

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

Кафедра туризму і готельно-ресторанного сервісу

*Присвячено 40-річчю
Навчально-наукового інституту
фізичної культури*

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ

**Матеріали
VI Всеукраїнської науково-практичної конференції**

26 – 27 листопада 2020 рік

Суми 2020

УДК 379.85

С 76

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Навчально-наукового інституту фізичної культури
(протокол № 4 від 26 листопада 2020 року)*

Редакційна колегія:

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

С 76

Стан і перспективи сучасного туризму: матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Суми, 26 – 27 листопада 2020). – Суми: ФОП Цьома С. П., 2020. – 166 с.

У збірнику розглядаються актуальні питання щодо організації туристської діяльності; проблем готельно-ресторанної сфери, менеджменту та маркетингу в туризмі; географії туризму та країнознавства; підготовки фахівців для сфери туризму; сучасних тенденцій розвитку спортивного туризму та рекреації; безпеки туристських подорожей.

УДК 379.85

© Колектив авторів, 2020

© ФОП Цьома С. П., 2020

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Адаменко А. В., Зігунов В. М.

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК ШЛЯХ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ
ГРОМАД..... 6

Бельмас К. І., Зігунова І. С.

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ЕКСКУРСІЇ НА МАРШРУТАХ
АКТИВНОГО ТУРИЗМУ..... 11

Василенко Я. В.

ВИКОРИСТАННЯ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ДЛЯ
РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ АНДРІЯШІВСЬКОЇ
СІЛЬСЬКОЇ ГРОМАДИ 15

Ведмідь Т. В., Павленко В. С.

КВЕСТ ЯК ІНТЕРАКТИВНА ФОРМА ПРОВЕДЕННЯ
ЕКСКУРСІЙ У МІСТІ СУМИ..... 19

Гиренко А. С., Павленко В. С.

СТВОРЕННЯ ЕКСКУРСІЙНОГО МАРШРУТУ В РАМКАХ
ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ..... 23

Кеда А. О., Зігунов В. М.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ АВТОРСЬКОЇ ЕКСКУРСІЇ 28

Кондрух Я. С., Зігунова І. С.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ І ПРОВЕДЕННЯ ЕКСКУРСІЙ
ДЛЯ ВЕЛИКИХ ГРУП 31

Самілик Я. С., Павленко В. С.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ І ПРОВЕДЕННЯ МУЗЕЙНИХ
ЕКСКУРСІЙ..... 36

Nuseir Ya. M.

FEATURES OF CREATING ARTKNOWING EXCURSIONS..... 41

РОЗДІЛ 2. ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ ТА КРАЇНОЗНАВСТВО

Балдич А. С., Євтушенко Я. В.

УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ
В РУМУНІЇ..... 48

Богданова К. В., Павленко В. С.

УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ
В УГОРЩИНІ 52

Косяченко Ф. І., Павленко В. С.

УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ
В ІТАЛІЇ 56

<i>Крамаренко Ю. В., Зігунова І. С.</i>	
УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В АВСТРІЇ.....	60
<i>Перетяцько Д. Ю., Євтушенко Я. В.</i>	
УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В ЧОРНОГОРІЇ.....	63
<i>Плєшко Р. А., Зігунова І. С.</i>	
УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ.....	68
<i>Яковенко Є. І., Павленко В. С.</i>	
УМОВИ ТА РЕСУРСИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ІНДОНЕЗІЇ.....	72

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ

<i>Гусєва В. О., Мозгова Д. Р.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ЗАХОДІВ БЕЗПЕКИ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ.....	77
<i>Москаленко О. О., Мозгова Д. Р.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА У НІМЕЧЧИНІ.....	80
<i>Павленко В. С.</i>	
ПАНДЕМІЯ COVID-19 ТА ЇЇ НАСЛІДКИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ І СВІТУ.....	84
<i>Самодахова О. О.</i>	
ЕКОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	89
<i>Федорківська А. Р.</i>	
МОТИВАЦІЯ ТА ПОТРЕБИ ТУРИСТІВ ПРИ ВИБОРІ ПОДОРОЖЕЙ.....	94

РОЗДІЛ 4. БЕЗПЕКА В ТУРИЗМІ

<i>Гусак А. Ю., Євтушенко Я. В.</i>	
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАХОДІВ БЕЗПЕКИ ТУРИСТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	99
<i>Гребельник В. І., Мозгова Д. Р.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ЗАХОДІВ БЕЗПЕКИ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ.....	104
<i>Карпенко Н. В., Мозгова Д. Р.</i>	
ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ В ТУРИСТСЬКОМУ ПОХОДІ.....	110

РОЗДІЛ 5.

ТЕОРІЯ ТА МЕТОДИКА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ

Tsviliy S., Gurova D.

FORMATION OF COMPETENCIES OF TOURISM PROFESSIONALS TAKING INTO ACCOUNT THE INTERESTS BUSINESS OF THE REGION.....	115
--	-----

РОЗДІЛ 6.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ

Андросов Є. В., Зігунова І. С.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ СПОРТИВНО-ГІРСЬКИХ ТУРІВ ВИСОКИХ КАТЕГОРІЙ	122
---	-----

Андросова В. І.

МОТИВАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОЇ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ СПОРТСМЕНА.....	126
---	-----

Євтушенко Я. В.

ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ СПОРТСМЕНІВ ДО ЗМАГАНЬ ЗІ СПОРТИВНОГО ЛИЖНОГО ТУРИЗМУ	131
---	-----

Клем-Мусатова К. О., Євтушенко Я. В.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СПОРТИВНИХ ПІШОХІДНИХ ТУРІВ.....	137
---	-----

Пимоненко Ю. О., Лапицький В. О.

ТЕХНІЧНА ПІДГОТОВКА ФУТБОЛІСТІВ НА ЕТАПІ ПОЧАТКОВОЇ ПІДГОТОВКИ	142
---	-----

Носач С. В., Зігунов В. М.

ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ ХАЙКІНГОВИХ ПОДОРОЖЕЙ	148
---	-----

Чикірнєєв А. Ю., Лапицький В. О., Ратов А. М.

РОЗВИТОК КООРДИНАЦІЙНИХ ЗДІБНОСТЕЙ У СПОРТИВНИХ БАЛЬНИХ ТАНЦЯХ НА ЕТАПІ ПОЧАТКОВОЇ ПІДГОТОВКИ.....	152
---	-----

Янущенко Д. В.

ОБЛАСНА ТУРИСТСЬКО-КРАЄЗНАВЧА ПРОГРАМА УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ «МАНДРУЄМО ЗАПОРІЗЬКИМ КРАЄМ», ЯК ЗАСІБ ЗАЛУЧЕННЯ УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ ДО АКТИВНОГО ТУРИЗМУ ТА ПОШУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	159
--	-----

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ	163
-----------------------------	-----

РОЗДІЛ 1

ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

А. В. Адаменко, В. М. Зігунов

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК ШЛЯХ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

В статті обґрунтовується шлях розвитку об'єднаних територіальних громад на основі використання туристського потенціалу їх територій. Висвітлюються особливості подієвого туризму, в якому виділяється перспективність фестивального руху для розвитку локального туризму в територіальних громадах.

Ключові слова: подієвий туризм, фестиваль, територіальна громада.

В статье обосновывается путь развития объединенных территориальных общин на основе использования туристского потенциала их территорий. Освещаются особенности событийного туризма, в котором выделяется перспективность фестивального движения для развития локального туризма в территориальных общинах.

Ключевые слова: событийный туризм, фестиваль, территориальная община.

The article substantiates the way of development of united territorial communities on the basis of using the tourist potential of their territories. Features of event tourism in which the prospects of festival movement in development of local tourism in territorial communities are allocated are covered.

Key words: event tourism, festival, territorial community.

Постановка проблеми. Останнім часом в Україні відбулася адміністративно-територіальна реформа, яка передбачає укрупнення районів областей, створення міських та селищних об'єднаних територіальних громад. Відповідно, у цих територіальних громадах з'явилися питання щодо подальшого соціально-економічного розвитку об'єднаної спільноти. Територіальні громади на сьогодні знаходяться у стані розробки стратегії соціально-економічного розвитку власних територій, а також пошуках «точок» свого зростання. Одним із вагомих важелів у соціально-економічному розвитку територіальної громади може стати місцевий (локальний) туризм.

Більшість територіальних громад Сумщини мають значні туристські ресурси для розвитку локального туризму на своїх територіях. Туристські ресурси є основною метою подорожі громадян. Вони визначають такі економічні показники туризму як кількість туристів, ціна на туристські послуги, сезонність туристських потоків, кількість днів перебування туристів у туристській дестинації, географію подорожей, ступінь розвитку локального туризму в територіальних громадах, який залежить від загальноміської й

туристської інфраструктури, а також рівня сервісних послуг.

Розвиваючи місцевий туризм на базі існуючих туристських ресурсів, необхідно застосовувати передовий вітчизняний та закордонний досвід. Це стосується і подієвого туризму, який у деяких країнах є невід'ємною складовою річних державних подій із залученням великої кількості туристів до популярних заходів, тоді як в Україні більшість івентів залишається на аматорському рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями розвитку подієвого туризму займалися вчені: А. В. Бабкін [1], Н. В. Корнілова [2], О. В. Шикіна [3] та інші, але аспекти формування привабливості об'єднаних територіальних громад на основі розвитку подієвого туризму в наукових джерелах виявити не вдалося. Тому тема даної роботи досить актуальна на сьогодні.

Мета – виявити значення подієвого туризму для соціально-економічного розвитку територіальних громад.

Виклад основного матеріалу. Селище міського типу Липова Долина визнається депресивним районом Сумської області у соціально-економічній, а також туристській сфері. Географічне положення Липоводолинщини можна оцінити як задовільне: знаходиться на південному заході області, межує з Гадяцьким, Лохвицьким районом Полтавської області та Роменським, Недригайлівським, Лебединським районами Сумської області. Транспортно-географічне положення не досить сприятливе для розвитку економіки і туризму: відсутнє залізничне сполучення з районом, тому туристи можуть користуватися винятково автомобільним транспортом. Це є стримуючим чинником щодо турпотоків до району.

Липоводолинський район має значні лісові масиви з конваліями, пролісками, заростями терену і бузку, липовими гаями, тому регіон найбільш атрактивний для відвідування навесні та влітку. Поля і луки засіяні медоносами, тому Липоводолинщина славиться запашним медом. Гідроресурси представлені річками Хорол, Грунь, Ольшана, але, нажаль, вони не можуть бути використані для байдаркових сплавів із-за їх непрохідності. Багато ставків природного і штучного походження, туристи із задоволенням відвідують їх з метою риболовлі, тому фіш-тури досить актуальні для даної території. Район вважається екологічно чистим, сприятливим для рекреації, розвитку сільського та зеленого туризму.

Туристський потенціал територіальної громади може стати «точкою зростання» місцевого туризму та соціально-економічного розвитку в цілому. Розвиток місцевого туризму сприятиме збільшенню фінансових надходжень до бюджету громади, розвитку підприємництва у громаді, створюватиме нові

робочі місця, розвиватиме інфраструктуру, підвищуючи атрактивність території, покращуючи якість життя населення, що зменшить відтік жителів з території громади.

Серед видів туризму найбільш дієвим видом туризму для розвитку територіальних громад може стати подієвий туризм. Подієвий туризм – напрям порівняно молодий, надзвичайно цікавий і привабливий; основною метою поїздки туриста є відвідування певної події, або заходу. Унікальні подієві тури поєднують у собі традиційний відпочинок, а також участь у найрізноманітніших видовищних заходах, поступово завойовуючи все більшу популярність серед громадян.

Подієвий туризм – це неперевершена атмосфера свята, індивідуальні умови відпочинку і незабутні враження [5]. Головна особливість подієвого туризму – безліч яскравих неповторних моментів, які надовго залишаються у пам'яті відвідувачів.

Серед інших видів туризму подієвий туризм вражає насиченістю програми, видовищністю та невичерпністю ресурсів [3]. На думку А. В. Бабкіна – це перспективний вид туризму, що на сьогодні динамічно розвивається у багатьох країнах світу [1].

Як зазначає Н. В. Корнілова, «подія», яка використовується у туризмі значною мірою залежить від суспільних уподобань, від моди, престижності заходу, а також від постійності та періодичності його проведення [2].

Участь туристів у фестивалях також відносять до подієвого туризму, його часто називають фестивалієм туризмом. Фестивальний туризм (тематичний туризм, подієвий туризм, івент-туризм) – це різновид туризму, основна мета якого присвячена певній події, участі у фестивалі [5].

Фестиваль – це туристський продукт, який повинен позиціонуватися та пропонуватися для відвідування. Під час його реалізації відбуваються також прямі продажі сувенірів, інших товарів і продуктів, пов'язаних з фестивалем, оскільки до структури туристського продукту відносяться і товари. Фестивальна продукція сприяє формуванню у туристів та місцевого населення позитивного враження про івент-захід.

Підґрунтям для розвитку подієвого туризму у більшості територіальних громадах Сумської області є достатній туристський потенціал на основі якого можуть створюватися та реалізовуватися масові івент-заходи на територіях громад.

На Сумщині відбуваються різноманітні та перспективні фестивальні заходи, які вже стали традиційними та улюбленими серед туристів. Так, місто Тростянець Сумської області місцеві мешканці і туристи впевнено називають «фестивальною столицею Сумщини». Тут щорічно відбувається

чотири фестивали, що приваблює до Тростянця близько 20 тисяч туристів [6]. Ці фестивали вже стали відомими на всю країну:

- «Схід-Рок Фест» – рок-фестиваль (завдяки якому Тростянець називають рок-столицею Сумщини);
- фестиваль класичної музики просто неба «Чайковський FEST»;
- фестиваль історичної реконструкції «Стара Фортеця»;
- «Нескучний велоFest» – спортивний фестиваль для різних вікових категорій [6].

Звичайно, соціально-економічні кризові явища у державі та карантинні обмеження, пов'язані зі світовою пандемією внесли свої корективи у туристопотоки до Сумської області, але любителі зазначених фестивалів сподіваються на відновлення функціонування даних заходів.

Світова туристська практика свідчить, що фестивальний рух є динамічним видом дозвілля у структурі подієвого туризму. Термін «фестиваль» походить від французького «festival» – «святковий», або від латинського «festivus» – «веселий». За визначенням енциклопедичного словника української мови, «фестиваль» – це масове свято, на якому показують досягнення певного виду мистецтва [4, с. 653].

Фестивальний рух на Сумщині характеризується потужними туристським потенціалом, тому на даний час об'єднані територіальні громади повинні провести наступні кроки щодо розвитку місцевого туризму на території однієї або декількох громад:

- провести інвентаризацію туристських ресурсів та інфраструктури території громади;
- створити структуру, яка буде займатись розвитком туризму в громаді;
- розробити стратегію розвитку територіальної громади, у тому числі й розвитку місцевого туризму, яка буде підкріплена планами та програмами її реалізації;

Фестивальний туризм для соціально-економічного розвитку територіальних громад може бути інструментом для брендування їх територій. Розвиток івент-заходів фестивального типу в територіальних громадах може стати дієвим механізмом у створенні конкурентоспроможності територій на основі розвитку місцевого туризму.

З метою підвищення конкурентоздатності об'єднаних територіальних громад Сумської області кафедрою туризму і готельно-ресторанного сервісу СумДПУ імені А. С. Макаренка було спроектовано захід подієвого туризму «Фестиваль Липи» для Липоводолинської об'єднаної територіальної громади. Це буде унікальний івент-захід для підвищення атрактивності території громади, її загального брендування, а також для створення бренду

туристичної дестинації «Селище міського типу Липова Долина».

Програма «Фестивалю Липи» включає виставку-ярмарок продукції бджільництва, виробів декоративно-ужиткового та образотворчого мистецтва з використанням деревини липи. Також пропонуються майстер-класи тематичної спрямованості, оздоровчі й пізнавальні заходи (медові масажі, квести, спортивні смуги перешкод, приготування фіто-чаїв), будуть обладнані тематичні фото-зони, фуд-корти, продаж сувенірної продукції тощо.

Отже, щорічне проведення «Фестивалю Липи» дасть змогу Липоводолинській територіальній громаді отримати:

- промоцію територіальної громади у Сумському регіоні та в Україні;
- покращення інвестиційного клімату громади;
- формування позитивного іміджу території громади;
- збільшення фінансових надходжень до бюджету громади;
- покращення існуючої та створення нової туристської інфраструктури;
- створення нових робочих місць;
- залучення більшої кількості туристів;
- покращення психологічного клімату та загальне задоволення від проживання в територіальній громаді її мешканців.

Висновки та перспективи подальших наукових досліджень. Селище міського типу Липова Долина Сумської області у туристському плані є досить депресивним регіоном. Дослідивши можливість проведення івент-заходу в Липоводолинській об'єднаній територіальній громаді на прикладі «Фестивалю Липи» можемо зробити висновки, що подієвий туризм має велике значення у соціально-економічному розвитку територіальних громад.

Вдале проведення, систематичність, впевнене маркетингове просування атрактивних подій має значний економічний ефект, а саме: збільшення туристопотоку до регіону і надходжень від туризму, розбудова туристської інфраструктури, збільшення кількості робочих місць, а також популярні івенти можуть стати інструментом брендування та формування конкурентоспроможності територій.

Запропонований івент-захід «Фестиваль Липи» є інноваційним продуктом, реалізація якого сприятиме підвищенню туристичного іміджу Липоводолинської територіальної громади. Відтак, «Фестиваль Липи» може стати «туристським магнітом» Липоводолинської об'єднаної територіальної громади.

Подальші наукові дослідження проводитимуться у напрямку створення та функціонування локального туристського кластеру в Липоводолинській об'єднаній територіальній громаді.

Список використаних джерел

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. 252 с.
2. Корнілова Н. В. Подієвий туризм в Україні. *Географія та туризм*. С. 113–120. URL: file:///C:/Users/Natali/Downloads/gt_2012_22_18.pdf
3. Олійник В. В., Шикіна О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип. 12, 2016. С. 460–463.
4. Тлумачний словник української мови [уклад. В. Яременко та ін.]: у 3 т. К.: Аконіт, 2004. Т. 3. 862 с.
5. Фестивальний туризм. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
6. Фестивалі і бренди міст як інструмент розвитку Сумської області. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/9354>

К. І. Бельмас, І. С. Зігунова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ЕКСКУРСІЙ НА МАРШРУТАХ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

Стаття присвячена актуальним питанням ефективної організації екскурсійного обслуговування на маршрутах активного туризму. Розкрито основне значення організації екскурсійних послуг сучасної туристської індустрії. Описані особливості застосування головних принципів, яких потрібно дотримуватися під час організації екскурсійної діяльності на маршрутах активного туризму.

Ключові слова: спортивно-оздоровчий туризм, інструктор-провідник, екскурсивод.

Статья посвящена актуальным вопросам эффективной организации экскурсионного обслуживания на маршрутах активного туризма. Раскрыто основное значение организации экскурсионных услуг современной туристской индустрии. Описаны особенности применения главных принципов, которым нужно следовать при организации экскурсионной деятельности на маршрутах активного туризма.

Ключевые слова: спортивно-оздоровительный туризм, инструктор-проводник, экскурсовод.

The article is devoted to topical issues of effective organization of excursion services on the routes of active tourism. The basic value of the organization of excursion services of the modern tourist industry is revealed. Features of application of the main principles which need to be followed during the organization of excursion activity on routes of active tourism are described.

Key words: sports and health tourism, instructor-guide, guide.

Постанова проблеми. Екскурсійна діяльність – це важливий засіб формування світогляду туриста. Екскурсія є дуже важливою частиною подорожі, яка розширює кругозір людини, дає можливість краще пізнати історію, пробуджує глибоку повагу до минулого та любов до навколишнього світу. Туризм – не тільки фізичний розвиток, бадьорість і працездатність, а й відмінний засіб виховання у нашої молоді цілеспрямованості, зібраності, прагнення до пізнання [4].

Організація екскурсійних послуг є великою школою життя для становлення свідомості підростаючого покоління. Крім виховання високих моральних якостей та естетичних почуттів, екскурсії розвивають спостережливість, уяву. Збагачуючи свій розум теорією і практикою пізнання дійсності, екскурсанти пізнають життя у всій його різноманітності.

Аналізуючи дослідження науковців минулого – Александрова Ю. Н., Анциферова М. П., Бархаша Л., Дьякової Р. А., Ємельянова Б. В., Пасечного П. С., Родіна А., Соколовського Ю., Ушакова Л. – і сьогодення: Бабарицької В., Грибанової С. В., Короткової А., Малиновської О., Чагайди І. М., – потрібно згадати теоретичні напрацювання, які допомагають організувати якісні екскурсійні послуги, спрямовані на задоволення потреб екскурсанта. Над цією проблематикою також працювали такі науковці як Дьорова Т. А., Кифяк В. Ф., Костюкова О. М., Мініч І. М., Скрипник М. І., Федорченко В. К., Форменко Н. А., Цехмістрова Г. С. та ін.

Мета – зробити теоретичний аналіз сучасних особливостей створення екскурсії на маршрутах активного туризму.

Виклад основного матеріалу. Туристську індустрію вважають однією з найприбутковіших галузей економіки в світі, і з кожним роком її вплив на економіку країни все посилюється. На туристичну галузь припадає 12% світового внутрішнього продукту, понад 11% витрат споживачів, 5% світового валового продукту, 7% світових інвестицій, а також кожне 16-те робоче місце. Як прогнозує Всесвітня туристична організація (UNWTO), розвиток туризму не зупинятиметься, а, навпаки, зростатиме доволі високими темпами [4].

Спортивно-оздоровчий туризм – це самостійна, соціально-орієнтована сфера життя значної частини суспільства; ефективний засіб духовного і фізичного розвитку особистості за допомогою виховання дбайливого ставлення до природи, взаєморозуміння та взаємоповаги між народами та націями. Активний туризм являє собою як поїздки туристів-індивідуалів, так і організованих груп туристів з метою занять спортом або відвідування великих спортивних заходів: змагань, чемпіонатів, олімпіад. Але незважаючи на це активний туризм передбачає, що потенційними споживачами даного виду послуг будуть люди, які не займаються професійним спортом. На маршрутах активного туризму людина отримує можливість познайомитися з культурою народу, що проживає в районі подорожі, отримати емоційне задоволення від споглядання чудових природних ландшафтів. Туристи мають можливість відвідати екскурсійні маршрути, парки, музеї.

Техніка проведення екскурсій на активних маршрутах в значній мірі залежить від виду туризму та складності маршруту. Як правило на активні

тури невисокої категорії складності (1 – 3) люди приїжджають не тільки зі спортивними цілями, а перш за все з пізнавальними, екологічними, оздоровчими. Більш складні маршрути з ділянками і перешкодами вище 3-ї категорії складності характерні для екстремального туризму [3].

Технологічно можна виділити дві складові таких турів – доставка (і повернення) туристів до місця початку маршруту і власне сама траса маршруту. Перший елемент може включати шляхову інформацію, відвідування екскурсійних об'єктів, фото стопи. Екскурсивод повинен розкрити унікальність та особливості природи, історії, культури, зацікавити туристів іншими можливостями відвідування свого регіону. Якщо район має досить малу кількість екскурсійних об'єктів, то необхідно передбачити показ відео, тематичних документальних фільмів, анімаційні заходи [2].

Якщо взяти гірничо-пішохідний вид активного туризму важливо намітити ділянки, на яких можна зібрати групу та провести показ об'єктів і розповідь про них. Ці розповіді, можуть тривати 10 – 15 хвилин, їх можна поєднати з відпочинком або привалом на маршруті. Достатньо буде розповісти декілька слів про об'єкт, показати його, можливі інтерактивні доповнення, для максимальної зацікавленості екскурсантів [1]. Також їх необхідно враховувати при складанні паспорту екскурсії, графіку проходження. Схожа техніка проведення екскурсії і в кінному туризмі.

Характеризуючи водний туризм, легко визначити, що техніка проведення екскурсії дещо відрізняється. В такому виді туризму екскурсійна інформація дається на ділянках спокійної води або під час стоянок на березі. Необхідно передбачити невеликі радіальні виходи для огляду цікавих об'єктів – водоспадів, печер, озер, історико-культурних пам'яток, розташованих уздовж маршруту [5].

У велосипедному та авто-мототуризмі можливість проводити екскурсії є лише на місцях стоянок і збору групи. Для проведення екскурсії на велосипедних, авто-мото турах або у вітрильному туризмі можна використовувати радіогіди, рації, що дозволяють вести мовлення на відстані 1 км і більше. Також обов'язковим є показ об'єктів, які знаходяться на маршруті.

Не менш цікавим та екстремальним є лижний та спелеотуризм. Але на таких маршрутах проведення екскурсії є досить проблемним. В першому випадку екскурсійний показ можливий не більше ніж 5 хвилин. Причиною цього є холодна пора року, яка не дозволяє стояти на місці довгий час. Спелеотуризм має обмеженість панорами. Для того, щоб проводити там екскурсії повинні буди добре обладнані та освітлені печери, але в такому випадку вони втрачають свою цікавість [6].

Для більшого задоволення та відпочинку, на будь якому виді туризму буде доцільне доповнення вечірніх заходів біля вогнища, які дозволять в повну міру відчувати гармонію з природою, розслабитися після далекого активного маршруту, пояснюючи і поглиблюючи знання про побачене на маршруті. При плануванні активного туристичного маршруту слід знати про систему особливо охоронюваних природних територій, відвідування яких може в значній мірі поліпшити інформованість туристів про природні особливості регіону та сприяє екологічному вихованню. На практиці доведено, що при зміні виду діяльності на маршруті з активного навантаження на пізнавальне та навпаки протягом дня, позитивно впливає на емоційний стан людини, захищає від фізичної або розумової перевантаження [2].

Останнім часом все більшої популярності набирають квест-екскурсії та творчі майстер-класи, які чудово можуть поєднатися з активним туризмом. Наприклад, екскурсивод може запропонувати провести невеликий майстер-клас ввечері біля вогнища на тематику екскурсії або за заздальгідь визначеними інтересами групи.

Проаналізувавши задану тему можна стверджувати, що проведення екскурсії пов'язуючи з активним туризмом має більший вплив на людей, та більше зацікавлює їх взяти участь. Кожен вид туризму досить добре поєднується з екскурсійним маршрутом, та не виключає додання нових цікавих методик та технологій. Робота на активних екскурсійних турах, вимагає комплексної підготовки гідів з урахуванням компетенцій екскурсиводів та інструкторів провідників [6]. Це повинно враховуватися при навчанні відповідних кадрів і підвищенні кваліфікації, а також при проведенні атестації. Саме такий підхід може забезпечити туроператорам, що спеціалізуються на активних турах з екскурсійної складової, необхідний рівень безпеки, надійності при проходженні маршрутних перешкод, інформаційної достовірності та сервісної забезпеченості для створення привабливого, якісного туристичного продукту.

Список використаних джерел

1. Бабарицька В., Короткова А., Малиновська О. Екскурсознавство і музеєзнавство. Навчальний посібник. К.: Альтерпрес. 2007. 464 с.
2. Жежнич П. І Основні підходи до моніторингу та аналізу якості туристичної документації. Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». 2012. № 743. С. 190 – 199.
3. Емельянов Б. В. Экскурсоведение: ученик. 3-е изд., перераб. и дополн. М.: Советский спорт, 2002. 216 с.
4. Король О. Д. Навчально-методичний посібник: Організація екскурсійних послуг у туризмі. 2016. 144 с.
5. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: Монографія. Київ. нац. торг.екон. ун-т, 2007. 493 с.
6. Михайліченко Г. І. Практика організації туристичних подорожей: Навч. посіб. К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т., 2003. 156 с.

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

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

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

В статье дана общая характеристика развития туристической отрасли и кратко охарактеризованы ресурсы, являющиеся основой для историко-культурного туризма, определены основные проблемы и пути их решения, спрогнозировано тенденции дальнейшего развития

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

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

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

Постановка проблеми. На сьогодні в Україні актуальність дослідження туризму зумовлена саме тим, що багатогранність має велике соціальне значення. Глобалізація туризму сильно впливає на навколишнє середовище, суспільство, економіку та духовний світ людей. Це особливий вид споживання матеріальних і духовних благ, послуг і товарів, який виділяється в окремому галузь економіки.

У багатьох країнах продаж туристичних послуг став важливим елементом управління доходу. Однак значення туризму не обмежується лише економічними вигодами – це одна з найактивніших форм людського спілкування, що сприяє встановленню та розширенню культурних зв'язків, зміцненню співпраці і дружбі між народами.

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

Мета роботи. Дослідити перспективи розвитку туристичної галузі, яка у майбутньому може стати однією з найбільш визначальних у районі, адже Роменський район з тисячолітньою історією має потужний історико-культурний та природно-рекреаційний потенціал для розвитку

туристичної галузі.

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

Становлення туризму в районі як високорентабельної галузі економіки, важливого засобу культурного і духовного розвитку громадян набуває дедалі все більшого значення. Туристична галузь є важливим чинником стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету, позитивно впливає на стан справ у багатьох галузях економіки (транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо). Туризм сприяє підвищенню зайнятості населення, розвитку ринкових відносин, міжнародному співробітництву, залучення громадян до пізнання природи та історико-культурної спадщини краю.

Важливою складовою туристичного потенціалу Роменщини є історико-культурна спадщина, вона нараховує 110 пам'яток культури, із них археології – 71, архітектури – 25, історії – 14. Серед них вирізняються Андріяшівсько-Гудимівський, Біловодський, Миколаївський гідрологічні заказники та ботанічні пам'ятки природи – Борозенківський та Хмелівський заказники.

Туристична галузь у Андріяшівській сільській громаді поступово починає зростати, однак туристична інфраструктура в регіоні ще недостатньо розвинена. Окрім інфраструктури, у регіоні відсутні туристичні ресурси та інтегрована система їх раціонального використання. Часто відбувається неефективне та незаконне використання унікальних природних та історико-культурних ресурсів. Немає належного прогнозування та планування розвитку туризму.

Регіон не створює сприятливих умов для розвитку туристичних баз, таких як: відновлення пільгових умов туристичних об'єктів, придбання сучасних транспортних засобів та розбудова доріг тощо. Туристичні компанії в основному займаються відправленням туристів за кордон або за його межами в інші регіони. Внутрішній туризм десь почав реанімуватися лише за останні 3 – 4 роки, але поки що прийом туристів на Сумщині майже невігідний туристичним агенціям.

Ще одна проблема, яка існує в туристичній галузі регіону – це недостатня кількість кваліфікованих кадрів. Екскурсійні заходи почали посилюватися в останні роки, але ситуація складна з персоналом путівників та перекладачів. Наразі лише 14 путівників та 1 перекладач мають відповідні сертифікати та значки встановленої моделі [4].

Сумська область займає одне з останніх місць в Україні за рівнем розвитку туристичної галузі [2]. Для покращення ситуації в 2018 році було

створено Обласне туристичне об'єднання «Сумський турист». Її члени є суб'єктами туристичної діяльності як у Сумах (головним чином), так і у великих містах області та районних центрах.

Регіональна асоціація туризму вийшла з ініціативою і вже її реалізувала – відкрила першу в регіоні «Андріяшівської сільської громади інформаційно-туристичну службу – СІТС». Основними завданнями СІТС є:

- 1) організація регіонального туристичного інформаційного центру в Сумах, здатного надавати інформацію про культурні, спортивні та туристичні заходи, що проводяться в регіоні, поширювати друковану рекламу та інформаційну продукцію;
- 2) організація оперативної інформаційно-консультативної підтримки гостей міста та області, іноземців, місцевих жителів з питань туристичної діяльності та актуальних пропозицій щодо відпочинку та екскурсій по Сумській області, в Україні та за її межами;
- 3) створення єдиного інформаційного банку даних суб'єктів туристичної діяльності, закладів культури, готелів, ресторанів та моніторингу ринку туристичних можливостей міста та області;
- 4) надання інформаційно-рекламних послуг туристичним агенціям та приватним підприємцям – членам туристичної асоціації на безоплатній чи пільговій основі з метою реклами – своїх ексклюзивних туристичних продуктів та послуг;
- 5) розвиток взаємовигідної співпраці з місцевими, вітчизняними та зарубіжними партнерами у сфері туризму та культурних відносин, просування міста, регіону та їх історико-культурної спадщини;
- 6) публікація, надання інформаційно-довідкових видань;
- 7) посередницька діяльність з продажу невідкладних (сезонних) туристичних продуктів за дорученням туристичних агентств на договірній основі;
- 8) організація екскурсій, туристичних подорожей та інших заходів для гостей міста та області, іноземців через членів Туристичної асоціації та зацікавлених осіб;
- 9) вивчення громадської думки, включаючи туристів та відвідувачів міста, дослідження туристичного ринку міста та регіону з метою його вдосконалення.

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

Потребують ремонту дороги на основних туристичних маршрутах, незадовільна забезпеченість автомобільних доріг туристичною, сервісною та інформаційною структурою (відсутність рекламних щитів та єдиної системи маркування автошляхів щодо об'єктів туризму). Низький рівень маркетингових досліджень, слабкість рекламного забезпечення туристичного потенціалу району на внутрішньому і особливо, зовнішньому ринках. Недостатня забезпеченість туристичної галузі висококваліфікованими спеціалістами. Район відчуває потребу в залученні інвестицій та реконструкції матеріально-технічної бази оздоровлення. Потребують реставрації більшість пам'яток архітектури та історії.

