чинних в Україні документів належать: страхування цивільної відповідальності власників автотранспортних засобів та страхування транспортних подорожей.

Решта видів страхування туристів є добровільними. Страховання туриста і його майна включає відповідальність за втрачу або пошкодження майна туристі. Дія такого договору починається з моменту виїзду застрахованого з постійного місця проживання і закінчується у момент його повернення. Застраховати за таким договором можна багаж і особисте майно, яке туристи мають при собі. Багаж – це зареєстровані і незареєстровані речі туриста. Крім того, страхуванню підлягають речі, що знаходяться на його одязі і тілі, а також придбані під час закордонної поїздки.

Видами страхової відповідальності є: аварії, пожежі, вибухи, стихійні явища природи, грабежі, розкрадання та інші навмисні і зловмисні дії, військові дії тощо. Страховання ризиків туристичних фірм включає фінансові ризики, відповідальність за позовами туристів, їх родичів, третіх осіб. До фінансових ризиків належать: комерційні ризики (несплата або затримка оплати, штрафні санкції контрагента при невизнанні ним обставин порушення контракту форс-мажорними обставинами); банкрутство фірми; зміни митного законодавства, валютного регулювання, паспортного контролю та інших митних формальностей; виникнення обставин форс-мажорного характеру; політичні ризики тощо.

Страховання туристів у закордонних туристичних поїздках, як правило, включає:

надання туристу екстреної медичної допомоги при раптовому захворюванні або нещасному випадку; транспортування до найближчої лікарні, здатної провести якісне лікування під відповідним медичним контролем; евакуацію до країни постійного мешкання під належним медичним контролем; внутрішньо-лікарняний контроль і інформування сім'ї хворого; надання медичних препаратів, якщо їх не можна дістати на місці; консультативні послуги лікаря-фахівця (при необхідності); оплата транспортних витрат з доставки хворого туриста або його тіла (в разі

смерті) до країни постійного мешкання; надання юридичної допомоги туристу при розслідуванні цивільних і кримінальних справ за кордоном.

При укладенні договору страхування страхова сума вибирається відповідно до країни призначення і класифікується залежно від необхідності мінімального покриття.

Страхованням цивільної відповідальності користуються туристи, що подорожують на особистих автомобілях, мотоциклах або інших транспортних засобах, які є джерелами підвищеної небезпеки. Цей вид страхування застосовується також у разі, коли об'єктом страхування є відповідальність страхувальника перед третіми особами.

Дане страхування в більшості країн є обов'язковим. В Україні таке страхування регламентується відповідними нормативними актами, введено обов'язкове особисте страхування від нещасних випадків на території України для пасажирів повітряного, залізничного, морського, внутрішнього водного і автомобільного транспорту, а також туристів і екскурсантів, що здійснюють міжміські екскурсії по лінії туристично-екскурсійних організацій, на час поїздки (польоту) [4, с. 214].

Слід відзначити, що обов'язкове особисте страхування не поширюється на пасажирів: всіх видів транспорту міжнародних сполучень; залізничного, морського, внутрішнього водного і автомобільного транспорту приміського сполучення; морського і внутрішнього водного транспорту внутрішньо-міського сполучення і переправ; автомобільного транспорту на міських маршрутах.

Встановлено, що до набрання чинності Законом України, який регулював питання забезпечення страхового захисту пасажирів (туристів, екскурсантів), обов'язкове особисте страхування вказаних осіб здійснюється шляхом укладання в порядку і на умовах, передбачених законодавством України, договори: між відповідними транспортними, транспортно-експедиторськими підприємствами-перевізниками і страховиками. Ліцензії на здійснення цього виду обов'язкового страхування видаються страховикам в порядку, передбаченому законодавством України.

Страховання від нещасних випадків з туристом за кордоном, як правило, здійснюється в межах узгоджених у договорі страхових сум, а відшкодування виплачується при настанні:

- інвалідності 3 групи – 50% страхової суми;
- інвалідності 2 групи – 75% страхової суми;
- смерті – 100% страхової суми.

Страховання витрат туристів при скасуванні туристичної поїздки реалізовується на підставі узгодженої в договорі страхової суми (страхового відшкодування), яка виплачується повністю або частково, в разі, якщо неможливість здійснення поїздки настала з таких причин:

- раптовий розлад здоров'я або смерть туриста, або членів його сім'ї, або близьких родичів;

- пошкодження майна туриста в результаті впливу навколишнього середовища або дій третіх осіб;
- участь туриста в судовому розгляді у момент передбачуваної поїздки;
- отримання виклику для виконання військового обов'язку;
- неотримання в'їзної візи при виконанні всіх вимог щодо оформлення документів;
- інші причини, що визнаються в договорі.

Розглянемо специфічні види страхування.

Специфічними видами страхування туристів є: на випадок невчасного відльоту; на випадок поганої погоди в місці тимчасового перебування; від невийзду; від неотримання візи; на випадки невилову риби під час риболовлі, невідстрілу звірів під час полювання тощо. Конкретні правила (умови) страхування туристів за кожним з видів страхування розробляються кожним страховиком самостійно в рамках чинною законодавства і нормативних актів України щодо нагляду за страховою діяльністю. Тому перш ніж укласти (підписати) договір із страховою компанією, потенційний турист повинен вивчити ці умови і при здійсненні туристичної поїздки неухильно їх дотримуватися.

Співпраця з туроператорами та туристичними агентствами приносить істотну вигоду страховим компаніям. Тому деякі з них у рамках розширення контактів з туристичним бізнесом пропонують спеціальні знижки для турфірм, що забезпечує продаж полісів кількох видів, з широким спектром послуг, включаючи «мінімальні поліси» з пільговими тарифами.

Лише небагато українських компаній у співпраці із закордонними партнерами забезпечують правову підтримку туристів у разі адміністративних і цивільних порушень. Інформаційна ж підтримка, що гарантує туристам отримання необхідної інформації (про найбільш зручні маршрути пересування містом або країною перебування, про розважальні заклади тощо), абсолютно незнайома в Україні.

Для індустрії туризму важливими є програми особистого страхування. Розглянемо їх.

Страхування від нещасних випадків – недорогий вид страхування (тариф – від 0,5% страхової суми), що передбачає страховий захист на випадок настання тимчасової або постійної втрати працездатності або смерті застрахованої особи.

Такі страхові компанії, як «*UNIQA*», «*Гарант-система*», «*ІНПРО*», «*АХА*» в Україні пропонують такі програми страхування медичних і інших непередбачених витрат громадян, що виїжджають за кордон.

Поліс «Економ-класу» гарантує:

- екстрену медичну допомогу і оплату медичних витрат;
- організацію і оплату медичного транспортування туриста;

– організацію і оплату репатріації тіла у разі смерті застрахованого.

Поліс «Бізнес-класу» гарантує всі послуги поліса «Економ-класу», а також оплату послуг екстреної стоматологічної допомоги.

Поліс VIP забезпечує падання послуг поліса «Бізнес-класу», а також:

– організацію і оплату відвідин родича у разі госпіталізації застрахованого;

– організацію і оплату дострокового повернення застрахованого в Україну в екстремній ситуації;

– організацію і оплату дострокового повернення в Україну неповнолітніх дітей застрахованого, що залишилися без нагляду; організацію і оплату юридичного захисту застрахованого;

– організацію допомоги при втраті документів.

Вийджаючи на відпочинок в певну місцевість, турист у будь-якому випадку опиняється в екстремальній ситуації: зміна клімату, хімічного складу води, інший режим харчування і безліч інших змін автоматично несуть із собою певну небезпеку. Одним з досить ефективних способів, який можуть застосовувати страховики для запобігання настання страхових випадків з туристами, є активне інформування туристів про потенційні небезпеки, тобто надання від'їжджаючим туристам докладних Інструкція щодо запобігання можливим небезпекам під час подорожі. Основними страховими випадками, що трапляються з туристами є (у% до всіх страхових випадків): простуда – 20%; нещасні випадки, травми – 17%; отруєння – 16%; хронічні загострення – 11%; отит – 9%; стоматологічна допомога – 8%; алергія – 5%; переломи – 5%; тепловий удар – 5%; смерть – 1% [5, с. 268].

На сьогоднішній день існують дві форми страхового обслуговування туристів: компенсаційна та сервісна.

1. Компенсаційна. Передбачає оплату самим мандрівником усіх медичних витрат і відшкодування їх лише після повернення на батьківщину, що, як правило, незручно, тому що змушує туриста мати при собі значний грошовий запас на цей випадок.

1.1. Програма страхування багажу. Сума страхового ліміту біля 2000 доларів. Вона виплачується по пред'явленні документів, що підтверджують, що багаж був втрачений або ушкоджений під час збереження або транспортування. Це найбільше поширений вид страхування, тому що тариф страхування багажу складає біля 50 центів у день.

2. Сервісна (асистанс), включає:

2.1. Страхування медичних витрат.

2.2. Юридичний і інформаційний асистанс – забезпечення правової підтримки мандрівникам у випадку адміністративних або

цивільних порушень, а також гарантія одержання необхідної інформації про найбільше зручні маршрути.

2.3. Страхування від нещасливого випадку.

2.4. Програма страхування цивільної відповідальності за нанесення збитку майну третіх осіб, нанесених туристом у результаті «ненавмисних дій».

Останніми роками відчувається помітне зростання кількості страхових випадків, особливо тяжких на дорогах, включаючи летальні результати і необхідність репатріації тіла на батьківщину.

Нині страхова обстановка у ряді традиційно туристичних країн є неспокійного. Одна з причин – брак культури поведінки туристів за кордоном. Вирішенню цієї проблеми могло б сприяти проведення туристичними фірмами з клієнтами докладного інструктажу перед виїздом. Звичайно, ніхто не застрахований від випадковостей. Але деяким з неприємностей, що відбуваються з клієнтами, можна запобігти.

Закон України «Про страхування» регулює відносини у сфері страхування і спрямований на створення ринку страхових послуг, посилення страхового захисту майнових інтересів, зокрема туристів, а також туристичних підприємств та їх працівників [2].

Страхування – це вид цивільно-правових відносин щодо захисту майнових інтересів громадян та юридичних осіб у разі настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством, за рахунок грошових фондів, що формуються шляхом сплати громадянами та юридичними особами страхових платежів (страхових внесків, страхових премій) та доходів від розміщення коштів цих фондів.

Страхування є основною формою забезпечення безпеки туристів у країні (місці) тимчасового перебування. Під безпекою туристів розуміється не тільки особиста їх безпека, але і збереження їх майна і не нанесення збитку навколишньому природному середовищу при здійсненні подорожі.

Сутність страхування, як і будь-якої іншої економічної категорії, визначається її функціями. Страхування виконує чотири функції: ризикову, попереджувальну, ощадну, контрольну.

Зміст ризикової функції страхування полягає у відшкодуванні ризику. В межах дії цієї функції відбувається перерозподіл грошової форми вартості між учасниками страхування у зв'язку з наслідками випадкових страхових подій. Ризикова функція страхування є головною, бо страховий ризик, як ймовірність шкоди, безпосередньо пов'язаний з основним призначенням страхування по відшкодуванню міжнародних втрат потерпілим.

Попереджувальна функція страхування полягає у фінансуванні за рахунок коштів страхового фонду заходів по зменшенню страхового ризику.

Ощадна функція страхування сприяє накопиченню грошової суми на подальше життя.

Контрольна функція страхування полягає в перевірці цільового формування та використання коштів страхового фонду.

Згідно із Законом України «Про туризм» страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) забезпечується суб'єктами туристичної діяльності на основі угод із страховиками [1]. Туристи мають право самостійно укладати договори на таке страхування. У цьому випадку вони зобов'язані завчасно підтвердити туроператору чи турагенту наявність належним чином укладеного договору страхування [4, с. 201].

Договором страхування повинні передбачатися надання медичної допомоги туристам і відшкодування їх витрат при настанні страхового випадку безпосередньо в країні (місці) тимчасового перебування.

Інформація про умови обов'язкового страхування має бути доведена до відома туриста до укладення договору на туристичне обслуговування.

Обов'язкове (медичне та від нещасного випадку) страхування здійснюється один раз на весь період туристичної подорожі. За вимогою туриста туроператор чи тур-агент забезпечують страхування інших ризиків, пов'язаних із здійсненням подорожі.

За бажанням туриста з ним може бути укладено угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з анулюванням договору на туристичне обслуговування з ініціативи туриста, або угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з передчасним поверненням до місця постійного проживання при настанні нещасного випадку або хвороби. Компенсація шкоди, заподіяної життю чи здоров'ю туриста або його майну, проводиться у встановленому порядку.

Висновок. Страхування туристів – це добровільне страхування на час туру на випадок раптового захворювання, смерті (загибелі) або тілесних ушкоджень, одержаних туристом в результаті нещасного випадку, а також майнове страхування особистого майна і багажу, що перевозиться (переноситься) з собою.

Проте, окрім вказаних видів страхування, туристам іноді доводиться звертатися за іншими видами страхової допомоги (юридичної, адміністративної, технічної тощо). Через це деякі вітчизняні страхові компанії укладають договори про спільну діяльність з іноземними страховими сервісними компаніями сприяння щодо надання страхових послуг туристам безпосередньо в країні тимчасового перебування.

За домовленістю з партнером український страховик визначає обсяг страхових послуг, що надаються за полісом, а забезпечення послуг лягає на плечі компанії сприяння. Розрахунки між партнерами проводяться як між перестраховальником і перестраховиком.

Кожна компанія сприяння має в своєму розпорядженні мережу чергових центрів і бюро з операторами, що розташовані в регіонах, на які поширюється дія поліса. При настанні страхового випадку турист (або старший туристичної групи) має зателефонувати до одного з чергових центрів, телефони яких вказані в страховому полісі (сертифікаті) або на ідентифікаційній картці.

Черговий центр передає виклик страхувальника до найближчого до клієнта бюро, яке займається безпосередньою організацією страхової послуги, і підтверджує, що всі витрати будуть сплачені. Чим більше компанія має чергових центрів і бюро, тим швидше вона зможе організувати допомогу клієнту.

При цьому страховим полісом повинні передбачатися оплата медичної допомоги (медичних витрат) і відшкодування інших майнових витрат при настанні страхового випадку безпосередньо в країні тимчасового перебування. Недотримання цієї умови позбавляє туриста права на отримання страхової виплати при настанні страхового випадку.

Література

1. Закон України «Про туризм» (324/95-ВР). 2. Закон України «Про страхування» (85/96-ВР). 3. **Гвозденко А. А.** Страхование в туризме: Учебное пособие / А. А. Гвозденко – М.: Аспект Пресс, 2002. – 256 с. 4. **Кифяк В. Ф.** Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці, :Книги – XXI, 2003. – 201с. 5. **Шелехов К.В., Бігдаш В.Д.** Страхування. Страхові послуги. - К.: ІЕУГП, 2000. - 268 с.

Токмачов Я. В. Особливості страхування в туризмі

В статті розкрито особливості страхування в туризмі, види страхових випадків. Розглянуто види та форми страхування в туризмі. Виявлено, чому страхування є основою безпеки в туризмі, як це допомагає туристу під час подорожі, які страхові випадки існують та як їх запобігти.

Ключові слова: страхування в туризмі, безпека, поліс, турист, страховий випадок.

Токмачев Я. В. Особенности страхования в туризме

В статье раскрыты особенности страхования в туризме, виды страховых случаев. Рассмотрены виды и формы страхования в туризме. Выведено, почему страхования является основой безопасности в туризме, как это помогает туристу во время путешествия, какие страховые случаи существуют и как их предотвратить.

Ключевые слова: страхование в туризме, безопасность, полис, турист, страховой случай.

М. Є. Турчанікова

ТЕОРЕТИЧНА ОСНОВА СУТНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ

Постановка проблеми. Туристична галузь дедалі набуває більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери як для всієї України, так і для її окремих регіонів. Туризм в Україні отримав визнання важливої галузі сучасної економіки, однак він робить перші кроки у світовій туристській ринку.

Розвиток туризму істотно впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку, і є одним з найбільш перспективних напрямів структурної перебудови економіки. У свою чергу, важливими факторами розвитку туристичної галузі є природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал регіону. В багатьох регіонах є всі необхідні умови для розвитку туристичного бізнесу: природні умови, історико-культурна спадщина та людські ресурси, але проблема в тому, що цей потенціал не затребуваний у туризмі і не до кінця використовується.