Програма створена відділом культури Андріяшівської сільської громади і реалізовується спільно із зазначеними у плані заходів виконавцями. Втілення цієї програми покликане стимулювати ефективне використання та поліпшення матеріальної бази наявних туристсько-екскурсійних ресурсів району, підвищення рівня міжгалузевого співробітництва та посилення привабливого туристичного іміджу.

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

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

Висновки. Отже, ми можемо зробити висновки, що для стимулювання розвитку туризму Андріяшівської сільської громади владі необхідно стимулювати інвестиційну привабливість та ефективне функціонування туристичних та рекреаційних зон; створення сприятливих інвестиційних умов у сфері туризму; впорядкування процедур оренди та приватизації об'єктів культурної спадщини та інших об'єктів туристичного відвідування; запровадити розумні стандарти оплати за використання туристичних ресурсів; заохочувати приватний сектор, особливо в сільській місцевості, розвивати підприємництво в туристичному секторі; реконструкція та відновлення існуючих об'єктів туристичної інфраструктури.

Необхідно покращити якість та розширення асортименту туристичних послуг та умов туристичних послуг, реконструювати та модернізувати існуючі туристичні об'єкти, залучати кошти бізнес-структур для розвитку туристичної інфраструктури (маршрути, зв'язок, сервіс, водопостачання системи тощо). Провести масштабну рекламну кампанію на туристичних послугах Андріяшівської сільської громади.

Таким чином, розвиток туристичної інфраструктури Андріяшівської сільської громади, сприятиме поповненню регіонального, місцевих бюджетів, розвиток туристичної галузі сприятиме підвищенню добробуту громадян, збереженню історичної та культурної спадщини та посиленню духовного потенціалу суспільства, що, у свою чергу, збільшити кількість робочих місць, соціальних та робочих місць. громадяни.

Список використаних джерел

1. Вечерський В. В. Загальні відомості про історико-культурні ресурси в туристичних регіонах України. Туристично-краєзнавчі дослідження. С. 99 – 122.
2. Корнус А. О. та ін. До кадастру туристичних ресурсів Сумської області. Туристично-краєзнавчі дослідження 2016. С. 250 – 263.
3. Корнус О., Корнус А. Туристська інфраструктура Сумської області та її роль у стійкому розвитку регіону. *Вісник наук. досліджень Галицького ін-ту ім. В. Чорновола*. Сер. Туризм. 2018. С. 6 – 11.
4. Настольный справочник делового человека. Сумы. 2015. 528 С.
5. Сайт Сумської обласної туристичної асоціації: URL: <http://www.tourass.narod.ru>

Т. В. Ведмідь, В. С. Павленко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

КВЕСТ ЯК ІНТЕРАКТИВНА ФОРМА ПРОВЕДЕННЯ ЕКСКУРСІЙ У МІСТІ СУМИ

У статті досліджено та висвітлено сутність квесту як інноваційної форми проведення екскурсій. Описано розвиток цього напрямку у регіонах України. Проаналізовані основні кроки для впровадження даної форми екскурсій у місті Суми.

Ключові слова: квест-екскурсія, інтерактивна форма, інновації.

В статье исследовано и рассмотрено сущность квеста как инновационной формы проведения экскурсий. Описано развитие этого направления в регионах Украины. Проанализированы основные шаги для внедрения данной формы экскурсий в городе Сумы.

Ключевые слова: квест-экскурсия, интерактивная форма, инновации.

The article explores and highlights the essence of the quest as an innovative form of excursions. The development of this direction in the regions of Ukraine is described. The main steps for the introduction of this form of excursions in the city of Sumy are analyzed.

Key words: quest-excursion, interactive form, innovations.

Актуальність теми. Місто Суми – обласний центр культурно-мистецького та економічного життя одного із регіонів України. На туристичному ринку воно позиціонує себе як «місто, яке важливо побачити». Суми вже знайшло свою туристичну привабливість: давня історія, старовинна архітектура, цікаві заходи, унікальні фестивалі, талановиті митці – все це стало його візитівкою. Та залишається один із найважливіших пунктів у просуванні якісного турпродукту – довершена подача усього

багатства та різноманіття об'єктів, заходів, природних надбань. Однією із форм демонстрації є екскурсія. Та з часів найперших екскурсій і до нашого сьогодення звична форма все більше втрачає інтерес серед туристів. Хочеться чогось нового та нестандартного, із максимальним залученням екскурсантів у процес.

Мета – дослідити квест як інтерактивну форму проведення екскурсій та оцінити перспективи впровадження квест-екскурсій у місті Суми.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні сучасний туристський ринок пропонує велику кількість екскурсійного продукту. Але на даному етапі розвитку висококонкурентне середовище ринку змінює форму та характер екскурсій. Цей процес пов'язаний із такими факторами:

- розвиток інноваційних методик проведення екскурсій на різних майданчиках та об'єктах туристичної індустрії;
- для молоді у екскурсійних програмах стає важливою їхня інтерактивність. Саме екскурсії з елементами пригод, у яких можна взяти активну участь користується попитом серед школярів під час огляду музейних експозицій та історико-культурних комплексів [1].

Тема впровадження ігрових технологій в першу чергу наводить на думку про квест-екскурсії.

Отже, квест-екскурсія (квест – запозичення з англ. *Quest* – пошук, предмет пошуків, пошук пригод) – це послуга з організації відвідування спеціально вибраних об'єктів екскурсійного показу, з наявною сюжетною лінією і перешкодами у формі різноманітних задач, головоломок, ігор, розгадуючи які, учасники знайомляться та вивчають конкретні об'єкти, використовуючи свої знання, спостереження і спілкування із іншими учасниками [2].

Сутність квест-екскурсії – це органічне за змістом поєднання огляду екскурсійних об'єктів, розповіді і технічних чи ігрових прийомів.

Для екскурсійної діяльності це новий рівень та інноваційна форма сприйняття екскурсії суто як процесу наочного пізнання із лідируючою роллю екскурсовода і пасивною роллю екскурсантів.

Квест-екскурсія поєднує характеристики як квесту, так і екскурсії:

- наявність індивідуальних екскурсантів або групи (до 30 осіб);
- значна тривалість за часом (до 24 годин, у виняткових випадках – до 2 діб);
- поєднання елементів гри і екскурсії: у цій формі не передбачається традиційна участь гйда-екскурсовода, тому традиційні об'єкти постають в дещо іншому ракурсі;
- конкретна тематика екскурсії з чітко вибудованою сюжетною лінією;

- знайомство з об'єктами відбувається до процесу гри і виконання певних завдань, пропонованих екскурсоводом;
- визначення мети, яку повинні досягнути учасники квесту.

Активними споживачами даного виду екскурсії можуть стати місцеві жителі, які можна виділити в наступні групи:

- школярі та підлітки;
- професійні колективи, які обирають спільне дозвілля;
- групи екскурсантів, що мають потребу в активному дозвіллі.

У школярів популярністю користуються тематичні квест-екскурсії пригодницького характеру з елементами детективу. Професійні колективи обирають тематичні квест-екскурсії детективного характеру або історичні з елементами детективного контексту. Групи екскурсантів, що мають потребу в активному дозвіллі віддають перевагу квест-екскурсіям з детективним сюжетом або спортивним.

Різноманіття створюваних квест-еккурсій класифікують за такими ознаками:

- за формою: з участю екскурсовода та безособова;
- за сюжетом: історичні, пригодницькі, детективні, спортивні;
- за місцем проведення: в одному приміщенні, міській, заміській;
- за видом пересування: пішохідні, вело, мото, міським транспортом, тощо.

В результаті впровадження квест-екскурсії як інноваційної форми екскурсій, підвищується якість та конкурентоспроможність екскурсійних послуг, а також забезпечується розвиток нових форм екскурсійних послуг.

Головною перевагою квест-екскурсії самостійне вивчення об'єктів показу за допомогою сюжетної гри, що визиває інтерес в учасників [2].

Цей новий напрямок в екскурсійній діяльності активно розвивається та користується попитом в регіонах України.

Для розвитку такої інновації було розроблено додаток з інтерактивними маршрутами WalQlike за допомогою Українського культурного фонду. У ньому уже представлені готові квести у славетних Львові, Тернополі, Кам'янці та Дніпрі, контрастних Києві, Харкові та Франківську, затишних Одесі, Чернігові й Чернівцях. Там зібрані неймовірні факти та таємничі історії про міста, його мешканців та визначні пам'ятки. Під час проходження маршруту учасники повинні відповідати на поставлені текстові питання, запитання із варіантами відповіді, числові та завдання зробити фото. Та окрім цього у додатку є можливість створити власний квест відповідно до своїх інтересів, компанії та кількості вільного часу [4].

На разі у даному переліку місто Суми відсутнє, але воно має перспективи створення такого турпродукту. «Для туристів створено нові маршрути під назвою «Архітектурна спадщина» - охочі мають можливість прослухати аудіоверіант екскурсії двома мовами, та разом з Open Ukraine розроблено 3D-маршрут для перегляду екскурсій онлайн» – звітує Людмила Фесенко, директор Агенції промоції «Суми» Сумської міської ради.

У гостей міста є можливість здійснити прогулянку містом з технологією доповненої реальності. За допомогою застосунку Ulab AR таблички, розташовані поряд з пам'ятками архітектури, оживають. Розповідь веде віртуальний гід, промисловець-цукрозаводчик та відомий меценат Іван Герасимович Харитоненко. Всього на пішохідному маршруті тривалістю 3 години розташовано 15 пам'яток.

Це свідчить про шляхи вдосконалення вже існуючих екскурсій та туристичного продукту в цілому.

Також відділом маркетингу, промоції та туризму управління стратегічного розвитку міста було створено туристичний портал «Відвідайте Суми». За допомогою порталу можна знайти інформацію про заходи активного та культурного відпочинку, влаштувати екскурсію по визначним пам'яткам міста. У розділі «Варто побачити» є підпункт «Пам'ятки архітектури», у якій описується 47 пам'яток міста Суми. Кожна картка супроводжується аудіо гідом та позначенням історичної цікавинки на Google mapі [3].

Такі інновації дуже позитивно сприймаються як туристами, так і місцевими жителями, які мають змогу подивитися на місто з іншої точки зору.

Висновки. Квест-екскурсія – це інтерактивна форма проведення екскурсій, без традиційних екскурсоводів, у процесі проходження якої знайоме місто постає у неочікуваному ракурсі, учасники знайомляться з історичними фактами, дивляться на місто очима літературних героїв або через призму часу.

Таким чином, розробка квест-екскурсій розглядається як ефективний шлях підвищення інтересу до внутрішнього туризму, розширення асортименту туристичних послуг, збільшення кількості фахівців туристичного супроводу.

На разі місто Суми не має розроблених квест-екскурсій. Але можна прослідкувати динаміку вдосконалення існуючих форм проведення екскурсій.

Список використаних джерел

1. Нездоймінов С. Г. Організація екскурсійних послуг. Навчально-методичний посібник. 2011. С. 18 – 47.
2. Піскунова Ю. Квест-екскурсія як інноваційна форма екскурсійної діяльності. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-

- ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України». 2019. С. 853 – 856. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/piskunova.htm*
3. Туристичний портал міста Суми. URL: <https://visit.sumy.ua/>
 4. WalQlike: Гід Квест Путівник. URL: <https://walqlike.com/>

А. С. Гиренко, В. С. Павленко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СТВОРЕННЯ ЕКСКУРСІЙНОГО МАРШРУТУ В РАМКАХ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ

У статті висвітлено питання, пов'язане з розвитком подієвого туризму на Сумщині. Розглянуто теоретичні засади, історію вивчення та сучасний стан цієї сфери в Україні. Подано окремі пропозиції щодо напрямів подальшого вивчення потенціалу подієвого туризму.

Ключові слова: подієвий туризм, туризм, екскурсійний маршрут, перспективи розвитку туризму.

В статье освещен вопрос, связанный с развитием событийного туризма на Сумщине. Рассмотрены теоретические основы, история изучения и современное состояние этой сферы в Украине. Представлены отдельные предложения по направлениям дальнейшего изучения потенциала событийного туризма.

Ключевые слова: событийный туризм, туризм, экскурсионный маршрут, перспективы развития туризма.

The article highlights issues related to the development of event tourism in Sumy region. The theoretical foundations, history of study and current state of this sphere in Ukraine are considered. Separate proposals are presented on the directions of further study of the potential of event tourism.

Key words: event tourism, tourism, excursion route, prospects of tourism development.

Актуальність теми. Поява та розвиток на міжнародному ринку туристичних послуг такого виду туризму, як подієвий туризм, зумовили підвищення попиту серед споживачів на цей досить новий напрям галузі. З року в рік кількість відвідувачів подієвих турів зростає, що викликає необхідність у створенні модернізованої інфраструктури, вивченні туристичного попиту на подієвий туризм та факторів, що впливають на нього, підготовці спеціалістів для взаємодії зі споживачами під час проведення заходів.

Подієві тури, що поєднують в собі традиційний відпочинок та участь в різноманітних подіях як у світі, так і в Україні, поступово стають дедалі популярнішими. Тому дослідження розвитку подієвого туризму в Україні є актуальним.

Виходячи з вище сказаного актуально буде розробити маршрути, сформувані екскурсійні програми, що включали б надання основних і додаткових послуг, які б склали технологію туристичного обслуговування,

тобто виробництво конкретного туристського продукту, призначеного для задоволення потреби в туристській послугі.

Мета статті полягає в аналізі розвитку подієвого туризму на Сумщині та розробці екскурсійного маршруту.

Виклад основного матеріалу. Подієвий туризм – це порівняно молодий напрям туризму як в Україні, так і у світі, в якому головною мотивацією споживачів виступає інтерес до відвідування певної спортивної, розважальної, музичної або іншої події та прийняття у ній участі. Унікальні подієві тури поєднують у собі рекреацію, відпочинок та розваги одночасно. За оцінкою Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) подієвий туризм на даний час є одним з найперспективніших видів туризму у світі. Серед інших видів туризму подієвий туризм вражає своєю насиченістю програми, видовищністю, яскравістю та атмосферою. Ще однією особливістю подієвого туризму є невечірність його ресурсів [1].

Вперше термін «подієвий туризм» або «event tourism» був використаний в 1987 році Департаментом туризму і громадськості Нової Зеландії. Слово «івент» з'явилося порівняно недавно і вживається в повсякденному визначенні, проте законодавчого чи словникового визначення даному терміну ще не надано, частіше зустрічається поняття «культурно-масовий захід» [5].

В Україні івент-індустрія бере початок з 90-х років ХХ ст. Історично склалося так, що в самостійну сферу івент виділилася лише за останні двадцять років. Цей підйом зумовлений відповідністю потребам людей, які у всі часи хотіли отримати нові враження, стати частиною подій, впливати на їх хід і отримати радісне відчуття причетності до чогось більшого. Треба зазначити, що в Україні подієвий туризм розвивається повільно. Тільки з 2002 р. туристичні фірми почали пропонувати послуги з організації подієвих поїздок. Збільшення в'їзного туризму в Україні у зв'язку з подіями не є систематичним і пов'язано з такими подіями як, до прикладу, Євробачення, Євро-2012. Більшість подій в Україні – місцевого й регіонального масштабу, що не надто приваблює навіть українських туристів і не сприяє розвитку в'їзного туризму.

В ході нашого дослідження можна зазначити що будь яка подія є важливою ланкою мотивації туризму і посідають головне місце в проектуванні туристичних пакетів та стимулюванні продажів багатьох туристичних напрямів. Планування та створення подієвих турів розпочалося лише кілька десятиліть тому і було зумовлене зростанням попиту споживачів на нові враження від таких подій, як, зокрема, фестивалі, карнавали, спортивні змагання. Індустрія подієвого туризму є галуззю, яка динамічно розвивається в наш час і створює значну кількість робочих місць.

Крім того, події грають іншу важливу роль – культурний розвиток, зміцнення національних та релігійних ідей, наукова пропаганда та духовний відпочинок.

Подієвий туризм виступає чинником туристичної привабливості регіонів. Регіон, в якому проводяться події, набуває нового іміджу, а в розвиток його інфраструктури залучаються інвестиційні кошти, місцева громада отримує нові робочі місця. Крім того, проведення різного роду подій є передумовою розвитку малобюджетних видів відпочинку та важливим чинником підвищення культурно-освітнього рівня населення [1]. Щорічно на Сумщині відбуваються фестивалі міжнародного, національного, обласного рівнів різних за масштабом. З метою обміну досвідом у напрямку фестивального руху Сумським, Житомирським, Вінницьким та Чернівецьким Центрами розвитку місцевого самоврядування був організований стаді-тур на Сумщину. Громади Сумщини ще не мають своїх бренд-буків, але активно працюють над цим. Той потенціал, який є, і його можливе представлення виглядають набагато краще, ніж в інших областях країни, що мають краще географічне розташування, можливості, фінансування. На Сумщині багато громад, які мають туристичний потенціал. Наприклад, Недригайлівська ОТГ, яка позиціонує себе через постать Петра Калнишевського; Лебединська потенційна ОТГ – батьківщина Давида Бурлюка, визнаного митця Японії, США. Тростянецька ОТГ має фестиваль «Столиця Сумщини» тощо» [4].

Також слід виділити насамперед Сумську область. За участю відділу промоції та туризму Сумської обласної державної адміністрації виділяє наймасштабніші фестивалі, що проводиться в Сумах та області:

Одним з таких фестивалів є всеукраїнський театральний фестиваль «Чехов-фест» який щорічно проходить в Сумах. За цей час відомі українські театри зіграли понад 30 вистав, які подивились близько 10 тисяч глядачів. Фестиваль щорічно відбувається в Сумах наприкінці квітня. Його організатори Володимир Нянькін та івент-агенція «Арт-хвиля».

Також щороку у травні до Міжнародного дня музеїв проводять мистецький арт-фестиваль «Ніч міста». У рамках фестивалю налічується більше 30 заходів, а відвідувачі приїждять навіть зі столиці.

У місті Тростянець Сумської області проводять фестиваль історичної реконструкції «Стара Фортеця. Подорож крізь століття проводиться на території унікальної пам'ятки архітектури XVIII століття – фортеці «Круглий двір». На гостей завжди чекають лицарські поєдинки, в яких візьмуть участь близько сотні бійців з клубів України та інших країн, турнір лучників, ярмарок ремісників з майстер-класами та корчма із середньовічними стравами. Будь-хто зможе постріляти з лука та арбалета. Фестиваль

прикрасить музика, танці фольклорних колективів і фаєр-шоу.

Ще один фестиваль який проводиться в м. Тростянець це «Схід рок» – музичний фестиваль, який щорічно проводиться у місті Тростянець. Вперше відбувся у липні 2013 року. Нині фестиваль відбудеться вже всьоме. Щороку Схід-рок дає можливість молодим колективам виступити на одній сцені з монстрами української рок-музики. Фестиваль проводять у фортеці XVIII століття – Круглий Двір. Можна не лише слухати музику, відпочивати з друзями і знаходити нових знайомих, але й насолоджуватися старовинною архітектурою.

В 2019 році відбувся вперше на Сумщині Агро-еко-етно фестиваль «НempFest». Свято проводиться кожного року в серпні в с. Сад. Як виявилось сумщина є лідером у вирощуванні конопель не тільки в Україні, а й у світі. На території області знаходиться 4 із 7 діючих в Україні коноплезаводів та Інститут луб'яних культур, де створюються нові сорти цієї культури. Тенденції розвитку коноплярства, правові аспекти вирощування коноплі, сучасні тенденції та досвід переробки промислових конопель харчового напрямку були детально обговорені на навчально-практичному семінарі в рамках фестивалю коноплярства.

Фестиваль «Кролевецькі рушники» збирає поетів, письменників, художників, майстрів декоративно-прикладного мистецтва, мистецтвознавців, художніх колективів та окремих виконавців з різних регіонів України.

Фестиваль «Козацькому роду нема переводу. Обласне патріотичне свято «Козацькому роду нема переводу» влаштовують до Дня захисника України та Дня українського козацтва. У фестивалі беруть участь кращі художні колективи та виконавці з різних регіонів Сумщини.

Одним з музичних фестивалів що проводиться на Сумщині це фестиваль «Органум». Його головною метою є пропаганда класичного мистецтва. В рамках заходу влаштовують концерти на яких виконують виконували твори Моцарта та Бортнянського.

Фестиваль «Віншуємо суницю – першу ягоду-царицю», традиційне обласне свято «Вітаємо суницю-першу ягоду-царицю». Торік там спекли найбільший Полуничний пиріг-довжиною 43 метри 97 сантиметрів. Його занесли до Книги рекордів Гіннеса України.

Фестиваль «Козацький родослав». Всеукраїнський фестиваль «Козацький родослав» відзначатимуть в рамках святкування в Сумській області 360-ї річниці перемоги війська Івана Виговського в Конотопській битві. Відвідувачів чекають численні концерти, Козацькі розваги та українська кухня [6].

Досліджуючи фестивалі які проводяться на території Сумської області, як основу можна взяти м. Тростянець, як одне із самих розвинутих фестивальних міст. Зробивши аналіз, багато сумчан відвідують фестиваль «Стара фортеця». Розробивши івент-тур «Поринь в історію міста», екскурсійний маршрут доречно буде побудувати таким чином, щоб тема екскурсії відповідала темі фестивалю. Завдяки такій тематиці він буде актуальний для даної категорії туристів, а також приверне більшу аудиторію до даного заходу.

Висновки. Отже, подієвий туризм у нашій країні порівняно молодий вид туризму. Але Україні для його розвитку сприяє геополітичне розташування України, етнічний склад населення, багатство народної культури, обрядовості, особливості традицій і обрядовості, тому безумовно перспективним є проведення етнофестивалів або інших заходів, що становлять національну культуру. Наприклад Сорочинський ярмарок чи Квартал-Fest, які мають всі передумови для того, щоб збирати багато глядачів і учасників. Основною причиною повільного розвитку подієвого туризму є специфіка організаційних особливостей у поєднанні з відсутністю належного рівня державного регулювання.

Для перспективного розвитку подієвого туризму на Сумщині потрібно залучити інвестиції, розвинути комунальні послуги, розвивати фестивальний рух і стати туристичним центром всієї Слобожанщини. Започаткування та проведення подібних фестивалів, як в Тростянці, не тільки позитивно впливає на імідж території, а й відкриває можливості отримання додаткового поштовху до розвитку територій громад. В цілому фестивальний рух відображає світову тенденцію у туризмі, де культурно-пізнавальні та розважальні форми стають основою росту туристичних потоків у розвинутих країнах.

Список використаних джерел

1. Александрова А. Ю. Економіка і територіальна організація міжнародного туризму. М.: 1996. 427 с.
2. Александрова А. Ю. Международный туризм. Учебник. М.: Аспект Пресс, 2002. 470 с.
3. Кляп М. П. , Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму. Навч. посібник. В-во: Знання. К.: 2011. 334 с.
4. Марченко О. Інтеграція регіонального туристичного продукту в національний загальноукраїнський туристичний продукт та європейську туристичну індустрію. *Закарпаття: науково-популярне видання про історію, сучасність, перспективи краю.* № 3. С. 42 – 46.
5. Шаповалова І. Майбутнє event-маркетингу.
URL: <https://www.proreklamu.com/articles/below-the-line-btl/4690-sevent-.html>
6. Подієвий туризм в Україні: спортивні змагання, ярмарки, виставки, концерти, карнавали. URL: http://www.ukrtourism.com/travel_in_ua/1-9-2008_12-48_52_1.html

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ АВТОРСЬКОЇ ЕКСКУРСІЇ

У статті розкрито основне значення розробки авторських екскурсій для нинішнього споживача туристичних послуг. Було висвітлено особливості створення авторських екскурсій. Автором було досліджено основні етапи створення авторських екскурсій.

Ключові слова: авторська екскурсія, портфель екскурсовода, попередня робота.

В статье раскрыто основное значение разработки авторских экскурсий для нынешнего потребителя туристических услуг. Были освещены особенности создания авторских экскурсий. Автором были исследованы основные этапы создания авторских экскурсий.

Ключевые слова: авторская экскурсия, портфель экскурсовода, предыдущая работа.

The article reveals the main importance of developing author's excursions for the current consumer of tourist services. Features of creation of author's excursions were covered. The author explored the main stages of creating author's tours.

Key words: author's excursion, guide's portfolio, preliminary work.

Постановка проблеми. Екскурсії відіграють важливу функціональну роль у задоволенні рекреаційних потреб людини: духовних, естетичних, інформаційних. Вони дозволяють моделювати рекреаційну діяльність людини, пов'язану з пізнанням навколишнього світу: особливостей природи, сучасних та історичних подій, елементів побуту, традицій, вірувань, творчих здобутків людства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дана робота спирається на таких науковців, а саме І. М. Чегайда і С. В. Грибанова [4], В. К. Федорченко [5], О. Д. Король [6], В. К. Бабарицька та ін.

Мета – виявлення особливості створення авторської екскурсії на даному етапі розвитку екскурсійної справи.

Створення авторської екскурсії з будь-якої теми – складний процес, що вимагає активної участі цілого колективу. Зміст майбутньої екскурсії, її пізнавальна цінність знаходяться в прямій залежності від знань методистів і екскурсоводів, їх компетентності, ступеня практичного засвоєння ними основ педагогіки і психології.

Авторська екскурсія – це екскурсія, створена однією людиною або групою осіб за оригінальним задумом, зі своєю творчою задумкою, що має ряд особливостей. Її головна ознака – це новизна та невизначеність ідеї та методики проведення. Інші особливості авторської екскурсії – наявність цілей та завдань, які визначають вибір екскурсійних об'єктів, розробку маршруту, підбір літературних джерел, ілюстрацій, загальний емоційний настрій екскурсії [4].

Пік підвищеного попиту авторської екскурсії припадає на початок осені – одну із найбільш живописних пір року. Таким чином, дана екскурсія носить комплексний краєзнавчий, природознавчий і мистецтвознавчий характер. Аналіз туристської практики доводить, що основна частина авторських екскурсій для молоді проектується з урахуванням транспортної карти регіону, міжміських магістралей, що забезпечують транспортну доступність екскурсійних об'єктів. При визначенні маршруту для молоді необхідно врахувати зони концентрації показів об'єктів.

Велике значення у створенні авторської екскурсії має особистість автора. Автором визначається тема самої екскурсії, цільова аудиторія, форма проведення. Найчастіше автор створює екскурсію для себе, розповідаючи те, що є цікавим йому самому, але не іншим. Таким чином, основні етапи організації авторської екскурсії співпадають з загальними підходами та принципами організації екскурсії взагалі. Велика увага слід приділити транспортній доступності об'єктів, їх розташуванню та можливості легкого огляду. При проектуванні авторських екскурсій слід враховувати загальний інформаційний та природний ресурс території, рельєф місцевості, ландшафтні характеристики, стан пам'яток архітектури, що дозволяють максимально реалізувати комунікативні, виховні та розважально-дозвіллієві функції екскурсії. Світові зміни підготували ґрунт для розвитку внутрішнього туризму країни. Це дає можливість звернути інтерес до унікальних українських історико-культурних пам'яток та її історичного потенціалу. Україна має різноманітний природний ландшафт та кліматичні зони, що дозволить створити безліч оригінальних авторських екскурсій і маршрутів [3].

Серед форм розвитку внутрішнього туризму особливу місце займає авторська екскурсія, яка відрізняється від стандартних екскурсійних маршрутів оригінальною задумкою автора та приваблює свою новизну. Серед потенційних споживачів екскурсійного бізнесу потрібно виділити молодь, як особливу категорію туристської аудиторії, яка за своїми віковими особливостями надзвичайно сприятлива до всього нового та цікавого, в тому числі й до авторських екскурсій. Методика проведення авторської екскурсії включає прийоми показу та розповіді; вибір бажаних точок, ракурсів огляду пам'яток природи, архітектури та історії; принципу наочності; принципу перспективи, методичні прийоми, спрямовані на посилення емоційного відчуття за допомогою вибору оптимальних точок показу об'єктів в різні періоди часу.

Робота над будь-якою екскурсією починається з чіткого визначення її мети. Це допомагає авторам екскурсії більш організовано вести роботу надалі. Мета екскурсії – це те, ради чого показуються екскурсантам

пам'ятники історії і культури і інші об'єкти. Розповідь екскурсовода підпорядкована тій же кінцевій меті. Назвемо декілька цілей: виховання патріотизму, любові і поваги до Батьківщини, суспільно-корисної праці, до інших народів; естетичне виховання, а також розширення кругозору, отримання додаткових знань в різних областях науки і культури тощо. Завдання екскурсії – досягти цілей шляхом розкриття її теми.

Вибір теми залежить від потенційного попиту, конкретного замовлення або цілеспрямованого створення певної тематики екскурсій. Кожна екскурсія повинна мати свою чітко певну тему.

Тема є стержнем, який об'єднує всі об'єкти і підтеми екскурсії в єдине ціле. Відбір об'єктів при створенні екскурсії учасники творчої групи ведуть, постійно звіряючи свої матеріали з темою. Проте мало відібрати об'єкт по темі, треба знайти конкретний матеріал, на якому ця тема буде розкрита з найбільшою повнотою і переконливістю. Угрупування тим лежить в основі існуючої класифікації екскурсій.

Перед автором екскурсії стоїть завдання – відібрати з багатьох об'єктів найцікавіші і на вигляд, і за тією інформацією, яку вони з собою несуть.

Правильний відбір об'єктів забезпечить зорову основу сприйняття екскурсійного матеріалу і глибоке розкриття теми. Слід так організувати цю справу, щоб одні і ті ж об'єкти не кочували з екскурсії в екскурсію.

Різноманітність об'єктів дає можливість забезпечити правильне чергування вражень у екскурсантів, дозволяє зберегти елемент новизни при вивченні різних тем.

Для оцінки об'єктів, які включаються в екскурсію, рекомендується використовувати наступні критерії:

Пізнавальна цінність – зв'язок об'єкту з конкретною історичною подією, з певною епохою, життям і творчістю відомого діяча науки і культури, художні достоїнства пам'ятника, можливість їх використання в естетичному вихованні учасників екскурсії.

Незвичність (екзотичність) об'єкту. Мається на увазі особливість, неповторність пам'ятника історії і культури, будівлі, споруди (наприклад, суцільнозварної міст імені Е. О. Патона через Дніпро в Києві). Незвичність об'єкт може бути також пов'язана з якоюсь історичною подією, яка відбулася в даній будівлі, на місці установки даного пам'ятника, з легендою або історичною подією. Екзотичність може бути природного характеру (наприклад, сталактито-сталагмітові карстові печери в Новому Афоні, в Абхазії).

Виразність об'єкту, тобто зовнішня виразність об'єкту, його взаємодія з фоном, навколишнім середовищем – будівлями, спорудами, природою.

Перевага віддається тому об'єкту, який найкращим чином вписується в місцевість, гармонує з іншими об'єктами, з ландшафтом.

Збереження об'єкту. Проводиться оцінка стану об'єкта в даний момент, його підготовленості показу екскурсантам.

Місцезнаходження об'єкту. При відборі об'єктів повинні враховуватися відстань до пам'ятника, зручність під'їзду до нього, придатність дороги для автотранспорту, можливість підвезення до об'єкту екскурсантів, природна обстановка, що оточує даний об'єкт, наявність місця, придатного для розташування групи з метою спостереження [2].

Висновки. Таким чином, складання і проведення авторських екскурсій це складний процес. Велике значення у створенні авторської екскурсії має особистість автора, тому що саме його харизма накладає на екскурсію її неповторний характер. Автор повинен розробити унікальний і цікавий маршрут який би привернув увагу великої аудиторії. Авторська екскурсія завжди різнопланова, варіабельна, спрямована на цікавість і запити духовного розвитку різноманітних вікових, гендерних, професійних груп.

Список використаних джерел

1. Емельянов Б. В. Организация работы экскурсионного учреждения. М.: 1987. 196 с.
2. Емельянов Б. В. Экскурсоведение. М.: 1998. 320 с.
3. Король О. Д. Організація екскурсійних послуг в туризмі: навч. посіб. Чернівці: ЧНУ, 2016. 144 с.
4. Парфіненко А. Культурний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій. А. Парфіненко. *Вісник Львівського університету*. Серія географічна. 2013. Випуск 43. Ч. 1. С. 233 – 242.
5. Федорченко В. К., Дьорова Т. А. Історія туризму в Україні: навч. посіб. К.: Вища школа, 2002. 195 с.

Я. С. Кондрух, І. С. Зігунова

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ І ПРОВЕДЕННЯ ЕКСКУРСІЙ ДЛЯ ВЕЛИКИХ ГРУП

У статті розглянуто особливості проведення та розробки екскурсійних маршрутів для великих груп. Акцентовано увагу та подано порядок створення екскурсій. Подано узагальнюючу інформацію про розробку екскурсій, оскільки екскурсійна справа на сьогоднішній день є дуже популярною сферою діяльності.

Ключові слова: екскурсія, екскурсійна діяльність, екскурсовод, екскурсоведство, ознаки та методи.

В статье рассмотрены особенности проведения и разработки экскурсий для больших групп. Акцентировано внимание и представлен порядок создания экскурсий. Подано обобщающую информацию о разработке экскурсий, поскольку экскурсионное дело на сегодняшний день является очень популярной сферой деятельности.