Аналіз останніх наукових досліджень. У науковій літературі з туризму розкривається сутність туристичних ресурсів, що відбивається у працях О.О. Бейдика, О.О. Любіцевої, Є.В. Панкової, В.І. Стафійчука, Д.В. Ніколаєнка, В.К. Федорченка та ін. Підходи щодо класифікації туристичних ресурсів розглядаються у наукових роботах Н.В. Фоменка, І.М. Яковенка, Ф.Ю. Поклонського. На сьогодні питання щодо вивчення туристичних ресурсів Луганської області зовсім не підіймалися. Зваживши на це, тема дослідження набуває актуальності.

Мета дослідження полягає у розкритті сутності поняття «туристичні ресурси» та розгляді сучасних підходів науковців до їх класифікації. Для її досягнення будуть вирішені певні завдання, а саме: 1) визначити сутність поняття «туристичні ресурси»; 2) ознайомитися з сучасними підходами щодо класифікації туристичних ресурсів; 3) визначити можливості застосування даних досліджень

Викладення основного матеріалу. Для розвитку туризму важливе значення мають туристичні ресурси, які, за правило, є основною метою подорожей. Саме вони зумовлюють і визначають найважливіші економічні показники, а саме: кількість туристів, ціну за послуги, географію подорожей та їх сезонний розподіл, тривалість перебування та інше. Внаслідок цього комерційна робота в галузі туризму обов'язково передбачає всеохоплюючий облік туристичних ресурсів як у цілому по країні, так і по окремих її регіонах.

Туристична діяльність на певній території розвивається на основі тих ресурсів, які існують чи можуть бути задіяні або створені в країні. Ресурси – це все те, що нас оточує. Там, де немає будь-яких туристських ресурсів, туризм не може бути в принципі. Саме тому виявленню та вивченню туристичних ресурсів певних територій вчені-туризмознавці приділяють велике значення.

У сучасній науковій літературі трактування поняття «туристичні ресурси» достатньо широке, а номенклатура туристичних ресурсів практично безмежна. Тому основну увагу треба зосередитись на визначенні поняття ресурсів та з'ясуванні їх місця й ролі розвитку туризму в тому чи іншому регіоні.

У довідковій літературі, а саме «Туристському термінологічному словнику», наведене таке трактування: «Туристичні ресурси – це природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, з об'єктами туристичного показу включно, а також інші об'єкти, здатні задовольнити духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їх фізичних сил» [1, с.446-447].

Щодо туристичних ресурсів, то вони повинні бути доступними для ознайомлення і використання не залежно від форми власності, якщо до того не має законодавчо накладених обмежень. Природні та антропогенні ресурси (тіла та явища природи, артефакти), які мають комфортні властивості і споживчу вартість для рекреаційної діяльності, можуть бути використаними в організації відпочинку та оздоровлення певної категорії людей в певний фіксований час за допомогою технології та наявних матеріальних можливостей.

Розглянемо інші трактування цього поняття. Так, В. Ф. Кифяк під туристичними ресурсами розуміє сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, що мають комфортні властивості та придатні для створення туристичного продукту [2].

На його думку туристичні ресурси можна розділити на три групи: рекреаційні, історичні та соціальні. До рекреаційних (природних) ресурсів він відносить: унікальні явища природи, печери, водоспади, скелі, заповідники, гори, річки, моря, лікувальні води, кліматичні умови та бальнеологічні можливості. Об'єкти, які представляють історичне та культурне минуле країни, тобто, історичних, він відносить: музеї, пам'ятники 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. До туристичних ресурсів соціальної групи він відносить об'єкти, які демонструють сучасні здобутки країни в промисловості, будівництві, сільському господарстві, науці і культурі, медицині та спорті.

На думку В.Ф. Квартального, туристичні ресурси – це «...сукупність штучно створених людиною об'єктів, придатних для створення туристського продукту» [3, с.208-209]. До них він відносить

природні, історико-культурні і соціально-економічні об'єкти, які, у свою чергу, включають об'єкти туристського показу, а також інші об'єкти, здатні задовольнити духовні потреби туристів, сприяти відновленню й розвитку їх фізичних сил.

Виходячи з цього, він поділяє туристичні ресурси на три групи: природні ресурси, історико-культурні та соціально-економічні.

До природних ресурсів він відносить: компоненту природного середовища (клімат, рельєф, рослинність, поверхневі й підземні води, лікувальні грязі й т.д.), які можуть бути використовувані для організації відпочинку й оздоровлення людей. Ці ресурси істотно впливають на туристський рух, надаючи йому певний напрямок і формуючи його структуру. Більшість природних ресурсів виснажуються в процесі їх використання з метою туризму. Одні з них не відновлюються, інші – відновлюються (самостійно чи при участі людини).

Щодо історико-культурних об'єктів, то, на його думку, вони представляють історичне та культурне минуле країни (музеї, пам'ятники, пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями тощо).

До соціально-економічних об'єктів, він відносить сучасні здобутки країни в промисловості, будівництві, сільському господарстві, науці і культурі, медицині і спорті.

На думку В.В. Худа та М.П. Мальської «туристичні ресурси – це компоненти географічного докілья та об'єкти антропогенної діяльності»[4, с.33-42]. Ці ресурси, завдяки таким властивостям, як унікальність, історична або художня цінність, оригінальність, естетична привабливість і лікувально-оздоровча значущість, можуть бути використані для організації різноманітних видів рекреації. Вони виділяють три типи туристичних ресурсів: історико-культурні (історичні, історико-архітектурні пам'ятки, пам'ятки сучасної архітектури, унікальні споруди тощо), природні (бальнеологічні, фітолікувальні, ландшафтні ресурси) та соціально-економічні туристичні ресурси.

Вони вважають, що історико-культурний потенціал певної території, матеріальні та духовні цінності народу дуже важливі для формування світогляду, задоволення матеріальних і туристичних потреб. Бальнеологічні ресурси – природні лікувальні речовини, які використовуються для не медикаментозного лікування на курортах і в поза курортних умовах. Фітолікувальні ресурси обмежуються параметрами рекреаційного використання лісів, їхніми водоохоронно-захисними властивостями, цілющим впливом на організм людини і сприятливим санітарно-гігієнічним фоном для лікування, відпочинку, туризму. Серед ландшафтних рекреаційних ресурсів, на їх думку, особливе місце посідають гори. Різноманітність природних ландшафтів, наявність екстремальних сприятливих і комфортних умов створюють передумови для розвитку різних видів рекреаційної діяльності – від спортивних до санаторно-лікувальних. Важливою умовою розвитку

рекреаційного господарства, як вважають вчені, є кліматичні ресурси. Оскільки саме вони визначають загальну комфортність території щодо лікування та відпочинку.

На їх думку, особливе місце серед туристичних ресурсів посідають пляжні. Понад 55 відсотків рекреантів світу так чи інакше пов'язують свій відпочинок з перебуванням біля води (приаквальні курорти, будинки відпочинку, круїзи тощо).

Наукові інтереси Н.В. Фоменка також стосуються дослідження сутності туристичних ресурсів та їх класифікації. Туристичні ресурси він поділяє на три типи: рекреаційні, історико-культурні та соціально-економічні [5].

Науковець вважає, що рекреаційні ресурси є матеріальною передумовою формування рекреаційної галузі народного господарства, її ресурсною базою. Ці ресурси потребують дбайливого та економного їх використання. Все це пов'язано з необхідністю їх кількісної та якісної оцінки, визначення придатності та альтернативності використання в тій чи іншій галузі народного господарства.

Так, рекреаційні ресурси він, у свою чергу, поділяє на природні, історико-культурні та соціально-економічні. Кожний з них відіграє певну роль у формуванні галузевої та територіальної організації рекреаційних комплексів.

Під природними рекреаційними ресурсами він розуміє фактори, речовину та властивості компонентів природного середовища, які володіють сприятливими для рекреаційної діяльності якісними та кількісними параметрами й служать або можуть служити для організації відпочинку, туризму, лікування і оздоровлення людей. До них належать лікувальні та оздоровчі фактори багатоцільового призначення (ліси, лікувальні кліматичні місцевості, поверхневі води), лікувальні речовини (мінеральні води, грязі, озокерит), а також рекреаційні властивості гірських і передгірських ландшафтів, заповідних територій.

До історико-культурних рекреаційних ресурсів Н.В. Фоменко відносить пам'ятки культури, створені людиною, які мають суспільно-виховне значення, пізнавальний інтерес і можуть використовуватись для задоволення духовних потреб населення.

Соціально-економічні рекреаційні ресурси, на його думку, 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.

Якщо раціонально використовувати цей ресурсний потенціал, то можна суттєво зменшити ризик швидкого вичерпання чи псування туристських ресурсів, що зробить туристську діяльність практично неможливою. Тому треба обов'язково звернути увагу на такі складові цього потенціалу, як екологічні ресурси (сукупність компонентів, що

забезпечують екологічну рівновагу в біосфері та забезпечують її відновлення), культурні та історичні ресурси, які можуть бути представлені як комплексами, так й окремими матеріальними (церкви, музеї) та нематеріальними (письменники, філософи) об'єктами; інформаційні ресурси (сукупність дій або відомостей, що сприймаються людиною через органи чуття та за допомогою спеціальних приладів), естетичні ресурси (особливо сприятливе поєднання природних чинників, що позитивно впливають на людину через органи чуття), антропогенні ресурси (створені тільки людиною для самої ж себе з метою підвищення комфорту, як матеріального, так і естетичного). Наявність усіх цих складових може організувати продуктивну працю туристичного підприємства та туристичної галузі взагалі.

Тому, при залученні до туризму певного ресурсу, необхідно враховувати такі якісні характеристики, як от: доступність та атрактивність (привабливість); залежність від кліматичних умов обраного регіону; екскурсійну значущість (наявність важливих культурних, естетичних чи природних об'єктів, важливих для впровадження обраного виду туризму); потенціальний запас; міру вивченості, тобто сукупність знань, накопичених при дослідженнях та аналізу потенціалу території; пейзажні та екологічні характеристики; соціально-демографічні характеристики (національний та віковий склад населення); спосіб використання, який залежить від спеціалізації туристського підприємства та правових документів, які регламентують діяльність цього підприємства тощо.

Проте, для того, щоб використовувати у повному обсязі та з максимальною ефективністю туристські ресурси в цілях туризму, необхідна належна інфраструктура та індустрія туризму. Саме це сприятиме по-перше, доведенню до туриста інформації про даний туристський об'єкт, необхідної і достатньої для упевненої мотивації вибору подорожі саме в цю місцевість та до цього об'єкту, а по-друге, забезпечить досить комфортну та безпечну доставку туриста до місця розміщення, харчування або розваг.

Якщо туристичний підприємець, організатор туристичної діяльності візьме до уваги усі ці аспекти комплексної характеристики туристських ресурсів, то це може стати основою створення якісного туристичного продукту.

Висновок. Таким чином, туристські ресурси є головним компонентом у забезпеченні ефективності туристської діяльності. Необхідно правильно, раціонально їх використовувати, щоб досягти високих результатів. Також можна стверджувати, що туристичні ресурси – важлива складова та основа розвитку туристичної галузі. Правильна організація діяльності, в першу чергу, ефективне використання туристських ресурсів – запорука успіху у сфері туристської діяльності.

Перспективи подальших досліджень ми бачимо у виявленні забезпеченості туристичними ресурсами та визначенні пріоритетних напрямків розвитку туризму у Свердловському районі Луганської області.

Література

1. **Туристский терминологический словарь** : справочно-метод. пособие / [авт. сост. Зорин И. В., Квартальнов В. А.]. – М. : Советский спорт, 1999. – 664 с. 2. **Кифяк В. Ф.** Організація туризму : навч. посіб. / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги - XXI, 2008. – 344 с. 3. **Квартальнов В. Ф.** Международный туризм: политика развития/ В. Ф. Квартальнов. – М. : Академия, 1998. - 140 с 4. **Мальська М. П.** 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 : підручник / Н. В. Фоменко. – К. : Центр. навч. літ., 2007. – 312 с.

Турчаникова М. Є. Теоретична основа сутності туристичних ресурсів та їх класифікація

В статті розкривається теоретична основа сутності туристичних ресурсів, висвітлюються сучасні підходи щодо їх класифікації та наголошується на їх значенні задля розвитку туристичної галузі.

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

Турчаникова М. Е. Теоретическая основа сущности туристических ресурсов и их классификация

В данной статье раскрывается теоретическая основа сущности туристических ресурсов, освещаются современные подходы к классификации, подчеркивается их значение для развития туристической отрасли.

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

УДК 338.48(450)

А. А. Учунжан

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

Постановка проблеми. У сучасному світі туризм – це багатогранне явище, тісно пов'язане з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Однак жодна з них не може повністю і вичерпно схарактеризувати його як об'єкт власних

досліджень і жоден з існуючих соціально-економічних інститутів не в змозі самостійно розв'язати комплекс його проблем. Існує багато поглядів на туризм як на галузь господарства, так і на міжгалузевий комплекс або ринок, де туристичне підприємство з продукції різних галузей формує туристичний продукт. Будь-яке визначення поняття "туризм" виключає момент отримання прибутку під час туристичної подорожі. Отже, туризм є популярною формою організації відпочинку, проведення дозвілля, пізнання рідного краю, навколишнього середовища, знайомства з історією, культурою та традиціями певної країни. Італія – один з основних туристичних центрів світу. Вона користується величезним попитом на туристичному ринку. В Італії склалася і стабільно розвивається індустрія туризму. Вивчення даної теми є актуальним, так як, виділивши фактори, що позитивно впливають на туризм в Італії, можна співвіднести їх зі сформованими умовами в Україні та використати для розвитку туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальність проблеми підтверджується дослідженнями, проведеними в цьому напрямку вітчизняними і закордонними вченими і практичними працівниками. Особлива увага приділяється вивченню туризму в Італії в працях Є.Л.Драчової, О.О.Яворської, Т.Т.Христового. В своїх дослідженнях вчені надали цінну інформацію, що повно відображає соціально-економічні, культурно-історичні та географічні умови розвитку туризму в країні. Основна інформація з туризму в Італії описана в працях М.В.Новікової, В.Ю.Воскресенського та А.Б.Косолапова. Проте не існує літератури, в якій би відображалась комплексна туристична характеристика Італії.

Метою даного дослідження є дослідження сучасного стану туризму в Італії. Для її досягнення необхідно вирішити наступні завдання:

- 1) проаналізувати статистику внутрішнього і міжнародного туризму в країні;
- 2) визначити основні види туризму в Італії;
- 3) виявити основні туристичні центри Італії.

Викладення основного матеріалу. Італія – найбільший район міжнародного туризму. Її відвідують понад 50 млн. осіб на рік. За туристичним прибутком вона займає 5 місце в світі, а по доходах – 2. Іноземний туризм – один із значних економічних чинників і становить велику частку у сфері послуг цієї країни. Відповідно, в Італії встановлені високі стандарти організації туристської справи та сервісних послуг. Відомо, сезонність є однією з характерних рис міжнародного туризму – протягом року 43% приїздів до Італії припадає на два місяці: липень і серпень. Проте, відзначається зростання «туризму вихідного дня».

На першому місці серед приїжджаючих – швейцарці, на другому – німці, яких, перш за все, приваблює Адріатичне узбережжя, на третьому

– французи й австрійці. Проте в тому, що стосується ночівлі, німці лідирують з великою перевагою, випереджаючи французів та британців.

Необхідно відзначити основні мотиви прибуття в країну іноземних гостей: 45% туристів привертають культурно-історичні пам'ятки, 43% – кліматичні особливості, 27% – природа, 30% – поєднання всіх зазначених факторів.

Міжнародний туризм в Італії в основному зосереджений на півночі країни. Наприклад, у 1990р. кількість проведених тут зарубіжними гостями днів склало 57% від загального числа туристичних днів по країні [4; 5; 6; 7].

В останні десять років значно зросла кількість відпочиваючих за кордоном, але все ж у процентному відношенні це досить скромний показник (16% всіх відпускників). Виїжджаючи у відпустку за кордон, італійці обирають переважно європейські країни. Тут на першому місці з великим відривом йде Франція (7,2 млн. італійських туристів). Італійці їдуть, перш за все, до моря, а також відвідують великі міста, в тому числі Париж. Контингент туристів, в основному, молодий (72% молодше 45 років), проживають вони здебільшого в готелях (52%), у кемпінгах (12,3%), в інших засобах розміщення (11%). В Італії, особливо на Півночі, є близько 55000 агентств і туроператорів.

У результаті значного збільшення виїзного туризму Італія займає в даний час 5-е місце в світі по витратах туристів за кордоном, у той час як у 1980р. вона була за цим показником лише 11 в світі.

Клієнтура в'їзного туризму це, перш за все, представники європейських країн. Їдуть вони, в основному, за індивідуальними турами, як правило, в літній період.

Якщо Італія з давніх пір була метою в'їзного туризму з-за кордону, то туризм внутрішній досить молодий, оскільки лише з 1985р. італійці можуть скористатися регулярним відпусткою. 54% відпускників здійснюють виїзди, 30% виїжджають кілька разів на рік. З 26 млн. італійців, які виїжджають у відпустку, 84% залишаються на півострові. Як і в багатьох інших європейських країнах, відпускники їдуть, перш за все (58%) до моря (Адріатичне узбережжя й острови), далі йдуть поїздки в гори, головним чином – у Італійські Альпи (24%), і відвідування міст (19%). Що стосується італійського села, то вона залучає лише 11% відпускників – італійців, бо занадто часто вона залишається символом бідності і занадто тісно пов'язана з образом «Італійського півдня».

Надамо характеристику видів туризму та основних туристичних центрів. Італію по праву можна вважати країною-музеєм, країною-пам'ятником. За оцінками вчених, тут зосереджено близько 65% всієї світової культурної спадщини. Італія знаменита не тільки багатющою історією, але й прекрасними середземноморськими пейзажами, морськими курортами, білосніжними піками Альп, індустрією модного

одягу і взуття, а також своєю неповторною атмосферою свята, привітності та гостинності.

Рим – столиця країни, найкрупніший в Італії і один з найдавніших міст світу. У його межах розташовано місто-держава Ватикан – резиденція папи римського. Щорічно Рим відвідують 3,3 млн. іноземних туристів – такий великий інтерес до всесвітньо відомих пам'яток і ансамблів античності, Середньовіччя, Відродження. У місті багато парків, садів, скверів. Він вважається одним з найзеленіших в Європі.

Численні архітектурні пам'ятники давньоримської цивілізації, на жаль, не скрізь добре збереглися. Але й те, що залишилося, справляє грандіозне враження. Це розвалини римського Форуму, грандіозний Колізей – символ величі і потужності Риму, Театр Марцелла, Пантеон і т.д. У Римі розвинений екскурсійний та пізнавальний туризм.

Мілан – другий за величиною місто країни, вважається її індустріальною столицею. Він знаменитий своїми музеями, картинними галереями, театрами, пам'ятниками архітектури, навчальними закладами.

Найдавніший архітектурний пам'ятник Мілана – базиліка Святого Амвросія. Великий слід залишила епоха Відродження: збереглися церква Санта Марія делле Граціє – головна церква домініканського монастиря в західній частині Мілана. Замок Сфорцеско, що був фортецею і резиденцією міланських герцогів династії Сфорца в Мілані та Віджевано. Найзнаменитіший архітектурний пам'ятник і символ Мілана – Міланський собор. На весь світ Мілан знаменитий своїм оперним театром «Ла Скала». Тут розвинений культурно-пізнавальний та діловий туризм.

Як і Мілан, Турін з'явився на місці стародавнього кельтського поселення, завойованого римлянами і перетвореного на військове укріплення. Збереглася суворя планування міста з пересічними під прямим кутом вулицями. Центром життя міста є площа Сан Карло. Сьогодні Єгипетський музей – один з найбільш відвідуваних у Турині. Щорічно тут буває "понад півмільйона туристів. У Турині найбільш розвиненим є культурно-пізнавальний туризм.

Генуя є морськими воротами півночі країни. Це найбільший в Італії порт. Генуя, розташована на узбережжі однойменної затоки Лігурійського моря. Місто тягнеться по узбережжю і амфітеатром піднімається в гори до висоти 600м. Найстаріша частина міста примикає до порту, на захід від нього йде промислова зона, на схід – всесвітньо відомі курорти. Увагу туристів привертають середньовічні квартали з вузькими вуличками, ютящіміся по схилах гір; чудові палаци епохи Відродження. Місто рясно прикрашають фонтани, мармурові сходи, пам'ятники. Завдяки багатій, красивій архітектурі і живописному розташуванню їй здавна присвоєно епітет «прекрасна». У Генуї найбільш розвиненим є культурно-пізнавальний туризм.

Венеція – самий знаменитий місто східній частині Півночі Італії. Його по праву можна назвати містом туристів. Тісно забудований розкішними старовинними будівлями історичний центр розташований на 120 низьких піщаних островах, з'єднаних 400 мостами і містками. Серце Венеції – дивно барвиста площа П'яцца Сан Марко. На острові Мурано знаходяться заводи, де виготовляється знамените венеціанське скло. Бурано знаменитий мереживами. У Венеції найбільш розвиненим є культурно-пізнавальний туризм.

На берегах річки Адідже, у підніжжя гір Лесині, розташувалася Верона. Це місто мистецтва та історії. Тут збереглися залишки давньоримської культури, пам'ятники Середньовіччя та епохи Відродження. Серед них – Римський амфітеатр – античний римський амфітеатр. Амфітеатр у Вероні третій за розміром з аналогічних римських споруд. Чудовий зразок військової архітектури XIV ст. – Кастельвеккьо – замок у місті Верона. Замок побудований в якості фортифікаційної споруди на березі річки Адідже в період правління Скалігер. Верона відома у всьому світі завдяки Шекспіру, тому що тут відбувалися дії трагедії «Ромео і Джульєтта». У Вероні найбільш розвиненим є культурно-пізнавальний туризм.

У просторій улоговині, в оточенні пологих горбів по обох берегах річки Арно розкинулася Флоренція. Місто було засноване етрусками, потім завойований римлянами. Збереглося досить багато вузьких середньовічних вулиць з будинками-фортецями, але все-таки переважають пам'ятники архітектури Відродження. Понте Веккьо – знаменитий міст через річку Арно у Флоренції, розташований в самому вузькому місці річки, майже навпроти галереї Уффіці. Понте Веккьо – це найдавніший міст міста Флоренції, і не тільки тому, що це єдиний міст, що зберіг свій первісний вигляд, але також і тому, що він стоїть на тому самому місці, де були побудовані три попередніх мосту: міст давньоримської епохи; міст, що обрушився в 1117 році, і міст, знесений під час повені 1333. Історичний центр міста – площа Синьорія. У Флоренції найбільш розвиненим є культурно-пізнавальний туризм.

На березі Неаполітанської затоки мальовничо розкинувся Неаполь. Його найбільша визначна пам'ятка відноситься не до культурних, а до природних – це діючий вулкан Везувій. Неаполь забудований дуже тісно і різностильові, його вузькі вулиці спускаються до моря з високих пагорбів. Місто і його околиці – справжнє царство археології. У Неаполі найбільш розвиненим є культурно-пізнавальний туризм.

Сан-Марино – одна з найменших і стародавніх республік у світі. Сан-Марино перебуває в середній Італії, в області Романья, недалеко від Адріатичного моря. Його площа складає 61 кв.км. Місто Сан-Марино – столиця республіки. Завдяки своїм замкам, фортецям і оточуючим місто стінах він має типово середньовічний вигляд [4; 5; 6; 7].

Крім вищевказаних видів туризму в країні розвинений також, купально-пляжний та гірськолижний туризм.

Пляжні курорти (відпочинок на узбережжі). Італія просто рай для тих, хто вирішив зарядитися теплом, морем і прийняти сонячні ванни. П'ять морів, які омивають Італію, надають туристам величезний вибір пляжів. Прекрасні пляжі з найчистішим піском, оперізують берег Італії, заставлені багатокілометровими рядами шезлонгів і всіляких лежаків. Пляжі Італії оснащені всім необхідним для спокійного ситого і комфортного відпочинку. Поряд із пляжами для зручності відпочиваючих розташоване безліч самобутніх, колоритних ресторанчиків і кафе, де втомлені від сонця відпочиваючі можуть перекусити та відпочити. Пляжі приваблюють туристів на свої піски небувалим комфортом і турботою, надаючи втомленим відпочиваючим справді райські умови для релаксації і насолоди теплим морем, жарким сонцем. Найчистіша вода, красивий рельєф прибережного дна населений величезною кількістю яскравих риб, дає туристам широкий простір для заняття дайвінгом і пірнання з маскою. Відпочинок на Італійському узбережжі надає можливість розважитися катанням під вітрилом або заняттям віндсерфінгом, благо необхідне обладнання та спорядження в надлишку пропонується на прокат на кожному пляжі.

Апеннінський півострів, де розташована велика частина Італії, омивають води п'яти морів: на півдні Іонічне і Середземне, на сході – Адріатичне, на заході – Лігурійське і Тірренське.

Венеціанська Рів'єра охоплює північно-схід Італії в області Венето. Тут розташовані популярні курорти Лідо-ді-Езоло і Ліньяно. Їх відрізняє неглибоке море, широкі і довгі добре обладнані пляжі з дрібним «золотавим» піском і відносно недорогі готелі.

Італійська Адріатика – це міста Равенна, Мілано-Марітіму, Белларія, Ріміні, Річчіоне, Габічче Маара, Пезаро. Тут сучасні комфортабельні і відносно недорогі готелі, гарні піщані пляжі, аквапарки і дельфінарії, є кілька тематичних парків. Східна частина Італійської Рів'єри (Лігурія) розташована із західної сторони італійського «чобота» і продовжує французьку Рів'єру. Тут є піщані та галькові пляжі. Найзнаменитіший курорт узбережжя – Сан-Ремо. Звідси можна відправитися на екскурсії в Канни, Ніццу, Монако, Монте-Карло.

Рів'єра де Улісс («Узбережжя Одиссея») розташована в області Лацио на південь від Риму. Це зелені гори, гарне море і «кам'яні» курорти з віддаленими один від одного готелями. Звідси можна відправитися на екскурсії в Помпеї, Сорренто, на Капрі, на Понтійське.

Неаполітанська Рів'єра розташована південніше Берегу Одиссея в регіоні Кампанія. Вона відома курортами Амальфі, Майорі, Мінорі, Позітано, Сорренто, Салерно. Поруч – острова Іскья й Капрі, а також пам'ятками – вулканом Везувій і розкопками Помпеї.

Відпочинок в Італії гарний у будь-який час року. У зимовий час року, увазі туриста нададуть свої послуги кращі гірськолижні курорти Італії. Простягнулися через весь острів Апенніни та Альпи - привабливі місця для гірськолижників і сноубордистів. Приголомшливі своєю первозданною красою, найчистішим сніжним покривом і крутизною схилів гори представляють на вибір туристам траси для спуску на будь-який рівень підготовки та майстерності: від новачків щойно стали на лижі і до маститих професіоналів. Гірськолижні курорти порадуять туристів своєю відмінною інфраструктурою і комфортом, зручністю та доступністю активного відпочинку і неспішних споглядальних прогулянок. Гірськолижна Італія славиться прекрасними гірськолижними трасами будь-якої складності і таке ж безліччю кафе, ресторанів і магазинів, що роблять гірськолижні курорти Італії комфортними та затишними. Однією з особливостей італійських гірськолижних курортів є об'єднання декількох зон катання в одну велику гірськолижну зону за допомогою єдиної системи підйомників. Навіть якщо ви до цього жодного разу не захоплювалися зимовими видами спорту, досвідчені інструктори і весела, згуртована інтернаціональна компанія туристів гірськолижників, захоплять вас своїм заразливим прикладом і долучать до участі в численних спортивних розвагах. Потрапивши на курорт, абсолютно неможливо залишитися осторонь від цього феєричного свята життя.

Найбільш престижні курорти країни зосереджені в Доломітових Альпах. Гірська, країна Доломіті Супер-Скі з курортами Валь Гардена, Валь ді Фасса, Альта Бадіа, Арабба, Кортіна д'Ампеццо, Кронплац, Альта пустер, Валь ді Фьємме, Сан Мартіно ді Кастроцца, Балі Изарко, Тре Валлі і Чиветта – це 1180км. трас і 464 підйомника [1, 2, 8].

В Італії розвинені всілякі види туризму: культурно-пізнавальний, купально-пляжний, гірськолижний, лікувально-оздоровчий, замковий, активний, ностальгичний, діловий, агротуризм, гастрономічний, спортивний, релігійно-паломницький, шоп-туризм.

Висновки. Італія – один з основних туристичних центрів світу. В Італії розвинені всілякі види туризму: культурно-пізнавальний, купально-пляжний, гірськолижний, лікувально-оздоровчий, замковий, активний, ностальгичний, діловий, агротуризм, гастрономічний, спортивний, релігійно-паломницький, шоп-туризм. Відповідно, кожен турист зможе провести свій відпочинок на території Італії досить різноманітно і з урахуванням особистих уподобань та інтересів. Також слід відзначити, що політичне становище країни досить стабільно, а економічна політика Італії спрямована на розвиток та удосконалення галузі туризму і всіх його видів. Всі ці фактори впливають на розвиток туризму та сприяють збільшенню в'їзних туристичних потоків з усіх країн і регіонів світу до Італії.

Перспектива подальших досліджень. Ця стаття не претендує на повне та вичерпне розкриття даної теми. Подальші дослідження будуть пов'язані з більш докладним аналізом статистики туризму Італії.

Література

1. Александрова А. Ю. Международный туризм: ученик / Александрова А. Ю. - М.: Аспект Пресс, 2004. -470с. **2. Окладникова Е. А.** Международный туризм. География туристских ресурсов мира: учеб. пособие. /Е. А. Окладникова - М., СПб.: МФК Омега-Л; Учитель и ученик, 2003. - 384с. **3. Воскресенский В. Ю.** Международный туризм : Учеб. Пос. / В. Ю. Воскресенский. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 463с. **4. Туризм в Италии** [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.initali.com. **5. Национальное управление Италии по туризму** [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.enit.it. **6. Всемирная туристская организация** [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.world-tourism.org>. **7. Все о туризме**, собрание статей о туризме и отдыхе, каталог статей [Электронный ресурс]. Режим доступа: turtravel.net. **8. Сапожникова Е. Н.** Страноведение: Теория и методика туристского изучения стран / Е. Н. Сапожникова. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 240с.

Учунжан А. А. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Італії

У статті розкрита статистика внутрішнього та міжнародного туризму в Італії. Особлива увага приділена основним туристичним центрам та туристичним об'єктам країни. Розглянуті основні види туризму в Італії.

Ключові слова: туризм в Італії, статистика туризму в Італії, основні види туризму в Італії, туристичні центри Італії.

Учунжан А. А. Современное состояние и перспективы развития туризма в Италии

В статье раскрыта статистика внутреннего и международного туризма в Италии. Особое внимание уделено основным туристическим центрам и туристическим объектам страны. Рассмотрены основные виды туризма в Италии.

Ключевые слова: туризм в Италии, статистика туризма в Италии, основные виды туризма в Италии, туристические центры Италии.

М. В. Федотенко

СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ІСПАНІЇ

Постановка проблеми. З найдавніших часів безліч людей вирушали в подорожі з метою пізнання світу й відкриття нових територій з торговими, дипломатичними, військовими, релігійними та іншими цілями. Не залежно від політичних, економічних, екологічних ситуацій у світі, люди продовжують подорожувати і пізнавати світ.

Статистика показує, що туристичні потоки в основному спрямовані в центри відпочинку Західної та Південної Європи (Франція, Іспанія, Італія та інші). Це обумовлено тим, що більшість туристів віддають увагу річному пляжному відпочинку. Обрана нами країна підходить для такого виду відпочинку, тому що Іспанія є одним з найтепліших держав в Західній Європі. Географічне положення країни благополучно впливає на розвиток туризму.