Ключевые слова: экскурсия, экскурсионная деятельность, экскурсовод, экскурсоведение, признаки и методы.

The article considers the features of conducting and developing excursions for large groups. Attention is focused and the order of creation of excursions is given. The general information on development of excursions as the excursion business for today with very popular sphere of activity is given.

Key words: excursion, excursion activity guide, guide study, signs and methods.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день проведення екскурсій для великих груп в місті Суми має право бути. Хоча є явищем епізодичним, адже зібрати велику кількість людей на одному маршруті вдається дуже рідко. Бажаючих впізнати місто є дуже багато, але більша частина туристів віддає перевагу індивідуальним екскурсіям, або екскурсіям з невеликою кількістю осіб. Найчастіше учасниками екскурсій-масовок є іноземні туристи, які відвідують місто великими групами.

Сучасний туристський ринок потребує нового підходу організації екскурсійної діяльності. Екскурсійні бюро та туроператори, при розробці нових пізнавальних маршрутів, повинні враховувати не лише попит на ринку, але й відштовхуватися наявних місцевих екскурсійних об'єктів. При цьому всі маршрути мають розроблятися на науковій основі з урахуванням вимог сучасної екскурсійної методики [4, с. 280].

Аналіз наукових публікацій свідчить про надмірну кількість робіт присвячених опису та аналізу розвитку екскурсійної справи України. Історія екскурсійної діяльності достатньо досліджена і доволі повно представлена в роботах таких науковців як, В. К. Федорченко, О. М. Костюкова, Т. А. Дьоровий, М. М. Олексійко 2004 р., І. М. Чагайда, С. В. Грибанова 2004 р., Г. П. Науменко, В. А Зінченко 2008 р.

Слово «екскурсія» походить від латинського «excursio» – поїздка. З самого початку екскурсія була лише прогулянкою, що мала практичні цілі, наприклад, вихід за місто на пошук і збирання лікарських трав та ін. Саме в такому розумінні тлумачив це слово у 1882 р. у своєму словнику В. Даль: «Екскурсія – прогулянка, вихід на пошук чогось, для збирання трав та ін.» На цей час за поняттям «екскурсія» закріплюються такі характеристики, як цілеспрямованість, тобто відвідування певних місць з конкретною метою, та невіддалений і короткотривалий характер поїздки чи прогулянки.

Екскурсійна справа пройшла великий історичний шлях, перш ніж досягти свого сучасного стану. У різні історичні періоди розвитку нашої країни екскурсії виконували різні завдання. Історія екскурсійної справи в Україні налічує понад 200 років. Вона є органічною частиною історії, культури нашої країни, її історичних етапів. Вона показує, як розвивалася національна самосвідомість, культурний рівень суспільства в той чи інший історичний період. У зв'язку з цим історію розвитку екскурсійної справи можна розділити на етапи [3, с. 216].

Мета дослідження – провести теоретичний аналіз особливостей проведення та розробки екскурсій для великих груп.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні екскурсія – це процес пізнання людиною навколишнього світу, що передбачає ознайомлення з об'єктами «наживо», тобто в місцях їхнього розташування. При цьому огляд пам'яток відбувається під керівництвом кваліфікованого фахівця – екскурсовода та супроводжується його розповіддю. Процес пізнання на екскурсії підпорядкований завданню розкриття певної теми.

Групи, що здійснюють екскурсійну подорож формуються з числа учасників, які об'єднуються на довільних засадах за спільними інтересами. До складу груп включають тільки тих учасників, які придатні за станом здоров'я для участі у запланованих подорожах.

Екскурсії можна поділити на індивідуальні, вузькогрупові і групові:

1. Індивідуальна програма розрахована на 1 – 3 туристів, відповідно до їх уподобань. Це дорогий пакет, що передбачає особливий підхід до кожного клієнта. Подібний вид екскурсійного туризму дуже популярний в країнах Європи, США, Канаді, Австралії.
2. Вузькогруповий тур являє собою послугу для 3 – 15 екскурсантів. Даний вид програми є найбільш поширеним, оскільки допомагає оптимально розподілити фінансове навантаження, забезпечивши високий рівень сервісу, розміщення, і, в той же час, гарантувати комфортне відвідування визначних пам'яток, послуги гіда.
3. Груповий тур – від 15 і більше осіб. Останнім часом такий вид екскурсійного туризму став поширеним варіантом корпоративних подорожей. Мова йде про виїзд на відпочинок співробітників компанії, школярів, студентів тощо. З точки зору організації, подібні екскурсії зв'язані з деякими складнощами, оскільки гіду доводиться фіксувати увагу кількох десятків туристів.

Виходячи з цього до великих груп можна віднести, якщо група перевищує більш ніж 15 осіб.

Розробка маршруту повинна відповідати вимогам замовника. Сюди можна віднести одноденні і багато денні екскурсійні маршрути. Які можуть бути, як пішохідними, так і автобусними.

При організації пішохідних маршрутів кілометраж не повинен перевищувати шість кілометрів, а автобусні можуть бути більшими. Пішохідні екскурсії - один з найцікавіших видів туризму. Вони не вимагають великих матеріальних витрат і дають можливість самого детального знайомства з місцевістю, в якій здійснюється подорож. Ефективність пішохідної екскурсії багато в чому залежить від техніки її проведення, зв'язки

між методикою і технікою ведення. До техніки ведення екскурсії пред'являється ряд вимог. У їх число входять: знайомство екскурсовода з групою, правильна розстановка групи у об'єкту, вихід екскурсантів з автобуса, проведення пішохідної екскурсії та повернення в автобус (інший транспортний засіб), використання екскурсоводом мікрофону, дотримання часу, відведеного на екскурсію в цілому і розкриття окремих підтем, відповіді на питання екскурсантів тощо.

При проведенні автобусних екскурсій екскурсовод повинен використовувати мікрофон, або гучномовець на подвір'ї, щоб всі екскурсанти змогли почути інформацію, що доносить екскурсовод. Розробка маршруту – складна багатоступінчаста процедура, що вимагає досить високої кваліфікації і є одним з основних елементів технології створення нової екскурсії. При розробці автобусного маршруту слід керуватися «Правилами дорожнього руху», «Статутом автомобільного транспорту», «Правилами перевезення пасажирів» та іншими відомчими нормативами.

При проведенні екскурсії в музеї для великих груп доцільно буде розділити групу на 15 чоловік. Це пов'язано з тим, що приміщення музею може бути малим і проходити великій групі по маршруту буде не досить зручно.

Розробка групових турів включає такі етапи: вибір пунктів маршруту, ієрархізація цих пунктів, вибір пунктів початку та закінчення маршруту, після чого провадиться розробка схеми маршруту та його оптимізація. Розробка схеми маршруту та його програмне забезпечення є нерозривно пов'язаними паралельними процесами. Розрахунок вартості туру ґрунтується на проведених організаційно-технічних заходах з пошуку партнерів та укладених з ними угод.

Спочатку потрібно визначитися з пунктами на маршруті. Критерієм відбору є атрактивність об'єктів показу для задоволення мети подорожі, можливість забезпечити різноманітність програми перебування в даному населеному пункті, його транспортна доступність та забезпеченість послугами гостинності.

На другий етап – це ієрархізація пунктів маршруту. Потрібно звернути увагу на клас гостинності та транспортну доступність обраних пунктів маршруту. Метою даного етапу є виділення диференціація пунктів маршруту відповідно до мети подорожі з виділенням пунктів дислокації з тривалим програмним забезпеченням та екскурсійних пунктів.

На третьому етапі потрібно вибрати початковий та кінцевий пункт маршруту, який відповідає показникам транспортної доступності, тобто зв'язності з місцем постійного проживання потенційних туристів

(зоною дії туроператора), взаємозамінності видів транспорту, типу транспортних засобів [1].

Наприкінці потрібно розробити схему маршруту. Схема маршруту залежить від обраної форми. Маршрут - це напрямок переміщення туриста. За схемою маршрути можуть бути лінійні, кільцеві, радіальні та комбіновані. Вибір пунктів по маршруту узгоджується з програмою відповідно до виду туризму, терміну та класу обслуговування.

Також потрібно дослідити технологію процесу розробки та проведення екскурсій для великих груп. В ході дослідження можна виділити 3 етапи, і на кожному з них визначити об'єкти або процеси, що дозволять визначити якість екскурсійної послуги.

Перший етап – творчий, На цьому етапі зароджується ідея нової екскурсії а також розробка та затвердження її тексту. На даному етапі відбувається підбір маршруту, вивчення об'єкта (об'єктів) показу, збір і обробку інформації по об'єкту (об'єктів), складання індивідуального тексту екскурсії, формування екскурсійного пакету, затвердження маршруту, підготовку контрольного тексту екскурсії і «портфеля екскурсовода», методичну розробку проведення екскурсії, підготовку технологічної карти, проведення контрольного «прогону екскурсії». В результаті даного етапу є затверджений директором фірми текст нової екскурсії, якість якої багато в чому визначається вибраними об'єктами показу, текст екскурсії і повнотою підбору інформації в портфелі екскурсовода.

Другий етап – організаційний. До якого відносять укладення договорів з партнерами (музеями, транспортними підприємствами тощо), розробляється калькуляція туру, розраховується вартості туру, визначення заходів по просуванню і продажу екскурсії. Результатом другого етапу є визначення вартості екскурсії і формування екскурсійної групи. При цьому на якість екскурсійної послуги впливають визначення маршруту екскурсії, транспортних засобів та заходів по просуванню екскурсії.

Третій етап – контактнo-інформаційний, він включає пошук екскурсовода який повинен відповідати категорії екскурсантів, знайомство екскурсовода з групою, адаптація тексту для сформованої екскурсійної групи, ознайомлення групи з технікою безпеки на маршруті, передачу інформаційної частина екскурсії, тобто озвучування тексту і показ екскурсійних об'єктів [3].

Визначити враження від екскурсії можна шляхом проведення анкетування екскурсантів, заповнення книги відгуків. Результатом 3 етапу є проведення екскурсії, а об'єктами оцінки якості: екскурсійний розповідь, особистість екскурсовода і враження екскурсанта.

Отже, виходячи з вищесказаного можна зробити наступні висновки. Організація екскурсійного маршруту для великої групи досить довгий і тяжкий процес. Потрібно враховувати той фактор, що з даною категорією досить тяжко працювати, як екскурсоводу, супроводжуючому групи так і водію. Для того, щоб вчасно пройти всі заплановані об'єкти на маршруті потрібно ділити групу, слідити за тим щоб всі учасники пересувалися досить швидко. При розробці маршруту туру туристична фірма повинна враховувати всі потреби екскурсантів.

Список використаних джерел

1. Голубнича С. М. Основи екскурсійної справи. Навчальний посібник. Донецьк: 2013. 156 с.
2. Долженко Г. П. Екскурсійна справа. Навчальний посібник. М.: ІКЦ «МарТ». 2005. 272 с.
3. Смелянов Б. В. Екскурсоведство. М.: Радянський спорт. 2007. 216 с.
4. Заблоцька Р. О. Світовий ринок послуг : підручник. К.: Знання, 2004. 280 с.
5. Райков Б. Е. Методика и техника экскурсий. Л.: 2004. 124 с.
6. Федорченко В. К. Історія екскурсійної діяльності в Україні. Навчальний посібник. К.: 2014. 166 с.

Я. С. Самілик, В. С. Павленко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ І ПРОВЕДЕННЯ МУЗЕЙНИХ ЕКСКУРСІЙ

У даній статті йдеться про музейні екскурсії, а саме як їх розробляють, хто цим займається, як обирається тематика екскурсії, що таке музейні предмети, експонати, як визначається маршрут екскурсії, де шукати матеріал для підготовки до проведення екскурсії.

Ключові слова: музей, екскурсія, експонат, екскурсовод.

В данной статье речь идет о музейных экскурсиях, а именно как их разрабатывают, кто этим занимается, как избирается тематика экскурсии, что такое музейные предметы, экспонаты, как определяется маршрут экскурсии, где искать материал для подготовки к проведению экскурсии.

Ключевые слова: музей, экскурсия, экспонат, экскурсовод.

This article is about museum excursions, how they are developed, who does it, how to choose the theme of the excursion, what are museum objects, exhibits, how to determine the route of the excursion, where to look for material to prepare for the excursion.

Key words: museum, excursion, exhibit, guide.

Постановка проблеми. Музейні екскурсії – це особливі екскурсії, які не схожі ні на які інші, тому і підготування до їх проведення також буде відрізнятися. Екскурсовод має враховувати усі особливості музею, у якому планується проведення екскурсії, досконало дослідити та вивчити літературу, усю необхідну інформацію, яка буде необхідною для проведення екскурсії,

знати усі експонати, чітко визначити мету та тематику самої екскурсії, визначити маршрут екскурсії, бути готовим відповідати на запитання екскурсантів. Робота екскурсоводом у музеї не є легкою, адже необхідно мати хорошу пам'ять, цікавитися історією (або ж тим, на чому спеціалізується музей, в якому він працює), вміти взаємодіяти з людьми, чітко та гарно розмовляти, щоб відвідувачам музею було цікаво слухати.

Аналіз актуальних досліджень. Дослідженням даної проблеми займалися численні дослідники та науковці: М. Покоłodна, Є. Ковальчук, О. Салата, М. Белікова, В. Зайцева та інші.

Аналіз літератури показує, що тема музейних екскурсій є досить популярною і в останні роки увага вчених посилилася саме до цієї проблеми. Автори детально дослідили це питання і дійшли до висновків, що не всі «фахівці» розуміють, як правильно розробити екскурсію, як зробити так, щоб екскурсантам було цікаво слухати екскурсовода, як підібрати інформацію для екскурсії, щоб максимально точно розкрити тему.

Мета статті полягає в аналізі особливостей розробки і проведення музейних екскурсій.

Виклад основного матеріалу. Екскурсія – це процес пізнання людиною навколишнього світу, ознайомлення з об'єктами «наживо», тобто в місцях, де вони розташовані. Огляд пам'яток проходить під керівництвом кваліфікованого фахівця – екскурсовода і супроводжується його розповіддю. Головним завданням є розкрити певну тему на екскурсії. Екскурсовод передає екскурсантам бачення об'єкта, його оцінку та розуміння історичної події. Йому важливо, що побачить аудиторія, як вона зрозуміє подану їм інформацію. Екскурсовод своїми поясненнями підводить екскурсантів до потрібних висновків та оцінок і тим самим досягає потрібної мети [4].

Екскурсії в музеях проводяться для ознайомлення відвідувачів з предметами, які знаходяться у музейних фондах, представлених на виставці або в експозиціях.

Одним із головних показників діяльності музею є розробка нових тем для екскурсій. Вона говорить про рівень роботи музею, прийняття до уваги інтересів та потреб молоді. Слід починати розробку нових тем саме із вивчення цих інтересів. Від того, як добре досліджений матеріал й методично правильно підготовлена екскурсія, залежить її пізнавальне й виховне значення.

Підготовка екскурсії в музеї має чітку послідовність та включає такі етапи:

- формування теми екскурсії та визначення її мети;
- складання бібліографії;

- опрацювання літератури, джерел, вивчення експозиції й експонатів;
- відбір об'єктів екскурсійного показу, складання маршруту;
- робота над змістом екскурсії;
- робота над методикою проведення екскурсії, визначення найбільш доцільних прийомів та методів;
- розробка й оформлення тексту екскурсії;
- включення екскурсії до загальної екскурсійної тематики [5].

Не завжди дані етапи у процесі роботи можна розділити. Так, наприклад, опрацювання необхідної літератури та джерел, накопичення довідкового матеріалу, розробка плану екскурсії здійснюється від початку процесу підготовки екскурсії до самого кінця. Однак, якщо є така можливість, потрібно дотримуватися встановленої послідовності.

У кожній екскурсії повинна бути мета й тема. Необхідно визначити конкретні задачі екскурсовода. Цільова установка формулюється в короткій тезисній формі. Правильно встановлена мета екскурсії акцентує актуальність теми.

Зміст самої екскурсії формується із окремих взаємопов'язаних підтем, що підпорядковані основній темі та розкриваються під час екскурсії. Тема екскурсії відбиває її зв'язок з конкретною галуззю науки про природу й суспільство та лежить в основі екскурсійної класифікації.

У кожному музеї тематика екскурсій обирається його профілем, запитамі відвідувачів і актуальними питаннями роботи. Головним завданням музею є розробити цикли екскурсій, які охоплювали б усі грані музейної експозиції та задовольняли інтереси учнів.

Головним в розробці нової екскурсії є встановлення теми, мети екскурсії, її характеру. Цим і визначається література, коло джерел й об'єкти показу.

Слід розпочати роботу з літературою зі складання бібліографії, що дозволить найбільш обширно ознайомитися із літературними джерелами відповідно до конкретної теми й мети екскурсії.

Під час підготовки до екскурсії вивчають документальні матеріали, спеціальну, наукову і художню літературу. Список літератури по екскурсії дозволяє не лише виявити наявні друковані матеріали, які потрібні для повного й точного висвітлення теми, але також і вибрати серед них найважливіші й найбільш актуальні роботи. У процесі складання бібліографії можна використовувати різні посібники: алфавітні, хронологічні, систематичні, предметні, рекомендовані вказівники, спеціальні списки літератури, довідники.

Під час підготовки загального списку літератури необхідно відразу скласти бібліографію до окремих розділів екскурсії. Які ж дані слід виписати із бібліографічних посібників? Перше – це точну назву джерела, відомості про автора, місце й рік видання. У процесі складання бібліографії бажано виписувати короткі відомості про зміст кожного джерела. Найкраще це робити на картках, створюючи картотеку. Перед тим, як розпочати вивчення зібраної літератури, необхідно визначити порядок опрацювання всіх попередньо відібраних матеріалів. У першу чергу слід виявити основні питання, структуру майбутньої екскурсії. Джерела інформації та літературу краще вивчати у такій послідовності: література й документи по всій темі, література із окремих розділів, матеріали періодичної преси і статистичні дані [1].

Під час підготовки нової теми можна звернутися до архівів з метою уточнення фактів, визначення пам'ятних місць, пошуку нових даних. Відомості, які були одержані у ході вивчення літератури та джерел інформації, слід зафіксувати, а при необхідності й замовити копії документів у архівах. Можна робити записи по-різному: у вигляді коротких записів, виписок, тез, цитат, конспектів творів, фотокопій найцікавіших матеріалів.

При підготовці екскурсії рекомендовано проводити консультації та зустрічі, спілкуватися з учасниками та очевидцями подій, ветеранами Великої Вітчизняної війни, діячами науки й культури. Усі галузі науки, техніки, мистецтва мають власну термінологію, без вивчення якої неможлива підготовка екскурсії на науковій основі. Тому обов'язково слід оволодіти основними термінами.

Наступний етап розробки екскурсії – відбір об'єктів екскурсійного показу. При відборі для екскурсії експозиційного матеріалу слід відмітити ті теми й комплекси експозиції, які потрібно включити до екскурсії.

Потрібно чітко визначити час, який необхідний екскурсиводу для кожного залу, комплексу, на переходи від одного експонату до іншого.

Розробка тематики екскурсії нерозривно пов'язана зі станом експозиційної діяльності музею. Експозиція музею чи її окремі частини і окремі музейні предмети є об'єктами екскурсійної роботи.

Основні види музейних предметів:

- речові пам'ятки, що являють собою реліквійний і меморіальний матеріал;
- пам'ятки образотворчого мистецтва;
- документальні пам'ятки.

Мета й тема екскурсії визначають об'єкти показу:

- а) музейний предмет і пов'язаний із ним опосередкований матеріал;
- б) будь-які пам'ятки-експонати, конкретна подія чи явище, яке пов'язане з ним;
- в) деталь, фрагмент або властивість музейного предмета як самостійного об'єкта спостереження [5].

У першому випадку музейний предмет – це об'єкт оглядової екскурсії по музею чи його розділу. У другому – це об'єкт тематичної екскурсії. І в третьому – об'єкт вузько-тематичної екскурсії.

Музейні предмети поділяються на основні та допоміжні: до основних об'єктів екскурсійного показу належать найбільш значні із оригінальних (автентичних) пам'яток, які є опорними в експозиційному комплексі, розділі; допоміжні об'єкти не обов'язково експонувати для розкриття конкретної теми екскурсії, проте вони сприяють детальному висвітленню теми. У підрозділі експонатів музею лежить історична й художня цінність пам'яток і їх важливість для розкриття теми екскурсії.

Тематика екскурсій залежить від тематичної структури експозиції, її розділів і найбільш значних комплексів і при цьому повинні бути враховані: головні структурні елементи експозиції, без показу яких неможливо розкрити дану тему; структурні елементи експозиції, що можуть бути використані в якості додаткових об'єктів для розкриття теми; структурні елементи, які до даної теми відношення не мають, але які слід показати при проведенні екскурсії.

Визначивши об'єкти показу, необхідно визначати маршрут екскурсії. Маршрут у музеї визначають залежно від структури експозиції і він повинен мати логічну послідовність викладення матеріалу. При цьому слід так розташувати екскурсантів, щоб вони могли розгледіти експонати, прочитати заголовки. Зібрані для екскурсії матеріали під час розробки маршруту розподіляються за підтемами відповідно до об'єктів показу, систематизуються. Екскурсія має відповідати головним методологічним вимогам: науковості, пізнавальності, вихованню, встановленню причинно-наслідкових зв'язків.

Під час визначення змісту екскурсії потрібно звернути увагу на її структуру, тривалість, мету, головні об'єкти показу. Вступ повинен підготувати екскурсантів до сприйняття екскурсійного матеріалу. Спочатку необхідно розказати про історію музею та його значення, подати загальний матеріал по темі. Вступ має бути яскравим та лаконічним. Не забувайте, що початок екскурсії – це завжди найвідповідальніший момент, коли у екскурсантів формується перше враження про екскурсовода.

Основна частина, сама екскурсія, формується на поєднанні показу із розповіддю. Її зміст складається із окремих підтем, що розкриваються на об'єктах показу й об'єднані головною темою. Ця тема обумовлює спрямування екскурсії, співвідношення її частин, обсяг конкретного матеріалу, пов'язаного з об'єктами та принцип її викладання. Побудувати струнку композицію екскурсії можна лише логічно розкриваючи тему.

Логіка побудови екскурсії визначає не лише її поділ на підтеми, але й встановлення між ними зв'язку. Вони здійснюються за допомогою логічних переходів, які об'єднують розповідь і показ в єдине ціле.

Під кінець екскурсії екскурсовод підводить підсумки, дає відповіді на запитання екскурсантів, говорить про літературу, яку можна прочитати по темі екскурсії. На цьому етапі закріплюється зміст побаченого та почутого екскурсантами під час екскурсії. Екскурсовод також може порекомендувати, що ще відвідувачі можуть подивитися в музеї.

Заключний етап, що підсумовує усю роботу з підготовки екскурсії, включає написання тексту екскурсії і методичної розробки.

Висновки. Дослідивши цю тему можна зробити висновки, що підготовка та розробка музейних екскурсій не є легким заняттям, а дуже кропітким та зтяжним, водночас цікавим та захоплюючим.

Список використаних джерел

1. Класифікація екскурсій. Особливості підготовки музейної екскурсії. URL: <https://studopedia.org/6-61668.html>
2. Король О. Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі. URL: https://tourlib.net/books_ukr/korol-ekskurs1-1.htm
3. Основні принципи і сучасні вимоги підготовки і проведення оглядових екскурсій. URL: https://warmuseum.kiev.ua/_ua/projects/method/training.pdf
4. Особливості організації та проведення музейних екскурсій. URL: <http://um.co.ua/5/5-1/5-17603.html>
5. Рекомендації по організації профільних музеїв закладів освіти. URL: <https://g.lekciya.com.ua/turizm/5301/index.html?page=3>

Ya. M. Nuseir

Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenko

FEATURES OF CREATING ARTKNOWING EXCURSIONS

Features of art excursions are considered. The influence of this type of excursions on the development of tourism and tourists in general is analyzed. The main factors that form the basis of an art tour are identified. . The development of this type of excursions in the city of Sumy and their impact on tourist flows has been researched.

Keywords: excursion, guide, art excursion, tourism, art in tourism.

Formulation of the problem. Today, the excursion activities are developing quite rapidly, which makes it necessary to determine the role and place of excursion as an effective means of individual and collective improvement of personality. In the context of service provision of the tourist product, excursion is designed to meet the spiritual, aesthetic, informational needs of man, realizing the cognitive function of tourism: broadening the horizons, the organization of cultural leisure, recreation, communication. The prospect of conducting art excursions depends on the qualifications of the guide and the ability to interest tourists. The solution of this main task depends on many components, in particular: the text of excursion, the features of the objects, the creative approach and skills of the specialist, the interest of tourists. Therefore, it is important to explore the features of the creation of art excursions.

Analysis of recent researching and publications. Analysis of the scientific literature shows that the current state and features of the development of art excursions haven't been researched enough. Some aspects of the peculiarities of art excursions are considered in the works of S. G. Nezdoiminov (2011), Korol O. D. (2016) and Pokolodnaya M. M. (2017). In particular, Pokolodna M. M. in her work focuses on the main components of the organization of excursion activities, technological, methodological and technical requirements for the creation and conduct of excursions, professional requirements for professionals who provide excursion services. Other scientists, such as S. G. Nezdoiminov and Korol O. D. considered the methodological and practical approaches to the problems of organization and provision of excursion services in the field of recreation and tourism and provided a classification of excursions by content. The essence of the art excursions is appropriately covered [1, c. 211-212].

The purpose of the researching is to identify the features of the creation of art excursions.

The excursion business as an important part of educational work among the population has more than two hundred years of history. Excursions arouse the interest of the population to cognize about the native country, its historical, cultural and natural monuments [1].

Familiarization of visitors with the cultural and natural heritage of certain tourist destinations is mostly through the organization of thematic excursion programs. In fact, the guide is the important figure that will form the final impression of the visited area. He is the ambassador and the faces of his country, the skillful actions of which will depend on the opinion of visitors and their decision to come again and provide recommendations for the best advertising in tourism [5].

Excursion activities have their own characteristics: content, topics, composition of participants, the place of conduction, orderly route, the length of time, the form of conduction, way of moving, the presence of a guide, text of the tour, and objects that will be presented and the direct presence of the participants themselves [4].

The history of excursion business in Ukraine is over 200 years old. It is an organic part of the history of national culture as a whole. At the beginning of the 20th century, the first steps were taken to organize and conduct literary and art excursions where guides were usually teachers of drawing literature. Such excursions, according to teachers, educate aesthetic tastes in young people, increase their cultural level and help shape the personality of a young person. Thus, under the guidance of VS Gabo, students made a number of literary and aesthetic trips to the outskirts of Kharkov, Rogan, Khoroshev and Chuguev. The interest of youth in Ukrainian literature and art and it caused the organization of literary excursions to Kaniv to the grave of Taras Shevchenko [1].

Museums were also important objects of the school's excursion movement. From the beginning, all educational institutions showed interest in reviewing museum expositions and students willingly visited various museums.

Also visited various exhibitions. At art exhibitions, exhibitions of handicrafts, drawing teachers gave explanations to students. River excursions such as walks on the Dnieper, Dniester, Bug and others are also developing. The organization and conduct of natural, historical, pilgrimage, art excursions contributed to the development of thematic tours, visits museums and exhibitions initiated the development of a museum type of excursions.

Thus, excursions in the late XIX – early XX centuries have become an effective means of education and upbringing of schoolchildren. At the same time, they laid the foundations of the whole excursion business, because they developed at a time when they were the vast majority of all excursions. Performing their educational role, school excursions, as their popularizers sought, aroused the interest of the younger generation in travelling. Thus, excursions became a catalyst for tourism progression, an integral part of it [1].

It's appropriate to consider excursions by content: multifaceted (sightseeing) and thematic. Thematic tours are usually devoted to one topic or event. Such excursions are divided into natural, historical, literary, art, ecological, industrial and others. They acquaint students with the practical application of the phenomena, which are studied in the topic or manifestations of these phenomena in nature [4].

One of the types of thematic excursions are artknowing, which provide acquaintance with unique works of art, life and work of famous artists. They have their own characteristics and are divided into groups:

- *Theatricaly - cinematographic* – are held in theaters and film studios, where tourists get acquainted with the work of their creative teams "behind the scenes". At the end of such excursions it is advisable to organize a viewing of a theatrical play or film, a creative meeting with actors and directors.
- *Musicaly-historical* excursions include visits to philharmonics and other concert venues, where tourists learn about their history and achievements in the performing arts.
- *Art excursions* – acquaintance with painting, sculpture, graphics in art museums, art galleries, exhibitions, etc. If the objects of the show are monuments, then such tours are called monumentaly – sculptural, they are distinguished by holding on the streets and squares of the city. The life and work of famous sculptors and artists can also be seen on art tours [2].

Nowadays, art excursions are popular among tourists, because with the help of such excursion people have the opportunity of visiting the atmosphere of theater, music, cinema and art.

The main content of such excursions is a comprehensive analysis of paintings, which should be conducted at a high level of artknowing. Monuments of sculpture give a description of the era in which they were created, reveal the features of artistic style and material. Demonstrating works of decorative and applied art tell about the technique of their execution, materials and masters who made them. Objects of folk art must be shown as part of the interior to make clear their purpose in everyday life [1, 3].

We consider it necessary to characterize the types of painting and its techniques.

- 1) *Monumental painting* – a special kind of large-scale paintings. It developed in close connection with architecture, which required strict simplicity, clarity of silhouettes, conciseness of the composition and generalized forms. The main directions of monumental painting: mosaic, wall painting, panel.
- 2) *Easel painting* – got its name from the "machine" (easel), which creates a picture. Wood, cardboard, paper are used as a material basis, but most often – canvas. The finished picture is inserted into the frame and is perceived as an independent work of art.
- 3) *Decorative painting* – has no independent meaning and is intended for interior decoration (painting of ceilings, etc.) or things. Themes and forms of decorative painting are subject to architecture and the purpose of things. The plots are usually ornamental and allegorical.
- 4) *Decorative (or theatrical-decorative) painting* – used in theatrical scenery, scenery for movies, for the festive decoration of streets and squares. This type of painting is temporary.

5) *Miniature painting* – the name comes from the name of the paint, which was prepared from miniature (meerkat, cinnabar – red paint), which in ancient times was used to color capital letters in manuscripts. The miniature is small in size and especially elegant in enamel, gouache, watercolor and oil paints. Miniature painting was of great importance in the illustration of medieval manuscripts. With the advent of photography, the miniature did not develop further.

6) *Academic painting* – painting made for educational purposes [7].

Painting is based on the artist's knowledge of perspective, anatomy, psychology, etc. Various painting techniques depending on the materials and methods of their use. The technique of painting includes the whole process of creating a work of art: the preparation of the soil (base) on a surface, methods of preparation and application of paint, fixing a layer of paint on the base.

According to the technique of painting is divided into: fresco, wax (encaustic), adhesive, tempera, oil, mosaic, watercolor, pastel, graphic, etc. [1].

The method of conducting art excursions is the same as for other excursions, but the specifics of works of art as excursion objects determine some features of their conduct. Any kind of art has the ability of direct artistic influence on listeners and spectators. What this influence will be and how the tourist will perceive the work of art depends, on the one hand, on his preparation, age, level of knowledge, artistic taste, and on the other hand – on the story of the guide.

The great importance in art excursions is the culture of showing the monument. For it matters the correct location of the group, the position of the guide, precision and clarity of his gestures. On all art tours, the idea of caring the works of art should be sounded [3, 5].

Artknowing excursions are also one of the means of attracting tourists to the Sumy city. After all, our city can boast not only of its architectural monuments, but also crazy impressions of new discoveries and bright events. Every year there are various festivals, which can be joined by anyone. One of them is the "Night of Museum" festival, which is held in the first half of May for one night. It is during the Night of Museums that all galleries and museums of the city are open to visitors. It is on this day that amazing performances take place, exhibits come to life and an unusual world of museum and gallery business opens up.

During the festival "Night of the City" from noon to night you can see the heroes of paintings, poems. On the streets of the historic quarter you can hear and see theatrical performances, installations, take part in art master classes. Only in this day the city becomes a territory of art, which reveals a different, sacred vision of the city [7].

The city Sumy has something to show to sophisticated connoisseurs of high music. Only in Sumy every year, on the day of the Constitution of Ukraine, the

All-Ukrainian festival of brass bands "Trumpets of Ukraine" takes place. This action, that brings together dozens of music groups from different parts of Ukraine and the world, can impress everyone with its scope. After all, you can see live a variety of musical works performed by famous orchestras walking through the city, only in Sumy.

In addition, the grandiose International Festival of Classical Music "Bachfest" takes place on the music stage of the Sumy Philharmonic every autumn. For about a month, performers from different parts of Ukraine and the world have been demonstrating their virtuoso playing of classical musical instruments on the Sumy stage.

Theater connoisseurs also have something to interest. Every year, under the slogan "Art for Peace", "Chekhovfest" opens its doors to theatergoers. Special are not only the performances that delight the audience, but also the awards that await the artists. During the festival, at the city's theaters you can see an unsurpassed performance by actors from all over Ukraine.

And the epicenter of the cultural and artistic life of the city can be called the Sumy City Gallery. Here you can see exhibitions of famous artists of Ukraine and the world in art forms of painting, sculpture, graphics, photography, etc. In addition to exhibition activities, the exhibition space is a venue for other important events in the cultural life of the city – art lectures, meetings with authors, workshops, poetry evenings, concerts, press conferences [7].

There are three cinemas in the city for film lovers. Here you can watch good movies and cartoons of different genres on the big screen. Including cinemas in the excursions can create an atmosphere of filming and attract tourists to shooting a film.

So, the city of Sumy has every opportunity to conduct artknowing excursions and attract large numbers of tourists.

Conclusions. Exploring the peculiarities of creating art excursions, found out that this type of excursions is interested for the majority of tourists. They can be review and thematic, which are devoted to the life and work of a particular artist, a particular art form in a certain period of time or a particular theater, etc. Theaters and film studios, philharmonics, museums, galleries, exhibition halls and more can be involved in such excursions.

Also, the course of the tour is influenced by the professional abilities of the guide. The task of the guide is to form the students' interest in the topic and the main issues of the tour. The attention of tourists depends on a number of circumstances: interest in the topic, showing skills, narrative forms and the preparedness of the audience. It thanks to the professional approach of the guide that the excursion will be interesting and informative, that will have a good effect

on the impression of the visit.

Today, when there are no restrictions on the subject of excursions, ideological pressure, new horizons open before the excursion business. From year to year the thematic range of excursions expands, their content is updated, that contributes to the true coverage of national history. Regularly updated, new and existing thematic tours of various subjects.

Creating such excursions will attract most art lovers to the city Sumy, which will have a good impact on tourism development. After all, thanks to the presence of cultural and artistic objects, it is possible to create interesting tours involving museums, theaters, philharmonic halls, cinemas and galleries.

Prospects for further researching we see in the study of the needs of visiting art tours by foreign tourists.

List of sources used

1. Excursion science. educational and methodical manual on the discipline for students majoring in 5.14010301 "Tourist Services". URL: <http://irza-lv.at.ua/eksryrsobsl/metodichka.pdf>
2. Korol O. D. Organization of excursion services in tourism. Chernivtsi National University. 2016. 144 p. URL: https://tourlib.net/books_ukr/korol-ekskurs1-3-1.htm
3. Nezdoiminov S. G. Organization of excursion services. educational - methodical manual. Odessa. Astroprint, 2011. 216 p. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1588/1/.pdf>
4. Features of thematic excursions. URL: <http://referat-ok.com.ua/pedagogika/osoblivosti-tematicnih-ekskursii>
5. Pokolodna M. M. Organization of excursion activities. textbook. Kharkiv. KHNUMG named by O. M. Beketova, 2017. 180 p. URL: <http://eprints.kname.edu.ua/46998/1/2016/2017.doc.pdf>
6. About Sumy. URL: <https://sumytravel.com.ua/uk/about-sumy>
7. Painting. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/painting>

РОЗДІЛ 2

ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ ТА КРАЇНОЗНАВСТВО

А. С. Балдич, Я. В. Євтушенко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В РУМУНІЇ

У цій роботі проаналізовано розвиток та організацію туристичної галузі Румунії з точки зору природних та культурних ресурсів, які сприяють розвитку національної економіки. В даний час туристичну діяльність можна визначити окремою складовою, яка розвивається одночасно зі змінами, що відбулися в сучасній цивілізації.

Ключові слова: розвиток туризму, конкурентоспроможність, рекреаційно-туристичні ресурси, туристичний потенціал.

В этой работе проанализировано развитие и организации туристической отрасли Румынии с точки зрения природных и культурных ресурсов, которые способствуют развитию национальной экономики. В настоящее время туристическую деятельность можно определять отдельной составляющей, которая развивается одновременно с изменениями, произошедшими в современной цивилизации.

Ключевые слова: развитие туризма, конкурентоспособность, рекреационно-туристические ресурсы, туристический потенциал.

This paper analyzes the development and the organization of the Romanian tourism industry in terms of natural and cultural resources that contribute to the development of the national economy. Currently, tourism can be defined as a separate component, which develops simultaneously with the changes that have occurred in modern civilization.

Key words: tourism development, competitiveness, recreational and tourist resources, tourist potential.

Постановка проблеми. Причинами недоліків у розвитку туризму Румунії є недостатній рівень вивченості туристських ресурсів регіонів країни, відсутність об'єктивної їх оцінки та обліку наявної готельної інфраструктури. Зазначене й визначило проблему дослідження в даній статті.

Отже, вивчення ресурсів в індустрії туризму Румунії є актуальною проблемою дослідження.

Аналіз останніх досліджень. Процес становлення та розвитку туризму в Румунії розглядається багатьма вченими серед яких насамперед румунський вчений А. Неделеа, який запропонував шляхи вирішення регіональних проблем фінансування сфери туризму.

Загальнотеоретичні аспекти стану туристичної галузі Румунії на сучасному етапі та її залежності від зовнішніх умов розглядали такі вчені як Н. А. Симонія, Ф. І. Шамхалов, А. А. Романов, Р. Г. Саакянц та інші [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких порушені питання функціонування туристичної галузі Румунії, дає змогу стверджувати, що недостатньо вивченими залишаються можливості використання рекреаційно-туристичних ресурсів країни для потреб міжнародного туризму.

Мета роботи. Визначити усі можливі ресурси Румунії, які представляють туристський інтерес і таким чином забезпечують певну функціональність та розвиток країни. А також визначити недоліки розвитку туризму і їх рішення.

Виклад основного матеріалу. Розвиток туризму є основною діяльністю в сучасному суспільстві. Він тренує людський та матеріальний потенціал, маючи значні наслідки для еволюції всього суспільства, яке постійно розвивається під впливом різних факторів, таких як: демографічна еволюція, розвиток транспортних засобів, постійне бажання відпочити, зростання часу відпусток тощо.

На сьогоднішній день туризм вважається одним з найбільших підприємств у світі, оскільки він вносить великий внесок у світовий валовий внутрішній продукт, а саме 10,4% і є основним джерелом зайнятості, кожна десята вакансія в світі пов'язана з туризмом. Також туризм сприяє зміцненню людського інтелекту, порозумінню та співпраці людей [1].

Румунія – це надзвичайна країна, з унікальною культурою та мальовничою природою, яка розташована на межі Центральної та Східної Європи.

Розвиток туризму в Румунії є головною метою на майбутнє. Завдяки ресурсам, туризм в Румунії є пріоритетним, тому що є головним фактором прогресу країни і успіхи його розвитку залежать від здатності скористатися величезним туристським потенціалом.

Туристський потенціал Румунії дуже високий порівняно з іншими сусідніми країнами, які є найбільш розвиненими з точки зору туризму, оскільки країна наділена різноманітними природними та рукотворними туристськими пам'ятками; великою різноманітністю рельєфу та мальовничих ландшафтів, унікально поєднаних по всій країні; мінеральними та термальними водами; лікувальними грязями; кліматом, сприятливим для туризму протягом року; багатой флори та фауни; елементами мистецтва і дивовижної архітектури; народними традиціями та фольклором, унікальним у світі тощо. Все це дає змогу задовольнити різноманітні вимоги румунських та іноземних туристів.

Економіко-географічне положення країни досить вигідне, насамперед за рахунок виходу до узбережжя Чорного моря, довжина якого сягає 244 км, і наявності гірської системи яка займає 37% території країни, також завдяки близькості до Європейського споживчого туристського ринку. Кожна з

областей насичена різноманітними рекреаційно-туристськими ресурсами, які недостатньо вивчені.

Кліматичні ресурси Румунії сприяють організації різних видів рекреації. І саме кліматичні умови приморського узбережжя сприяли формуванню багатьох курортів. Узбережжя характеризується деякими особливостями, одне з них це інтенсивне сонячне світло протягом дня. Найбільшим курортом узбережжя є Маяма. Є низка курортів, які отримали свої назви за мотивами давньоримської та давньогрецької міфології: Нептун, Венера, Юпітер, Олімп та інші. Крім того, саме в Румунії знаходиться взята під опіку ЮНЕСКО унікальна дельта річки Дунаю – національний парк і просто приголомшливе по красі місце. На території Румунії переважає помірно-континентальний клімат [4].

Завдяки різноманітності рельєфу, у порівнянні з іншими європейськими країнами, Румунія дає туристам можливість здійснювати діяльність в найкращих умовах. Наявність альпійських форм рельєфу в Південних Карпатах, переважно скель, гребнів, осипів дозволяє здійснювати влітку пішохідні походи 2 і 3 категорії складності. Взагалі гармонійне заселення гірських і горбистих вершин із западинами та кольором гір, а також безліччю природних компонентів збільшують привабливість території яка є ідеальним місцем для поціновувачів флори та фауни. Румунські Карпати мають певні особливості, що надають їм оригінальність: легка доступність; численні зупинки та переправи; розвиток гірських курортів; лижна зона, сприятлива для зимових видів спорту на дуже тривалий період; гірські туристські маршрути, сприятливі для піших прогулянок; багатий різноманітний спансентр; ліси рекреаційного та дослідницького інтересу; заповідники та національні парки. Всі ці характеристики пропонують румунським Карпатам функціональності протягом року. В горах розвинута система різноманітних спеціалізованих закладів рекреації і туризму: притулки, гірські готелі, бази відпочинку.

Наявність на території країни природно-рекреаційних ресурсів і завдяки давній традиції румунів лікуватися травами, масажами й іншими неспецифічними способами дає змогу для розвитку лікувально-оздоровчого туризму, який є популярним. Для того щоб скористатися цими факторами для медичних цілей, у країні було розроблено широку мережу курортів загального та місцевого значення, деякі з них оцінені у всьому світі. Найвідоміші бальнеологічні курорти країни: Текиргіол, Бейле-Оланешть, Ковасна, Сленик-Молдова, Совата. А недоліком розвитку галузі є застаріла інфраструктура.

Популярні в Румунії є і водні ресурси, адже підземні води, природні та антропогенні озера, Чорне море, дельта Дунаю, річки країни є досить придатними для занять різними видами водного спорту, відпочинку, риболовлі.

Румунія багата на антропогенні туристські ресурси. Вони походять від багатой історії румунського народу. Особлива увага приділяється архітектурі та мистецтву, що відображається, здебільшого, у мережі музеїв, розповсюджених по всій країні. Туристів зі всього світу приваблюють численні палаци, замки, фортеці і монастирі, що є об'єктами паломництва. Популярним для туристів є регіон Трансільванія, де зосереджено безліч культурних об'єктів. А саме славиться на весь світ замок графа Дракули в Брані.

Завдяки зростанню туристів в Румунії та інтенсивного руху до туристичних місць постала проблема необхідності розвивати інфраструктуру за стандартами, рекомендованими Всесвітньою туристичною організацією.

Румунська мережа доріг є важливою ланкою в плані розвитку туризму, оскільки завдяки їй забезпечується доступ до цілей, що представляють туристичний інтерес. Перш за все потрібно підключити внутрішні шляхи сполучення до транспортних систем сусідніх держав.

Авіакомпанії є важливими у випадку подорожей на великі відстані, що є головним фактором розвитку міжнародного туризму. У Румунії повітряний транспорт розвинутий добре – аеропорти є у всіх великих містах з різноманітними міжнародними рейсами.

Морський транспорт не надто розвинений, але це питання вирішується. Головні морські порти країни: Констанца, Мідія. А також головні річкові порти країни: Браїла, Галац і Тулча на Дунаї.

Головним фактором, що впливає на подорожі є технології. Компаніям потрібно розробляти стратегію, орієнтовану на якомога більше каналів зв'язку. Інвестування в нові платформи, такі як мобільні пристрої, є необхідним кроком для операторів. Адже революція соціальних подорожей зростає і щоб рухатися в цьому напрямку, потрібно бути активно присутнім в соціальних мережах [3].

Висновок. Румунія забезпечена найрізноманітнішими рекреаційно-туристичними ресурсами, але повинна ввести багато змін, щоб стати конкурентоспроможною у сфері туризму. Хоча румунський туризм оцінюють як перспективний, але він все ще перебуває у стадії розвитку.

Таким чином, спеціалісти зосереджуються на виявленні інновацій, розвитку технологій та загальному поліпшенню інфраструктури на місцевому, регіональному, та національному рівнях, щоб полегшити умови подорожі за допомогою покращених заходів безпеки.

Список використаних джерел

1. Економіко географічна характеристика Румунії. URL: <http://www.refine.org.ua/pageid-9236-1.html>
2. Лікувально-оздоровчий туризм Румунії: територіальна організація та тенденції розвитку. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/yaromenko.htm
3. Розвиток економіки, транспортне сполучення Румунії. URL: <https://helpiks.org/3-41245.html>
4. Румунія. URL: <https://mandry.club/krainy/rumuniya/>

К. В. Богданова, В. С. Павленко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УГОРЩИНІ

У статті досліджена індустрія туризму Угорщини. Обґрунтовані питання, щодо вдосконалення послуг туристичної галузі. Також розглянутий стан розвитку туризму, проаналізовані ресурси Угорщини її інфраструктура, чинники розвитку та попиту. Стан туристичної індустрії в країні.

Ключові слова: туризм, розвиток туризму, Угорщина, туристична інфраструктура, туристичний потенціал.

В статье исследована индустрия туризма Венгрии. Обоснованные вопросы, касающиеся совершенствования услуг туристической отрасли. Также рассмотрено состояние развития туризма, проанализированы ресурсы Венгрии ее инфраструктура, факторы развития и спроса. Состояние туристической индустрии в стране.

Ключевые слова: туризм, развитие туризма, Венгрия, туристическая инфраструктура, туристический потенциал.

The article examines the Hungarian tourism industry. Substantiated questions regarding the improvement of services in the tourism industry. The state of tourism development is also considered, the resources of Hungary, its infrastructure, factors of development and demand are analyzed. The state of the tourism industry in the country.

Key words: tourism, tourism development, Hungary, tourist infrastructure, tourist potential.

Актуальність теми. Угорщина має визначне місце у світовому туристичному бізнесі. В країні більша частина припадає на лікувально-оздоровчий туризм. Майже 80% Угорщини займають лікувально-термальні води. У цілому Угорщина це невелика, але дуже компактна і затишна країна, яка відповідає всім європейським стандартам.

Дана тема буде досить актуальною, так як Угорщина це сусідня держава і велика частка українських туристів відвідує країну, як з лікувальною так із пізнавальною метою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку туристичної індустрії в Угорщині займалися провідні українські та закордонні вчені, а саме Н. Антонюк, М. Біль, А. Голікова, О. Любіцева, М. Мальська, І. Писаревський, А. Парфіненко та ін.

Мета даної статті полягає в аналізі умов та ресурсів, які сприяють розвитку індустрії туризму в Угорщині.

Виклад основного матеріалу. Щороку країну відвідують 25 – 30 млн. туристів, що втричі перевищує чисельність населення самої республіки. В основному це гості з Румунії, туристи зі Словаччини, Австрії, Сербії, Чорногорії та Німеччини. Туристична галузь країни знаходиться у веденні Міністерства промисловості, торгівлі і туризму. Але найважливіші рішення про розвиток галузі приймає Національний комітет по туризму, до якого входять дванадцять представників різних підприємств туристичної галузі – асоціацій туристичних фірм, ресторанів, готелів та інших. Головним завданням комітету це розподіл коштів фонду туризму, оголошення інвестиційних проектів, надання на пільгових умовах кредитів на будівництво туристських об'єктів [3].

Згідно статистичних даних більшість туристів, які відвідують країну це транзитні мандрівники, саме вони зробили цю країну п'ятою за популярністю серед зарубіжних туристів. У результаті, частка туризму у ВВП країни досягає 10 %, він займає третє місце за обсягом надходжень до бюджету після промисловості та сільського господарства [4].

Угорщина займає п'яте місце в світі за запасами термальних вод. В даний час Угорщина використовує близько 1300 свердловин термальних джерел, і близько трьохсот використовуються для організації купалень, і кожна десята купальня знаходиться в Будапешті. Через це вона отримала звання «гарячого ключа» Європи.

Досліджуючи країну можна зазначити, що найпопулярнішими лікувальними курортами серед туристів є Хевіз, Мішкольц-Тапольца і Будапешт.

Уздовж усього узбережжя озера Хевіз на поверхню виходять десятки джерел, вода яких містить сірку і вуглекислоту. Лікувальні властивості цих джерел були відомі людям вже протягом багатьох століть.

Наступним не менш популярним курортом є курорт Мішкольц-Тапольца – знаменитий курорт з термальною купальнею і створеною природною печерою. Температура води, що заповнює озера великих і маленьких печер, пов'язаних між собою підземними коридорами, круглий рік 29°C – 31°C, а глибина води 130 – 140 см [1].

Розглядаючи Будапешт можна відзначити, що тут знаходиться найбільша в Європі водолікарня – купальня «Сечені» з пляжем, побудована в 1913 році. Тут можна насолодитися купанням в будь-який час року, навіть взимку температура в її басейнах не опускається нижче + 32°C. У столиці Угорщини понад 80 термальних джерел, 26 питомих лікувальною водою лазень і басейнів. За цими показниками місто є свого роду столицею

бальнеологічних купалень. Разом з термальними готелями у водолікувальну структуру угорської столиці входять також п'ять лікувальних купалень. Лікувальні купальні на термальних водах в Угорщині є всюди: в містах і невеликих селищах, в пагорбах центрального Задунав'я та в степах Великого Альфельда, в старовинних замках і в печерах [2].

Країна також має багате історичне минуле, що зумовлює наявність на території Угорщини численних пам'яток культури та архітектури. Пам'ятками архітектури є замки, палаци Будапешта і провінції в стилі бароко, історичні села вздовж р. Дунай, могутні фортеці, замки, палаци і оточене курортами озеро Балатон.

Увагу також слід приділити і народній творчості країни, де традиційними є виробництво посуду, вишивки, виготовлення виробів з кістки і дерева, настінних панно. Вся територія Угорщини насичена історичними, культурними і природними пам'ятками світового значення. Про бурхливі події історії свідчить неповторний архітектурний стиль угорських міст і розкішні колекції численних музеїв і виставкових залів [5].

Крім того, в останні роки став популярним аграрний туризм: туристам пропонують відпочити в селі, взяти участь в сільськогосподарських роботах на свіжому повітрі. Коштує це приблизно 10 доларів на добу. Угорщина пропонує на вибір сотні невеликих сіл, де можна ближче пізнати самих малярів, їх традиції, особливості національної кухні і виноробства [5].

Найпопулярнішими регіонами країни, в яких сільський туризм розвивається найбільш динамічно є південний захід Угорщини, район річки Тиса та озера Тиса. Традиційно високий попит мають садиби в регіоні Балатону, а також у виноробних і гастрономічних провінціях Угорщини – Токаї, Егері, Сегеді. Виноробство – традиційна галузь сільського господарства Угорщини. У вересні-жовтні туристи приїжджають сюди спеціально, щоб взяти участь у прибиранні винограду і в винних фестивалях, які проходять повсюдно [2].

Досліджуючи розвиток готельного господарства країни можна зазначити, що в країні переважають готелі двох-тризіркового рівня. Недороге житло при досить гарному сервісі дозволило Угорщині успішно розвивати в'їзний туризм. Останні роки готелі стали відкриватися в старовинних замках. У Будапешті з'являються нові готелі високого класу. Чотиризірковий готель Атріум – нова перлина в колекції Будапешта [4].

Великим успіхом користуються приватні сімейні пансіони на 10–15 місць, яких в останні роки з'явилося дуже багато в Будапешті та Балатоні. Сімейна обстановка таких міні-готелів дозволяє гостям відчувати себе дуже затишно: наприклад на сніданок пропонується кілька варіантів страв, а не стандартне меню, як в готелі. Додаткові можливості прийому туристів

забезпечує найдешевший вид розміщення – приватні квартири і кімнати, що здаються на необхідний термін.

З усього вищеперерахованого можна сказати, що найперспективніший вид туризму лікувально-оздоровчий. В країні існує програма з розвитку лікувально-оздоровчого туризму на яку протягом 5 – 7 років щорічно буде витрачатися близько 10 мільярдів форинтів [3].

Другий перспективний напрям є конгресовий туризм. В даний час Угорщина є країною, де проходить щорічно до 80 міжнародних виставок на рік. На частку ділових поїздок припадати 12%. Конгресовий туризм володіє багатьма перевагами – великі витрати учасників, користування різними послугами, час перебування не залежить від сезону, забезпечений великий попит, передбачає коло платоспроможних гостей. Наявність добре розгалуженої інфраструктури дозволяє розвивати успішно цей вид туризму.

Висновки. Проаналізувавши туристські ресурси Угорщини, можна прийти до висновку, що умови для розвитку туризму дуже сприятливі. На території може розвиватися аграрний туризм, спортивний туризм, лікувальний і пізнавальний. Багаті водні ресурси сприятливі для розвитку літніх видів відпочинку. Різноманітність мінеральних ресурсів сприяє розвитку лікувального і оздоровчого туризму.

Аналіз історико-культурної спадщини дозволяє констатувати, що вікова історія країни була не тільки багата подіями, але вона залишилася численними свідченнями у вигляді історичних міст, замків, пам'яток історії та архітектури [5].

Крім того, в останні роки став популярним аграрний туризм: туристам пропонують відпочити в селі, взяти участь в сільськогосподарських роботах на свіжому повітрі. Не менш важливим фактором є політика держави, яка спрямована на розвиток туризму.

Список використаних джерел

1. Анікєєв В. А., А. Громова, М. Гардарики. Основи міжнародного туризму. Видавничий Дім. Мінськ. Сучасний літератор. 2004. 2000 с.
2. Биржаков М. Б. Введение в туризм. СПб.: Издательский дом «Герда». 2000. 192 с.
3. Драчева Е. Л. Економіка і організація туризму. Міжнародний туризм. М.: КНОРУС, 2013. 576 с.
4. Джанджугазова Е. А. Маркетинг туристських територій. М.: Академія. 2006. 224 с.
5. Енциклопедичний довідник: Всі країни світу. М. Вече. 2001.

УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

У статті розглянуто умови та ресурси розвитку туризму в Італії. Проаналізовано умови, що сприяють розвитку даної галузі в країні. Автором було досліджено чинники розвитку і попиту, що впливають на розвиток індустрії туризму в країні.

Ключові слова: туризм, сфера послуг, історизм, пам'ятки архітектури.

В статье рассмотрены условия и ресурсы развития туризма в Италии. Проанализированы условия, способствующие развитию данной отрасли в стране. Автором были исследованы факторы развития и спроса, влияющие на развитие индустрии туризма в стране.

Ключевые слова: туризм, сфера услуг, историзм, памятники архитектуры.

The article considers the conditions and resources for tourism development in Italy. The conditions conducive to the development of this industry in the country are analyzed. The author investigated the factors of development and demand that affect the development of the tourism industry in the country.

Keywords: tourism, services, historicism, architectural monuments.

Постанова проблеми. Туризм відіграє важливу роль в житті італійців. Туризм – один з найбільших та швидкозростаючих галузей італійської економіки. Щороку біля 44 млн. осіб відвідують Італію з туристичною метою, що приносить прибуток у розмірі 43 млрд. доларів, що виводить Італію на 4 місце в світі за розвитком туризму та 3-є в ЄС – після Іспанії та Франції. На частку Італії припадає 5,6% світового туристичного ринку. Тому дана тема досить актуальна.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням умов та ресурсів для розвитку індустрії туризму в Італії займалися ряд вітчизняних вчених, а саме Ю. Дмитревський, Е. Романова, Л. Бабишев, О. Любіцева, В. Смаль, М. Біржакова.

Метою даного дослідження є аналіз умов та ресурсів, що сприяють розвитку індустрії туризму в країні.

Виклад основного матеріалу. Сучасна індустрія туризму – це одна з найбільших високоприбуткових і найбільш динамічних галузей світової економіки, на частку якої припадає близько 10 відсотків світового ВВП, світових інвестицій, загального числа робочих місць і світових споживчих витрат.

Завдяки туристичним подорожам люди пізнають світ. Це обумовлено тим, що в сферу туризму потрапляє широкий спектр галузей, починаючи від рекламно-інформаційних послуг, транспорту, будівництва, сільського господарства, переробних галузей і, закінчуючи такими галузями, як освіта,

охорона здоров'я, спорт і культура [1].

Останнім часом все більше країн приділяють увагу розвитку туризму. Згідно статистичних даних на сьогоднішній день, найбільш відвідуваними країнами світу є: Франція, Іспанія, США, Італія, Китай. Розглянемо розвиток туризму в Італії, яка займає по відвідуваності 4 місце в світі.

Італія – це держава на півдні Європи. На півночі межує зі Швейцарією та Австрією, на сході – зі Словенією, на північному заході – з Францією. На сході омивається Адріатичним морем, на півдні – Іонічним морем і Середземним морем, на заході – Тірренським морем, Лігурійським морем і Середземним морем. Дві незалежні держави – Сан-Марино та Ватикан, розташовані на території Апеннінського півострова і повністю оточені Італією. Площа Італії 301,3 тис. км². Найвища точка Італії – це гора Корно (2914 м). Тільки близько третини території країни займають рівнини [2].

Туристичний бізнес Італії розвивається на основі потужного природно-рекреаційного потенціалу. Особливо широко представлені ландшафтні та орографічні ресурси. Їх різноманітність дозволяє розвивати: гірськолижний туризм в Альпах, курортну справу на узбережжі морів, пізнавальний туризм на основі унікальних природних об'єктів. Особливе місце серед бальнеологічних ресурсів посідають термальні води та мінеральні грязі, що обумовлено геологічною будовою Апеннінського півострова. В країні налічується понад 850 природоохоронних територій різних категорій, що зумовлює розвиток екологічного туризму [2].

Внесок Італії до світової культурної спадщини – найбільша у світі кількість пам'яток ЮНЕСКО, тут їх налічується 44 об'єкти. Особливе місце в історико-культурній спадщині країни займає італійська кухня. Подієві ресурси Італії є також невід'ємним елементом її культури і традицій.

Також слід відзначити, що Італія входить до числа країн Великої сімки, та на сьогоднішній день є однією з найбільш економічно розвинених країн світу, являючи собою приклад європейського рівня культури та економіки. Прекрасний клімат та природа Італії, чудові історичні пам'ятники і монументи, розвинена курортна інфраструктура, найвищий рівень сервісу та обслуговування – все це приваблює на відпочинок до країни туристів з усього світу. Відпочинок в Італії пропонує туристам безліч найрізноманітніших способів розважитися і провести час. В країні яскраво виражений як активний відпочинок так і відпочинок на морі. До активного відпочинку країни можна віднести парапланеризм, парасейлінг, кінні прогулянки, катання на лижах. Італія славиться своїми морськими курортами, водними видами спорту і красивими містами.

Досліджуючи історію цієї країни, можна сказати, що кожне її місто щорічно притягують мільйони туристів, як магніт. Рим, одне з найбільших в країні міст і одне з найдавніших міст світу. У його межах розташоване місто-держава Ватикан – резиденція Папи Римського. Щорічно Рим відвідують 3,3 млн. іноземних туристів. Він вважається одним з найзеленіших в Європі. Численні архітектурні пам'ятники давньоримської цивілізації, на жаль, не всі добре збереглися [6].

Всесвітню популярність набули такі об'єкти як грандіозний Колізей – це символ величчя і могутності Риму, національна галерея стародавнього мистецтва, Галерея Боргезе, національний римський музей та інші. Безліч культурних та історичних пам'яток розташовані в старовинних містах Італії. Кожен з них має неповторний, характерний вигляд. Мілан – це друге за величиною місто країни, вважається її індустріальною столицею. Він відомий своїми музеями, картинними галереями, театрами, пам'ятками архітектури, навчальними закладами. Найзнаменитіші з них: Міланський собор, розташований в центрі міста і представляє собою величну споруду в готичному стилі, а також знаменитий на весь світ оперний театр «Ла Скала». Турин справляє враження на гостей чудовою панорамою Альп, старовинними пам'ятниками знаменитим італійцям. У центрі міста увагу привертає споруда минулого століття Ла Моле Антонелліана – це будівля висотою 167 м. Безліч туристів відвідує музеї Турина, такі як: єгипетський музей, Галерею Сабауда, Палац Мадама, музей Рісорджіменто, музей автомобілів. Генуя є морськими воротами півночі країни. Це найбільший в Італії порт.

Одним з найунікальніших міст держари є Венеція. Побудоване за 4 км від берега на 118 островах. Це єдине місто в світі, в якому немає наземного транспорту, а основними транспортними артеріями служать Великий Канал і численні «каналетто». Венецію називають «вітальною Європи». Туристи розважаються катанням на гондолах, бродять по всесвітньо відомим площам, сидять в кафе. Незабутнім враженням стане відвідування знаменитого Венеціанського карнавалу [4].

Серце Венеції – це дивно красива площа Пьяцца Сан-Марко. Розташувшись на вершині колони, крилатий лев – геральдичний символ Венеції – оглядає грандіозний собор Сан-Марко; кам'яне мереживо Палацу Дожів; встромлену в небо дзвіницю, де Галілео Галілей в 1609 році встановив свій перший телескоп. Основний транспорт у Венеції – це річковий трамвай.

Неменш відомим містом італії є Флоренція (в перекладі з латинської мови «Квітуча»), яка зіграла велику роль в історії світової культури, тому що саме в ній в період «похмурого середньовіччя» виникло і розцвіло нове мистецтво – мистецтво Відродження. Флоренція є великим містом з

розвиненою промисловістю, що зберіг у своєму зовнішньому вигляді риси середньовіччя. Флоренція розташована на берегах Арно, річки не широкої і не глибокої, але здатної виробляти найсильніші повені. Збереглося чимало вузьких середньовічних вулиць з будинками–фортецями, але все ж переважають пам'ятки архітектури Відродження – епохи його найвищого розквіту. Скарбами мистецтва і пам'ятками багатовікової історії Флоренція привертає до себе численних туристів з усіх країн світу.

Підкресливши все вищесказане можна сказати, що до головних причин що сприяють розвитку туризму на території країни відносять:

- вигідне географічне та туристичне розташування Італії в Європейському туристичному регіоні;
- значне забезпечення Італії туристичними ресурсами, що власне, приваблює відвідувачів з усього світу;
- значні прибутки від туристичної галузі, які займають видиме місце у структурі ВВП Італії;
- загальноекономічна орієнтація країни на міжнародний туризм та інші галузі економіки.

У результаті дослідження туристичного потенціалу Італії, ми можемо сказати, що дана країна має великий туристичний потенціал. Італія – це класична країна туризму, надзвичайно популярна у всьому світі. Тут пропонується відпочинок на будь-який смак. Не тільки барвисті різноманітні ландшафти, великі пляжі, а й численні історичні пам'ятки, пам'ятники культури цієї країни незмінно зачаровують гостей. Розвитку туризму тут сприяє все: і географічне положення, і кліматичні умови, історичні та культурні пам'ятки, багато з яких стали історико-культурною спадщиною.

Отже, зробимо висновок, що Італія має величезний потенціал для розвитку нових і модернізації існуючих видів туризму і стає цілком можливим її перетворення в світового лідера з надання туристських послуг і кількості прибувають туристів.

Список використаних джерел

1. Бабишев Л. С. Туризм як галузь італійської економіки. МЕМО. 1995. № 12.
2. Дмитревський Ю. Д. Туристські райони світу. Смоленськ: СГУ. 2000. 224 с.
3. Любіцева О. О. Туристичне країнознавство: Країни лідери туризму: навч. посіб. К. Альтерпрес, 2008. 436 с.
4. Романова Е. П. Типи територій Італії, що забезпечують різні форми відпочинку. Вопр. географія. 1973. № 93.

УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В АВСТРІЇ

У статті розглядаються сучасні особливості умови та ресурси, які пов'язані з розвитком індустрії туризму в Австрії. Проаналізовано основні показники туристичної сфери країни. Виявлено, що країна є європейським лідером з приводу доходів саме від туризму на душу населення. Описано динаміку туристичних потоків країни. Проявлено високий рівень розвитку туристичної інфраструктури в Австрії. Розкрито саме основні переваги розвитку туризму в Австрії.

Ключові слова: Австрія, туристична інфраструктура, туристична сфера, індустрія туризму.

В статье рассматриваются современные особенности условия и ресурсы, связанные с развитием индустрии туризма в Австрии. Проанализированы основные показатели туристической сферы страны. Выявлено, что страна является европейским лидером по поводу доходов именно от туризма на душу населения. Описана динамика туристических потоков страны. Проявлено высокий уровень развития туристической инфраструктуры в Австрии. Раскрыто именно основные преимущества развития туризма в Австрии.

Ключевые слова: Австрия, туристическая инфраструктура, туристическая сфера, туристическая индустрия.

The article examines the current features of the conditions and resources associated with the development of the tourism industry in Austria. The main indicators of the country's tourism sector are analyzed. It was found that the country is the European leader in terms of income from tourism per capita. The dynamics of tourist flows of the country is described. There is a high level of development of tourist infrastructure in Austria. The main advantages of tourism development in Austria are revealed.

Keywords: Austria, tourist infrastructure, tourist sphere, tourism industry.

Постановка проблеми. Австрія, країна яка входить до числа найбільш розвинутих країн Європейського Союзу. Вона не лише характерна стабільним економічним розвитком, наявністю висококваліфікованих працівників, високорозвиненою інфраструктурою, а й привабливим для туристів місцем для відпочинку. На даний час Австрія є одним із світових лідерів надання туристичних послуг. Туризм – це одне з головних джерел доходів країни. Високий рівень розвитку туризму в Австрії одержує гарний вплив на економіку країни і саме вона приносить великі фінансові надходження.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання розвитку туристичної індустрії в Австрії досліджується у працях багатьох науковців. Одними з них є такі, як В. О. Патійчук, С. Н. Морозова, А. Русанова, М. М. Капланець та інші. С. Н. Морозова проаналізувала розвиток основних видів туризму, М. М. Капланець досліджує туристсько-рекреаційні ресурси Австрії.