Численних туристів сюди приваблюють і Піренейські гори, і острови, і прекрасні пляжі на узбережжі Середземного моря. Історія Іспанії самобутня і дивовижна, а її архітектура ввібрала в себе і елементи Середземномор'я, і риси мавританського стилю, тут можна побачити і будівлі в стилі ренесансу і бароко, і сучасні споруди, і руїни античних будівель, побудованих за часів Стародавньої Греції і римської імперії.

Туризм тісно пов'язане з іншими багатьма науками як історія, медицина, культура та іншими. Існує багато поглядів на поняття "туризм" як на галузь господарства. Отже, туризм - це пізнання рідного краю, відпочинок від основної діяльності, знайомство з традиціями інших народів і не тільки. Іспанія займає друге місце в світі за доходами від туризму. У зв'язку з цим набуває необхідність вивчення досвіду Іспанії в організації туризму. Фактори, що позитивно впливають на туризм, можна співвіднести їх зі сформованими умовами в Україні та використати для розвитку туризму.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Багато науковців вивчали Іспанію з географічної, історичної, туристичної та інших точок зору. Ця інформація міститься в словниках, навчальних посібниках, Інтернеті, атласах, але відсутня література, яка б містила повну інформацію з розвитку туризму в Іспанії. Існує дуже багато літератури з країнознавства, де автори вивчають об'єкт з боку географічного, політичного, економічного та інших сторін, в тому числі і пам'ятки досліджуваної країни. До цього переліку можна віднести таких авторів, як А. А. Глушко, А. М. Сазикін «География туризма» Е.А. Окладникова «Международный туризм», А.Б. Косолапов «Туристическое

страноведение: Европа и Азия», та ін. Що стосується даних з статистики в'їзного та виїзного туризму, то інформація міститься лише в електронних ресурсах.

Метою нашого дослідження є статистика та головні визначні пам'ятки Іспанії. Відповідно до теми нашого дослідження сформульовані наступні завдання: проаналізувати статистику внутрішнього і міжнародного туризму в країні, визначити основні види туризму в Іспанії, охарактеризувати основні туристичні центри Іспанії.

Викладення основного матеріалу. На сьогоднішній день Західна Європа вважається найбільшим туристичним регіоном світу. У 2000 році її відвідали близько 403 млн. туристів, що становить 58% від загальносвітового показника. При цьому 55% туристів подорожують всередині європейського регіону. На частку туристського сектора припадає 5,5% ВВП Європейського Союзу і майже третина експорту послуг і товарів [6].

Сьогодні Іспанія міцно займає лідируючі позиції в рейтингу світових туристичних держав, як за обсягами прибуттів, так і за доходами в галузі. У 2001 році країну відвідали 75,5 млн. чоловік, з яких не менше 65% (49.5млн.) відносяться до категорії туристів. Число туристських діб зросло на 5% і склало 423,6 млн. Ще більш швидкими темпами ростуть доходи індустрії - вони перевищили 31,7 млрд. євро. Це пояснюється певною політикою уряду Іспанії, спрямованої на зведення індустрії туризму в основну галузь економіки, що дає гігантські доходи до бюджету держави. 68% туристів приїхали в Іспанію на відпочинок, 8% у робочих справах і на навчання, 4% на лікування або ж у приватних справах [4]. У 2000 році безперечними лідерами серед туристичних напрямків в Іспанії є Канарські і Балеарські острови [5]. Найбільше число іноземних туристів, що відвідали Іспанію в 2000 році, приїхали з Великобританії – 12,8 мільйонів туристів (26,2%), за якою слідує Німеччина з 11,3 мільйонами людей (23,7%). З Франції приїхали 5,7 мільйона чоловік (11,9%), з Італії 2,1 мільйон, з Бельгії 1700 тисяч і Португалії 1,5 мільйонів чоловік.

Головною визначальною умовою для жителів Англії на виборі місці відпочинку є кліматичний фактор. Головним чинником, що визначає переваги туристів з Німеччини, є кліматичний фактор, адже Німеччина є складовою частиною північної Європи, де клімат недостатньо теплий. У той же час курортно-пляжний туризм в Німеччині фактично відсутній. Також слід зазначити, що здавна склалися культурно-історичні зв'язки між Німеччиною і Іспанією. Переваги німців в Іспанії спрямовані як на материкові, так і на острівні туристичні центри Іспанії.

Що стосується переваг французьких туристів, то вони віддають увагу відпочинку на Коста-Брава, не віддаляючись від Піренеїв. Також

вони – дуже ревні шанувальники Каталонії, де знаходять споріднений мову та схожу кухню.

Також потрібно відзначити, що туристи з Португалії воліють Іспанію, виходячи з близькості не тільки географічного положення, а й єдності історичних та культурних коренів.

Основною причиною відвідування туристів з Італії є, мабуть, близькість культурно-історичного розвитку. Також потрібно відзначити, що фінансова політика іспанських турагенств збігається з матеріальними можливостями середньостатистичного жителя Італії. У 1997 році (восени) Італія увійшла в Шенгенський договір, що позитивно вплине на роботу туристичного потоку з Італії до Іспанії.

Таких країн, як США, Японія, Канада потрібно розглядати, виходячи з їх географічного положення, тобто віддаленості від Іспанії [7].

Історично склалося, що основна маса культурно-історичних пам'яток США відноситься до періоду 17-18 століть (період освоєння переселенцями Америки), тому, безсумнівно, що жителів США в зарубіжному туризмі найбільшою мірою приваблює культурно-історичний момент, а Іспанія є країною з багатою культурно-історичною спадщиною, зокрема періоду Ренесансу (з 13 століття). Відповідно, для туристів з США найбільш привабливим є пізнавальний вид туризму.

Канадці також цікавляться історією країни, яку вони відвідують. Так більш, що приблизно половина населення Канади – це франкоговорить група, й історичні корені самої Канади формувалися під впливом французьких, іспанських і німецьких культур, що й приваблює канадців в Європі і, чесності, в Іспанії.

Безсумнівно, що потоки іноземних туристів до Іспанії надають найважливіше вплив добре поставлена інфраструктура, тобто дороги, аеропорти і т.д., а також географічне положення по відношенню до решти Європи, що і дозволяє здійснювати транзитний туризм через європейський "континент" до Іспанії [5, 6].

Географія проїздок особливих змін не зазнала – першість з прийому росіян, зберігають курорти Каталонії (63%), на другому місці – Канарські острови (15%), на третьому – Андалусія (12%). І далі в порядку убування – Балеарські острови, валенсійського співтовариство і Мадрид [4, 6].

Найбільш популярною країною серед туристів Іспанії є найближча до неї Португалія – країна, з якою у Іспанії давні спільні культурно-історичні коріння і тісні зв'язки.

Напрямок туристів до Франції обумовлено географічною близькістю, прекрасно розвиненими автострадами, єдиної мовної групою. Також у Франції переважають готелі класу 3 зірки, що також притягує туристів із середнім статком плюс до цього - прозорість кордонів, єдина банківсько-валютна система.

Великий потік направлений в Англію, країну дуже незвичайну і багато в чому не схожу на інші країни Європи. Це – острівна держава з досить давньої та самобутньою культурою. Решта країн, оповіщає іспанськими туристами, повертають з все з тих же причин, іноді і в статистиці враховуються ділові цілі, навчання та інші підстави для поїздки.

До того ж іспанський туризм більшою мірою націлений на туристів середнього рівня, чий дохід передбачає відпочинок у готелях класу 3-4 зірки.

Перейдемо до розгляду видів туризму Іспанії

Купально-пляжний відпочинок.

Курорти Іспанії задовольняють будь-якого смаку відпочиваючих. Пісок на пляжах різний: від великого до дрібного, від золотисто-жовтого на Коста-Дорадо до темно-сірим вулканічним на Тенеріфе. Пляжі в Іспанії всі громадські, безкоштовні. Власних пляжів не мають навіть найдорожчі готелі.

Коста-Брава – це курортна зона з мальовничими бухтами і невеликими піщаними пляжами на півночі країни. Коста-Брава ось вже кілька десятиліть утримує статус великого туристичного центру Європи.

Острів Майорка – дуже мальовничий. Тут є і протяжні піщані пляжі. Славиться острів тим, що в замку Марівент щорічно відпочиває королівська сім'я в повному составе.

Остров Ібіца. Це місце розваг для молоді, що віддають перевагу розкутим, вільний відпочинок.

Окремої розповіді вимагають Канарські острови. Вони більше за всіх інших островів віддалені від Піренейського півострова і розташовані в Атлантичному океані поблизу африканського континенту.

Культурно-пізнавальний відпочинок.

Іспанія – країна з багатовіковою історією. У Іспанії збереглися пам'ятники різних епох. Найбільш стародавні пам'ятники культури на території Іспанії відносяться до епохи палеоліту. Це наскальні малюнки на стінах печери Альтаміра.

У Іспанії збереглися численні середньовічні замки – парадори.

Гірськолижний відпочинок.

У Каталонських Піренеях це курорти: Ла-Моліна, масел, Валь-де-Нурія, Порт-дель-Комте, Бакейра, Бере. Загальна протяжність трас тут 374 км, перепад висот 1500-2750м, 114 підйомника. Недалеко від курортів знаходяться великі аеропорти країни.

У Кантабрійських Кордильєрах - курорти: Альто-Кампо, Валь-Гранде-Пехарес.

У Арагонських Піренеях – курорти: Канданчу, Астун, Формігаль, Пантікосу, Керлер.

У Пенібетіческой гірській системі – курорт Сьєрра Невада.

Сезон роботи гірськолижних курортів триває з листопада по квітень.

Лікувально-оздоровчий відпочинок.

В Іспанії багато термальних джерел від кельтських та римських лазень до великих бальнеологічних курортів.

А спектр захворювань, які рекомендуються для лікування широкий. Це і захворювання опорно-рухового апарату, нирок і сечових шляхів, шлунково-кишкового тракту, органів дихання, захворювання нервової системи, гінекологічних захворювань. Основні бальнеологічні курорти - це Алама-де-Арагон, Арчена, Верин, Кальдас-де-Малавелья, Онтанеда, Пантікосо, розташований в центральній частині Піренеїв, на висоті близько 1640 м [1, с.17-18; 2, с.46-48; 3, с.23-26].

Діловий туризм.

Незабаром Іспанія підніметься на третє місце в рейтингу країн, де проходить найбільше конгресів. На даний момент Іспанія пропонує для проведення ділових заходів бізнес-центри, оснащені сучасним обладнанням і що володіють усіма видами послуг. Ці умови дозволяють говорити про лідерство Іспанії в галузі ділового туризму, а також про перспективи зростання туристичного потоку, які відвідують країну з діловими цілями.

Відповідно до щорічного звіту, представленого на конференції у Барселоні міжнародній виставці в області ділового туризму EIVTM, бізнес-туризм поступово повертається до докризових обсягів.

Що стосується головних тур. центрів, то це:

Мадрид – столиця Іспанії – розташований в самому серці країни. По кількості барів і ресторанів Мадрид вже давно і міцно утримує перше місце в Європі.

Музей Прадо один з найвідоміших музеїв світу. Ідея його створення виникла в часи правління Fernando VII.

Королівський палац у Мадриді (Palacio de Oriente)

Побудований в 1764 році на місці згорілого вщент в святвечір 1734 палацу Габсбургів Алькасару за вказівкою Філіпа V - першого іспанського монарха з династії Бурбонів.

Барселона – столиця Каталонії. Один з найкрасивіших європейських міст, вік якого становить понад 2000 років. Символом Барселони став Собор La Sagrada Familla (Свята родина), творіння великого іспанського архітектора-модерніста Антоні Гауді, що прикрасив місто і іншими своїми шедеврами [2, с.38].

Висновки. Таким чином, проаналізувавши статистику Іспанії можна зробити висновок, що Іспанія має максимальне туристське сальдо у світі. Багато людей зайнятих в туризмі. Розвиваються такі види туризму як купально-пляжний, культурно-пізнавальний, гірськолижний, лікувально-оздоровчий, діловий. На першому місці це в'їзний туризм, на другому – внутрішній, на третьому – виїзний туризм.

Також слід відзначити, що політичне становище країни досить стабільно, а економічна політика Іспанії направлена на розвиток сфери туризму та його видів.

Перспектива подальших досліджень. Ця стаття не претендує на повне і вичерпне розкриття даних теми. Подальніші дослідження будуть пов'язані з більш докладними аналізами статистики туризму Іспанії

Література

1. Глушко А. А. География туризма [эл. ресурс]: учебное пособие / А.А. Глушко, А. М. Сазыкин. – Владивосток. : Издательство Дальневосточного университета, 2002 г. – 94 – 113 с. – <http://depositfiles.com>. 2. Косолапов А. Б. Туристическое страноведение : учебное пособие / А. Б. Косолапов. – М. : КНОРУС, 2005 г. – 400 с. 3. Окладникова Е. А. Международный туризм : / Е. А. Окладникова _ М. : ОМЕГА-Л, 2002 г. _ 381 с. 4. **Испания на мировом туристском рынке** [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.referatik.com.ua> 5. **Статистика въездного туризма Испании** [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.votpusk.ru> 6. Статистика по Испании [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.votpusk.ru> 7. **Туризм в Испании: статистика и прогнозы** [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.barcelonanew.com>

Федотенко М. В. Сучасний стан і перспективи розвитку туризму в Іспанії

У статті були наведені статистичні дані з міжнародного та внутрішнього туризму країни. Особливу увагу було приділено чинникам, які впливають на статистику, а також які види туризму розвинені в Іспанії. Розглянули основні визначні пам'ятки, які можуть відвідати туристи, перебуваючи в цій країні.

Ключеві слова: статистика туризму, пам'ятки, туристичні центри, види туризму.

Федотенко М. В. Современное состояние и перспективы развития туризма в Испании

В статье были приведены статистические данные по международному и внутреннему туризму страны. Особое внимание было уделено факторам, которые влияют на статистику, а также какие виды туризма развиты в Испании. Рассмотрели основные достопримечательности, которые могут посетить туристы, находясь в этой стране.

Ключевые слова: статистика туризма, достопримечательности, туристические центры, виды туризма.

О. В. Форис

ОЦІНКА ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТЕРИТОРІЇ ЯК ПЕРШИЙ ЕТАП ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Постановка проблеми. Останнім часом збільшився вплив туризму на життя сучасного суспільства. Цьому сприяють такого роду чинники як мирне співіснування населення на більшій частині планети, підвищення рівню життя населення, скорочення робочого часу, а у зв'язку з цим збільшення вільного часу, розвиток транспорту, ріст середньої тривалості життя, зростання темпів урбанізації.

Туризм є ефективним засобом сприяння соціально-економічного росту усіх країн, якщо одночасно здійснюються необхідні заходи відносно того, щоб вирішити найбільш термінові національні завдання і дозволити національній економіці досягти прийняттого рівня самозабезпечення, при якому країна не витратить того, що вона може отримати від туризму [1].

В Україні надзвичайно важливу роль у соціально-економічному житті відіграє туристична галузь. Особливістю туризму є його вплив практично на всі сфери життя та діяльності людини. Саме тому сьогодні зростає зацікавленість держави у подальшому розвитку туристичної галузі.

Згідно із Статтею 6 Закону України «Про туризм» від 15 вересня 1995 року N 324/95-ВР держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для розвитку туристичної діяльності [2].

Стратегічною метою розвитку туризму в Україні є створення конкурентноспроможного на внутрішньому та світовому ринку національного туристського продукту, який може максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій за умови збереження екологічної рівноваги та історико-культурної спадщини.

Це обумовлює необхідність проведення подальших наукових досліджень з проблем регіонального розвитку туристських послуг. Перш за все треба оволодіти теоретичними знаннями, які в подальшому допоможуть об'єктивно вивчити матеріал та кваліфіковано оцінити туристичні ресурси території.

Аналіз останніх наукових досліджень: Теоретична основа сутності туристичних ресурсів та методів їх оцінювання детально розглядається в роботах таких науковців, як: О.С. Кусков, М.П. Мальська, Н.В. Фоменко та В.І. Стафійчук. Сучасне визначення,

суть і специфіку туристських ресурсів у своїх роботах приводять автори В.С. Боголюбов, О.П. Дурович, І.В. Зорін, В.О. Квартальнов. У науковій літературі недостатньо уваги приділяється оцінці туристичного потенціалу території, а якщо і є інформація з цього питання, то вона досить сильно розрізнена, що обумовило актуальність мого дослідження.