Мета. Основною метою дослідження є виявлення умов та ресурсів, які надаються для розвитку індустрії туризму в Австрії.

Виклад основного матеріалу. Австрія є однією з найпопулярніших країн в яких розвинений туризм. Основними потоки туристів для Австрії є з Німеччини, Великобританії та Нідерландів. В поєднанні вони забезпечують майже 80% туристів, що відвідують Австрію, а половина всіх прибутків належить Німеччині. Туризм в Австрії, як і в Швейцарії, має два пік періоди: влітку – серпень, а взимку – лютий.

Розквіт туризму в країні зумовлюється такими факторами, як:

1. Розвинена інфраструктура;
2. Соціальна, економічна та політична стабільність;
3. Наявність багатих природних ресурсів;
4. Багата культура та історія країни;
5. Вдале географічне положення;
6. Відсутність значних власних сировинних і паливних ресурсів;
7. Висока якість життя та рівень обслуговування.

В Австрії туристична галузь зумовлена багатьма видами туризму, серед них є: спортивний, рекреаційний, лікувально-оздоровчий, культурно-пізнавальний, розважальний, активний, гірськолижний. Найпопулярнішими регіонами для туристів вважаються Каринтія, землі Тіроль, Зальцбург та Відень.

В країні добре розвинена інфраструктура. На території Австрії діють такі відомі готельні ланцюги, як Редіссон, Хілтон, Холідей Інн, Савой, Марріот. Такі готелі розташовані переважно у великих містах Австрії. В інфраструктурі також діє 1098 канатних доріг та підйомників, 23,7 тис. га гірськолижних трас, 60 % з яких мають змогу штучного засніження. Австрія одна з країн, в якій проходять кожні шості гірськолижні змагання у світі. Попри все це, країна багата на природні парки, їх налічується 48. Також є 6 національних заповідників, 659 гірських вершин та 74 тис. км туристичних пішохідних маршрутів [2].

Туризм відіграє важливу роль в економіці країни. У 2016 році прямий внесок туризму у ВВП Австрії досягнув 19,5 млрд євро, що є 5,6 % від загального ВВП. В індустрії туризму країни входить приблизно 293,1 тис. осіб. В Австрії прослідковується позитивна динаміка надходжень від іноземного туризму. Прибутки від в'їзного туризму налічили 17,4 млрд. євро. В загальному в Австрії прибуток від туристичної сфери налічується 40 млрд. євро [4].

Слід зазначити що країна має прекрасні можливості щодо розвитку туристичному бізнесу. В країні є більше ніж 200 конгрес-готелів, 80 конгрес-

холів та виставкових залів та інших спеціальних приміщень, що дає змогу проводити 4300 конгресів, 8500 конференцій. Австрія славиться своїм містом Відень, він входить в топ 5 найважливіших міст конгрес-туризму в світі [1].

В Австрії створено все для надання найякісніших туристичних послуг. Це і надає пояснення зростаючому потоку туристів в країну, які надають зростання доходів від туристичної сфери діяльності. На сьогодні Австрія є європейським лідером з приводу доходів від туризму на душу населення.

Австрія займає 12 місце у світі за індексом конкурентоспроможності туризму. Вона йде попереду таких країн Європи, як: Греція, Кіпр, Швеція, Португалія. Та трошки відстає від Італії, Іспанії, Японії, Франції та Німеччини.

За допомогою літніх екскурсій та зимовим видам спорту країна приваблива у будь-яку пору року. Більшість туристів приваблює австрійський лижний спорт і пішохідний туризм. Для туристів, які люблять мистецтво, є багато музеїв та театрів.

Протягом останніх кількох років в Австрії стрімко розвивається кількість закладів розміщення, що завдало збільшення туристичних потоків та кількості ночівель як внутрішніх, так і зовнішніх туристів. На 2017 рік в Австрії було зареєстровано 20 885 закладів розміщення [5].

У в'їзному туризмі більшість туристів прибувають з Італії (1102 осіб), Німеччини (12 986 осіб), Нідерландів (1863 осіб), Ліхтенштейну та Швейцарії (1446 осіб), Великобританії (920 осіб). На німецьких туристів відводиться понад 50% (52 653) ночівель від усіх іноземних туристів, в той час як по Австрії цей самий показник становив 102 863 тис. осіб. Щодо виїзного туризму, то більша частка припадає на такі країни як Німеччина (2324 осіб), Кіпр (1416 осіб), Італія (2178 осіб), Іспанія (628 осіб).

Найпопулярнішими землями для ночівель як внутрішніх так і зовнішніх туристів в Австрії є Тіроль (46 955 тис.), на другому місці – Відень (14 962 тис.), потім йде Зальцбург (27 510 тис.), а найменше є Бургенланд (3 084 тис.).

У Тіролі розміщені самі популярні курорти в Австрії. Найвідоміший курорт є Інсбрук, він 2 рази був місцем в якому проводились Зимові Олімпійські ігри. На сході Зальцбургу та заході Штирії розміщений найбільший гірськолижний регіон Європи – Скі-Амаде (Ski Amade). Він об'єднує 28 гірськолижних курортів, 356 гірськолижних трас. На півночі землі Каринтія влаштований відомий курорт Бад-Кляйнкірххайм розміщений на висоті 1100 м. в одній із долин Австрії. Неподалік від гірськолижних трас розміщені термальні джерела. Відень славиться не тільки туристським центром в Австрії, а є і культурним центром Європи.

Висновки. Можна сказати, що Австрія є однією з найрозвиненіших туристичних країн в світі. В Австрії створені всі умови для розвитку різних видів туризму. Також, туризм грає важливу роль в розвитку економіки країни, тож джерело доходів від сфери туризму високий. Країна характеризується зростаючою динамікою туристичних потоків. Найбільш цікавими землями для туристів в Австрії є землі Тіроль, Відень та Зальцбург.

Список використаних джерел

1. Капланець М. М. Туристсько-рекреаційні ресурси Австрії. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 20. С. 122 – 132.
2. Морозова С. Н. Туризм в Австрии. М.: АСТ, 2000. 122 с.
3. Русанова А. Характеристика ресурсной базы развития туризма в Австрии. URL: <http://kraevedenie.net/2009/01/22/tour-austria/>.
4. Туризм в Австрии. Федеральное министерство науки, исследований и экономики, Stubenring 1, 1010 Vienna. URL: www.bmwfw.gv.at
5. URL: <http://book.net/index.php?p=achapter&bid=15085&chapter=1>

Д. Ю. Перетяцько, Я. В. Євтушенко

Сумський державний педагогічний університет А. С. Макаренка

УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В ЧОРНОГОРІЇ

У статті розглянуто розвиток індустрії туризму в Чорногорії. Дано опис розвитку туризму починаючи з 2000 року та по теперішній час. Викладено основний матеріал, щодо країни та туризму в ній. Описано мету перетворити Чорногорію в район високоякісних туристичних послуг.

Ключові слова: ресурси, туризм, країна, доходи, Чорногорія.

В статье рассмотрено развитие туризма в Черногории. Дано описание развития туризма начиная с 2000 года и по настоящее время. Изложены основной материал, в отношении страны и туризма в ней. Описаны цель превратить Черногорию в район высококачественных туристических услуг.

Ключевые слова: ресурсы, туризм, страна, доходы, Черногория.

The article discusses the development of the tourism industry in Montenegro. A description of the development of tourism from 2000 to the present is given. The main material on the country and tourism in it is presented. The goal of transforming Montenegro into an area of high-quality tourist services is described.

Key words: resources, tourism, country, incomes, Montenegro.

Постановка проблеми. Чорногорія – туристична країна, і основна частина її готельної інфраструктури розташована на узбережжі Адріатики і в Которській затоці. Висока конкуренція диктує помірний рівень цін на розміщення. У внутрішніх ж районах країни ситуація інша. Міста Подгоріца, Нікшич, Плевля та інші серйозно обмежені в плані розміщення. Ціни на наявні готелі високі (від 50 євро за двомісний номер), рівень низький, а вибір відсутній.

Однією з найбільш пріоритетних та перспективних галузей економіки Чорногорії є туризм, однак його розвиток на сучасному етапі стримується дефіцитом фінансових коштів, браком кваліфікованого персоналу, невідповідністю між якісними характеристиками і обсягом наданих послуг, з одного боку, і особливостями попиту на них – з іншого. Галузь пережила істотний спад: число діб вітчизняних та іноземних туристів скоротилася з майже 11 млн. в середньому за рік у 80-х роках та до 3,8 млн. у 2002 р.

Для готельної справи в Чорногорії характерні низький рівень заробітної плати, невисока протягом року ступінь використання ліжко-місць, поганий стан рекреаційної інфраструктури. Лише 1 - 3 тис. готельних ліжко-місць з 26 тис. наявних у готівці задовольняють вимоги іноземних гостей. З 83 тис. ліжко-місць – 36 тис. (27,5%) припадає на готельні (у тому числі 19 тис. належать до категорії «В» або двозіркові), 15 тис. – на розташовані в кемпінгах з мінімальним набором послуг і близько 14,5 тис. – у зареєстрованому приватному секторі. Додатковою проблемою для туристичного сектора Чорногорії є існування так званого чорного ринку, який не дає податкових надходжень в казну, але функціонування якого тягне зростання державних витрат (на електро- та водопостачання, відведення стічних вод, вивіз сміття). Істотні труднощі створює нелегальне будівництво, яке часто веде до погіршення стану навколишнього середовища. Додатковою проблемою є слабкий інтерес 44 інвесторів до вкладень в чорногорський туризм через відсутність повної ясності в питанні про власність на землю та пільги інвесторам [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед авторів які досліджували дану тематику можемо виділити таких як, Безуглий В. В., Козинець В. М., Кифяк В. Ф., Масляк П. О., Мальська М. П. та ін.

Мета роботи: дослідити розвиток туризму у Чорногорії.

На період до 2020 р була поставлена мета перетворити Чорногорію в район високоякісних туристичних послуг, який не поступається у цьому відношенні в літню пору року іспанській Мальорці, а в зимові місяці орієнтований переважно на надання якісних спеціальних послуг. До 2012 р планується збільшити кількість ліжко-місць у готелях до 50 тис., а до 2020 р – до 100 тис.

Стратегічна мета полягає в доведенні числа діб перебування туристів у готелях до 11,4 млн. в 2010 р. і 20900 тисяч. в 2020 р Частка діб в житловому фонді місцевого населення залишиться незмінною, в кемпінгах – трохи знизиться, в інших місцях тимчасового перебування – сильно скоротиться.

Виклад основного матеріалу. Чорногорія (від італ. Montenegro) – держава в Південно-Східній Європі, на Адріатичному узбережжі

Балканського півострова. Назва походить від топоніма Чорна гора.

Омивається Адріатичним морем (довжина узбережжя близько 293 км), має сухопутні кордони з Хорватією на заході, Боснією і Герцеговиною на північному заході, Сербією на північному сході, Косово на Сході та Албанією на південному сході.

Територію країни можна умовно розділити на три частини: узбережжя Адріатичного моря, відносно рівнинна центральна частина країни, на якій розташовані два її найбільших міста: Подгориця і Нікшич, і гірські системи сходу країни. Столиця Чорногорії - Подгориця. Площа країни 13,8 тис. км². Протяжність сухопутних кордонів держави становить 614 км: на заході з Республікою Хорватія – 14 км; на північному заході з Боснією і Герцеговиною – 225 км; на північному сході з Республікою Сербія і Косово – 203 км; на південному сході з Республікою Албанія – 172 км.

Чорногорія-Країна розкішної природи: всюди зелені кущі, сади, дерева, зарості квітів - справжній рай. Згідно з Конституцією Чорногорії, Республіка є «екологічною державою», під різними природоохоронними режимами знаходиться 8,1% території. Найважливіші природні ресурси-це чотири національні парки Дурмітор (у списку ЮНЕСКО), Ловчен, Біоградська гора і Скадарське озеро. У чорногорській природі переважають три кольори: синій, смарагдово-зелений і колір заліза, які дивно об'єднуються і переплітаються в живій природі країни [3].

У Чорногорії виділяється чотири яскраво виражені кліматичні області: узбережжя, скелясте плоскогір'я, рівнина і високогір'я. Примор'я характеризується м'яким середземноморським кліматом. Літо довге і сухе, а зими короткі і м'які. Середні літні температури варіюються від + 24 до + 26 °С. пляжний сезон триває з кінця квітня по початок листопада. Температура води в морі протягом купального сезону коливається від + 20°С до +26°С [5].

Традиційно основу економіки Чорногорії становили чорна металургія (центр-Нікшич), переробка алюмінію (Подгориця), Електротехнічна промисловість (Цетінье), гумотехнічна, Хімічна промисловість і виробництво підшипників (Котор), текстильна промисловість (Бієло Поле), суднобудування і судноремонт (Бієла, Бар), легка і харчова промисловість (Нікшич, Бар), деревообробка (Рожає, Беране, Плевля, Нікшич). Найважливішими корисними копалинами є боксити, залізна руда і вугілля. Основна промислова діяльність пов'язана з вирощуванням тютюну, видобутком солі і виробництвом алюмінію. Основними сільськогосподарськими культурами є зернові, картопля, тютюн, виноград, цитрусові, маслини та інжир.

За часів Югославії Чорногорія була найвідсталішою, дотаційною Республікою Федерації. Значною мірою економіка країни була розхитана

війнами початку 1990-х років. Незважаючи на це, до початку 2000-х років Чорногорія змогла знайти себе на міжнародній арені, ставши привабливим об'єктом туризму, як літнього, так і зимового; з тих пір в країні щорічно спостерігається значне економічне зростання. Вельми популярні міжнародні курорти в містах Херцег-Нові, Будва, Бечічі, Петровац, а також історичні та природні пам'ятки – місто Котор на березі Которської затоки, колишня столиця Цетіне, Скадарське озеро, гора Ловчен, високогірний монастир Острог, Національний парк Дурмітор і його Гірськолижний курорт Жабляк (1465 метрів над рівнем моря, це найвищокогірніше місто на Балканах). Політика держави націлена на всебічний розвиток туристичної сфери, їй відданий пріоритет перед промисловістю і сільським господарством. Про це, зокрема, говорить проголошення Чорногорії «екологічною державою».

В якості національної валюти Чорногорія використовує Євро. Однак, не будучи членом євросони, країна не має права емітувати євро і змушена задовольнятися грошовими коштами, що надходять із-за кордону (зокрема, від іноземних туристів) [2].

Загальна характеристика туристичної галузі в Чорногорії в 2010-2020 рр. [6]

Чорногорія	2010			2020		
	Сума в (млн. євро)	% від загальної кількості	Ріст	Сума в (млн. євро)	% від загальної кількості	Ріст
Індивідуальний туризм	118,6	4,9	2,5	328,4	9,8	7,0
Діловий туризм	77,2	1,3	2,3	119,3	1,1	2,8
Урядові витрати	134,0	3,9	3,0	197,9	3,7	4,0
Капіталовкладення	192,1	33,4	0,2	876,4	50,8	16,4
Експорт відвідувачів	633,8	44,8	14,0	1588,8	46,3	9,4
Інший експорт	16,2	17,0	4,4	10,9	0,8	-5,1
Попит	1090,4	15,4	0,8	2159,3	17,3	4,7
ВВП індустрії туризму	278,3	8,1	16,2	782,1	14,8	10,9
ВВП економіки туризму	593,8	17,2	12,1	1915,1	36,3	12,4
Пряма зайнятість в індустрії туризму	21,8	13,7	-0,1	29,3	17,6	3,0
Повна зайнятість в економіці туризму	37,8	23,7	-1,4	47,9	28,9	2,4

Висновки. На даний момент туризм в Чорногорії має одне з провідних місць, але це сталося через те, що занепали інші галузі економіки. Загальноекономічний прогрес та працевлаштування населення у країні залежить від привабливості та конкурентоспроможності рекреації. Але поки що в цьому секторі досить складне становище: готелі мають поганий стан, не

якісне обладнання, мають не високу рентабельність, через короткий сезон, низькі ціни, малого потоку людей. Проте з 2001 року становище стало змінюватися в кращу сторону.

Збільшення готельних потужностей створює базу для чартерного туризму, що охоплює весь ринок. Підвищення комфортабельності готелів у поєднанні з збільшенням кількості розважальних закладів сприятиме продовженню літнього туристичного сезону до 150 – 165 днів, також збільшення кількості днів перебування в готелі туристами до 57% в 2010 р. і 78% в 2020 р.

Планування розвитку туризму в Чорногорії відбувається за двома основними напрямками:

1. Надання рекреаційних послуг для громадян країн, які постали на місці СФРЮ.
2. Надання рекреаційних послуг для громадян Західної, Центральної та Північної Європи.

Збільшення доходів в основному можна очікувати від другого напрямку. Попит спочатку буде незначний.

Виходячи з цих умов, Чорногорія запропонує два сценарії з точки зору цін: більш доступні послуги для вітчизняних та східноєвропейських туристів. Основна ставка робиться на вже існуючі потужності, які не потрібно розширювати, але необхідно послідовно покращувати і робити більш дорогими. По завершенні перехідного періоду ці потужності через зниження попиту піддадуться часткового демонтажу і перетворенню в комплекси.

За підрахунками Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), в наступному десятилітті Чорногорія стане світовим лідером за таким показником, як зростання частки туризму у ВВП країни. Це зростання, на думку аналітиків, досягне 12,4% на рік. До 2021 р. реально щорічне зростання туристичного господарства в чорногорському ВВП складе 10,9%. За таким показником, як внесок туристичних відвідувань у ВВП країни, Чорногорія зайняла 2-е місце в прогнозі WTTC. Як вважають експерти, цей показник складе 9,4% на рік. У цьому році Чорногорію відвідають 1 млн 120 тис. туристів, а бюджет виручить 633 800 000 євро. Завдяки туризму в наступні десять років в Чорногорії будуть відкриті 25 тис. нових робочих місць.

Список використаних джерел

1. Географічне положення Чорногорії. URL: <http://ru.wikipedia.org>
2. Кузьміна м. провінція біля моря. Афіша-світ. 2008. № 5. С. 100 – 104.
3. Порівняльна характеристика індустрії туризму малих країн Середземномор'я. URL: http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/12391/2/Urbanova_diploms_2011.pdf

4. Чорногорія: географічний огляд. URL: <https://allbest.ru/k-3c0a65635a2bd78a5c53a89521216c37-6.html>.
5. Черногория: площадь, экономика, население, география, экскурсии. URL: <https://fb.ru/article/326980/chernogoriya-ploschad-naselenie-geografiya-ekonomika-religiya-dostoprimechatelnosti>
6. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009. World Economic Forum. URL: www.wttc.org/

Р. А. Плешко, І. С. Зігунова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

УМОВИ ТА РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ

У статті розглянуто умови та ресурси Туреччини для розвитку індустрії туризму. Автором описано туристську інфраструктуру, а також історико-культурні і рекреаційно-туристські ресурси. Відображено великі зусилля турецького уряду і бізнесу, які зосереджені на розвиток сфери туризму. Можливості впровадження перспективних напрямів. Порівняння кількості річних прибутків для країни від туризму.

Ключові слова: туристські ресурси Туреччини, туристський потенціал, види туризму.

В статье рассмотрены условия и ресурсы Турции для развития индустрии туризма. Автором описано туристскую инфраструктуру, а также историко-культурные и рекреационно-туристские ресурсы. Отражено большие усилия турецкого правительства и бизнеса, которые сосредоточены на развитие сферы туризма. Возможности внедрения перспективных направлений. Сравнение количества годовых доходов для страны от туризма.

Ключевые слова: туристические ресурсы Турции, туристский потенциал, виды туризма.

The article considers the conditions and resources of Turkey for the development of the tourism industry. The author describes the tourist infrastructure, as well as historical, cultural and recreational and tourist resources. The great efforts of the Turkish government and business, which are focused on the development of tourism, are reflected. Possibilities of introduction of perspective directions. Comparison of the number of annual income for the country from tourism.

Key words: tourist resources of Turkey, tourist potential, types of tourism.

Туреччина – одна з найпопулярніших туристичних країн Середземноморського басейну. Основним плюсом даної країни це найдовший туристичний сезон у Європі, можливість отримання візи після прильоту, гарячі тури, екскурсії, доступні ціни і хороший відпочинок. Ця країна володіє значними рекреаційно-туристичними ресурсами. Все це дозволяє розвиватися туризму досить швидкими темпами.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання розвитку туристичної індустрії в Туреччині досліджується у працях багатьох науковців. Одними з них є такі, як Є. Єремія, П. О. Маслак, В. О. Патійчук, С. Н. Морозова, А. Русанова, М. М. Капланець та інші. С. Н. Морозова проаналізувала

розвиток основних видів туризму. М. М. Капланець досліджує туристсько-рекреаційні ресурси Туреччини.

Мета статті: дослідити умови та ресурси Туреччини для розвитку сфери туризму.

Виклад основного матеріалу. Туреччина має великий туристський потенціал. Особливо багато пам'яток часів стародавніх Греції та Риму, які викликають великий інтерес у іноземних туристів.

Місто Анкара є найважливішим торговим, промисловим та культурним центром Туреччини. І хоча вона не широко відома серед туристів через свою віддаленість від узбережжя, виняткові мандрівники відвідують її заради того, щоб ознайомитися з розмаїттям пам'яток. Тут збереглися старовинні будівлі римської епохи, є різні цікаві музеї і красиві мечеті.

Стамбул, колишній Константинополь – найбільше місто Туреччини і її головний порт. Жодна прогулянка по Стамбулу не обходиться без відвідування цього триумфального представника архітектури часів Візантійської імперії – Собору Святої Софії – Айя-Софії [4]. Це єдине місто у світі, яке розташоване одночасно у двох частинах світу – Європі та Азії. Стамбул – це старий мегаполіс, який протягом своєї історії був столицею трьох великих імперій: Римської, Візантійської та Османської. Все це перетворило Стамбул в один з найбільш захоплюючих міст світу з особливою культурною та історичною спадщиною. Завдяки цьому він має унікальний колорит і атмосферу [4].

Місто Мардін вважають одним з найцікавіших міст Південно-Східної Анатолії. Опинившись посеред вулиць Мардіна, можна почути розмови на різних мовах, а серед місцевих жителів зустріти асирійців, курдів, арабів, турків і вірмен. Пройшовшись по кафе і ресторанах, можна оцінити неймовірний асортимент національних страв [4].

Ізмір – місто на заході Туреччини на узбережжі Егейського моря. Є третім за величиною в країні (після Стамбула та Анкари) і другим за важливістю портом. Ізмір – це динамічний мегаполіс, що швидко зростає з багатою історією і великою кількістю молоді. Це місто з європейською середземноморською атмосферою рідкісне для Туреччини, де сучасні скляні фасади та широкі бульвари розташовані поруч з традиційними червоними черепичними дахами та давніми мечетями [4].

Туреччина всіляко докладас зусиль, щоб диверсифікувати свою рекреаційно-туристичну галузь, не обмежуючись лише пляжами та пізнавальним туризмом і намагаючись хоча б злегка позбутися яскраво вираженої сезонності в обслуговуванні туристів. Із цією метою сміливо починають реалізувати проекти розвитку лікувального і зимового видів туризму [5].

Звичайний пішохідний туризм відрізняють від сходжень на гірські масиви. Перший вид відпочинку демонструє ходьбу на мінімальну відстань – 5 км. по ландшафту із змінною висотою. Останній залучає відстані до 15 – 20 км., проходження яких вимагає присутності спеціального устаткування, особливо протягом зимового сезону. Гірський піший туризм може бути виконаний на будь-якій горі Туреччини. Головна особливість – відмінність в піднесенні, з яким можна натрапити уздовж маршруту, який може досягти 500 – 600 м [5].

Для спортивного туризму в Туреччині розвивають: дайвінг, рафтинг, риболовлю, джип-сафарі, яхтинг, польоти на повітряній кулі, віндсерфінг, гірськолижні траси та всі інші напрями. У Туреччині діє 14 полів для гри в гольф, 20 центрів лижного спорту й приблизно 40 пристаней для яхт [6].

Розглядаючи яхт-тури можна сказати що на яхтових прогулках, можливо побачити всю красу Середземного моря і його побережжя. Яхта в Туреччині це судно, яке нагадує невеликий одно-двощогловий парусник, але на дизельному ході. Під час подорожі, на яхті пригортають смачним обідом з національних страв [6].

Популярність турецьких гірськолижних курортів зростає з кожним роком, а це, у свою чергу, викликає інтерес приймаючої сторони в будівництві нових. Кожного року на гірськолижних курортах Туреччини відкриваються нові готелі, а карти гірськолижних трас розширюються і доводиться регулярно їх оновлювати, щоб відзначити низку нових підйомників. Гірськолижні курорти Туреччини – відносно молоді, але відсутність традицій компенсується широким набором послуг, безпомилковою роботою обслуговуючого персоналу і гуманним відношенням до гостей [6].

Слід відзначити що країна є «скарбом» для аматорів екстремального туризму. У Туреччині є прекрасна можливість зайнятися дайвінгом, неймовірний підводний світ з його мешканцями приносить чимало незабутніх відчуттів і емоцій. Дайвінгом в Туреччині можна займатися двома способами:

- 1) При наявності міжнародного сертифікату, можна попросити дозвіл у місцевих властей на занурення в різних, спеціально відведених для дайвінгу місцях;
- 2) Можливість приєднатися до дайвінг-клубу, і тоді дозвіл на занурення не потрібен. Місць для занурень безліч. Найвідомішим по праву вважається Бордум. Бордум є ласим шматочком для дайверів [6].

Туреччина має величезні економічні можливості для розвитку туристичної галузі: порівняно молоде населення, зростаючий середній клас, дивовижна атмосфера старовини міст, яка приваблює мільйони туристів, чудові

природні ресурси, які є основою розвиненої туристичної індустрії.

Завдяки зусиллям уряду й туристичних організацій у сфері туризму Туреччина підвищує рейтинг на міжнародному ринку туризму. Дохід від туризму в 2019 році зріс на 17,0% порівняно з попереднім роком і досяг 34 млрд. 520 млн. 332 тис. Доларів [7]. Основний прибуток, який отримує держава – доходи від туризму.

До кінця 2017 року в Туреччині було зареєстровано 128 56 готельних підприємств. 9186 з цих підприємств були ліцензовані відповідними муніципалітетами, в той час як інші 3670 ліцензій було видано на ведення туристичної діяльності. Загальна кількість місць в цих готельних підприємствах перевищує 1 482 492. Нині в стадії реалізації знаходиться 281 проект з будівництва закладів розміщення, по завершенні фонд готельних місць в Туреччині, який зараз переживає дефіцит місць, поповниться 74 130 настільки необхідними новими місцями. З 2001 року кількість готельних мереж і груп в Туреччині зросла вдвічі і сьогодні досягло 165. Загальна кількість готелів в 165-ти готельних мережах Туреччини становить 824. Варто відзначити, що 82% мережевих і групових готелів належить місцевим власникам, лише 15% – іноземним власникам, а 3% готелів знаходиться в спільному володінні місцевих та іноземних партнерів [3]. Крім розвинутої туристичної інфраструктури, в Туреччині наявні унікальні історико-культурні та рекреаційні ресурси. В області релігійного туризму Туреччина є однією з небагатьох країн світу, на території якої розташовані пам'ятки декількох найбільших релігій. Із загальної кількості в 316 об'єктів старовини 167 відносяться до ісламу, 129 – до християнства і 20 – до іудаїзму. Протяжність берегової лінії Туреччини становить 7 200 км; країна займає 2-е місце серед 38 країн за кількістю пляжів, зазначених синім прапором - всього тут 454 таких пляжі. З точки зору можливостей геотермального туризму Туреччина входить в сімку кращих країн в світі і займає 1-е місце в Європі, маючи в своєму розпорядженні 1 500 термальними джерелами. Загальна кількість готельних місць на різних термальних СПА-курортах досягла 55 140. За даними рейтингового агентства Forbes Travel, місто Стамбул, входить до 10-ти найбільш відвідуваних туристами міст світу (6-е місце) [3].

Турецький уряд 2007 року розробив Стратегію розвитку туризму Туреччини до 2023 року, спрямовану на посилення співробітництва між державним і приватним секторами у сфері розвитку туризму, підвищення впізнаваності, значимості, рентабельності туристичних курортів країни, що й передбачає створення світового бренду «Туреччина – курорт». Важливим завданням стратегії розвитку галузі до 2023 року є як мінімум подвоєння кількості туристів і обсягу прибутку від туристичної діяльності [9], щоб за

цими показниками потрапити в першу п'ятірку країн світу.

Висновки. Туреччина має всі передумови для розвитку туризму як сфери обслуговування. Турецька Республіка є однією з найсучасніших туристичних країн світу з важливим геополітичним розташуванням, природні та техногенні ресурси, які сприяють розвитку міжнародного туризму. Успішний розвиток туризму в країні має значний вплив на основні галузі народного господарства, надає значні можливості для зайнятості шляхом створення нових робочих місць, розвитку інфраструктури рекреаційного та туристичного комплексу країни. На розвитку сфери туризму зосереджені величезні зусилля турецького уряду та бізнесу, наслідком чого є сталий розвиток туризму.

Список використаних джерел

1. Єремія Г. Особливості розвитку туризму в Туреччині. Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2013. Випуск 43. Ч. 2. с. 34 – 38.
2. Масляк П. О. Країнознавство: Підручник. К.: Знання, 2008. 292 с.
3. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2019), Turkey World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism, Economic impact 2018, London, United Kingdom.
4. URL: <https://mandry.club/>
5. URL: <https://tourlib.net>
6. URL: <http://rc.invest.gov.tr/ru-RU/sectors/Pages/WellnessAndTourism.aspx>
7. URL: <https://www.toleyis.org.tr/>
8. URL: <http://kapital.kz/kapital-style/9076/turciya-2023-diversifikaciya-turizma.html>

Є. І. Яковенко, В. С. Павленко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

УМОВИ ТА РЕСУРСИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ІНДОНЕЗІЇ

У статті розглядаються сучасні особливості умови та ресурси, які пов'язані з розвитком індустрії туризму в Індонезії. Проаналізовано основні показники туристичної сфери країни. Розкрито основні переваги розвитку туризму Індонезії.

Ключові слова: туризм, соціально-економічні умови, Індонезія, національна економіка, рівень розвинутості.

В статье рассматриваются современные особенности условия и ресурсы, связанные с развитием индустрии туризма в Индонезии. Проанализированы основные показатели туристической сферы страны. Раскрыты основные преимущества развития туризма Индонезии.

Ключевые слова: туризм, социально-экономические условия, Индонезия, национальная экономика, уровень развитости.

The article examines the current conditions and resources associated with the development of the tourism industry in Indonesia. The main indicators of the country's tourism sector are analyzed. The main advantages of Indonesia's tourism development are revealed.

Key words: tourism, socio-economic conditions, Indonesia, national economy, level of development.

Актуальність обраної теми можна пояснити у наявності в Індонезії унікальної ісламської культури, яка притягує любителів релігійного туризму в основному з мусульманських країн Азії та Океанії, таких як: Китай, Сінгапур, Малайзія, Туреччина, тощо. Але прибувають і туристи із країн Європи, яким є цікавий релігійний вид туризму у цій країні.

Теоретичні й практичні аспекти розвитку туризму досліджувались такими відомими вітчизняними і зарубіжними вченими, як: О. О. Бейдик, П. Дейліс, Дж. Мартин, В. А. Квартальнов, В. Г. Гуляєв, А. П. Дурович, Ж. Каз, Ф. Котлер, Дж. Боуен, Дж. Мей кенз, К. Р. Маконнел, С. Л. Брю, А. Б. Гайдук, В. Г. Герасименко, Л. С. Гринів, Г. В. Ковалевський, І. О. Олександров, Д. М. Стеченко, Л. М. Яцун.

Мета. Основною метою дослідження є виявлення умов та ресурсів, які надаються для розвитку індустрії туризму в Індонезії.

Виклад основного матеріалу. Уряд країни прагне розвивати туристичну інфраструктуру острова, залучаючи нові категорії туристів. Крім того влада планує побудувати новий міжнародний аеропорт в провінції Джембрана на заході Балі. У березні 2010 року міністерством туризму Індонезії представило план розвитку туристичної галузі на період з 2010 по 2014 роки. У 2010 році безпосередньо на острів Балі планується залучити не менше 2,1 млн. туристів. Директор з маркетингу туристичного представництва країни відзначає, що Індонезія в змозі приймати 10 млн. туристів. У 2011 році прийняли – 7,1 млн., в 2012 – 7,5 млн., в 2013 – 8 млн., в 2014 – 8,5 млн. чоловік. Уряд Індонезії прийняв ряд кроків для стимулювання турпотоків. Влада розраховує, що це допоможе збільшити кількість російських туристів на 30%.

Проект розвитку туризму, відповідного нормам шаріату, готується представити Індонезія, яка подібним чином відповідає на збільшений прошарок гостей з мусульманських країн, які обирають для відпочинку напрямки, здатні гарантувати їм цінності ісламської культури і традицій.

Індонезія – неповторний культурний світ, який утворився шляхом взаємодії чотирьох світових релігій: християнства, ісламу, буддизму й індуїзму. 250 – 300 етнічних груп, об'єднаних в одну державу із населенням понад 240 млн осіб, живуть більше ніж на 17 тис. островів, мають власні мови чи діалекти. На одному острові живуть переважно мусульмани (Ява), на іншому – індуси (Балі), на третьому - християни (північ Сулавесі).

В Індонезії існують різноманітні підходи до створення та функціонування органів регулювання індустрії туризму. Це пояснюється специфікою соціально-економічних та політичних умов розвитку окремих районів, рівнем значущості та масштабами туризму в національній економіці,

рівнем розвинутості ринкових відносин [2].

В країні розробляються спеціальні державні програми стимулювання туризму, які передбачають прямі субсидії або пільги, збільшення бюджетних асигнувань на розвиток інфраструктури.

Розвиток масового міжнародного туризму сприймається в індонезійському суспільстві неоднозначно. Особливо це стосується залучення сакральних пам'яток до туристичного використання, яке супроводжується суперечками, скандалами і навіть терористичними актами. Найбільше нарікань викликають західні туристи, які мало знайомі із буддійською чи індуїстською культурою окремих районів країни й інколи ображають своєю поведінкою релігійні почуття аборигенів.

Індонезія цікава численними культурними та історичними пам'ятками, а також різноманітними і надзвичайно «густонаселеними» національними парками.

Суматра – п'ятий за величиною острів світу з сотнями кілометрів пляжів з темного піску, десятками найчистіших гірських озер і руїнами стародавніх храмових комплексів. Відомі пам'ятки: вулканічне озеро Тоба, королівські могили і палац на острові Самосир, палац Істана, мечеть Месджід – Райян і військовий музей «Букіт – Барісан» у Медані. У північній частині Суматри знаходиться найбільший заповідник країни Гунунг – Лесер, де мешкають рідкісні носороги, тигри, дикі бики і орангутанги.

На острові Суматра близько 10 найчистіших озер, у тому числі і найбільше вулканічне озеро південно-східній Азії - Тоба площею 1775 кв. км. У північній частині Суматри знаходиться найбільший заповідник країни - Гунунг – Лесер, що охороняє місця проживання рідкісного суматранського носорога, тигрів, диких биків і орангутанга, а також реліктові гірські ландшафти та унікальні відслонення гірських порід. Весь заповідник являє собою прекрасні джунглі, в самому серці яких розташувався Реабілітаційний центр для орангутангів Бохорок [1].

Сурабая – друге за розміром місто Індонезії розташоване на острові Ява, в гирлі річки Калі-Мас. Якщо Джакарта є політичною столицею країни, то Сурабая – столиця економічна. Тут зосереджені найбільші промислові підприємства. Це великий торговий порт.

Місто Бандунг заснований голландцями в 1810 році. Це великий економічний і культурний центр, тут знаходиться знаменитий університет «Паджаджарон». Місто має прямокутне планування, широкі озеленені вулиці і парки. В архітектурі палаців, будівель готелів і навчальних закладів поєднуються європейські та східні традиції.

Індонезія стала Меккою для туристів. Незважаючи на велику відстань, що відділяє її від Європи і США, потік туристів зростає. Популярним є автобусний тур по острову Ява з відвідуванням індуїстських храмів на плато Діенг, грандіозного буддистського святилища Боробудур, палацу султана в Джок'якарті, численних природних пам'яток (діючі вулкани Тангкубан Праху і Бромо, гарячі джерела Сарьятер). Улюбленими місцями відпочинку туристів є також острова Балі і Ломбок [3].

Серед численних готелів в туристичних центрах чимало готелів, побудованих в традиційному стилі. Індонезійські готелі відрізняються високим рівнем обслуговування і відносно низькими цінами. Бажаючим також надаються всі можливості для занять вітрильним спортом, віндсерфінгом, підводним плаванням [4].

Найвідоміший курортний центр Індонезії - острів Балі. Найзахідніший із Малих Зондських островів, він знаходиться недалеко від Яви і пов'язаний з нею поромною переправою. Однак більша частина туристів з європейських країн, минаючи Яву, летить прямо в столицю Балі – Денпасар.

Балі приваблює не тільки своїми первозданими ландшафтами, тропічними лісами і видом вулкана Агунг, а й тим, що це острівець індуїстської культури в найбільшій мусульманській країні світу. Численні храми (пура) з терасовими дворами, пишними воротами і багатоярусними вежами, що іноді несподівано з'являються серед тропічного лісу, витончені і вишукані.

На Балі можна помилуватися і виробами народного мистецтва - різьбою по дереву, кістках, камню, ювелірних виробам, тканинами із різноманітним забарвленням, керамікою. Балійці відомі у всьому світі і як вправні танцюристи і музиканти. Народне свято балійців - це ні з чим не порівнянне видовище. Балі - рай для любителів водного спорту.

Туризм в Індонезії є важливим компонентом індонезійської економіки, а також суттєвим джерелом його грошових надходжень. У 2011 році число туристів з інших країн, які прибувають в Індонезію виросло на 9,24 відсотка до 7,65 мільйонів чоловік проти близько 7 мільйонів туристів у 2010 році. Тривалість перебування туристів становить 7,84 дня. В середньому туристи витрачають близько \$ 1,118.26 під час відпочинку.

Земля старовинного Індонезійського народу залишається однією з найкращих та найщедріших у світі. Неймовірно красиві, різноманітні тропічні ліси, архітектурні пам'ятки різних історичних епох - усе це дає право вважати Індонезію країною, привабливою для іноземних туристів.

Країна також володіє й іншими ресурсами для залучення великого загалу іноземних відвідувачів: національні парки й заповідники, річки та

озера, гірські хребти та вершини. Територія Індонезії - одна із найбагатших в світі за різноманітністю флори й фауни. Рекреаційні ресурси країни дозволяють організувати різні види відпочинку, орієнтовані на різноманітний загал, та приймати закордонних гостей.

Індонезія приваблює туристів не лише первісними ландшафтами і тропічними лісами, але і численними індуськими храмами, кожний з яких є унікальною пам'яткою архітектури. На особливу увагу заслуговують пляжі країни. Тут дивовижні умови для зайняття практично будь-якими видами водного спорту. Численні вітрильники з туристами курсують вздовж узбережжя, а сучасні судна швидко долають відстані між островами.

На острові 230 офіційних святкових днів у році. Тому численні церемонії та святкові ходи можна побачити на вулицях міст і сіл мало не щодня. На початку відбувається обряд освітлення дарів. Потім, під ритмічну музику вся процесія прямує до машин [2].

Релігійні вірування міцно увійшли в життя балійців. Ніхто не сумнівається в існуванні різних божеств, в тому, що ночами вони стежать за ними і їх статуї у храмах оживають, в тому, що їм не байдуже, яке життя веде цей народ. Тому жителі цього чудесного острова намагаються прожити праведне життя, вважаючи кожен день за чарівний подарунок.

Висновки. Отже, я вважаю, що наявність таких сприятливих умов та ресурсів пояснюється теплим екваторіальним кліматом, різних ландшафтів, які характерні для розвитку природоохоронних територій. Географічне острівне положення Індонезії дозволяє розвиток серфінгу, яхтингу, дайвінгу, пляжного відпочинку та СПА-терапії. Різноманітність та багатий вибір архітектурних та культурно-історичних пам'яток, споруд, храмів сприяє розвитку релігійного та пізнавального туризму. Індонезія має унікальну ісламську культуру, що притягує туристів із всього світу та робить країну одною із перших лідерів по релігійному туризму в регіоні.

Населення в Індонезії дуже вірує та привітне, але не потрібно користуватися цим та порушувати їхні правила та закони. До цього треба відноситися серйозно та з повагою і тоді відпочинок саме в Індонезії запам'ятається назавжди.

Список використаних джерел

1. Банділенко Г. Г., Гневушева Є. І., Деопик Д. В., Циганов В. А. Історія Індонезії (у трьох частинах). М., 1992-1993.
2. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.
3. Геологія Індонезії. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Індонезія>
4. Офіційний сайт готельної бази світу. URL: <http://www.trivago.ru>

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ

В. О. Гусєва, Д. Р. Мозгова
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ ЗАХОДІВ БЕЗПЕКИ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ

Основна мета даної роботи – дізнатися заходи безпеки у готельно-ресторанній сфері, їх особливості, компоненти, цілі, завдання, основні принципи і напрями забезпечення безпеки і стійкого розвитку будь-якого готельно-ресторанного господарства.

Ключові слова: безпека, готель, ресторан, сфера, обов'язки, економіка.

Основная цель данной работы – узнать меры безопасности в гостинично-ресторанной сфере, их особенности, компоненты, цели, задачи, основные принципы и направления обеспечения безопасности и устойчивого развития любого гостинично-ресторанного хозяйства.

Ключевые слова: безопасность, отель, ресторан, сфера, обязанности, экономика.

Primary purpose of this work – to know safety measures in the field of hotel-restaurant, their features, components, aims, tasks, basic guidelines and directions of providing of safety and steady development of any hotel-restaurant economy.

Keywords: security, hotel, restaurant, sphere, responsibilities, economy.

Актуальність дослідження. Проблема забезпечення заходів безпеки у готельно-ресторанній сфері є дуже актуальною. Обов'язками готелів і ресторанів є не тільки забезпечення відпочинку, але й створити гарантію безпеки людей.

Економічна безпека є універсальною категорією, яка відбиває захищеність суб'єктів соціально-економічних відносин на всіх рівнях, починаючи з держави й закінчуючи кожним її громадянином. Для боротьби з економічною небезпекою господарювання в країні діє система законів і законодавчих актів, які забезпечують і гарантують безпеку господарювання [5].

Організація економічної безпеки спирається безпосередньо на норми Конституції України, які є нормами прямої дії. Відповідно до статей 13 та 42 Конституції України держава забезпечує захист прав усіх суб'єктів господарювання, гарантує право на підприємницьку діяльність, забезпечує захист конкуренції та не допускає зловживання монопольним становищем на ринку [2].

Комплексний підхід у готелях та ресторанах передбачає оптимальне поєднання організаційних, технічних та фізичних заходів попередження і

своєчасного реагування на будь-яку небезпечну ситуацію. Ключового значення набуває правильний вибір технічних засобів і систем безпеки, їх правильне проектування, монтаж та обслуговування [4].

Заходи безпеки, що розробляються та впроваджуються в готелі, повинні бути націлені на виконання таких завдань:

- забезпечення охорони, безпеки постояльців та їхнього особистого майна під час перебування в готелі;
- захист готельного майна від ворожих дій (крадіжок, актів вандалізму тощо);
- забезпечення захисту готелю від терористичних актів (нападів, саботажу тощо);
- підтримання громадського порядку та забезпечення належної поведінки у всіх громадських місцях готелю;
- забезпечення постояльцям спокою і конфіденційності під час їхнього перебування в готельному комплексі;
- забезпечення можливості негайного та ефективного реагування у випадку будь-якої події, що вимагає втручання персоналу готельного комплексу або представників сторонніх відомств (наприклад, поліції, швидкої допомоги тощо);
- гарантування належної поведінки, а також сумлінності і чесності всього персоналу готелю;
- гарантування можливості надання готельним комплексом спеціальних послуг із забезпечення підвищеної безпеки високопоставлених осіб, до охорони яких висуваються особливі вимоги.

Система обслуговування в готелі повинна бути побудована та матеріально обладнана так, щоб була забезпечена недоступність ключів на стійці порт'є для сторонніх, особливо коли там нікого немає. Консьєрж і співробітники служби прийому та розміщення повинні пройти підготовку щодо здійснення контролю за входом і виходом з будівлі готелю. Не завадять і додаткові засоби безпеки дверей (замки усередині номера, вічка). Важливу роль в забезпеченні безпеки відіграють зовнішнє освітлення стоянок, входів і виходів, внутрішнє освітлення коридорів, громадських місць. Важливо також передбачити сейфи або в службі прийому, або в кожному номері для зберігання цінних речей та грошей клієнтів. І звичайно ж кімната повинна мати відповідну страховку [4].

До організаційних заходів безпеки у готельно-ресторанних закладах належать:

- спеціально розроблені системи регламентації поведінки обслуговуючого персоналу і співробітників, які відповідають за безпеку;

- проведення заходів для спеціальної підготовки персоналу служби безпеки;
- технологія готельного обслуговування;
- принципи організації порядку доступу й охорони різних категорій готельних номерів і службових приміщень;
- регламентація дій співробітників в екстремальних ситуаціях.

Заклад ресторанного господарства є місцем надання основних послуг харчування. Повинен відбуватися контроль інформаційного забезпечення з партнерами і постачальниками, вхідний контроль продуктів [3]. Адміністрація закладу бере на себе обов'язок забезпечити спокійні гарантії безпеки споживачам.

Перед службою безпеки поставлено два завдання. Перше – забезпечення охорони від зовнішньої небезпеки й друге – забезпечення внутрішній безпеки закладу, збереженню майна, речей споживачів та запобігання крадіжок.

Тому в закладах, які надають готельні і ресторанны послуги необхідно створювати систему забезпечення необхідної безпеки споживачів цих послуг.

Існують такі типи систем безпеки готельно-ресторанної установи:

- відео спостереження;
- охоронна сигналізація для приміщень, периметрів;
- система пожежної сигналізації;
- засоби і системи пожежогасіння;
- система вентиляції і димовидалення;
- устаткування для обмеження доступу в приміщення;
- аудіоконтроль приміщень і телефонних ліній [1].

Принципи організації і функціонування системи безпеки повинні відповідати таким принципам, як комплексність, своєчасність, безперервність, активність, законність, обґрунтованість, економічність, спеціалізація, взаємодія і координація, вдосконалення, централізація управління.

Комплексні системи життєзабезпечення та безпеки готелю є такі, як сервісна система гостьових номерів, комплекс систем інформатизації готельного бізнесу, система диспетчеризації, система управління готелем JS M-Hotel компанії Johnson Controls, система контролю і управління кліматом у готельному номері, система управління готельним номером, комплексні системи безпеки на базі систем контролю доступу, проксиміті-зчитувачі компанії Keri Systems, системи відео спостереження, міні-сейфи, централізоване сховище цінностей, системи замків, магнітна картка, смарт-картки, проксиміті картки, управління системою замків, система візуально-звукового оповіщення, система охоронної сигналізації, система мовного сповіщення, система захисту інформації [4].

Висновок. Застосування цих заходів не лише зробить перебування клієнта в готельному-ресторанному комплексі безпечним, але й захистить працівників від необгрунтованих звинувачень. А це, поряд з іншими аспектами, підвищить репутацію готельно-ресторанного комплексу і, як наслідок, збільшить його заповнюваність. Тому в кожному готельно-ресторанному комплексі має бути план заходів щодо забезпечення захисту і безпеки клієнтів, який включає такі фактори ризику, як пожежа, крадіжка, травма, несподіване захворювання та ін.

Список використаних джерел

1. Готельні системи безпеки. URL: <https://mydocx.ru/10-97932.html>
2. Конституція України, прийнята від 28 червня 1996 р. URL: <https://tourlib.net/zakon/constitution.htm>.
3. Організація безпеки в засобах розміщення. URL: <https://studfile.net/preview/5258245/>
4. Організація готельно-ресторанного обслуговування. URL: https://pidru4niki.com/1180091260402/turizm/organizatsiyi_zabezpechennya_bezpeki_gotel'nogo_biznesu
5. Судакова О. І. Вплив держави на формування економічної безпеки підприємства. *Науковий вісник Придніпров'я. Державна академія будівництва та архітектури*. 2007. №11. С. 78 – 81.

О. О. Москаленко, Д. Р. Мозгова

ОСОБЛИВОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА У НІМЕЧЧИНІ

У цій статті розглядається питання популяризації німецьких закладів ресторанного господарства, їх типи та особливості. Розглядається відмінність німецьких закладів громадського харчування між собою та потребами гостей, які вони можуть задовольнити з урахуванням бюджету.

Ключові слова: туризм, гастротуризм, Німеччина, ЮНВТО

В этой статье рассматривается вопрос популяризации немецких заведений ресторанного хозяйства, их типы и особенности. Рассматривается отличие немецких предприятий общественного питания между собой и потребностями гостей, которые они могут удовлетворить с учетом бюджета.

Ключевые слова: туризм, гастротуризм, Германия, ЮНВТО.

This article discusses the issue of popularizing German restaurant establishments, their types and characteristics. The article examines the difference between German catering establishments and the needs of the guest, which they can satisfy, taking into account the budget.

Keywords: tourism, gastro-tourism, Germany, UNWTO.

Постановка проблеми. З кожним роком потік туристів у Німеччину стає більшим, тому гастрономія цієї країни зазнає розквіту. Заклади громадського харчування намагаються привабити до себе нових гостей з різним бюджетом та потребами, надаючи якісні послуги.

Метою статті є визначення особливостей закладів ресторанного господарства у Німеччині та їх характеристика.

Актуальність теми пов'язана з популяризацією гастротуризму у Німеччині.

Виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день туризм дуже популярний у всьому світі. Все більше і більше людей подорожує світом, вивчаючи культуру, побут, традиції, звичаї, одним словом життя людей інших країн. Туристична індустрія пропонує сьогодні неймовірну кількість різних видів туризму: рекреаційний, культурно-пізнавальний, релігійний, спортивний, лікувально-оздоровчий, екологічний, дитячий, весільний, археологічний, ностальгічний туризм тощо.

Блакитні узбережжя, піщані пляжі, перлини архітектури або активний відпочинок в горах – сучасного туриста цим не здивуєш. Часто, вирушаючи у відпустку, наприклад, на Мальту турист ловить себе на думці, що тут таке чудове узбережжя, таке свіже повітря... майже такі ж, як в минулому році на Кіпрі. Саме ця «схожість» багатьох курортів, незважаючи на всі історичні особливості і культурний колорит, підштовхує розвиток нових форм туризму.

Однією з таких форм туризму, що набуває все більшої популярності, став гастрономічний туризм.

На сьогоднішній день, велика кількість туристів їде у Німеччину саме для того, що б спробувати відомі на весь світ страви та пиво.

Німеччина – країна з величезним розмаїттям національних страв. Вони змінюються від регіону до регіону, тому гастрономічний тур по цій країні може зайняти тривалий час. Німецькі страви складаються з простих і доступних інгредієнтів, але особливі техніки приготування роблять їх абсолютно унікальними. Саме німецька кухня славиться своєю щільністю і ситністю, в цьому і полягає її особливий шарм.

Німеччина – демократична, соціальна, правова держава. «Вона складається з 16 федеративних земель: Берлін, Баварія, Баден-Вюртемберг, Бранденбург, Бремен, Гамбург, Гессен, Мекленбург-Передня Померанія, Нижня Саксонія, Рейнланд-Пфальц, Саар, Саксонія, Саксонія-Ангальт, Північний Рейн-Вестфалія, Тюрінгія, Шлезвіг-Гольштайн» [2].

«Німеччина розташована в Центральній Європі, на горбистій Середньоевропейській рівнині. З півночі її береги омиваються Балтійським і Північним морями, на півдні – передгір'я Альп з найвищою точкою країни Цугшпітце» [3].

Центральне положення в Європі підкреслюється максимальною кількістю країн-сусідів. «На півночі вона межує з Данією (протяжність кордону 68 км), на заході – з Нідерландами (577 км), Бельгією (167 км),

Люксембургом (138 км) та Францією (451 км), на півдні – Швейцарією (334 км), Австрією (784 км) і Чехією (646 км), а на сході – з Польщею (456 км). На півночі омивається Балтійським та Північним морями» [1; с. 326].

Отже, можна зазначити, що вдале розташування країни відіграло одну з провідних причин для великого потоку туристів.

За даними ЮНВТО на 2019 рік, Німеччину відвідали майже 39 млн. туристів [4; с. 18]. Кожен з них мав можливість познайомитись з гастрономією цієї країни.

Не тільки туристи, а й самі німці мають різний бюджет, тому існують різні види закладів харчування, які мають на меті задовольнити гостя згідно з його можливостями.

Заклади харчування Німеччини поділяються на:

- | | |
|-------------|-------------|
| ➤ ресторан; | ➤ кафе; |
| ➤ гаштете; | ➤ бар; |
| ➤ імбіс; | ➤ кнайпе; |
| ➤ піцерія; | ➤ айс-кафе. |

Ресторан – найдорожчий заклад громадського харчування. Рахунок у ресторані складає, зазвичай, від 20 євро на особу (основна страва та напій). У ресторанах гарнір вже врахований у вартість страви. Якщо гість бажає замінити свій гарнір, то деякі заклади залишають за собою право зробити це безкоштовно або за додаткову плату. Відносно висока вартість їжі у ресторанах зумовлена:

- сервуванням столів;
- поведінкою та зовнішнім виглядом офіціантів (часто можна зустріти «уніформу», таку як чорні або білі футболки, рубашки та чорні брюки, штани, на відміну від інших типів закладів);
- подачею страв (ресторани намагаються зробити страви не тільки смачними, а й гарними та яскравими за виглядом);
- асортимент та якість страв.

Гаштете характеризується як дешевий ресторан. Ціни, обслуговування та вигляд страв будуть на більш низькому рівні відносно ресторанів. Середній рахунок у гаштете складає 15-20 євро на особу. У цих закладах не сервують столи, а лише виносять солові приладдя відповідно до замовлення гостя, часто відсутні скатертини на столах. Офіціанти часто не зобов'язані носити чорні штани, але верх персоналу в одному тоні.

Імбіс у Німеччині – це фаст-фуд. За невелику ціну гості можуть отримати поммес (картопля-фрі), ковбаски, шнітцелі, рибу різноманітного приготування. Характерним для імбіс стає швидкість приготування їжі та ціна. Вважається, що гості у імбіс мають змінюватись кожні 30 – 45 хвилин.

За 10 – 15 євро на особу гість зможе отримати страву з гарніром та напій. На відміну від ресторанів та гасштете, у імбіс за один стіл можуть сісти стільки людей, скільки є місць за цим столом і не обов'язково вони мають бути між собою знайомі.

Піццерія – розповсюджений заклад харчування, оскільки італійська кухня вважається однією з найпопулярніших у Німеччині. Піцца стала невід'ємною стравою у кожній країні Європи. Середня вартість піци у Німеччині 10 – 13 євро. Велика кількість гостей відвідує саме ті піццерії, де приготування відбувається у печах. Німці люблять усе справжнє, тому відвідуючи Німеччину можна бути впевненим, що продукти для приготування будуть свіжими та якісними. Самі німці говорять, що краще переплатити за продукти, але не втратити обличчя.

Кафе – заклади харчування для гостей, які хочуть непогано поїсти за невеликий кошт. Середній рахунок у кафе складає 8 – 12 євро на особу. Характерним для кафе є наявність тераси, щоб гість мав можливість випити каву на свіжому повітрі, але це не обов'язково.

Взагалі у німецьких закладах харчування часто зустрічаються тераси. Це зумовлено не тільки бажанням гостей подихати свіжим повітрям, а й комфортом для тих, хто палить. Тому у багатьох закладах на столах на вулиці можна зустріти попільнички.

Бар та кнайпе схожі між собою заклади. Вони характеризуються своїм різноманіттям напоїв. Але існує відмінність. У барах можна отримати не тільки пиво та шнапси, а й різні коктейлі. Не у кожному барі пропонують їжу, у той час, як у кнайпе гості мають можливість отримати закуски до пива, ковбаски та інше. Не можна зазначити середню вартість рахунку у цих закладах, оскільки бари пропонують коктейлі, які можуть коштувати від 4 євро, у той час, як кнайпе пропонують закуски. Але можна говорити про середню вартість келиху пива, а саме 4 євро за 0.4 л.

Айс-кафе – кафе-морозиво. Цей тип закладу особливо розповсюджений у курортних містах (біля Північного та Балтійського морів), де у сезон велика кількість туристів, які хочуть поїсти морозиво під час літньої спеки. Ціни у таких закладах невисокі. 5 євро на особу вистачить, щоб поїсти морозива та випити чашку кави.

Як і у будь-якій іншій країні світу, залишати чайові у закладах громадського харчування – нормальна практика. Трінкгельд (чайові) прийнято залишати у сумі 5 – 10% від загального рахунку, якщо гість залишився задоволений якістю обслуговування.

У Німеччині найчастіше залишають чайові шляхом округлення рахунку. Наприклад, якщо сума рахунку склала 15.50, то, зазвичай, гість скаже 17 або

18 євро (з однієї купюри у 20 євро) або просто покладе суму разом з чайовими та скаже дякую. Після слів дякую офіціант автоматично може забрати ту кількість грошей, яку йому дав гість. З простою подякою переплутати важко, оскільки звичайну подяку гості скажуть вже після розрахунку.

Оскільки гастрономія розвивається разом з сучасними технологіями, то на сьогоднішній день, розрахунок у закладах громадського харчування можна зробити кредитною картою. У багатьох закладах можна також залишати чайові за допомогою картки.

Отже, можна зробити висновок, що Німеччина має різноманітні заклади громадського харчування, які зможуть задовольнити потреби кожного як ціною, так і якістю страв та обслуговування.

Список використаних джерел

1. Адміністративно-територіальний устрій країн Європейського Союзу: навч. посіб. / за заг. ред. Ю. В. Ковбасюка, М. К. Орлатого. К.: НАДУ, 2015. 628 с.
2. Землі Німеччини. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Землі_Німеччини.
3. Пробний сайт з інформатики. URL: <https://sites.google.com/site/probnijsajtinformatici2/home/nimeccina>.
4. UNWTO World Tourism Organization. International Tourism Highlights, 2019 Edition, 24 s.

В. С. Павленко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ПАНДЕМІЯ COVID-19 ТА ЇЇ НАСЛІДКИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ І СВІТУ

У статті досліджено ситуація, що склалася на ринку туристичних послуг через пандемію Covid-19. Розглянуто кризові явища в туризмі. Автором проаналізовано ситуацію розвитку пандемії та шляхи виходу з світової кризи у секторі туризму.

Ключові слова: туризм, світова криза, Covid-19, індустрія туризму.

В статье исследованы ситуация сложившаяся на рынке туристических услуг из-за пандемии Covid-19. Рассмотрены кризисные явления в туризме. Автором проанализированы ситуации развития пандемии и пути выхода из мирового кризиса в секторе туризма.

Ключевые слова: туризм, мировой кризис, Covid-19, индустрия туризма.

The article examines the situation in the market of tourist services due to the Covid-19 pandemic. Crisis phenomena in tourism are considered. The author analyzes the situation of pandemic development and ways out of the global crisis in the tourism sector.

Key words: tourism, world crisis, Covid-19, tourism industry.

Постановка проблеми. Згідно з статистичними даними Світової ради з подорожей та туризму. Зазначається, що через коронавірус, обмеження на пересування та карантин під загрозою перебування 75 мільйонів робочих місць у всьому світі. Виходячи з цього через пандемію Covid-19 туристична

галузь за підсумками 2020 року може недорахуватися 2.1 трильйони доларів прибутку. Тому, що сектор туризму складає 10,4% світового ВВП. Можна сказати, що дана галузь постраждала найбільше [1].

Виходячи з цього, якщо найближчим часом не будуть розроблені шляхи виходу з кризи то туристична галузь може повністю зазнати краху. Зважаючи на вказане, дане питання є актуальним і потребує аналізу і практичних розробок.

Мета дослідження полягає в аналізі наслідків пандемії у світовій сфері туризму.

Виклад основного матеріалу. В період економічної кризи та спалаху пандемій туризм це саме та галузь економіки яка постраждала найбільше. Згідно з звітом МВФ прогнозоване падіння ВВП з квітня 2020 року в Україні сягне позначки 7,7 %. Станом на 20 квітня 2020 року через пандемію 100 % усіх міжнародних DESTИНАЦІЙ ввели обмеження на в'їзд. Згідно з звітом ЮНВТО 45 % країн повністю або частково закрили свої кордони для туристів, 30 % країн тимчасово зупинили здійснення міжнародних авіарейсів і 18 % країн закрили свої кордони для туристів із певних країн походження. Наразі експерти прогнозують сценарії зниження міжнародних туристичних прибутків. Згідно з прогнозами туристичні прибутки знизяться від 58 % до 78 % за рік, що залежить від швидкості поширення вірусу, тривалості чинних обмежень на пересування та закриття кордонів, однак з точністю визначити перспективи подальшого розвитку подій украї важко.

Швидке поширення вірусу призвело до жорстоких дій зі сторони уряду. В різних країнах окрім закриття кордонів вводився комендантський час, закривалися магазини, торгові центри. Все це призвело до падіння світової економіки. Більшість країн швидко відреагували та зробили все необхідне, щоб мінімізувати економічні наслідки пандемії COVID-19. В першу чергу було розроблено кредитні програми для бізнесу, а потім відтермінування сплати боргових і податкових зобов'язань. В Україні сьогодні спостерігається значне відставання у темпах впровадження заходів на підтримку туристичного сектора, що ставить під серйозну загрозу конкурентоспроможність галузі на глобальному ринку протягом прогнозованого періоду відновлення впродовж 2021 року.

Для того щоб туристична галузь працювала було запропоновано обмеження щодо розміщення та перевезення туристів. Всі туристи повинні чітко дотримуватися маскового режиму, номерний фонд засобів розміщення заповнювався лише на 50 %.

Провідні представники галузі, а особливо міжнародні готельні мережі, вводять ряд зовнішніх і внутрішніх заходів для мінімізації наслідків пандемії COVID-19. Зокрема це перенесення заброньованих номерів на пізніший термін або повне повернення коштів, оптимізація програми лояльності, впровадження обов'язкових заходів із захисту здоров'я та безпеки. Заклади розміщення вимушені були провести внутрішню реорганізацію: скоротити персонал, надавати відпустки без збереження заробітної плати, відмовлятися від інвестицій.

Слід звернути увагу і на збитки яких зазнав авіа бізнес. За прогнозами він постраждав найбільше. Спочатку більшість компаній скоротили або скасували свої рейси до Китаю. Потім удар припав і на авіа компанії Європи.

Згідно з даними Міжнародної асоціації авіаційного транспорту (IATA), втрати галузі можуть сягнути 113 млрд. дол. В ході дослідження можна сказати, що акції найбільшої авіакомпанії світу, American Airlines, впали на 32 % від початку року, німецької Lufthansa – на 29 %. Лише з початку березня Lufthansa скасувала 7 100 рейсів у Європі, переважно з Німеччини до Італії. Деякі авіалінії продовжували рейси з малою кількістю пасажирів. Такі дії були запроваджені щоб зберегти слоти і зберегти екіпаж.

Також слід звернути увагу і на круїзний бізнес, який зростає. З початку епідемії бронювання впали на 60%. Згідно даних що наводить Nomura Securities. Більшість круїзних компаній скасували рейси і понесли збитки в 16 млн. дол. [1].

В останньому звіті, оприлюдненому WTTC, зазначається, що світовий туристичний сектор цього року може зменшитися на чверть. Туристична галузь може втратити до 820 млрд. дол. на скасованих відрядженнях, конференціях та виставках. Більша частина втрат припадає на Китай.

Великих збитків зазнає і Європа за місяць через пандемію втрати будуть становити понад 1млрд. євро. У ЄС очікують, що туризм буде серед найбільш уражених коронавірусом бізнесів. Нині ЄС запускає спільний механізм моніторингу впливу коронавірусу на економіку. Найбільші втрати, очевидно, будуть в Італії, де значний відсоток населення похилого віку називають серед чинників швидкого поширення хвороби.

Проте втрати Італії будуть значними не лише через те, що вона стала епіцентром поширення хвороби у Європі, але тому, що туризм є значною часткою економіки країни – близько 13 %. Нині, за даними державних органів, скасування бронювань у готелях в деяких регіонах доходять до 90 %. За даними Італійської асоціації відповідального туризму (AITR) через поширення коронавірусу відмови від бронювання готелів на станом на березень коштували готельному бізнесу країни що найменше 200 млн. євро [5].

За попередніми розрахунками, втрати Італії від коронавірусу можуть

сягнути понад 8 млрд дол. До спалаху епідемії Італія посідала перше місце серед європейських країн за кількістю авіа маршрутів до Китаю.

А от північна Америка і зокрема, США не настільки потерпають від поширення коронавірусу, як Європа, втім оцінки втрат туристичної галузі там також вражають. За оцінками Tourism Economics, збитки у галузі подорожей і туризму країни можуть становити щонайменше 24 млрд. доларів [4].

У Всесвітній туристичній організації (UNWTO) прогнозують, що у 2020 кількість міжнародних туристів через пандемію коронавірусу скоротиться на 20 – 30 %, порівняно з показниками 2019 року. Очікуване 20 – 30 % падіння може призвести до зниження надходжень від міжнародного туризму на 300 – 450 млрд. дол., що становить майже третину від 1,5 трлн. дол., отриманих у 2019 році. З огляду на минулі ринкові тенденції, це означатиме втрату від 5 до 7 років зростання [6].

Розглядаючи нашу державу можна зазначити, що країна узагальнила правила роботи готелів та санаторіїв, які затвердили уряди інших країн та запропонували їх Кабміну.