Мета дослідження визначити сутність туристичних ресурсів та значущість їх оцінювання на первинному етапі впровадження стратегії сталого розвитку регіонального туризму.

Викладення основного матеріалу: Існує багато точок зору відносно визначення поняття «туристичні ресурси». Наприклад, такі фахівці як І.В. Зорін та В.О. Квартальнов у своїй роботі «Енциклопедія туризму» приводять таке визначення поняття туристичні ресурси: «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. Туристичні ресурси є доступними для ознайомлення і використання незалежно від форми власності, якщо до того немає законодавчо накладених обмежень» [3, с. 210-211].

Різноманітність туристичних ресурсів викликає необхідність їх класифікації. У науковій літературі пропонується декілька підходів до класифікації туристських ресурсів.

Багато науковців, серед них Н.П. Крачило, М.П. Мальська, Н.В. Фоменко, вважають, що весь комплекс туристичних ресурсів необхідно розділити на три групи:

- *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 інші;

- *культурно-історичні:* музеї, виставки, театри, археологічні, історичні, архітектурні пам'ятники, етнографічні особливості, фольклор і т. ін.;

- *соціально-економічні:* 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. 77].

Наведений підхід до класифікації не вичерпує всієї багатоаспектності туристичних ресурсів, він лише підкреслює складність і неоднозначність поняття «туристичний ресурс».

Оцінка туристичних ресурсів є дуже складним і не до кінця вивченим процесом. Складність цього процесу обумовлена деякими факторами, серед яких – відсутність чітко розроблених методик,

низький рівень забезпеченості інформацією про якість і кількість рекреаційних ресурсів, суб'єктивність оцінок тощо.

Оскільки оцінка відбиває стосунки між об'єктом і суб'єктом, процедура оцінювання складається з таких обов'язкових етапів:

1) виділення об'єкту оцінки – природних комплексів, їх компонентів і властивостей;

2) виділення суб'єкта, з позиції якого ведеться оцінка. У перших дослідах оцінювання рекреаційних ресурсів суб'єктом оцінки виступав часто туризм взагалі, або фіктивний "середньостатистичний" турист, що і було головною причиною декларативності оцінок і їх практичною, обмеженістю;

3) формулювання критеріїв оцінки які визначаються як масштабом і метою дослідження, так і властивостями суб'єкта;

4) розробка параметрів оцінних шкал градацій. Вона має синтетичний характер, оскільки в цих, шкалах і полягає оцінка [5].

При розгляді туристсько-рекреаційних ресурсів найчастіше використовуються два види оцінок : якісна і кількісна.

Кількісна оцінка включає:

1) показники об'єму запасів необхідних для визначення потенційної місткості територіальних рекреаційних систем, оптимізації навантажень;

2) показники площі поширення ресурсів, сприятливих для рекреаційного використання, встановлення меж санітарних округів;

3) тривалість комфортного сезону використання рекреаційних ресурсів, що визначають сезонність використання і розвитку туризму.

Якісна оцінка рекреаційних ресурсів включає міри сприятливих властивостей для певного виду або циклу рекреаційних занять : виразність, контрастність, величність здатність природних рекреаційних ресурсів будити позитивні емоції [6].

Існує три основних типа оцінювання рекреаційних (туристичних) ресурсів: медико-біологічний, психолого-естетический і технологічний.

Медико-біологічний тип. У цьому типі розраховуються оцінки кліматичних, бальнеологічних, водних, рослинних рекреаційних ресурсів. Цей тип оцінки відбиває, передусім, вплив природних чинників на організм людини. При цьому оцінюється їх комфортність для організму рекреанта [5].

При *психолого-естетичному типі* оцінювання визначається емоціональний вплив на людину певних особливостей природного ландшафту та інших рекреаційних ресурсів. Методика такої оцінки є складною і недостатньо розробленою. Вона зводиться в основному до визначення емоціональної реакції людини на природно-територіальній комплекс.

Психолого-естетична оцінка території враховує:

• *міру контрастності*. Найпривабливішими для рекреантів є крайові зони, наприклад, на межі різних елементів природно-територіальних комплексів: вода-суша (сильний ефект), ліс-галявина (середній ефект). Зворотній ефект справляють однотипні лісові насадження, заболочені ділянки, антрополандшафти;

• *пейзажна насиченість* – морфологія ландшафту: кількість одночасно видимих природно-територіальних комплексів, величина вертикальний та горизонтальних кутів сприйняття ландшафтів, глибина перспективи, пересіченість рельєфу, кількість фокусних пунктів. Наприклад, в гірських районах найбільший бал мають вершини, найменший – вузькі ущелини та каньйони;

• *лісистість території*, що перевищує 60%, різко зменшує естетичну привабливість природно-територіального комплексу;

• *екзотичність* – міра контрасту між місцем постійного проживання та районом відпочинку;

• *унікальність* – міра неповторності об'єктів і явищ [7, с. 44-45].

Технологічний тип оцінювання, при якому визначається придатність ресурсів для організації різних видів туризму і відпочинку, можливість формування спеціалізованих і комплексних територіально-рекреаційних комплексів [8].

Доцільність використання того чи іншого підходу до оцінки рекреаційних ресурсів обумовлена характером останніх.

Проблема комплексної оцінки туристичних ресурсів майже не відображається у вітчизняній літературі. Адже, комплексна оцінка потенціалу рекреаційної території передбачає пофакторно-інтегральну оцінку не лише рекреаційних ресурсів, а й матеріально-технічної бази галузі, рекреаційної місткості.

Метою такої оцінки є об'єктивне відображення того, що втрачає суспільство при відмові від експлуатації та рекреаційного використання території на користь інших видів господарської діяльності.

Загальна методика оцінки рекреаційних ресурсів повинна включати такі етапи: визначення завдання дослідження; виявлення оціночних показників; розробка оціночних шкал; отримання окремих оцінок; отримання загальних оцінок; інтерпретація інтегральної оцінки [7, с. 55].

Висновки. Таким чином, ми визначили, що під туристичними ресурсами розуміють сукупність природних та антропогенних об'єктів і явищ, які є придатними для створення та формування туристського продукту.

Виявлення наявних туристичних ресурсів не є важким завданням, бо сьогодні фактично будь-яка територія має пам'ятники історії та культури, природні та природно-антропогенні ресурси. Більш складним аспектом є оцінка туристичного потенціалу території.

Існує велика кількість суб'єктивних, узькоспрямованих методів та критеріїв оцінки рекреаційних ресурсів, однак при цьому необхідна комплексна їх оцінка для ефективного та раціонального використання туристичного потенціалу території.

Використовуючи результати комплексної оцінки туристичного потенціалу території можна створити якісний, конкурентоспроможний туристичний продукт, який цілком задовольнить туристські потреби споживача та підтримає рекреаційну зону.

Перспективу подальших досліджень буде становити оцінка туристичних ресурсів Луганської області на прикладі Мілоського району.

Література

1. Гагская декларация Межпарламентской конференции по туризму. Гаага, 10 – 14 апреля 1989 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kadis.ru/> **2. Закон** України «Про туризм» від 15.09.1995 №324/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://dozvil.in.ua/> **3. Зорин И.В.** Энциклопедия туризма: Справочник / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 368 с. **4. Рекреационная** география: уч.-метод. Комплекс / А.С. Кусков, В.Л. Голубева, Т.Н. Одинцова и др.; под общ. ред. А.С. Кускова и др. – М.: Флинта: МПСИ, 2005. – 496 с. **5. Мироненко Н. С.** Рекреационная география [Электронный ресурс] / Н. С. Мироненко, И. Т. Твердохлебов. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/> **6. Боголюбов В. С.** Рекреационные ресурсы [Электронный ресурс] / В. С. Боголюбов, В.П. Орловская. – Режим доступа : <http://buklib.net> **7. Стафійчук В.І.** Рекреалогія. Навчальний посібник. / В.І. Стафійчук – К.: Альтерпрес, 2008. – 264 с. **8. Семенихина Е.А.** Методы оценки рекреационных ресурсов [Электронный ресурс] / Е.А. Семенихина. – Режим доступа : <http://science.ncstu.ru>

Форис О. В. Оцінка туристичних ресурсів території як перший етап впровадження стратегії сталого розвитку регіонального туризму.

В статті розкрито питання кваліфікованого оцінювання туристичних ресурсів для подальшого їх використання в розробці конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринку національного туристського продукту.

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

Форис О. В. Оценка туристических ресурсов территории как первый этап внедрения стратегии устойчивого развития региональног туризма.

В статті раскрыт вопрос кваліфіцированного оцінювання туристических ресурсов для последующего их использования в разработке конкурентноспособного на внутреннем и мировом рынке национального туристского продукта.

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

УДК [338.488.2:640.4] (477)

О. М. Черемісіна

СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

Постановка проблеми. Туристична сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки у ХХІ ст. стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування цієї галузі є сучасна туристична інфраструктура.

Особливе місце серед перспективних напрямів туризму займає діловий туризм. Сьогодні діловий туризм формує економіку багатьох держав, регіонів, стає важливим чинником стабільного розвитку світової індустрії гостинності.

Принципово нова політична, економічна й соціальна ситуація, що склалася в Україні, її вихід як самостійного суб'єкта на міжнародну туристичну арену потребує системного державного підходу до організації саме ділового туризму в нашій державі. Виникає нагальна необхідність модернізації засобів розміщення для ділових відвідувачів України, залучення уваги українських та іноземних туристів до можливостей ділового туризму в нашій державі, розвитку його міжнародної концепції та потужної сучасної ділової інфраструктури в Україні.

Все це буде сприяти розвитку не тільки внутрішнього, а й в'їзного ділового туризму та поступового перетворення України на туристичну державу світового рівня.

Сьогодні нема чіткого визначення термінології у трактуванні головних категорій ділового туризму згідно з міжнародним досвідом та прийнятими стандартами. На сучасному етапі є проблема управління, технології організації подорожі ділових туристів. Зазначені чинники суттєво ускладнюють функціонування, знижують рентабельність вітчизняних готельних комплексів.

З урахуванням актуальності й перспектив ділового туризму в Україні сьогодні необхідно сприяти розвитку інфраструктури цієї галузі, створити інформаційну базу даних щодо пропозицій та споживачів послуг шляхом просування і розвитку світової концепції ділового туризму, освітньої діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз аспектів формування, територіальної організації та функціонування національного та світового ринку готельних послуг посідає в економічних та економіко-географічних дослідженнях вітчизняних науковців важливе місце. Головні сучасні теоретико-методологічні засади вивчення вітчизняного готельного господарства в економічному та геопросторовому аспекті розкриті в праці С.І. Байлика, який проаналізував типологію готелів за рівнем комфорту та функціональними ознаками, принципи формування сучасної готельної мережі в Україні та за кордоном.

Особливості формування індустрії гостинності та ринку готельних послуг на сучасному етапі, формування державної політики регулювання виробничо-комерційної діяльності та розвитку конкуренції в готельному бізнесі розглянуто в працях В.І. Карсекіна, Т.І. Ткаченка, Х.Й. Роглева.

Мета дослідження – полягає в тому, щоб дати повну характеристику сучасного стану готельного бізнесу в Україні в контексті ділового туризму.

Виклад основного матеріалу. В організації інфраструктури ділового туризму провідну роль відіграють готелі та бізнес-центри. До цих закладів висувається ряд вимог – вони повинні бути профільними, здатними забезпечити ефективну, з усіма зручностями діяльність ділових туристів. У рекламі вітчизняних готелів, насамперед вищої категорії, зазначено, що вони можуть забезпечити ділових туристів повним комплексом необхідних умов для професійної роботи. Проте реальна ситуація зводиться лише до пропозиції окремими висококатегорійними готелями невеликого приміщення – “бізнес-центру” з обмеженим набором послуг. У вітчизняному готельному бізнесі бізнес-центр найчастіше асоціюється з офісом, у якому поєднано послуги користування Інтернетом, факсом, окремо функціонує конференц-зал. У спеціалізованих готелях за кордоном бізнес-центр – це організації, що пропонують комплекс послуг для будь-якої категорії ділових гостей у готелі та за його межами впродовж всього часу перебування клієнта в закладі.

Стійкі тенденції економічного зростання та євроінтеграційні процеси в Україні, зростання попиту на офісні приміщення і ділові послуги високої категорії зумовлюють потребу розвитку інсентив-інфраструктури в державі. З цією метою важливо розробити головні принципи створення сучасної туристичної інфраструктури, актуальні

концепції побудови комплексних систем керування бізнес-готелями та бізнес-центрами, а також вирішити проблеми формування єдиного інформаційного простору. Для реалізації зазначених підходів необхідно проаналізувати шляхи та методи підвищення інвестиційної привабливості проектів будівництва, модернізації сучасної мережі закладів гостинності, повносервісного обслуговування ділових туристів.

Сьогодні в Україні лише 18% готелів відповідають вимогам міжнародних стандартів якості за рівнем комфорту бізнес-класу. Геопросторово майже всі висококатегорійні готелі розташовані в Києві та найбільших регіональних центрах (Донецьку, Одесі, Львові, Харкові, Дніпропетровську). Водночас згідно з моніторингом інсентив-інфраструктури міжнародними спеціалізованими організаціями, висококатегорійні готелі України суттєво поступаються за рівнем сервісу готелям Східної Європи та навіть посідають останню позицію серед них.

Проблему створення інфраструктури гостинності з сучасним рівнем комфорту для приймання ділових туристів можна вирішити шляхом створення національних готельних союзів з поступовим їх входженням у міжнародні готельні корпорації. У цьому разі потрібний комплексний підхід з аналізом методів та засобів підвищення інвестиційної привабливості проектів будівництва та модернізації сучасних засобів розміщення для ділових туристів, форм власності й організації управління, а також стабілізація ринку готельних послуг шляхом підвищення заповнюваності та водночас впровадження гнучкої цінової політики з урахуванням сучасних ринкових реалій.

Сучасним готельним підприємствам в Україні для обслуговування ділових туристів властива типова структура послуг, низький асортимент та спеціалізація. Насамперед, спеціалізовані підприємства необхідно створювати в головних ділових центрах держави – столиці та регіональних центрах. За винятком Києва та Донецька, в інших центрах фактично нема презентабельних готелів для приймання гостей найвищого рівня повноважень – державних діячів, політиків, бізнесменів, діячів культури та спорту. У найбільших регіональних центрах – Харкові, Дніпропетровську, Одесі, Львові, Запоріжжі, Севастополі найближчими роками для забезпечення попиту бізнес-туристів необхідно передбачити будівництво одного–двох п'ятизіркових готелів. У Донецьку з відкриттям “Донбас-Паласа” та “Вікторії”, попит на готелі високої категорії вдалося задовольнити. Водночас у висококатегорійних готелях потрібно диверсифікувати спектр послуг, модернізувати матеріально-технічну базу.

Актуальною в інфраструктурі гостинності для обслуговування ділових туристів є проблема професійної підготовки кадрів та кадрового менеджменту. Аналіз кадрового потенціалу готельних підприємств України свідчить, що лише 10–15 % персоналу має вищу або середню

спеціальну туристичну освіту. Значна частка персоналу має короткотермінову освітню підготовку на платних семінарах та курсах. Особливо актуальною є проблема професійної підготовки та кваліфікації керівників структурних ланок та підрозділів у готелях. Головною проблемою підготовки персоналу готельних підприємств України, за винятком провідних установ столиці та найбільших регіональних центрів, є володіння основами гостинності – іноземною мовою, психологією, етикою спілкування і поведінки та ін. Відкриття останніми роками професійних вузів, факультетів, кафедр з підготовки спеціалістів туристичної сфери, обов'язкове вивчення двох іноземних мов, стажування студентів у провідних готелях і туристичних фірмах для оволодіння сучасним досвідом управлінських та виробничих процесів у туризмі й готельному бізнесі, сприятиме підвищенню якості організаційно-управлінських процесів і технології обслуговування в цій сфері.