Економіка не прив'язана до в'їзного туризму, але якщо карантинні обмеження будуть діяти достатньо довго то збитки в даній індустрії сягнуть 3 – 5 млрд. дол. Приблизно 80 % закладів сфери гостинності – це підприємства малого бізнесу, яким досить тяжко пережити карантин. Щодо в'їзного туризму, то тут слід зазначити, що докарантинний рівень в'їзного потоку не був надто високим, адже було величезне падіння після 2014 року.

Якщо зовнішні кордони будуть закриті довго, ніж знімуть карантин усередині країни, то буде ріст потоку внутрішнього туризму, яким частково можна перекрити зовнішній потік. З цим потоком прогнозується навіть зростання.

Спільнота гостинності та експерти Всеукраїнської федерації роботодавців в сфері туризму України пропонують такі заходи, що до пом'якшення наслідків виходу з кризи в Україні: фінансування за рахунок спеціальних фондів Державного бюджету України видатків на: фонд заробітної плати, включаючи відрахування, комунальні платежі та інші витрати, пов'язані з використанням та утриманням підприємств туристичного бізнесу; збільшити видатки з державного бюджету на розвиток туризму; надати статус медичного закладу засобам розміщення та забезпечити підприємства за рахунок держави у достатній кількості тестами, засобами індивідуального противірусного і бактерицидного захисту; провести за рахунок держави масові кваліфікаційні навчання персоналу в галузі туризму з санітарних вимог та протидії епідемії; надати ставку 7 % ПДВ всім закладам, які надають медичні послуги; 0 % ПДВ на оплату послуг пенсіонерам, які користуються послугами готелю, що надають медичні

послуги; звільнити підприємства від сплати ПДВ які займаються ввезенням обладнання для боротьби з коронавірусом та комплектуючих для нових і модернізації існуючих об'єктів інфраструктури з умовою заборони відчуження таких товарів протягом двох років після розмитнення; тимчасово ввести податкові канікули (ЄСВ і ЄП) для компаній, які утримують співробітників та вчасно виплачують заробітну плату; 0 % ЄСВ для ФОП, які працюють у сферу туризму та гостинності; НБУ підтримати тимчасову зупинку виплат за кредитними договорами, за якими суб'єкти туристичної діяльності є боржниками; зменшити відсотки базової облікової ставки та вартість іпотеки; приватним банкам реструктурувати виплати зобов'язань, забезпечити пільгове кредитування розвитку туризму; торгово-промислової палаті України офіційно визнати на державному рівні та документально підтвердити факт наявності форс-мажорних обставин в Україні; Державному агентству розвитку туризму України розробити за участю експертів та затвердити на загальнонаціональному рівні перелік рекомендацій та інструкцій із санітарних заходів та застосування антивірусних засобів для галузі туризму, зокрема для закладів розміщення, громадського харчування, транспорту та інфраструктури, громадських і торгівельних закладів, житлових будинків тощо. Розробити технологічні карти поведінки туристів і працівників у кризових ситуаціях [2].

Нездійснення зазначених заходів, може призвести до скорого вивільнення понад мільйона працівників без фактичної виплати вихідної допомоги через відсутність обігових коштів, а також імовірних банкрутств тисяч суб'єктів туризму та сотень тисяч супутніх компаній та постачальників туристичної галузі [2].

Запровадження таких заходів допоможе туристичній галузі залишитися на плаву. Доречно також ввести то обов'язкове державне медичне страхування на випадок зараження COVID-19 для громадян які планують подорожувати.

Всесвітня туристична організація досліджувала, коли в світі можна очікувати повернення туризму до рівня 2019 року. Більшість фахівців оптимістично налаштовані на 2023 рік.

UNWTO (United Nations World Tourism Organization) в жовтні 2020 провела глобальне опитування серед експертів по туризму. Більшість експертів відповіли, що до поживлення міжнародного туризму можна готуватися у 2021 році, але не раніше 3 кварталу. Втім, приблизно 20 % вважають, що це станеться тільки у 2022 році.

Фахівці які не виявили оптимізму вважають, що повернення до пандемічного рівня 2019 року в кращому випадку вони прогнозують на 2023. Більше третини фахівців взагалі вважають, що це станеться тільки у 2024.

Фахівці кажуть, що внутрішній туризм дійсно сприяє відновленню галузі в цілому в декількох напрямках, але тільки частково. Адже не може компенсувати падіння міжнародного попиту.

Що стосується наслідків пандемії COVID-19 у сфері туризму, то Україна перебуває у відносно кращій ситуації, ніж більшість країн, оскільки тут частка внутрішнього та виїзного туризму значно перевищує показники вхідного потоку.

Отже, можна зробити такі висновки криза, що пов'язана з пандемією COVID-19 змусила туристичний бізнес вийти з зони комфорту та шукати інноваційні шляхи розвитку та діяльності. Для того щоб туризм відновився потрібна підтримка зі сторони держави, а саме звільнення від податків та кредитні програми з низькими відсотками. Також потрібно розробити стратегію по виходу із туристичної кризи, згідно якій спільно співпрацювали всі держави.

Список використаних джерел

1. Зануда А. Коронавірус: скільки втрачає туризм. BBC News Україна, 16 березня 2020. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51870285>
2. Романова А. Туризм після карантину: як пандемія вплинула на галузь і змінила її. URL: <https://dyvys.info/2020/05/14/turyzm-pislya-karantynu-yakpandemiya-vplynula-na-galuz-i-zminyala-yiyi/>
3. Mappa del turismo responsabile in Italia. AITR, 2020. URL: <http://www.aitr.org/mappa-del-turismoresponsabile-in-italia/>
4. Global Travel: Data, Models, and Intelligence, Tourism Economics, 2020. URL: <https://www.tourismeconomics.com/>

О. О. Самодахова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ЕКОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

У статті розглянуто екологічні засади індустрії гостинності. Динамічний розвиток української індустрії гостинності ставить нові завдання. Зокрема, національним інтересам відповідає екологізація індустрії гостинності. Вона може полягати як в екологізації різних аспектів діяльності колективних засобів розміщення і впровадженні екоінновацій, так і в створенні екоготелів.

Ключові слова: екологія, індустрія гостинності, екоготелі.

В статье рассмотрены экологические основы индустрии гостеприимства. Динамичное развитие украинской индустрии гостеприимства ставит новые задачи. В частности, национальным интересам соответствует экологизация индустрии гостеприимства. Она может заключаться как в экологизации различных аспектов деятельности коллективных средств размещения и внедрении экоинноваций, так и в создании экоотелей.

Ключевые слова: экология, индустрия гостеприимства, экоотель.

The article considers the ecological principles of the hospitality industry. The dynamic development of the Ukrainian hospitality industry poses new challenges. In particular, the greening of the hospitality industry is in the national interest. It can consist both in the greening of various aspects of the activities of collective accommodation and the introduction of eco-innovation, and in the creation of eco-hotels.

Key words: ecology, hospitality industry, eco-hotels.

Постановка проблеми. В останні десять років у світовій практиці відбулися якісні зміни в підході до екологічної проблеми і, в першу чергу, до проблеми, яка пов'язана з індустрією гостинності. З розвитком промислово-практичної діяльності людини збільшилися масштаби її втручання в природне середовище, наслідки якого виражаються в забрудненні повітряного і водного середовища, ґрунту, загибелі лісів, а це позначається на життєзабезпеченні населення, соціальному самопочутті людей, їх здоров'ї, тривалості життя. Для того, щоб уникнути екологічної кризи необхідні пошуки конструктивного рішення, такого кардинального вирішення питання, як узгодження людської діяльності з реальними можливостями природи. Для того щоб розвиток індустрії гостинності не зашкодив навколишньому природному середовищу необхідна активна розробка, впровадження та удосконалення системи екологічних технологій в установах гостинності.

Аналіз актуальних досліджень. Дослідженнями даної проблеми займалися численні вітчизняні та зарубіжні дослідники і науковці: Д. Осипов, В. Соловійов, В. Романов, А. Семенченко, Д. Рубан, М. Моїсеєв, Н. Реймерс, А. Яблоков, В. Євланов та багато інших.

Аналіз спеціальної літератури показує, що в останні 20 років посилилася увага вчених до проблем екології, висвітлення і розробці різних її аспектів. Автори сформулювали концепції єдності людини і природи, показали її значення у вирішенні екологічних протиріч (В. Злотников, М. Козлова, В. Красилов, М. Назорчук, І. Сосунов, В. Янг та ін. Для досягнення стійкого природокористування необхідні скоординовані зусилля багатьох людей і організацій, особливо індустрії гостинності, що надає великий сервіс послуг.

Мета статті полягає в аналізі екологічних засад вітчизняної та зарубіжної індустрії гостинності.

Виклад основного матеріалу. Індустрія гостинності – комплексна сфера діяльності працівників, які відповідають будь-яким запитам і бажанням туристів. Індустрія гостинності – міжгалузевий комплекс, що спеціалізується на обслуговуванні туристів і включає сукупність засобів розміщення, громадського харчування, об'єктів пізнавального, розважального, ділового, оздоровчого та спортивного призначення [1, с. 17].

В У США існує організація United States Green Building Council (USGBC), яка сертифікує «екологічність» готелів, привласнюючи їм

зірковість (найбільш поширена оцінка – бронза). Найбільша увага американськими експертами приділяється токсичності будівельних матеріалів, з яких складається будівля і формується інтер'єр приміщення. Напрямок «озеленення» готелів дуже багато. Важливо розумно використовувати воду, регулювати процеси нагрівання-охолодження в приміщеннях, знижувати споживання пластикових пакетів. Наприклад, в американському готелі Gaia Napa Valley налагоджено використання так званої «сірої» води (стік з душів та умивальників), яка, пройшовши через невеликі фільтри, використовується для поповнення ставка і поливу на великій території готелю [6, с. 105].

Екологічні ініціативи приносять прибуток через поліпшення іміджу індустрії гостинності і відпочинку. Готелі замовляють створення і просування сайту в інтернеті, а на своєму сайті формують розділ для екологічно вимогливих гостей, зі своїми досягненнями в області турботи про навколишнє середовище і про здоров'я людини. Готельний бізнес змушений ставати екологічніше, як в прагненні знизити витрати, так і для залучення гостей, адже люди стають все більш уважними до питань екології [2, с. 31].

К. Серпова зазначає, що в розвинених країнах готелі, що вносять вклад в збереження і підтримання рівня захисту навколишнього середовища, зазвичай мають екомаркування – знак, за яким постояльці при виборі можуть визначити, чи є готель екологічно орієнтованим. «Зелений ключ» – міжнародний знак якості, що присуджується готелям за досягнення в області захисту навколишнього середовища. Щоб отримати еко-сертифікат, готель повинен відповідати 50 обов'язковим критеріям і, бажано, ще цілої низки рекомендацій. Критерії включають в себе кілька напрямків: екологічний менеджмент, участь співробітників, інформація для гостей, водоспоживання, прибирання і прання, управління відходами, енергоспоживання, їжа і напої, робота офісу, зелені зони і автостоянки, природоохоронна діяльність та ін. [6, с. 105].

Економія ресурсів і оптимізація витрат, особливо в стагнаційний для готельної індустрії період, перетворюються в інструменти конкурентної боротьби. Іноземні, а зараз вже і вітчизняні, клієнти при виборі готелю в якості одного з обов'язкових параметрів розглядають наявність екологічної сертифікації. Об'єкти гостинності, які підтримують «зелений» рух, залишаються в пріоритеті [3, с. 252].

Серед інноваційних рішень, що застосовуються в готелях, відзначають такі як: оснащення водних кранів регуляторами (зниження споживання води на 17% за місяць); використання екологічних засобів для прибирання приміщень (за рахунок зниження в засобах хімічної складової прибирання одного номера обходиться в 10 разів дешевше на аналогічних об'єктах

гостинності); використання одноразових упаковок з картону; косметичних засобів з дозаторами (в порівнянні з одноразовою упаковкою – 1 мл засобу, з дозатором виходить дешевше на 57%); поширення в номерах інформаційних матеріалів (зниження на 10% обсягу прання махрових виробів); відсутність номерів для курців та ін. [5, с. 139].

В даний час обговорюється питання впровадження екологічних заходів не тільки в уже побудованих готелях, але і закладання цих норм на самому початку при проектуванні і будівництві. Незважаючи на те, що «зелені технології» збільшують вартість робіт на 10 – 15%, економія ресурсів при подальшій експлуатації будівель може розглядатися, як ключовий критерій.

Дотримання еко-девелопменту дозволяє не тільки знизити внутрішні витрати, але і значно підвищити імідж організації, тим самим залучаючи нових клієнтів і збільшуючи ступінь лояльності наявних. Подібні готелі отримують безліч позитивних відгуків, в першу чергу, від іноземних гостей, для яких проходження екологічних стандартів давно вже є необхідною умовою при виборі місця відпочинку. Ті готелі, яким ще не вдалося підтвердити ефективність природоохоронних програм, продовжують вести активну діяльність на шляху розвитку системи екологічного менеджменту [7, с. 46].

Для сертифікації «зелених» готелів існує престижна система LEED («Лідерство в енергетичному та екологічному проектуванні»). Сертифіката LEED удостоюються самі екологічно безпечні будівлі. Незалежний, визнаний у всьому світі рейтинг LEED ґрунтується на економії енергії та водних ресурсів, а також на екологічно безпечних матеріалах. Система екологічної відповідальності «Green Engage» готельної мережі InterContinental Hotels Group (IHG) була удостоєна сертифікату LEED від Ради з екологічного будівництва США. Що примітно, IHG стала першою готельною компанією, що отримала нагороду за діючу еко-програму. Система «Green Engage» дозволяє готелям заощадити 15 – 20% споживаної енергії і скоротити щорічні витрати на електроенергію. Це означає, що за допомогою програми, чие портфоліо налічує приблизно 4500 готелів, можна значно заощадити. Крім того, вона дозволяє готелям відповідати на зростаючу зацікавленість гостей у еко-готелях. В рамках «Green Engage» також надається онлайн-інструмент, що дозволяє готелям розраховувати і управляти аспектами своєї діяльності, що впливають на навколишнє середовище [4, с. 92].

Сьогодні в Україні налічується декілька тисяч екоготелів. Протягом 2019 року відкрилося близько ще 10. Найбільше їх у Західній Україні, Черкаській і Полтавській областях. У столиці України екоготелів немає, але під Києвом є екоготель «ШишкіNN». Приклади подібних готелів повинні показати готельерам, що підтримувати екологію не тільки престижно, а й

вигідно. Що стосується України, то загальна тенденція, яка характерна для сфери готельного бізнесу, це безумовне дотримання стандартних екологічних технологій, які, проте, є недостатніми для отримання «зеленого» сертифіката. Наприклад, екологічні показники, що характеризують українські готелі можна віднести до розряду стандартних вимог. Це гранично допустимі рівні шуму і вібрації, нормативи санітарних і захисних зон, якість меблів, кухонне обладнання, сортування та вивезення відходів, використання побутової хімії та інші.

Перспективи впровадження екологічних технологій за кордоном оцінили значно раніше, ніж в Україні, так як і «екологічні катастрофи» пов'язані з туризмом були там наочніше. Проект «зелені» готелі в даний час набирає обертів. Наприклад, готель Montana Magica в чилійській Патагонії. Це дивовижна природна зона, яка не має подіб на планеті. Близько п'яти років тому територія чилійської Патагонії стала частиною спадщини ЮНЕСКО. Таким чином, ця територія опинилася під захистом і з'явилося більше можливостей для збереження еко-системи даного регіону. На території цього заповідника місцеві майстри та ремісники з природних матеріалів створили Montana Magica або Магічну гору – готель, який був визнаний, як найуспішніший екологічний проект в області створення еко-готелів. Дійсно, цей проект поєднує в собі кілька аспектів, і сприяє не тільки збереженню екології, а й розвитку економіки і культури країни [6, с. 108].

Готель Montana Magica є неймовірно видовищним: гора з розташованим на вершині водоспадом. У внутрішньому просторі знаходяться номери готелю, в обробці яких використані природні матеріали. У готель веде навісний мотузяний міст, який є і мостом на територію древніх легенд і переказів країни.

Висновки. Таким чином, можна говорити про стрімкий розвиток системи екологічних проектів в сфері індустрії гостинності, які поєднують з одного боку, турботу про навколишнє середовище і здоров'я гостей – споживачів послуг, а з іншого – з власними бізнес-інтересами.

Перспективи подальших наукових розвідок пов'язані з дослідженням екологічних засад вітчизняної та зарубіжної індустрії гостинності.

Список використаних джерел

1. Макринова Е. И., Иваницкая Т. Ю. Основы индустрии гостеприимства. [Текст]: учеб. пособие для студентов. Белгород: Изд-во БУКЭП, 2012. 265 с.
2. Осипов Д. А., Романов В. В., Сорокина Е. В. Основы индустрии гостеприимства. Учебное пособие. М.: Дашков и Ко, 2010. 248 с.
3. Похомчикова Е. О. Понятие и структура индустрии гостеприимства. 2014. С. 251 – 253.
4. Романов В. А. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование; Феникс. М.: 2014. 533 с.

5. Семенченко А. Г. Специфічні і відмінні риси готельних послуг. Інтелектуальний потенціал ХХІ століття: ступені пізнання. 2012. № 10. С. 139 – 140.
6. Серпова К. И., Бобрышева О. Р., Рубан Д. А. Экологизация индустрии гостеприимства в условиях трансформации потребительских предпочтений: взаимосвязь национальных и личностных интересов. М.: 2018. № 1. (79). С. 105 – 108.
7. Шамшина Ю. О. Гостиничный сервис. Конспект лекций; Феникс М.: 2014. 208 с.

А. Р. Федорківська

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

МОТИВАЦІЯ ТА ПОТРЕБИ ТУРИСТІВ ПРИ ВИБОРІ ПОДОРОЖЕЙ

В статті розглядається мотиви, якими керується турист при виборі туру. Причому у туриста завжди присутня ціла гама спонукальних мотивів, з яких лише певні можуть мати суттєве значення і впливати на результат ухвалення остаточного рішення. Проте будь-який мотив у конкретній ситуації під впливом певних обставин, емоцій здатний впливати на поведінку споживача у процесі прийняття ним рішення про подорож і вибір тур продукту.

Ключові слова: мотивація, туризм, подорожі, потреби, клієнт

В статье рассматриваются мотивы, которыми руководствуется турист при выборе тура. Причем у туриста всегда присутствует целая гамма побудительных мотивов, из которых лишь определенные могут иметь существенную значимость и влиять на результат принятия окончательного решения. Однако любой мотив в конкретной ситуации под воздействием определенных обстоятельств, эмоций способен влиять на поведение потребителя в процессе принятия им решения о путешествии и выбор турпродукта.

Ключевые слова: Мотивация, туризм, путешествия, потребности, клиент.

The article considers the motives that guide the tourist when choosing a tour. Moreover, the tourist always has a whole range of motives, of which only some can be significant and affect the outcome of the final decision. However, any motive in a particular situation under the influence of certain circumstances, emotions can affect the behavior of the consumer in the decision-making process and the choice of tour product.

Keywords: Motivation, tourism, travel, needs, client.

Постановка проблеми. Для того, щоб правильно підібрати відпочинок для туристів, нам потрібно знати чим людина керується перед тим як їде у відпустку. Туристичні мотиви як вагомий елемент попиту складають величезний ряд впливів, котрі впливають на об'єм, форми попиту та вибору туристичного продукту та послуги, але можуть бути не пов'язані напряму з туризмом. Домінуючий, побічний вплив – всі вони мають можливість посилювати свою дію на прийняття рішення про подорож та вибір туристичного продукту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Цю тему досліджувала автор Кукурудза О. В її статті зазначено, що не всі мотиви можуть бути чітко

сформульовані, але чотири категорії залишаються не змінними. Всі подорожуючі різні, і до кожного повинен бути свій підхід. Знати мотивацію, внутрішні «двигуни» дуже важливо. Саме питання досліджувалось у працях Фрейда та важливе значення для маркетингу має Маслоу, котрий створив піраміду потреб туристів.

Мета роботи. Дослідження особливостей мотивації туристів при виборі подорожей.

Виклад основного матеріалу. Мотивація – це внутрішні «двигуни», які змушують людей робити ті чи інші дії. Мотивація відрізняється від цілей подорожі, вона являє внутрішні справжні причини. Наприклад, щоб досягти успіху та отримати визнання з боку колег, людина їде у поїздку та приймає участь у виставці. Завдяки мотивації ми можемо відповісти на головне питання - чому туристи подорожують [5].

Потреби та бажання людини складають основну мотивацію людини. Потреба – це відчуття, яке відчувається на біологічному, матеріальному або психічному рівні.

Туристська мотивація – це та необхідна база, на якій повинна будуватися ефективна система планування, розробки і реалізації туристичного продукту.

У всіх туристів є мотиви, але не всі можуть впливати на остаточне рішення. Проте будь-який мотив у конкретній ситуації під впливом певних обставин, емоцій здатний впливати на поведінку споживача у процесі прийняття ним рішення про подорож і вибір тур продукту.

Величезний акцент припадає на місцевому і зарубіжному досвіду вивчення об'єктивних і суб'єктивних мотивів і причин до подорожі, факторів, що спонукають подорожуючого до здійснення туристичної поїздки та впливають на конкретний вибір. Йде мова про розгляд питання вибору туристського продукту на рівні конкретного споживача, а також можливий механізм прийняття ним рішення. Розглянуті ознаки, характеристики і фактори, які роблять основний вплив на туристську мотивацію. Аналізується проблема існування в туризмі такого явища, як бар'єри до подорожі.

Характеристика зовнішніх факторів, що дають певний напрям розвитку туризму і формують спрямованість туристських потоків, що впливають на туристську мотивацію, обсяг і форми туристського попиту. Мають значення сучасні тенденції появи і розвитку нових місць туристичного призначення, взаємозв'язок цього процесу з туристською мотивацією.

На початку потрібно розібратись в питаннях для того, щоб розуміти що використовувати: чим людина керується при виборі поїздки, характеру діяльності під час подорожі? Що саме стимулює людину зробити так, а не інакше? Стимул до вражень набуває чітких відтінків, коли вона вирішує

провести вільний час поза домом, розраховуючи змінити обстановку та розслабитись від щоденної рутини.

Виявлення, знання та використання туристських мотивів повинні стати найважливішою стратегією туристського підприємства, орієнтованої на визначення ринкових потреб і створення таких видів турпродукту, які відображають вимоги певних сегментів ринків [3].

Для зручності виділили основні туристичні мотиви, адже не всі можна зазначити в окремі групи. Види відпочинку дозволяють скласти умовну класифікацію туристських мотивацій при виборі подорожі.

- 1) Турбота про здоров'я. Для реалізації цього мотиву передбачені тури культурно-оздоровчі, лікувальні, з використанням оздоровчих видів спорту.
- 2) Заняття спортом. Тури, в яких передбачено заняття спортом.
- 3) Навчання. Тури, пов'язані з щоденним заняттям і різні види рекреаційної діяльності.
- 4) Можливість самовираження і самоствердження. Пригодницькі тури високо категорійні туристські походи, сафарі, полювання, підкорення гірських вершин, експедиції тощо.
- 5) Можливість зайнятися улюбленою справою в середовищі однодумців. Спеціальні тури для автолюбителів або паломницькі тури
- 6) Рішення ділових проблем. Ділові, конгрес-тури.
- 7) Розвага і потреба в спілкуванні з людьми. Подорожі в святкові дні.
- 8) Задоволення цікавості і підвищення культурного рівня. Тури по відомих містах, столицях, історичних та культурних центрах [1].

Основні зовнішні фактори, що впливають на цілі подорожі:

- економічні;
- політичні;
- культурні;
- соціальні.

Економічні та політичні чинники в більшій мірі впливають на всі інші, ніж на поведінку конкретної людини. Не можна ігнорувати і той факт, що загальне положення з розвитком продуктивних сил і виробничих відносин в суспільстві впливає на поведінку споживача на ринку.

Серед найбільш істотних економічних чинників виділяють такі, як динаміка інфляційних процесів, стан ринку товарів і послуг, що складаються валютні курси, процентні ставки, тощо. Наприклад, інфляція робить прямий вплив на поведінку покупців. Проявляється це в тому, що вони повинні постійно порівнювати і оцінювати свої дії з точки зору раціонального використання грошових коштів. При чому ступінь такого порівняння знаходиться в прямій залежності від темпів і характеру інфляційних процесів. Отже, знання підприємством механізму впливу економічних чинників на купівельну поведінку дозволяє йому не тільки прогнозувати ймовірні дії

клієнтів, але використовувати цей вплив в своїх інтересах [2].

Фактори, що впливають на мотиви вибору туристичного продукту, так як вони впливають на попит і на формування програми обслуговування. Виділяють домінуючі і побічні чинники туристичної мотивації, що володіють певними можливостями посилювати свій вплив на поведінку споживача і процес прийняття ним рішення про подорож і вибір туристичного продукту.

1. Віковий фактор. Мотивація вибору відпочинку залежить від віку і самостійності в прийнятті рішень або навіть можливості впливати на його вибір:

- 1) діти до 2 років. Самостійно рушення не приймають, але мають вплив на батьків при виборі подорожі;
- 2) діти дошкільного віку (до 7 років). Подорожують з батьками, але чинять тиск на батьків;
- 3) школярі (до 18 років). Фінансово залежні, частіше відпочивають у складі груп;
- 4) молодь або студенти (до 25 років). Вимогливі до свого відпочинку, майже сформовані особистості;
- 5) туристи 25-35 років. В своєму віці вже мають малолітніх дітей, на відпочинок виділяють мало часу та коштів;
- 6) туристи 35-50 років. Переважно люблять активний, більш спокійний відпочинок, частіше без дітей та без другої половинки;
- 7) туристи від 50 років та старше. Люблять відпочинок не пов'язаний з фізичним навантаженням.

2. Рівень освіти. Коли людина має освіту, у неї прокидається бажання побачити своїми очима визначні пам'ятки, культуру.

3. Соціальна приналежність. Ділять людей на соціальні групи:

- 1) робочі та службовці. У них монотонна робота, саме вони зазвичай обирають активний відпочинок та складають значний контингент туристів;
- 2) студенти. Через те, що вони молоді, енергійні та прагнуть до знань, студенти складають частину групи пізнавального туризму;
- 3) пенсіонери. Мають пільги в більшості країн, саме тому мають змогу подорожувати в середні та низькі сезони;
- 4) фермери та робітники господарства. В них немає чіткого, регулярного графіку, саме тому подорожують не в сприятливі для туризму групи.

4. Менталітет. Все це залежить від рівня освіти та займаного в суспільстві місця. При виборі виду відпочинку цей фактор має велике значення, особливо для туристів старше 18 років в період становлення особистості (з віком з'являються вміння йти на компроміс і пристосовність).

5. Дохід. Грає в туризмі істотну роль. Турист вибирає рівень туристичного обслуговування і вид подорожі виходячи з їх вартості і своїх матеріальних можливостей. Люди забезпечені подорожують вибірково. Люди з низьким доходом здійснюють найменше число туристських поїздок. Підвищення життєвого рівня змінює пріоритети. Прибутковість різних категорій населення, що становлять потенційний контингент туристів, впливає на формування планованого відпочинку.

6. Сімейний стан. Є наступні сімейні групи:

- 1) діти та школярі. Тиск на батьків в виборі тих країн, де були їх товариші;
- 2) молодь. Свобода від сім'ї має вплив їхати в інші країни пов'язані з активним туризмом;
- 3) подружжя з дітьми. Мають обмеження щодо вибору відпочинку та розваг;
- 4) сімейні пари. Частіше мають у своєму розпорядженні більшу кількість грошей для реалізації бажаного відпочинку та обирають пізнавальні тури, але частіше - пляжний.

7. Здоров'я. Фізична підготовка, імунітет, спортивні навички значною мірою визначають вибір подорожі. Людина, ніколи не стояв на лижах, не вибере екстремальний відпочинок, як і людина, що страждає морською хворобою, – морський круїз або яхтинг [4].

Висновки. Отже, ми дослідили особливості мотивів туристів під час вибору подорожі і виділили основні фактори, що впливають на мотиви вибору туристичного продукту, так як вони впливають на попит і на формування програми обслуговування. Прийнято виділяти домінуючі і побічні чинники туристичної мотивації, що володіють певними можливостями посилювати свій вплив на поведінку споживача і процес прийняття ним рішення про подорож і вибір туристичного продукту.

Список використаних джерел

1. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. Київ: Вид-во «Знання». 2010. 502 с.
2. Кошелева А. І. Вісник РЕУ ім. Г. В. Плеханова. Москва: 2011.
3. Мальська М. П., Антонюк Н. В. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. К.: Вид-во «Знання». 2008. 661 с.
4. Мотивація туристів. URL: <https://ur-consul.ru/Bibli/Myenyedzhmyent-v-turizmye.14.html>

РОЗДІЛ 4 БЕЗПЕКА В ТУРИЗМІ

А. Ю. Гусак, Я. В. Євтушенко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАХОДІВ БЕЗПЕКИ ТУРИСТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

В статті розглянуті загрози безпеки туристів на підприємствах готельного господарства. Досліджено основні положення створення системи безпеки в готелях. Визначено основні складові комплексної системи безпеки готелю, наведена стисла їх характеристика.

Ключові слова: туризм, готель, безпека, клієнт.

В статье рассмотрены угрозы безопасности туристов на предприятиях гостиничного хозяйства. Исследованы основные положения создания системы безопасности в гостиницах. Определены основные составляющие комплексной системы безопасности отеля, приведена краткая характеристика.

Ключевые слова: туризм, отель, безопасность, клиент.

The article considers threats to the safety of tourists at the hotel industry. The main provisions of creating a security system in hotels are studied. The main components of the complex security system of the hotel are identified, their brief characteristics are given.

Key words: tourism, hotel, security, client.

Постановка проблеми. На даний час одним із найприбутковіших видом бізнесу, як відомо – є туризм. Саме тому, питання про необхідність забезпечення якісних і насамперед безпечних послуг – завжди має бути в пріоритеті. Кожен турист подорожуючи хоче відчувати себе захищеним та в безпеці, як за межами країни, так і в своїй країні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання безпеки життєдіяльності в туризмі та зокрема у готельному господарстві, досліджували такі науковці як: Роглев Х. Й., Іванов І. В. та Панюков Д. В., Галицька З. М. та інші. Роглев Х. Й., автор навчального посібника «Основи готельного менеджменту» [8], Іванов І. В. та Панюков Д. В. робота «Концепція забезпечення безпеки сучасного готелю» [9]. Галицька З. М. стаття «Створення системи безпеки в готелях України та Черкаського регіону» [3].

Мета роботи. Вивчення заходів з забезпечення безпеки туристів у готелях.

Виклад основного матеріалу. Індустрія гостинності з кожним роком розширюється внаслідок зростаючого потоку туристів, а це значить що з'являється все більше різних засобів розміщення. У свою чергу цей факт

тягне за собою велику зацікавленість власників готелів в ефективних засобах безпеки для своїх об'єктів та для своїх клієнтів.

Під безпекою туризму розуміється особиста безпека туристів, збереженість їх майна та не нанесення шкоди навколишньому природному середовищу під час проведення подорожей.

Готель є місцем відпочинку і, як наслідок, підвищеного скупчення людей. Адміністрація готелю бере на себе зобов'язання, не тільки забезпечити затишок проживання та гарантії хорошого відпочинку, а й безпеку людей, які проживають в готелях, їхнього життя, здоров'я, майна та інше. Тому, необхідний ретельний контроль щодо забезпечення безпеки клієнтів в готелі.

Готельна установа, відповідно до закону України «Про туризм», відповідає за збереження речей мешканців, а також несе відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю і майну мешканців внаслідок недоліків при наданні послуг, а також компенсує моральну шкоду, заподіяну гостям внаслідок порушення їхніх прав [7].

Підприємства готельного господарства нерідко являють собою цілі комплекси будівель, або будівлі з безліччю функціональних приміщень (ресторани, бари, басейни, SPA, та інші). І чим більші ці підприємства – тим більша їх цінність. Крім вищесказаного, клієнти даних засобів розміщення повинні бути впевнені в збереженні свого майна, життя і здоров'я. Саме тому будь-якого засобу розміщення гостей необхідно цілодобове забезпечення безпеки.

Згідно з міжнародними стандартами готель будь-якої категорії повинен мати власну службу безпеки, забезпечувати невідкладну медичну допомогу, гарантувати збереження речей та інше.

В сучасних умовах безпека хорошого готелю неможлива без системи технічних засобів безпеки. Реалізація умов, при яких клієнти готелю, а також всі співробітники можуть почувати себе спокійно, комфортно та впевнено – це є головним завданням системи безпеки.

Розроблені і впроваджені на об'єкті заходи безпеки повинні бути націлені на виконання наступних завдань [6]:

- забезпечити охорону та безпеку постояльців і їх особистого майна під час перебування в готелі;
- захистити майно готелю від ворожих дій (таких як крадіжки, та інше);
- забезпечити захист готелю (самої будівлі і всього, що в ній знаходиться) від терористичних актів (нападів, саботажу);
- підтримувати громадський порядок і забезпечувати належні рамки поведінки в усіх громадських місцях готелю;

- забезпечити гостям спокій і конфіденційність під час їх перебування в готелі;
- забезпечити можливість негайного і ефективного реагування в разі будь-якої події, що вимагає втручання персоналу готелю або представників сторонніх служб (наприклад, поліції, швидкої допомоги, та інших);
- гарантувати належну поведінку, а також сумлінність і чесність усього персоналу готелю;
- гарантувати можливість надання готелем спеціальних послуг із забезпечення підвищеної безпеки високопоставлених осіб, до охорони яких пред'являються особливі вимоги.