Провідні готелі та навчальні заклади організовують стажування спеціалістів у закордонних профільних вузах, готелях та туристичних підприємствах. На рівні державних органів управління туристичною сферою, наукових та навчальних установ розробляють та впроваджують національні принципи та стандарти щодо професійної підготовки спеціалістів туристичної індустрії, що ґрунтуються на міжнародних стандартах, інтересах національного туристичного бізнесу, зорієнтованих на підвищення ролі індустрії згідно з державними пріоритетами розвитку.

Реалізація стратегії активізації ділового туризму у структурі в'їзних та національних туристичних потоків зумовлює необхідність створення у сучасних готелях інфраструктури бізнес-центру, розважальних атракцій, підприємств торгівлі та сфери послуг. Менеджерам потрібно спрямовувати зусилля на реалізацію комплексного підходу до створення інтелектуальної інфраструктури готелю, що охоплює архітектурно-будівельні, інженерно-технічні й експлуатаційні рішення. Впровадження принципів “інтелектуального готелю” забезпечить експлуатаційним службам і клієнтам закладу якісне обслуговування. В цьому випадку діяльність готельних комплексів повинна бути спрямована на забезпечення різних побажань клієнтів. Серед головних послуг, необхідних для перебування ділових туристів – телекомунікаційні послуги, тобто можливість швидкого отримання і передавання інформації, автоматизоване управління системами життєзабезпечення, кондиціонування, супутникове й ефірне телебачення, система ідентифікації і контролю доступу та ін. Технічне забезпечення телекомунікаційних послуг повинно враховувати новітні способи передавання інформації. Сьогодні лише окремі національні готельні комплекси можуть забезпечити виділення фінансових засобів на

створення і підтримання в дієздатному стані автоматизованих систем управління.

Політика розвитку готельного господарства набуває масштабності, її мета – створення конкурентного готельного продукту, що дасть змогу забезпечити пропозицію широкого спектра послуг, збільшення обсягів в'їзного і внутрішнього туризму, зростання бюджетних надходжень. Ця тенденція поширюється на всі готельні підприємства незалежно від організаційно-правової форми власності і відомчого підпорядкування. Удосконалення сучасної інфраструктури туризму визнано одним з пріоритетних напрямів розвитку національної економіки на державному і муніципальному рівнях. У цьому разі стратегічним напрямом стає не тільки розважально-рекреаційний, а й діловий туризм. 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. **Байлик С.И.** Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. – К.: ВИРА-Р, 2001. – 208 с. 2. **Карсекін В., Ткаченко Т.** Проблеми розвитку готельного господарства в Україні // Економіка України. – 1997. – № 9. 3. **Любіцева О.О.** Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с. 5. **Роглев Х. Й.** Некоторые мысли по поводу развития гостиничного бизнеса. // Ресторанный и гостиничный бизнес. – 2004. – № 1. 6. **Федорченко В. К.** Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг / В. К. Федорченко, І. М. Мініч. – К.: Логос, 1999. – 76с.

Черемісіна О. М. Сучасний стан і перспективи розвитку готельного господарства України в контексті ділового туризму.

У статті охарактеризовано сучасний стан розвитку готельного господарства України в контексті ділового туризму. Проаналізовано

проблеми та тенденції розвитку бізнес-готелів в Україні. Запропоновано заходи, які мають бути впроваджені українським урядом з метою подолання основних проблем і забезпечення належного розвитку готельного господарства України.

Ключові слова: готельний бізнес, діловий туризм, тенденції розвитку, проблеми та перспективи розвитку готельної справи.

Черемисина О. М. Современное состояние и перспективы развития гостиничного хозяйства Украины в контексте делового туризма

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

Ключевые слова: гостиничное хозяйство, деловой туризм, тенденции развития, проблемы и перспективы развития гостиничного хозяйства.

УДК [338.488.2 : 640.4] (477)

О. С. Шаповалов

АНАЛІЗ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Актуальність проблеми. Готельне господарство активно розвиваються у навколишньому світі. Світовий туризм характеризується високими темпами розвитку, зростанням його ролі в економіках окремих країн і регіонів. Україна має всі об'єктивні передумови для інтенсивного розвитку туризму. Маючи вигідне геополітичне розміщення, Україна володіє великим туристично-рекреаційним потенціалом, сприятливим кліматом, багатою флорою і фауною, культурно-історичними пам'ятками світового рівня та туристичною індустрією, яка швидко розвивається. Індустрія гостинності в Україні, є однією з найбільш динамічних галузей економіки. Зі збільшенням кількості готелів відповідно росте і конкурентна боротьба через однотипність надання стандартного набору послуг. Багато хто з науковців намагався вивчити тему готельного господарства України. Наприклад Скибінський С.В. у своїй книзі “Маркетинг готельних послуг” активно досліджував сучасний стан готельного господарства

України, а Пуцентейло П.Р. у книжці “Економіка і організація туристично-готельного господарства” вивчав різноманітні правові норми. Але ніхто з них повністю не зупинявся на темі аналізу готельного господарства України і потребності нововведень. Таким чином, готельне господарство України потребує чіткого аналізу і конкретних висновків.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Зазначу, що проблема розвитку готельного господарства в Україні відображена у низці наукових праць, проте ще й досі залишаються неповністю дослідженими питання майбутнього готельної сфери України напередодні ЄВРО-2012, чіткого аналізу стану готельного господарства у цілому та впровадження конкретних дій щодо поліпшення. Правове забезпечення розвитку ринку готельної індустрії вивчали такі вчені, як С.В.Скибінський, Л.О.Іванова, О.Ф.Моргун, Л.П.Дядечко, В.К.Федорченко та інші. Сучасний стан та перспективи розвитку готельної справи досліджували П.Р.Пуцентайло та інші. Питанням організації готельної справи в Україні були присвячені роботи науковців Т.Г.Сокол, В.Ф.Кифяк, В.С.Сенін, С.І. Байлик та інші. В.А.Квартальнов, Л.Ваген, Є.С. Бірюков особливого значення надавали питанням міжнародного готельного бізнесу.

Метою дослідження є детальний аналіз готельного господарства України, як складової частини готельного бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Готельне господарство в нашій країні має всі шанси для розвитку та зміцнення: тому сприяє майбутній чемпіонат Європи з футболу та активний розвиток туристичного відвідування. Готельне господарство України за кількістю місць спроможне задовольнити попит туристів на розташування та створення необхідних умов обслуговування. Відрадно відзначити, що в багатьох регіонах за минулі роки відкривалися нові готелі, будинки відпочинку, санаторії і пансіонати, реконструювалися діючі, на якісно новий рівень виходить сервіс, розвивається інфраструктура. Залучення інвестицій у готельний бізнес, а також поява на українському ринку міжнародних мереж - це питання цивілізованого ринку, що росте і розвивається за світовими канонами. Періодичні видання України говорять на користь оптимістичного прогнозу, бо такі зарубіжні готельні мережі, як Rezidor Hotel Group, Rixos, Accor, IHG, Fairmont в планах починають (продовжують) нарощувати свою присутність в Україні, а кількість іноземців, що приїждять до нашої країни росте на 10-12% в рік [1].

Готельне господарство не дає досить швидке повернення вкладених коштів і потребує мінімум 5 років, тому в Україні воно розвивається недостатньо швидкими темпами. Більшість готелів не відповідають вимогам міжнародних стандартів, їх відсталість є самим вузьким місцем, яке стримує розвиток в'їзного туризму. Аналіз розвитку

готельного господарства України дозволяє виділити основні тенденції. До 1992 р. показники потужності готельного господарства переважно збільшувалися. З 1992 р. спостерігається економічний спад, інтенсивно розвиваються інфляційні процеси, погіршується добробут населення, фінансова стабільність підприємств знижується, і все це, безумовно, позначається на попиті на готельне обслуговування і пропозиції готельних послуг. Отже, готелі України завантажені в середньому менш, ніж на чверть. Це створює великі проблеми, пов'язані з можливістю функціонування значної частини готелів. Намагання заробити необхідну для існування масу виручки провокує різке зростання цін за проживання, що, своєю чергою, додатково звужує коло споживачів готельних послуг. Значна кількість готелів стали збитковими. Деякі з них підтримують своє фінансове становище за рахунок проживання туристичних груп. Починаючи з 1995 р., зберігалася тенденція скорочення кількості підприємств готельного господарства через збитковість, надання в оренду іншим підприємствам тощо [2, с. 36].

У 2005 р. ситуація дещо змінилася на краще, намітилась тенденція на збільшення підприємств готельного господарства. Це відбулося в основному внаслідок створення нових готелів, розширення кола звітуючих непрофільних підприємств, які мають на своєму балансі молодіжні турбази і гірські притулки та інші місця для короткотермінового розміщення, або тих підприємств, що в звітному році розпочали діяльність з наданням готельних послуг. В Україні найбільше підприємств готельного господарства розташовано в м. Києві (8,8 % від загальної кількості), Дніпропетровській (8,6), Одеській (6,4) областях та Автономній Республіці Крим (6,3), що пов'язано з високим рівнем їх індустріального розвитку, наявністю центрів туристичних потоків або курортної місцевості [3, с. 23].

Більше двох третин (68,4 %) усієї кількості підприємств готельного господарства - підприємства приватної форми власності, в основному це невеликі підприємства, що мали чисельність працюючих до 50 чоловік; 16,8%- комунальної власності; 14,8 % - державної [4, с. 24].

Ефективність використання підприємств готельного господарства залежить від багатьох факторів: якості обслуговування, зіркової категорії готелів, наявності при підприємствах готельного господарства структурних підрозділів, що надають додаткові послуги, комфортабельності та технічного оснащення номерів. На даний момент в Україні не спостерігається бурхливе зростання внутрішніх та іноземних інвестицій в розвиток готельної сфери. За матеріалами Держкомстату, в Україні, за станом на кінець 2009 року, зареєстровано 1684 підприємства готельного типу. Однак ця цифра далека від дійсності, бо на сьогоднішній день багато готелів від проходження сертифікації на вимоги із безпеки у зв'язку зі складністю її проходження відмовилися.

Частка таких готелів становить близько 80%, вони перебувають, по суті, у тіньовому секторі і не позначені як готелі [5, с. 8]. Але все ж у наших умовах готельний бізнес може і повинен стати рушійною силою формування ринкового механізму господарювання і надходження значних коштів до бюджету.

По-перше, у нашій країні спостерігається підвищення ділової активності, що, як правило, неминуче викликає збільшення обсягів так званого "ділового туризму", причому не тільки внутрішнього, а й в'їзного.

По-друге, як показує світова практика, незважаючи на кризу, підвищення доходів населення призводить до того, що люди все ж подорожують, а значить, зупиняються в готелях.

По-третє, Україна, що заявила про свою інтеграцію в європейські структури, з кожним роком стає привабливіше.

Нарешті, по-четверте, якщо відбудуться передбачувані зниження і уніфікація готельного збору, обов'язкові платежі для готелів зменшаться. Низка країн, наприклад, Іспанія, Туреччина, Польща і т. д., саме завдяки ефективному розвитку туризму, подолали спад в економіці, значно зміцнивши своє становище на світовій арені.

Готельне господарство буде ефективним за умови, якщо уряд встановить суворі рамки правил гри як для великих, так і для малих готелів. Приплив закордонних інвестицій спостерігатиметься тільки у тому разі, якщо урядовці почнуть регулювати цю сферу, ґрунтуючись на потребах ринку, бо готельна інфраструктура в Україні розвинена набагато слабкіше, ніж в західноєвропейських країнах – а значить, у нас є, куди рости.

Висновки. Безумовно, готельне господарство - важлива складова економіки України. Його ефективне функціонування є індикатором позитивних змін в економіці нашої держави, важливою передумовою інтенсифікації міжнародних зв'язків та інтеграції країни у світове співтовариство. Пріоритетним напрямом розвитку сфери готельного господарства є доведення його якості до міжнародних стандартів та удосконалення технологій, впровадження нових видів і форм обслуговування, що дозволить у більш повному обсязі задовольнити потреби клієнтів.

Проте недостатній рівень інвестицій та капіталовкладень, недосконалість функціональної структури, низький рівень надання основних та додаткових послуг не дають можливість використати повністю наявний потенціал і зайняти належне місце серед найрозвинутіших туристичних країн світу.

Перспективами подальших наукових розробок є наукове обґрунтування аналізу тенденцій розвитку готельного господарства і впровадження перспективних напрямків.

Література

1. <http://meget.kiev.ua/> 2. **Пуцентейло П.Р.** Економіка: організація туристсько-готельного підприємства/ П.Р. Пуцентейло К, :ЦУЛ,2007.
3. **Скибінський С.В.** Маркетинг готельних послуг / С.В. Скибінський, Л.О. Іванова, О.Ф. Моргун - Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2000 - 246 с. 4. **Роглев Х.Й.** Основи готельного менеджменту./ Х.Й. Роглев Київ: Кондор, 2005,408с.5. **Байлик С.И.** Гостиничное хоз-во; Проблемы, перспектива, сертификация/ С.И. Байлик - К.: ВИРА-Р, 2001. - 208с.6. **Дядечко Л.П.** Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дядечко - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 224 с.

Шаповалов О. С. Аналіз готельного господарства України

В даній статті описується стан готельного господарства України. Аналізуються основні моменти його розвитку. Виділяються перспективи впровадження нововведень та головні шляхи покращення всієї матеріально-технічної бази готельної індустрії України.

Ключові слова: готельне господарство, готель.

Шаповалов А. С. Анализ гостиничного хозяйства Украины

В данной статье описывается состояние гостиничного хозяйства Украины. Анализируются основные моменты его развития. Выделяются перспективы внедрения нововведений и главные пути улучшения всей материально-технической базы гостиничной индустрии Украины.

Ключевые слова: гостиничное хозяйство, гостиница.

УДК 338.48 – 6 : 2

С. В. Шевченко

СУТНІСТЬ ТА РІЗНОВИДИ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ

Актуальність проблеми. За останні роки туризм став одним з найприбутковіших видів бізнесу в світі, який відіграє значну роль у світовій економіці, забезпечуючи десятку частину світового валового національного продукту та найближчим часом стане найбільш важливим її фактором. Одним з перспективних видів туризму на сьогодні є релігійний туризм. За статистикою, щороку понад 200 млн. осіб у світі здійснюють паломництво, з них 150 млн. християн, 20 – 30 млн. індуїстів, 40 млн. буддистів, мусульман, синтоїстів та ін. [1, с. 139]. Проте на сьогодні не в повній мірі досліджено, що саме являє собою релігійний або паломницький туризм.

Аналіз останніх наукових досліджень. Паломництво достатньо вивчене і розглядається в релігієзнавчій літературі Лобазовою О. Ф., Титовим В. Д., Качуровою С. В., Барабашом О. В. тощо. Проте вони здебільшого звертають увагу на розкриття філософських аспектів паломництва, не зупиняючись на питаннях організації цих турів. Натомість туризмологи лише виділяють релігійний туризм як вид подорожей, проте не акцентують уваги на специфіці цих турів. Отже, комплексні дослідження релігійного туризму, де б визначалися його сутність, специфіка, давалася б характеристика різним його видам, відсутні. Питання релігійного туризму не зовсім істотно розкрито Христовим Т. Т., Пазеноком В. С., Александровою А. Ю.

Тому **метою** нашого дослідження є розкриття змісту релігійного туризму як перспективного виду туризму, надання його характеристики, розгляд його класифікації.

Виклад основного матеріалу. Туризмологи вважають, що початковим джерелом релігійного туризму в його сучасному вигляді стало явище паломництва, яке існувало на протязі всієї історії цивілізації та активізувалося в епоху Середньовіччя. Втім, у Європі в період Просвітництва (друга половина XVIII сторіччя), а потім і в XIX сторіччі, з появою епохи раціоналізму, інтерес до паломництва в його канонічному вигляді дещо зменшився. Однак, науковці відзначають, що сьогодні, коли туризм став масовим явищем, інтерес до відвідування святих місць поступово відновлюється [2].

Досліджуючи релігійний туризм, Лілія Миць зазначає, що зараз більшість церковнослужителів виступають категорично проти такого визначення, як «релігійний туризм», вважаючи, що релігія та туризм абсолютно не сумісні, оскільки несуть різну, частково протилежну, змістовну навантаженість. Так, у масовій свідомості при слові «туризм» визначається чітка асоціативна лінія: подорож, відпочинок, розваги, огляд пам'яток, комфортні умови мешкання та ін. Тобто все те, що не сумісно з класичним паломництвом, яке передбачає єднання до життя церкви, духовне відновлення, скромність в усьому, каяття, зосередження на молитві, причетність та відчуженість від мирської метушні [3].

Втім, оскільки інтерес до такого виду туризму існує, було б не доцільно намагатись його ігнорувати. Краще користуватися попитом і організовувати спеціальні тури для потенційних паломників або тих, хто вважає себе такими, а також для звичайних туристів, які цікавляться тією чи іншою релігією.

Релігійний туризм є одним серед найдавніших видів туризму та являє собою пересування людей до святих місць з метою відвідання храмів [3, с. 10].

Історія релігійного туризму сягає глибини віків. Мешканці стародавніх Греції та Риму часто вирушали в подорож, щоб відвідати святилища і храми. В епоху раннього Середньовіччя міграція з

релігійними цілями продовжувала розвиватися. Масового характеру набуває паломництво в своєрідній формі хрестових походів, метою яких було звільнення священних для християн місць від «невірних» (мусульман).

Дотепер релігійна мотивація суттєво впливає на формування туристських потоків. Саме релігійні переконання є одним із головних мотивів подорожей. Віряни подорожують до своїх святинь з надією отримати душевний спокій, позбутися тяжкої недуги чи відчути єднання з духовно близькими людьми [1, с. 139].

Географія туризму з релігійними цілями пов'язана з регіонами поширення основних релігій – християнства, мусульманства, іудаїзму та буддизму, а тому має чітко окреслені межі. Значною популярністю релігійних турів користуються Ізраїль, Італія, Греція, Кіпр, Туреччина, Єгипет, Саудівська Аравія, Індія та ін. Незначні туристські потоки спрямовуються за іншими релігійними напрямками. Розвиток загального інтересу до релігійного туризму не обійшов і Україну. Тільки за останні три – чотири роки в Україні значно збільшилась кількість туристів, що здійснюють паломництво до святих місць, а також тих, хто подорожує за кордон з релігійно-пізнавальними цілями.

Сучасні туризмологи виділяють три основні форми релігійного туризму: паломництво, пізнавальний туризм релігійної тематики, науковий туризм з релігієзнавчими цілями.

Паломництво з лат. pilgrimage – ходіння або подорож до святих місць з чітко визначеними культовими цілями. Релігія – важлива частина культури цивілізацій та від культу відрізняється наявністю чіткого віровчення та масовістю послідовників. Паломництво відоме з давнини, прийнято практично в усіх релігіях та культурах [4, с. 246].

Метою паломництва є поклоніння місцям, що пов'язані з життям значних релігійних діячів, здійснення релігійного обряду, молитви. Здійснення обов'язку віруючим, сповідь, поклоніння святому місцю, святиням, храму, мощам, виконання обітниць або покарання для спокутування (замолювання) гріхів, принесення дарів, отримання святих атрибутів, освячення предметів, отримання особливої благодаті за подолання тих труднощів, що зашкоджують паломництву, а також участь у культових діяннях, що мають найбільш добродійний, освячений характер.

З точки зору туризмологів, паломництво – найбільш ранній різновид організованого туризму в нашій цивілізації. За своїми загальними ознаками, поза сумнівом, відноситься до подорожей та ранніх форм туризму та на етапі останніх 200 років – до туризму. Воно містить у собі ознаки туризму і туристського продукту: планування, перевезення, розміщення, харчування, торгівля, супроводження, охорона [5].

В сучасній класифікації релігійного туризму виділяють пізнавальний туризм релігійної тематики. Зазвичай такі поїздки є менш тривалими, ніж паломництва вірян, вони розраховані на дітей і дорослих, організовуються в будь-яку пору року і не прив'язані до культових свят. Якщо для вірян важливим є духовний момент, то туристи вирушають до Святих місць переважно з культурно-пізнавальною метою, спеціально духовно і фізично не готуючись до поїздки. Інколи в деяких турах одночасно можуть брати участь як паломники, так і туристи. Згідно з маршрутом, вони відвідують релігійні об'єкти – культові святині та архітектурні пам'ятки минулого, мають змогу відвідати музеї, виставки. Туристи відвідують богослужіння, беруть участь у хресних ходах, медитаціях, інших релігійних заходах [6, с. 160].

Відмінність паломницьких поїздок від релігійних турів екскурсійної спрямованості полягає у відмінності їх цілей. Звідси відрізняються особливості розміщення і харчування туристів, специфіка екскурсійного маршруту, вибору об'єктів показу, змісту і форми подачі самої екскурсії.

Якщо для групи релігійно-екскурсійного туру розміщення в готелі з великою кількістю розважальних закладів і скромне харчування в ресторані або кафе в пісні дні може виявитися неістотним при оцінці якості туру, то для паломника цей факт може створити психологічний дискомфорт і емоційну напругу. Паломницький тур на відміну від релігійно-екскурсійного включає не лише відвідини та кваліфікований огляд храмів, монастирів, святих місць (джерел і т. д.), але й реальну участь паломника в релігійному житті храму або монастиря, можливість відвідин богослужіння.

Релігійно-пізнавальні і паломницькі тури об'єднують, перш за все, маршрути екскурсійної поїздки і об'єкти показу, що часто приводить до змінення даних категорій, коли будь-яка поїздка в монастир іменується паломництвом. В той же час ці тури переслідують різні цілі, а саме: паломницький тур перш за все мотивований релігійно, екскурсійний тур мотивований перш за все пізнавально. Відмінність цілей обумовлює відмінність вибору і використання методичних прийомів показу і розповіді, стилю спілкування з групою, використання спеціальної лексики і т. д.

Багато туристів з культурно-пізнавальною метою ідуть в Ізраїль з його ранньохристиянськими та мусульманськими пам'ятниками. Туристи виявляють значний інтерес і до Йорданії. Ця земля згадується в Старому і Новому Заповітах, тут протікає ріка Йордан, у водах якої хрестився Христос. Традиційно велелюдними є туристські потоки в Грецію – спадкоємицю великої Візантії, колыску православ'я з її гірськими монастирями, чернечою республікою Афон; у Ватикан – центр католицької церкви, у Францію. Туристи прямують до центрів не тільки монотеїстичних релігій, а й у місця з багатим політеїстичним минулим.

У країнах колишнього соціалістичного табору релігійний напрям у туризмі почав розвиватися порівняно нещодавно внаслідок переосмислення ролі релігії в житті суспільства. Святині в Польщі, Угорщині, Румунії, Болгарії привертають до себе увагу дедалі більшої кількості мандрівників.

Одним з різновидів релігійного туризму є науковий туризм з релігійними цілями. Поїздки фахівців, хоч і не є численними, але розширюють географію релігійного туризму. Учених цікавить релігійна спадщина — рукописи, різні культові предмети, знайдені в тому числі завдяки археологічним розкопкам, архітектурні форми як сучасних, так і таких, що пішли в минуле релігій, і багато що інше. Дослідники прямують в центри існуючих релігій, країни і регіони з багатими релігійними традиціями.

М. П. Мальська [1, с. 145] відзначає, що із зростанням попиту на релігійні тури за кордоном з'явилися фірми, що спеціалізуються на організації подорожей у співпраці з церквою. Створено багато організацій та установ, що впливають на спрямованість подібного туризму. У Франції існує Фонд з культурних і міжнародних заходів у горах, покликаний захищати і пропагувати культурну спадщину країни.

Висновки. Релігійний туризм є одним із найдавніших видів туризму та являє собою переміщення людей до святих місць з метою відвідання храмів та монастирів. Зародження релігійного туризму пов'язано з існуванням у світі головних релігійних течій, таких як християнство, мусульманство, іудаїзм та буддизм.

Основними центрами релігійного туризму є Єрусалим, Мекка, Медина, Рим. Релігійний туризм, як і туризм взагалі, буває внутрішнім (у межах однієї країни) та міжнародним.

Релігійний туризм має три форми: паломництво – ходіння чи подорож до святих місць з чітко встановленими культовими цілями, яка повинна тривати не менше 10 днів; пізнавальні тури релігійної тематики, де туристи, в першу чергу, подорожують з культурно-пізнавальною метою, такі подорожі не досить тривалі, як мандри віруючих, організовуються в будь-яку пору року та не прив'язані до культових свят; та релігійний туризм з науковими цілями.

Вплив релігійного туризму на економіку країн та районів світу, в першу чергу на самі релігійні центри, досить значний та з кожним роком дедалі зростає. Це пов'язано з тим, що паломники залишають країні перебування значну частину взятих із собою в подорож коштів. До того ж, паломництво надає заробіток багатьом тисячам місцевих жителів.

Перспективи подальших досліджень. Висновки і рекомендації, зроблені на підставі проведеного дослідження, можуть бути використані в науково-дослідницькій роботі як основа подальших розробок теоретичного вивчення релігійного туризму.

Література

1. **Мальська М. П.**, Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник / Мальська М. П. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
2. **Наковалова О.** \$ 18 миллиардов – индустрии религиозного туризма / Ольга Наквалова // Украинский туризм. – 2007. - № 1. – с. 20 – 21.
3. **М. Лилия.** Паломничество к святыням как перспективный турпродукт / Лилия Мыць // Украинский туризм. – 2008. - № 5. – с. 86 – 89.
4. **Туризм и гостиничное хозяйство:** учебное пособие / Под ред. Шматько Л.П., Жолобова Л.В., Ляшко Г.И., Маркин П.П. – М.: ИКЦ «Март», 2003. – 352 с.
5. **Биржаков М. Б.** Введение в туризм: учебник / Биржаков М. Б. – Издание 7-е, переработанное и дополненное. – СПб.: «Невский Фонд» - «Издательский дом Герда», 2004. – 448 с.
6. **Экономика и организация туризма:** международный туризм: учебное пособие / Е. Л. Драчева, Ю. В. Забаев, Д. К. Исмаев и др. ; под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: КНОРУС, 2007. – 576 с.

Шевченко С. В. Сутність та різновиди релігійного туризму

У статті розглянутий релігійний туризм як перспективний і найзріліший вид туризму на сьогоднішній день, надана його характеристика, визначені основні положення, вивчена класифікація.

Ключові слова: релігійний туризм, паломництво, екскурсійний туризм релігійної тематики, науковий туризм з релігієзнавчими цілями.

Шевченко С. В. Сущность и разновидности религиозного туризма

В статье рассмотрен религиозный туризм как перспективный и самый зрелый вид туризма на сегодняшний день, предоставлена его характеристика, определены основные положения, изучена классификация.

Ключевые слова: религиозный туризм, паломничество, экскурсионный туризм религиозной тематики, научный туризм с религиозными целями.

Т. В. Шевченко

ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Для української держави рубіж тисячоліть став історичним, так як вона здобула можливість реалізувати своє право на присутність у європейському культурному просторі завдяки своїм оригінальним культурним цінностям. Значною мірою це досягається засобами туризму.

Туризм – галузь економіки України, яка сьогодні, на жаль, ще не здатна забезпечити значних надходжень у державний бюджет, хоча прогноз на перспективу досить оптимістичний: країна має всі необхідні умови і певні туристичні ресурси для розвитку внутрішнього туризму. Серед туристичних ресурсів особливе значення мають і значну кількість становлять історико-культурні, більшу частину яких складають архітектурні пам'ятки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми та на які спирається автор. Роль туристичних ресурсів в умовах глобалізації туризму та активізації участі України в світовому туристичному процесі досліджували О. Любіцева, Є. Панкова, В. Стафійчук. Наукове дослідження щодо географії природно-ресурсних ресурсів України проводив В. Руденко. Природні туристичні ресурси України досліджував Н. Фоменко, І. Коротун.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується ця стаття. Вищезазначені дослідження не висвітлюють усі проблеми, пов'язані з дослідженнями туристичних ресурсів, їх залучення у сферу туризму та впливу на його розвиток. Зважаючи на це тема дослідження досить актуальна.

Виклад основного матеріалу дослідження з певним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В умовах зростання психологічних навантажень, інтенсифікації життя людей, туризм діє як один з ефективних засобів рекреації, стає необхідністю населення, тому в кінці ХХ - на початку ХХІ століття спостерігається значне збільшення попиту на туристичні послуги.

Ринковим туристичним продуктом є тур – „... подорож, здійснювана з некомерційною метою за певною програмою, яка складена з урахуванням індивідуальних побажань туриста” [1]. Основаю туру, яка може привабити туристів, спонукати

їх до подорожі є програма, основана на поєднанні певних туристичних ресурсів відповідно до мети подорожі. Туристичні ресурси становлять мотиваційну привабливість туру .

Туристичними ресурсами України є туристичні пропозиції з використанням об'єктів державної, комунальної чи приватної власності. Напрями освоєння і розвитку туристичних ресурсів України визначаються органами державної влади, органами місцевого самоврядування відповідно до програм розвитку туризму.

Під туристичними ресурсами розуміють сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів. Як правило, наявність туристичних ресурсів визначає формування туристичного бізнесу в тому або іншому регіоні [2].

Туристичні ресурси – сукупність природнокліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різноманітні потреби туриста [3].

У „Туристському словнику-довіднику” туристичні ресурси трактуються так: „ресурси туристські – природні, історичні, і 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. 242].

Туристичні ресурси є сукупністю історико-культурних, соціально-економічних і природних об'єктів, придатних для використання у сфері туризму. Розрізняють безпосередні і непрямі туристичні ресурси. До перших належать історико-культурні і природні ресурси, використовувані самими туристами (краса ландшафту, лікувальні властивості місцевості, історико-культурні визначні пам'ятки і так далі). Ресурси необхідні для використання безпосередніх туристичних ресурсів включають матеріально-технічні, фінансові, трудові та ін. ресурси [4, с. 267].

У навчальному посібнику під редакцією О. Любіцевої туристичні ресурси визначаються, як об'єкти природи, історії, культури, поточні події, явища, які можуть бути використані 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 [1, с. 31]. Туристичні ресурси є мотиваційною підставою для вибору певного турпродукту (за видом, напрямком, сезоном та іншими ознаками). Поняття туристичні ресурси і рекреаційні ресурси використовуються як синоніми, оскільки туризм є мобільною формою рекреаційної діяльності.

Туристичні ресурси є сукупністю історико-культурних, соціально-економічних і природних об'єктів, придатних для

використання у сфері туризму. Розрізняють безпосередні і непрямі туристичні ресурси. До перших належать історико-культурні та природні ресурси, що використовуються самими туристами (краса ландшафту, лікувальні властивості місцевості, історико-культурні визначні пам'ятки та таке ін.). Л. П. Воронкова туристичні ресурси умовно поділяє на три групи: курортологічні об'єкти; загальнооздоровчі і рекреаційні об'єкти; духовно-культурологічні об'єкти [4, с. 267].

І. Зорін, Т. Каверіна, В. Квартальний туристичні ресурси розподіляють й наступним чином:

- рекреаційні (природні) ресурси – унікальні явища природи, печери, водопади, скелі, заповідники, гори, річки, моря, лікувальні води;

- об'єкти, які представляють історичне і культурне минуле країни: музеї, пам'ятники і пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, життям і діяльністю видатних представників науки, техніки, культури

- унікальні архітектурні і етнографічні об'єкти; об'єкти, які демонструють сучасні досягнення країни в промисловості, будівництві, сільському господарстві, науці і культурі, медицині і спорті [5].

Більшість регіонів України має туристичні ресурси, які належать до всіх трьох груп, що дає можливість виходу на туристичний ринок з привабливими туристичними пропозиціями.

Рекреаційні ресурси – природні й антропогенні геосистеми, тіла та явища природи, які мають комфортні властивості і споживчу вартість для рекреаційної діяльності і можуть бути використані з метою відпочинку та оздоровлення людей у певний час та за допомогою існуючих технологій і матеріальних можливостей [5]. В Україні значну частину природного потенціалу складають: рекреаційні ландшафти (лісові, приморські, гірські), оздоровчі ресурси (мінеральні води та лікувальні грязі), природно-заповідні об'єкти (національні природні та регіональні ландшафтні парки, біосферні заповідники, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва тощо), території історико-культурного призначення (пам'ятки архітектури та містобудування, історико-архітектурні заповідники та ін.). Це унікальні ресурси для перспективного розвитку туризму, зон рекреації і курортів та найбільш збережена частина природного довкілля.

Не менш важливе місце у розвитку туризму в Україні займає група туристичних ресурсів таких як культурні об'єкти, пам'ятки історії, архітектури, археології, етнографічні особливості території, що є важливим засобом задоволення потреб пізнавально-культурної рекреації. Специфічною складовою частиною рекреаційних ресурсів є

однорідні (гомогенні) рекреаційні ресурси – соціальні і природні об'єкти, явища, події, походження яких тісно пов'язане як з територією України (де вони розташовані або відбувалися), так і з територією тієї зарубіжної країни, в межах якої даний об'єкт, явище, подія первісно виникли. В Україні виявлена значна кількість таких об'єктів, деякі з них мають світове, регіональне значення та унікальний історико-інформаційний, духовно-естетичний, інтернаціональний потенціал.

І нарешті, група туристичних ресурсів представлена сучасними здобутками світового рівня в промисловості, сільському господарстві, будівництві, медицині, спорті, науці та культурі. Багатовекторність економічної політики України, європейський вибір, співпраця зі Світовим банком та Міжнародним валютним фондом сприяють розвитку конгресового туризму, проведенню в Україні економічних форумів, наукових конференцій та симпозіумів тощо.

Висновки з цього дослідження й перспективи подальших розвідок у цьому напрямку. Таким чином в процесі дослідження встановлено, що більшість дослідників підходять до визначення поняття туристичні ресурси відзначаючи першочергово, що це сукупність різнопланових об'єктів. Науковці вказують на природнокліматичні, оздоровчі, історико-культурні, пізнавальні та соціально-побутові ресурси. Разом з тим дослідники зазначеного підходу відзначають, що такі туристичні ресурси повинні бути придатні для використання у сфері туризму та задовольняти різноманітні потреби туриста.

Інші дослідники не відзначають, що туристичні ресурси це сукупність об'єктів, а відразу вказують на їх різновид.

Відзначимо визначення досліджуваного поняття висвітлене в словнику, в якому вказується на те, що туристичні ресурси повинні задовольняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їх фізичних сил.

Перспективи подальших досліджень ми бачимо у вивченні методів оцінювання туристичних ресурсів.

Література

1. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України. Навчальний посібник / О. О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. І. Стафійчук. – К. : Альтерпрес, 2007. – 369 с.
2. <http://uk.wikipedia.org/wiki>
3. <http://uk.wikipedia.org/wiki>
4. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Г. А. Аванесова, Л. П. Воронкова, В. И. Маслов, А. И. Фролов; Под ред. Л. П. Воронковой. – М. : Аспект Пресс, 2002. – С. 242, 267.
5. Зорин И. В. Туризм как вид деятельности / И. В. Зорин,

Т. П. Каверина, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 288 с. <http://buklib.net/component>.

Шевченко Т. В. Туристичні ресурси: сутність поняття та класифікація

В статті розглянуті проблеми щодо сутності поняття „туристичні ресурси” та підходи до їх класифікації.

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

Шевченко Т. В. Туристические ресурсы: сущность понятия и классификация

В статье рассмотрены проблемы сущности понятия „туристические ресурсы” и подходы к их классификации.

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

УДК 338.483.1 (510)

В. В. Лісовець

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В ПРОВІНЦІЇ ЧЖЕЦЗЯН (КНР)

Туризм є однією з провідних і найбільш динамічних галузей економіки, через це він визнаний економічним феноменом сторіччя.

Китай, як одна з країн, що інтенсивно розвивається у Східно-азіатському регіоні, швидкими темпами включився в організацію туризму. Туристична індустрія цієї країни розвивається так само швидко та інтенсивно, як і уся її економіка. Беручи до уваги світові тенденції розвитку туризму, КНР постійно удосконалює його інфраструктуру та наповнення. Перспективи розвитку китайського ринку туризму оптимістичні. Так, згідно з даними ВТО, у 2020 р. КНР займе перше й четверте місця в світі відповідно за кількістю прийнятих туристів з-за кордону та числа вітчизняних туристів, які здійснили закордонні туристичні поїздки [1]. Зважаючи на це, стає актуальним вивчення трансформації туристичного сектору економіки Китаю.

Метою статті є показати стан розвитку туризму у КНР та окремих його регіонах, а саме провінції Чжецзян, як одного з найбільш швидко зростаючих секторів її економіки.

Сьогодні у КНР спостерігається безперервний розвиток та трансформація туристичного сектору економіки, що обумовлено

сприятливою урядовою політикою. Туристичний бізнес є в Китаї одним з визначальних сегментів її економіки тому його активно підтримують на державному рівні. КНР до того ж вдосконалює туристичну індустрію та просуває її на світовому рівні для прискорення зростання туристичного сектору економіки на державному та регіональному рівні.

Щодо регіонального туризму, то у провінції Чжецзян прийнята своя модель розвитку - «Одне добре, два сильніше, три вище!» [2]. "Добре" – це добро налагоджена координація. У цілому, розвиток туризму в цій провінції та соціально-економічне зростання, є відмінно скоординованим, по суті вони розвиваються одночасно. Частка туризму у ВВП провінції неухильно зростає.

"Двома сильними" є розвиток внутрішнього та зовнішнього туризму, а також впровадження інноваційних технологій управління туристичним бізнесом. Так, у 2009 році, в цілому по КНР, прибуток від китайських туристів (які відвідують історичні пам'ятки своєї країни) становив 93,7% доходів внутрішнього туризму та 79,4% загального доходу, в той час як у пропорції Чжецзян це склало відповідно: 97, 7% та 91,7%. Темпи розвитку внутрішнього туризму впевнено лідирують. Місцевий капітал регіону і туристичний персонал є основою інвестицій та управління, хоча в деяких районах має місце залежність від іноземного капіталу. З точки зору інноваційних технологій створюються туристичні інтегровані системи управління, системи туристичних операторів, проходить структурна перебудова, створюються «Зелені» готелі та багато іншого.

"Трьома високими " є ринкова орієнтація, інтеграція з іншими галузями економіки, а також високий ступінь відкритості для залучення іноземних інвестицій. Ринкова економіка є важливим елементом розвитку туризму. У провінції Чжецзян - це розвиток приватного сектору економіки в туристичній галузі. Органи державного регулювання економіки в провінції прислуховуються до правил ринку. Керівництво галузі приділяє увагу потребам ринку, шляхом розвитку інноваційних підходів в управлінні та використанні економічних важелів.

Адміністрацією та провідними фахівцями сфери туризму розроблений перспективний план розвитку туристичного сектору провінції Чжецзян. Головними завданнями розвитку індустрії туризму провінції є, по-перше, зосередження уваги на розвитку туризму та інтеграції міського та сільського будівництва. По-друге, прискорення розвитку промислової інтеграції. А по-третє, акцентування уваги на розробці кластеру.

У плані відкритості індустрія туризму регіону має не тільки більш високу ступінь інтернаціоналізації, але й найдосконалішу тактику регіонального співробітництва.

Крім того, передбачено п'ять пунктів розвитку туризму в цій провінції, а саме:

- Від «околиці галузі» до її центру. Після реформування економіки та розвитку політики відкритості, які тривали кілька років, індустрія туризму не тільки отримала тверду основу, але й стала впливати на національну економіку, у поєднанні з поліпшенням інвестиційного клімату в провінції та коректуванням структури промисловості це сприяє гармонійному розвитку економіки і суспільства.

- Від «уразливого» до «ефективного»: формування стандартизованої системи управління туризмом нового зразка та зацікавленість міської адміністрації, що сприяє розвитку галузі.

- Від «єдиних» до «диверсифікованих» туристичних продуктів: збільшення кількості туристичних продуктів по всій території, а так само їх окреме фінансування.

- Від «вступу на ринок» до «внутрішнього ринку, скоординованого з розвитку трьох ринків».

- Від «урядово залежної» моделі фінансування до «приватних інвестицій і співіснування кількох економічних елементів».

На ранній стадії розвитку туризму, будівництво інфраструктури та системи туристичного бізнесу залежить від державних інвестицій. Зіткнувшись із зростаючим туристичним попитом, провінція Чжецзян зробила крок у залученні приватного капіталу в довгострокові дослідження та проекти. Уряд провінції веде політику щодо залучення приватних підприємств у проекти з розвитку туризму та туристичної інфраструктури. Сьогодні приватний капітал став стимулом розвитку туризму, з'явилися туристичні групи нового покоління: Songcheng, Hengdian, приватні підприємства та ряд відомих туристичних фірм.

Розвиток туризму сприяє економічному зростанню не тільки провінції Чжецзян, але й узагалі країни. Цей тезис підтверджується статистичними даними, що приводяться у журналі "China Academic Journal" (2010). У 2004р. загальний обсяг доходів від туризму в цій провінції до ВВП виріс більш ніж на 9%, у 2005р. – більш ніж на 10%, в 2009р. – до 11,6%. У 2010 році загальний обсяг надходжень від туризму склав 331 260 000 000 юанів або 12,2% ВВП [1].

Заходи, що впроваджуються у провінції Чжецзян задля розвитку туризму, сприяють підвищенню рівня життя та добробут населення. Так, у 2009 р., персонал безпосередньо зайнятий у сфері туризму становив 85 млн. людей, при цьому було створено 4250 тисяч непрямих робочих місць, що складає більше 6,5% від загальної зайнятості. Зокрема, залучення до роботи в галузі сільського населення відіграє важливу роль для забезпечення його зайнятості і

підвищення доходів, а так само є ефективним засобом ліквідації бідності в областях [2;3].

Туризму, як невід'ємна частина сфери послуг, відіграє важливу роль у економічних перетвореннях та модернізації економіки провінції. Дані показують, що з 1994 по 2003 рр. середній щорічний темп зростання туристичних послуг був на 29% швидше, ніж темпи зростання загального обсягу послуг за той же період. З 2004 року середньорічне зростання доходів від індустрії туризму на 18,9%, що вище, ніж темпи зростання доходів від торгівлі, культури, бізнесу та інших послуг.

Уряд провінції у 2004 році створив спеціальний фонд для прискорення розвитку політики в галузі туризму. Ці заходи сприяли підвищенню іміджу та поліпшенню навколишнього середовища цієї провінції.

Таким чином, туризм в провінції Чжецзян відіграє провідну роль, як в економіці регіону, так й в економіці усієї країни. Підхід до його розвитку є новаторським та енергійним. Давня історія та культура в умілому поєднанні з розвиненою інфраструктурою та рекламою роблять провінцію привабливою не тільки для внутрішнього, але й для зовнішнього споживача.

Література

1. Доу Да Мин, Цин Шоу Цьун. Исследование туризма Китая. / Доу Да Мин, Цин Шоу Цьун. – Пекин, 2006. – 459 с. 2. Чан Гуо Фэй Частный бизнес и туристические инновации провинции Чжецзян / Чан Гуо Фэй. – Пекин, 2008. – 250 с. 3. China Academic Journal, 1994-2010, Resources and Environment in the Yangtze Basin код статті: 100428227 (2006) 0220157207.

Лисовець В. В. Розвиток туризму в провінції Чжецзян (КНР)

В статті розглядаються тенденції розвитку туристичного сектору економіки провінції Чжецзян (КНР).

Ключові слова: туристична індустрія, туризм, регіональний туризм

Лисовець В. В. Развитие туризма в провинции Чжецзян (КНР)

В статье рассматриваются тенденции развития туристического сектора экономики провинции Чжецзя.

Ключевые слова: туристическая индустрия, туризм, региональный туризм

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ ТА НАУКОВИХ КЕРІВНИКІВ

- Белоусова Ельвіра Анатоліївна** – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник* – Гуцол А. В., кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Бєлаш Євгенія Миколаївна** – магістрант, кафедри інженерно-педагогічних дисциплін Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник* – Козуб Ю. Г., кандидат технічних наук, доцент кафедри інженерно-педагогічних дисциплін Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Боброва Ірина Іванівна** – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник* – Дітковська С. О., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Бордонос Кристина Олександрівна** – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник* – Дітковська С. О., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Гідічева Олександра Олегівна** – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник* – Дітковська С. О., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Гулей Андрій Олексійович** – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ 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
ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Єфремова Марина Сергіївна – студентка II курсу спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Науковий керівник – Дітковська С. О., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Захарченко Валерія Юрївна – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Науковий керівник – Дрель В. Ф., кандидат біологічних наук, Доцент, директор інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Калінкіна Оксана Володимирівна – студентка IV курсу спеціальності «Готельно-ресторанна справа» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Науковий керівник – Безрученков Ю. В., асистент кафедри туризму та готельного господарства, інженер-педагог-дослідник з технології харчової промисловості та організації громадського харчування Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Капустіна Олена Павлівна – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Науковий керівник – Гуцол А. В., кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Кашинська Олена Євгенівна – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ 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 ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Колтовська Анастасія Леонидівна – студентка III курсу спеціальності «Готельно-ресторанна справа» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Науковий керівник – Безрученков Ю. В., асистент кафедри туризму та готельного господарства, інженер-педагог-дослідник з

технології харчової промисловості та організації громадського харчування Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Корнєєва Олена Василівна – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Науковий керівник – Гуцол А. В., кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Котенко Наталя Валеріївна – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Науковий керівник – Дітковська С. О., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Кіреєва Олена Іванівна, асистент кафедри харчових технологій Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Золкіна Тетяна, магістрант спеціальності «Технологія харчової промисловості та організація громадського харчування» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник – Крамаренко Д. П., кандидат технічних наук, доцент кафедри харчових технологій Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Лісовець Віра Валеріївна – студентка III курсу спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Науковий керівник – Мальцева Л.В., старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Маковій Олександра Андріївна – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ 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 ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

- Міненко Оксана Анатоліївна** – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник* – Мальцева Л.В., старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Матвєєва Катерина Олександрівна** – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник* – Дітковська С. О., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Осєстрова Анастасія Михайлівна** – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ 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 ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Осташкова Юлія Анатоліївна** – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник* – Мальцева Л.В., старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Пилипенко Олена Євгенівна** – студентка IV курсу спеціальності «Готельно-ресторанна справа» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник* – Безрученков Ю. В., асистент кафедри туризму та готельного господарства, інженер-педагог-дослідник з технології харчової промисловості та організації громадського харчування Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Попова Євгенія Олегівна** – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник* – Дітковська С. О., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

- Продан Юлія Олександрівна** – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник** – Дітковська С. О., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Строєв Ярослав Валерійович** – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ 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 ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Таранюк Ірина Анатоліївна** – студентка II курсу спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник** – Мальцева Л.В., старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Табенська Карина Володимирівна** – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ 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 ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Токмачов Ярослав Володимирович** – студент IV курсу спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка.
- Науковий керівник** – Барабаш О.І., магістр з туризму, асистент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Турчанікова Марина Євгенівна** – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник** – Мальцева Л.В., старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

- Учунжан Анастасія Артемівна** – студентка III курсу, спеціальності «Туризм», Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник** – Дітковська С. О., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Федотенко Марина Володимирівна** – студентка III 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 ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Форис Ольга Вікторівна** – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник** – Гуцол А. В., кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Черемісіна Ольга Михайлівна** – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Науковий керівник** – Гуцол А. В., кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Шаповалов Олександр Сергійович** – магістрант спеціальності «Готельне господарство» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ 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 ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка
- Шевченко Світлана Володимирівна** – магістрант спеціальності «Туризм» Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ 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 ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Шевченко Тетяна Василівна – магістрант спеціальності «Туризм»
Інституту торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму ДЗ
ЛНУ імені Тараса Шевченка

Науковий керівник – Мальцева Л.В., старший викладач кафедри туризму
та готельного господарства Інституту торгівлі,
обслуговуючих технологій та туризму ДЗ ЛНУ імені Тараса
Шевченка

Наукове видання

ПЕРШИЙ КРОК У НАУКУ

*Збірник наукових праць
студентів та магістрантів*

За редакцією авторів
Відповідальний за випуск — Безрученков Ю. В.
Комп'ютерний макет — Безрученков Ю. В.

Здано до склад. 25.02.2011 р. Підп. до друку 25.03.2011 р.
Формат 60x84 1/8. Папір офсет. Гарнітура Times New Roman.
Друк ризографічний. Ум. друк. арк. 23,83. Наклад 100 прим. Зам. № 64.

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.