Система кадрової безпеки – це організована сукупність спеціальних заходів і засобів, що забезпечують захищеність готелю від внутрішньої загрози персоналу і готелю, що виходить від самого персоналу, і від зовнішньої загрози, здатної завдати шкоди персоналу і готелю [10]. Її головна задача – не розслідування скоєних злочинів, а їх запобігання.

Пріоритетними напрямками забезпечення безпеки сучасного готелю технічними засобами є [1]:

- контроль доступу в готель;
- комплекс заходів з протипожежного захисту;
- охоронна сигналізація і відеоспостереження.

На сьогоднішній день найпоширенішими інноваційними системами забезпечення безпеки на готельних підприємствах є установка камер відеоспостереження по всьому периметру будівлі і всередині у всіх виробничих, службових і призначених для розміщення і розваги гостей приміщеннях. Саме цими перевагами цієї системи – є автоматичне виявлення і відео-контролювання подій, миттєве виявлення несанкціонованого проникнення на територію, що охороняється, вилучення помилкових спрацьовувань за рахунок інтелектуальної обробки що поступає з інформаційних потоків, наочне відображення всієї оброблюваної інформації, можливість тісної інтеграції з іншими підсистемами безпеки. Серед недоліків таких систем можна виділити затримувану роботу в несприятливих погодних умовах, наприклад, туман [9].

До заходів забезпечення безпеки, які здійснюються шляхом ефективної та цільової роботи з персоналом, відносяться [4]:

- включення в роботу по забезпеченню безпеки всього колективу готелю, постійна налаштованість його на контроль і пильність;
- якісний відбір персоналу при прийомі на роботу і в процесі роботи;
- навчання персоналу, підвищення його кваліфікації і професіоналізму

для зниження кількості можливих помилок і неправильних дій, які можуть привести до непередбачуваних і аварійних наслідків;

- періодичні (практично щоденні) нагадування персоналу з питання пильності і виконання заходів безпеки;
- адміністративний контроль за роботою персоналу;
- розробка і доведення до відома кожного працівника системи заходів щодо стимулювання працівників за пильність і щодо покарання за недбалість (невиконання обов'язків, крадіжки, розкрадання, псування майна, помилки, помилки та інше);
- забезпечення умов та стимулювання спілкування працівників усіх служби всіх рівнів зі службою безпеки;
- створення спеціалізованої служби безпеки готелю;
- забезпечення заходів особистої безпеки керівника готелю.

Кадрові проблеми в забезпеченні безпеки покладаються на менеджера персоналу (заступника директора по кадрам). Адміністративний контроль відіграє важливу роль у забезпеченні безпеки. Він дозволяє:

- запобігти крадіжки майна туристів, гостей, відвідувачів, працівників і власників готелю, що здійснюються персоналом;
- виявити нечесних працівників;
- запобігти небажаним випадкам, технічні та технологічні аварійні ситуації в результаті непрофесійних дій працівників та недобросовісного виконання ними своїх обов'язків;
- виявити і вилучити недобросовісних і нелояльних до керівництва готелю виконавців.

Організація системи безпеки може бути частиною франшизної угоди, якщо ж готель входить до великого готельного ланцюга. Тоді ж представники (франшизодавці) забезпечують готель інструкціями, навчають персонал та інше.

Для повного захисту себе в готелі, туристу потрібно не нехтувати правилами проживання.

Рекомендації під час проживання в підприємствах готельного господарства [2]:

- Вибирайте готелі, які розташовані в безпечній місцевості.
- Обговорюйте суму оплати і перелік послуг, що надаються до того як заселитися в номер. Попросіть оголосити точну суму, щоб не обтяжувати себе потім додатковими і непотрібними витратами.
- По можливості не знімайте номера на першому поверсі.
- При процесі реєстрації та отриманні ключів намагайтеся не привертати до себе загальної уваги.

- Неприпустимо віддавати свої особисті документи в якості застави.
- Перед тим, як відкрити двері свого номера, обов'язково запитайте, хто і з якою метою до вас прийшов.
- Йдучи, замикайте номер готелю щоб уникнути крадіжок.
- Не приводьте малознайомих людей в свій номер. Зустріч можна призначити в холі.
- Цінні речі, документи краще залишати в сейфі або віддати на зберігання адміністрації готелю.
- У нічний і вечірній час доби потрібно закривати вікна, особливо в тих номерах, які розташовані недалеко від пожежних драбин або балконів.
- Переконайтеся, що біля обраного вами готелю немає нічних клубів, барів, дискотек. Гучна музика і крики відвідувачів будуть заважати вашому відпочинку.
- Коли ви розміститеся в готелі, відразу ж попросіть у адміністратора карту міста. Обов'язково візьміть візитну картку закладу, в якому ви зупинилися.
- Не варто вибирати готель, керуючись відгуками своїх знайомих або повідомленнями на форумах. Можливо, що ті умови і ціни, які підійшли іншим людям категорично не сподобаються вам.

Висновки. Отже, в готельному бізнесі, одним із найважливіших задач – є створення умов для зручного і безпечного проживання клієнтів.

Системний підхід до безпеки готелю передбачає оптимальне поєднання організаційних, технічних і фізичних заходів попередження і своєчасного реагування на будь-яку загрозу або небезпечну ситуацію. При цьому ключове значення набуває правильний вибір технічних засобів і систем безпеки, їх грамотне проектування, монтаж і обслуговування.

На сьогоднішній день, враховуючи стрімкий розвиток різних технологій, застосування технічних засобів забезпечення безпеки готелю або готельного комплексу виходять на чільні позиції. Оперативно відреагувати на проблемну ситуацію і грамотно її усунути можна лише при тісній взаємодії фахівців і техніки.

В даний час дотримання всіх заходів забезпечення безпеки відпочиваючих грає важливу роль в туризмі усього світу. Причому, безпека проживання – одна з важливих складових репутації будь-якого готельного господарства.

Список використаних джерел

1. Безопасность гостиницы. URL: <https://chopsarmat.ru/articles/bezopasnost-gostinicy.html>
2. Безопасность туристов в гостинице. Советы профессионалов. URL: http://fedoroff.net/publ/geography/geografiya/bezopasnost_turistov_v_gostinice_sovet

- у_professionalov/48-1-0-570
3. Гадецька З. М. Створення системи безпеки в готелях України та Черкаського регіону. *Науковий журнал «Молодий вчений»*. 2014. № 2(05). С. 8 – 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2014_2%2805%29_2
 4. Гаранин Н. И. Менеджмент безопасности в туркомплексах. Актуальные проблемы туризма: учебник. Москва: Издательский дом Герда, 2000.
 5. Иванов І. В., Панюков Д. В. Концепція забезпечення безпеки сучасного готелю. URL: <http://www.sec4all.net/hotel-secur.html>.
 6. Карнаухова В. К., Краковская Т. А. Сервисная деятельность: учебное пособие. М.: МарТ; Ростов н/Д: МарТ, 2006. 256 с.
 7. Лук'янов, В. О. Організація готельно-ресторанного обслуговування: навч. посібник. К.: Кондор, 2012. 346 с.
 8. Роглев Х. Й. Основы готельного менеджменту. Навчальний посібник: К.: Кондор, 2005. 408 с.
 9. Светлов И. Д. Современные средства наблюдения. Охранные системы: учебное пособие. № 1, 2005
 10. Чудновский А. Д. Туризм и гостиничное хозяйство: учебник. Москва: Экмос, 2000. С. 76 – 77.

В. І. Гребельник, Д. Р. Мозгова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ ЗАХОДІВ БЕЗПЕКИ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Автор статті розкриває особливості заходів безпеки при здійсненні діяльності у сфері міжнародного туризму. Також в статті розкриваються основні теоретичні та практичні заходи безпеки.

Ключові слова: міжнародний туризм, проблеми безпеки, турист.

Автор статьи раскрывает особенности мер безопасности при осуществлении деятельности в сфере международного туризма. Также в статье раскрываются основные теоретические и практические меры безопасности.

Ключевые слова: международный туризм, проблемы безопасности, турист.

The author of the article reveals the features of security measures when carrying out activities in the field of international tourism. The article also reveals the main theoretical and practical security measures.

Key words: international tourism, security issues, tourist.

Постановка проблеми. Сучасний туризм поступово розвивається, що зробило позитивний внесок у соціально-економічне зростання багатьох країн. З розвитком туризму питання забезпечення особистої безпеки туристів набуло особливої актуальності. Просто згадайте російський корабель «Болгарія», загибель пасажирів на італійському океанському лайнері «Коста Конкордія», численні авіакатастрофи, крадіжки майна та насильство проти туристів, екстремізм та терористичні акти. Цей список можна розширити. Наведений вище зміст підтверджує необхідність та актуальність міжнародних досліджень безпеки туризму.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Багато досліджень зарубіжних вчених присвячені аналізу питань безпеки в туристичній галузі: Т. Бентли, С. Пейджа, Л. Волкера, К. Г. Борисова, Е. Л. Драчевої, М. М. Марініна [5], Т. Г. Піщуліної. Робота вітчизняних вчених також відображає сучасний стан вирішення питань безпеки подорожей, особливо: В. Ф. Кифяка, М. П. Мальської, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич тощо.

Мета статті: виявити проблеми безпеки в туристичній галузі на основі аналізу світового та вітчизняного досвіду. Для досягнення цієї мети ми використовуємо методи порівняння, структурного аналізу, синтезу, індукції та дедукції.

Виклад основного матеріалу. Сьогоднішня статистика свідчить, що кількість міжнародних поїздок українців значно зросла. Однак потенційних туристів зазвичай турбує лише інформація та розваги іноземних відвідувачів. На жаль, мало хто замислюється про негативні сюрпризи, які принесе кожен турист, плануючи поїздку. Тут раптова хвороба, різні травми, втрата документів, крадіжка майна, зберігання багажу, термінове повернення до місця проживання тощо. Екскурсійні поїздки майже завжди містять нові елементи і сильно відрізняються від звичного середовища проживання, включаючи речі, які можуть становити певну небезпеку для мандрівників.

Практика індустрії міжнародного туризму показала, що зі збільшенням кількості туристів та розширенням географічного обсягу подорожей різко зросла потреба більш детально розглядати деталі подорожей та дотримуватися заходів безпеки. По-перше, це стосується територій із важкою соціально-політичною ситуацією. Фактично, мова йде про ризик такого роду подорожей, що насправді є реальною загрозою для життя та здоров'я туристів. Крім того, питання безпеки включають також інші проблеми – епідемії, ВІЛ, злочинність та злочинність, торгівля наркотиками, проституція, вандалізм та інші форми насильства, піратство, військова складність та перевороти, тероризм та боротьба з усіма можливими ризиками. Актуально для туристів, місцевих жителів, туристичних агентств та всієї туристичної галузі. У той же час майже всі групи туристів, які відвідують популярні країни, пережили той самий трагічний випадок. Туристи, які плавають у морі, не зможуть довго лікуватися через гострі корали та морських їжаків [1].

Багато людей просто засмагають, бо не знають правил користування сонцезахисним кремом. Інші постраждали під час плавання на невеликих човнах, наприклад, качки потрапили в люки і сильно вдарилися на такелажі. Ви можете надати скільки завгодно конкретних прикладів з цієї теми.

Слід зазначити, що всі ці проблеми не тільки безпосередньо залежать від належної підготовки до виїзду за кордон, але й від поведінки туристів під час

поїздки. Перш ніж вперше надіти плавники та маску з трубкою і негайно зануритися у невідоме підводне царство на кораловому острові, найкраще спробувати оперувати на краю пляжу або в басейні. Вам потрібно звикнути до цього (здавалося б, простого) пристосування, інакше, обмотавши довгі плавники і поспіхом розірвавши підводну маску, ви зустрінете гострі корали або зустрінете глибоководних, але красивих, але небезпечних тварин і отримаєте травму [3].

Відповідно до суворих ісламських правил, така поведінка туристів ображала місцевих жителів, викликала у нього негативну реакцію та формувала негативне ставлення до іноземних туристів загалом. Експерти заявили, що підпали та вибухи автобусів у Каїрі 18 вересня 1997 року змусили 18 німецьких туристів пошкодувати, що їхній одяг або відсутність одягу фактично змушують релігійних фанатиків вчинити проти них терористичні акти [5].

СОТ вважає: «У більшості випадків, якщо державні органи, туристичні агенції та самі туристи вживають необхідних запобіжних заходів заздалегідь, можна уникнути багатьох проблем. Необхідно надати туристам детальну інформацію про загальні правила поведінки країни, обмін валюти та зберігання багажу. І середня ціна придбання.

Однак є ще деякі райони, де туристи можуть подорожувати лише дуже обережно. Великий китайський святий Конфуцій сказав: «У збудженій країні не відвідуйте її. У непокірній країні, будь ласка, їдьте звідти». На жаль, за два з половиною роки нічого не змінилося – це твердження Це все ще має сенс на початку третього тисячоліття. Політична ситуація складна, і кількість країн, які перебувають у військових конфліктах чи інших серйозних конфліктах, залишається на колишньому рівні – близько 30 країн не сприяють туризму щороку. За повідомленнями телебачення та інших ЗМІ, багато країн слухають їхні виступи. Однак, оскільки динаміка змін безперервна і часом несподівана, урядові установи багатьох країн регулярно надають належні інструкції та офіційні рекомендації своїм громадянам подорожувати по всьому світу.

Міжпарламентська конференція з туризму в Гаазі 1989 р. Заявила в декларації: «Безпека і захист туристів та повага до гідності є необхідними умовами розвитку туризму». Тому необхідно:

- а) Заходи щодо полегшення подорожей туристів повинні супроводжуватися заходами, що забезпечують безпеку та захист туристів та туристичних об'єктів;
- б) з цією метою була розроблена ефективна політика щодо забезпечення безпеки та захисту туристів;

- в) точно визначити туристичні товари, споруди та обладнання, які потребують особливої уваги завдяки використанню туристів;
- г) підготувати відповідну інформацію та документи для запобігання загрозам для туристичних об'єктів та туристичних визначних пам'яток;
- д) відповідно до процедур та законодавства кожної країни, дотримуватися законів та нормативних актів у галузі охорони туризму, зокрема, включаючи можливість туристів шукати ефективний судовий захист у судах за дії, що шкодять їх особистому чи майновому характеру; як тероризм;
- е) країни співпрацюють для формулювання пропозицій щодо заходів у рамках СОТ з регулювання безпеки та захисту туристів [2].

У Декларації також зазначається, що безпека туристів та захист туристів у всій країні або в окремих туристичних районах регулюються багатьма нормами та правилами. Її не тільки має виконувати адміністрація туризму, але й виконувати інші міністерства та відомства. Її функції включаючи підтримку громадського порядку, фінансову діяльність, медичне обслуговування, охорону навколишнього середовища, питання зайнятості тощо, особливо приватний сектор.

Рекомендації Гаазької конференції включають наступне:

- Слід співпрацювати з усіма іншими законодавчими заходами, спрямованими на ліквідацію насильства та злочинності та захист та охорону навколишнього середовища, для формування та впровадження законодавства про безпеку та захист туристів, туристичних визначних пам'яток та об'єктів. Особливо з точки зору туристичних визначних пам'яток - з іншого боку;
- У кожному штаті має бути призначене спеціальне центральне агентство, відповідальне за просування та здійснення відповідних профілактичних заходів як частини політики національної безпеки та захисту туризму, особливо щодо туристичних визначних пам'яток та епідемій та терористичних актів, та орієнтування на туристів та їх майно Серйозні та систематичні злочини;
- Потрібно вжити всіх необхідних заходів для того, щоб відвідувачі могли отримати основну страховку на випадок великих ризиків (хвороби, крадіжки);
- Щоб сприяти реалізації своєї політики безпеки та захисту туризму, країни повинні розвивати ефективну співпрацю між компетентними органами влади на всіх рівнях у своїх політичних та адміністративних системах, з одного боку, та налагоджувати ефективну співпрацю між

туристичною галуззю та урядом, з іншого. Асоціації, туристичні агенції, авіакомпанії та організації, як правило, пов'язані з будь-якою організацією чи агентством, які можуть бути зацікавлені у вирішенні питань безпеки та захисту туристів;

- Повинні бути прийняті законодавчі акти, нормативні акти та оперативні заходи для забезпечення того, щоб інфраструктура туристичного напрямку могла приймати та приймати випадкові натовпи туристів у піковий сезон, враховуючи негативний вплив на навколишнє середовище та харчування. Коли вважається необхідним вжити заходів щодо охорони здоров'я, важливо мінімізувати його негативний вплив на туристів;
- Для спрощення та прискорення врегулювання позасудових суперечок між туристами та туристичними агенціями слід створити відповідні відомства, такі як служби захисту прав споживачів чи інші посередники, для розгляду скарг, які мають загальні або спеціальні повноваження та можуть бути вирішені туристами. При вирішенні суперечок ці вимоги повинні бути зроблені якомога швидше [6].

Що стосується безпеки подорожей, слід підкреслити, що це широке, складне та багатогранне поняття. Перш за все, неможливо спростити заходи безпеки туристичної галузі та просто представити їх для захисту туристичних об'єктів або всепогодних «вершин паркування» в готелях. Багато компаній із префіксом безпеки наполягають на використанні останнього подання. Ці компанії вважають, що безпека подорожей є головним у можливості прикріпити кожного поголеного охоронця перед кожним туристом. Вони використовують список манок, щоб бари, ресторани та місця відпочинку Москви вважали безпечними місцями, і вважають найбільш Хороші місця включені до «небезпечного» списку, безпека тощо.

Ідея охоронців, які «супроводжують» туристів з аеропорту в аеропорт, не тільки марна для туристичної галузі, але і завдала йому непоправних втрат: хто б у цьому випадку поїхав до цієї країни? Не тільки відвідувачі можуть оцінити ідею визначних пам'яток через тріщини бронетранспортерів або танків.

Безпека туристичної галузі повинна базуватися на продуманій, цілеспрямованій та всебічній системі заходів, спрямованих на створення умов для усвідомлених будь-яких інцидентів з туристами. Захист туризму можна розділити на кілька рівнів, починаючи від розміщення та транспорту, готелів та розважальних закладів, туристичних центрів та безпеки всієї країни. У той же час вжиті заходи безпеки не повинні зашкодити інтересам та обмежувати права та свободи туристів та місцевих жителів [1].

Основні заходи також включають необхідність підвищення надійності та безпеки транспортних засобів, що використовуються місцевими туристичними агенціями, та захисту власності туристів у готелях.

Міжнародний аеропорт Мехіко розробив окремий план безпеки як найбільший компонент туристичної інфраструктури, щороку обслуговує понад 20 мільйонів пасажирів [4].

Висновки. Отже, безпека в туристичній галузі – це низка соціальних, економічних, правових та інших статусних характеристик, що забезпечують права та законні інтереси громадян, юридичних осіб та країни в галузі туризму. Пасажирські подорожі майже завжди містять нові елементи і сильно відрізняються від звичного середовища проживання, включаючи елементи, які можуть становити певний ризик для пасажирів. Практика індустрії міжнародного туризму показала, що зі збільшенням кількості туристів та розширенням географічного обсягу подорожей різко зросла потреба більш детально розглядати деталі подорожей та дотримуватися заходів безпеки. По-перше, це стосується територій із важкою соціально-політичною ситуацією. Насправді ми говоримо про ризики такого роду подорожей, які найбільшою мірою загрожують життю та здоров'ю туристів.

Безпека туристів та їхній добробут у туристичному напрямку не можуть розглядатися окремо від інших суспільних чи національних інтересів країни перебування та всього навколишнього середовища. При формуванні та впровадженні стандартів безпеки туризму та охорони туристів інтереси відвідувачів та адміністраторів повинні узгоджуватися між собою. Забезпечення всіх рівнів якості та безпеки послуг у туристичній галузі, включаючи: туристичні підприємства; управління туристичним центром; місцеві органи влади; національні туристичні департаменти та центральний уряд; міжнародні організації та міжурядові установи. Кожен рівень повинен сприяти розвитку туризму. У нашій країні безпека та якість туристичних послуг відповідають лише світовим стандартам.

Список використаних джерел

1. Безпека життєдіяльності / За ред. О.Н. Русака. СПб.: Видавництво «Лань», 2000. 448 с.
2. Биржаков М. Б. Введення в туризм. СПб.: Видавничий Торговий дім «Герда», 2000. - 192 с.
3. Вайзман Д. Керівництво по виживанню. М.: ТОВ «Видавництво АСТ», ТОВ «Видавництво Астрель», 2002. 383 с.
4. Гуляев В.Г. Туристські перевезення. М.: Фінанси і статистика, 2003. 367 с.
5. Маринин М.М. Туристські формальності і безпека в туризмі. М.: Фінанси і статистика, 2002.
6. Турбізнес. URL: http://www.Tourbus.Ru/arhiv/09_99/news/law/1.Htm.

ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ В ТУРИСТСЬКОМУ ПОХОДІ

В статті розглядаються можливі небезпечні фактори, які можуть зустрітися на маршруті в спортивному гірському, пішохідному поході. Поради керівникам та учасникам активного туризму в оформленні документів туристського спортивного походу. Правильне моделювання та складання нитки маршруту.

Ключові слова: безпека, нитка маршруту, маршрутно-кваліфікаційна комісія.

В статье рассматриваются возможные опасные факторы, которые могут встретиться на маршруте в спортивном горном, пешеходном походе. Советы руководителям и участникам активного туризма в оформлении документов туристского спортивного похода. Правильное моделирование и составление нити маршрута.

Ключевые слова: безопасность, нитка маршрута, маршрутно-квалификационная комиссия.

The article considers possible dangerous factors that may be encountered on the route in a sports mountain, hiking. Advice for leaders and participants of active tourism in the design of documents for a tourist sports trip. Correct modeling and assembly of the route thread.

Key words: safety, route thread, route qualification commission.

Постановка проблеми. В останні десятиріччя активний туризм перетворився в помітну складову туристської індустрії, виступаючи важливим фактором, що впливає на рівень зайнятості населення, стимулюючи виробництво товарів та послуг, який розвиває інфраструктуру і комунікації в регіонах.

Серед факторів, що стримує потік туристів, є низький рівень безпеки туристів в активному туризмі. Кількість людей, що займаються активними видами туризму з кожним роком збільшується. Цепевним чином стимулює розвиток пішохідного, гірського туризму, альпінізму, сплави по гірським річкам, спелеотуризм, велотуризм тощо. Аналізуючи дані нещасних випадків травматизму на території України, то їх кількісний показник невинно зростає. Основні причини травматизму на маршрутах з активного туризму поділяються таким чином: малий досвід керівника походу; слабка фізична та моральна підготовка учасників походу, переохолодження тощо.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналізуючи нещасні випадки Абрамов В. В. констатував низку причин, які припускалися при проходженні туристського маршруту, а саме: грубі порушення графіка руху, навмисна самовільна зміна затвердженого маршруту, істотні помилки надання медичної допомоги, порушення вимог безпеки при русі в закритому льодовику, недостатня фізична підготовленість, велика кількість тактичних помилок тощо [1, с. 293].

Дослідження А. Я. Булашева по даній тематиці свідчать, що причини, які викликають аварійні ситуації, наступні: недостатня підготовка до походу, недостатній туристський досвід, невиконання команд керівника, відсутність дисципліни, невміле використання страховки, недостатня фізична, технічна і тактична підготовка, відставання від групи, самовільна розвідка, самостійне подолання складних ділянок маршруту, самостійний вихід на небезпечну ділянку, лихацтво на маршруті, незгода з рішенням керівника, конфлікт серед учасників походу, страх, паніка, сум'яття в складній ситуації, відсутність навичку в наданні першої допомоги при захворюванні чи травматизмі [2, с. 194].

Виклад основного матеріалу. Як показує аналіз наукової літератури, високий рівень травматизму має місце серед туристів, які подорожують у гірських районах України. Зашкодити здоров'ю туриста на маршруті можна різними способами: ударом каміння, тваринним укусом, потраплянням води в дихальні шляхи, замерзання (переохолодження) та іншими причинами, тому травми, як правило відбуваються при небезпечній взаємодії навколишнього середовища. Для похідних умов до певної кількості небезпечних випадків можна віднести й внутрішні больові процеси в організмі людини – серцевий напад, гострий приступ апендикса, припадок епілепсії, коли пошкодження організму трапилось раптово, а сам випадок короткочасний. Разом з тим пошкодження організму зв'язані з довгостроковою взаємодією несприятливих факторів, слід, напевно, рахувати своєрідною туристською «професійною» хворобою.

В більш загальному виді травматизм в активному туризмі виражається як навмисна травма або смерть людини, який трапився в результаті раптового травмувального впливу в умовах активного туристського походу. Причини виникнення можна класифікувати, як об'єктивні та суб'єктивні.

Не всі фактори можна розділити на ті які не залежать від волі людини та навпаки, які залежать. Суб'єктивний фактор в більшій мірі пов'язаний з помилками та порушеннями, допущеними потерпілим, ніж об'єктивні. Як правило, на маршруті рідко бувають нещасні випадки, викликані лише одними об'єктивними причинами, наприклад – землетрусом, паводком, грозою, або ті, що пов'язані з прихованими (не піддаються попереднім виявленням) дефектами в похідному спорядженні.

Дані причини та події тісно переплітаються і взаємно впливають один на одного. Нерідко їх важко виявити і розмежувати, тому що в кожному конкретному випадку одні й ті ж обставини можуть виступати в якості об'єктивного або суб'єктивного фактору, відбиваючи закономірність та випадковість подій. Так, більш небезпечний відрізок маршруту складає

об'єктивні умови для травматизму туристів, а хто постраждає в ньому – буде значною мірою випадковість. І навпаки, травматизм недисциплінованою, неуважною і недосвідченою людиною є певною закономірністю, місце нещасного випадку відбудеться певною нагодою.

Подібна складність, взаємозалежність та комплексність факторів виникнення нещасного випадку дозволить вважати далеко не вичерпним традиційний поділ небезпек у туристському поході на дві великі групи: на небезпеки, викликані недостатньою фізичною, технічною, тактичною та морально-психологічною підготовкою учасників походу та їхньою неправильною поведінкою, на небезпеки, обумовлені рельєфом та кліматичними факторами.

Отже, базовою основою забезпечення безпеки туристів на маршрутах активного туризму є розробка та вибір маршруту туристського походу. Від того, настільки ретельно буде проведена дана робота, залежить безпечність всього походу. Процес складання маршруту можна розділити на два етапи: складання маршруту в цілому, його затвердження та детальне вивчення об'єктів, по яким проходить нитка маршруту.

Розробкою маршруту займається ініціативна група учасників на чолі з керівником. Виходячи з цілей та задач походу обирається район, час і тривалість маршруту. Визначаючи територію, необхідно враховувати можливі фінансові витрати. Виходячи з кліматичних умов вибраного району, узгоджують найкращий час проведення походу. Складання нитки маршруту починається з вивчення запропонованого регіону. Обраний район повинен відрізнятися найбільшим географічним різноманіттям. При всьому різноманітті вибору маршрутів потрібно мати на увазі оздоровчі аспекти активного туризму та його безпеку. Краще вибирати маршрути, що пролягають по негустому лісу, вздовж берегів водойм, де є найбільш сприятливі гігієнічні умови: насиченість повітря фітонцидами в хвойному лісі, що мають оздоровчу дію на дихальні шляхи; негативними іонами - поблизу води, що володіють тонізуючими і протиспазматичними діями на нервову й кровоносну системи. Усе це підвищує стійкість організму до вірусних захворювань.

На детальній карті місцевості ви намітили маршрут запланованого походу. Потім потрібно умовно розбити весь маршрут на складові частини, що відповідають дням походу чи окремим ділянкам переходів між опорними точками. Тут необхідно, якщо можливо, врахувати все: характер місцевості, сезон та умови погоди, природні перешкоди, рівень підготовки всієї групи, вагу рюкзаків, час доби тощо. Плануючи довжину переходів, варто враховувати, що для школярів молодших класів кращими є денні переходи –

7 – 13 км, для середніх підліткових класів уже можна розраховувати на 8 – 15 км, а старші школярі можуть пройти 12 – 18 км, дорослі – більше 25 км. На початку маршруту не повинно бути крутих підйомів або спусків, а максимальну крутизну бажано планувати на середину або другу третину шляху. На кінцевому етапі також не повинно бути крутих спусків, підйомів і важких переправ, так як вони можуть сприяти травматизму стомлених учасників походу. Оптимальний варіант маршруту по пересіченій місцевості – це чергування рівнинних етапів з підйомами та спусками. Таке різноманіття профілю забезпечує кращу витривалість, зменшує шанси передчасної втоми.

Ознайомитися детальніше з місцем проходження маршруту можна зі спеціальної, науково-популярної літератури, а також зі звітів попередніх груп. Для цього можна звернутися до туристичних клубів, місцевих маршрутно-кваліфікаційних комісій (МКК), де є звіти туристських груп, що раніше проходили даний регіон. Тим паче, що у звітах є відомості про особливості маршруту, природні перешкоди і способи їх подолання тощо, а також картографічний матеріал.

Після загального ознайомлення з районом приступають до викреслювання нитки маршруту, планування на дні, визначення способів пересування всередині маршруту, а також прибуття і відправлення в початковий та кінцевий пункти походу. Визначають місця ночівлі, найбільш цікаві об'єкти з точки зору географії, краєзнавства, екскурсійної справи, елементи спортивного туризму з використанням спеціального спорядження тощо. Потім, якщо в цьому є необхідність, то в раніше складений маршрут вносяться корективи та зміни. Розробляються запасні варіанти добових переходів на випадок непередбачуваних обставин, негоди тощо. Остаточний складений маршрут розглядається в установі, з якої відправляється група (школа, підприємство, ДЮОЦ тощо). Після того, як усі формальності виконані, приступають до другого етапу складання маршруту. Відповідальні за оформлення похідної документації разом з керівником приступають до її створення. До заяви додаються список учасників та нитка маршруту, також довідка керівника про наявність досвіду керівництва походом даної категорії. Якщо у членів МКК зауважень немає, то в такому разі можна сміливо вирушати в похід. Члени МКК рекомендують контрольно-рятувальну службу (КРС), де необхідно стати на облік перед виходом на маршрут і місця контрольно-рятувальних загонів (КРЗ) або КРС всередині маршруту. Тут можна завжди отримати допомогу при нещасному випадку чи в надзвичайній ситуації.

У багатьох випадках під час проведення туристських походів, також занять та змагань з туристської техніки з метою забезпечення безпеки учасників необхідно застосувати ряд прийомів для організації страхування.

Від уміння правильно організувати подолання природних перешкод залежить безпека, здоров'я і життя всіх учасників походу.

Більшість керівників груп для походів з учнівською молоддю вибирають досить прості маршрути. Проте навіть у легких походах можуть скластися такі обставини, що поставлять групу в дуже скрутне становище. Стисла характеристика району подорожі дає можливість спланувати маршрути походів з урахуванням рельєфу різних хребтів, полонин, їх природних особливостей та клімату. Нижче ми зупинимося на основних небезпеках, характерних для туристських походів в умовах гірського рельєфу, при переправах через річки, на відкритій місцевості в спеку та грозу, переходах через лісові хащі й болота. Умовно поділимо їх на фактори, обумовлені рельєфом місцевості, та фактори, обумовлені кліматичними умовами. Дві третини всіх нещасних випадків у горах пов'язані саме з природними факторами.

Походи в гірській місцевості значно складніші й небезпечніші. Нелегке пересування по гірській місцевості ускладнюється різкими коливаннями метеорологічних умов, значною висотою над рівнем моря, що викликає кисневе голодування, тощо. В таких умовах вимоги до засобів безпеки руху висуваються на перший план та потребують ретельної підготовки від кожного учасника спортивного походу, насамперед від керівника групи. Навіть на трав'янистих схилах можуть створитися умови, які вимагають застосування страхування та великої безпеки пересування.

Висновки. Отже, для забезпечення безпечних умов здійснення спортивного туристського походу, потрібно дотримуватися низки факторів. Забезпечення держави досвідченими інструкторами туристського супроводу. Проводити певні курси для провідних спеціалістів даної галузі. Дотримуватися вище зазначених рекомендацій до складання нитки маршруту спортивного туристського походу. Організовано вибирати район походу, погодні умови тощо. Знати рекомендації для безпечного проходження маршруту в гірській місцевості.

Список використаних джерел

1. Абрамов В. В. Спортивный туризм. Х.: ХНАМГ. 2011. 367 с.
2. Булашев А. Я. Спортивный туризм. Харьков. ХГАФК, 2009. С. 194.

РОЗДІЛ 5

ТЕОРІЯ ТА МЕТОДИКА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ

Tsviliy S., Gurova D.

National University "Zaporizhzhia Polytechnic"

FORMATION OF COMPETENCIES OF TOURISM PROFESSIONALS TAKING INTO ACCOUNT THE INTERESTS BUSINESS OF THE REGION

The article identifies the requirements of small and micro business tourism top-managers to managers and specialists for the transformation of emphasis in the system of distance education on the formation of professional competencies and formulation of postcoronavirus priorities for consulting services to business structures of tourist destinations in the region.

Key words: tourism, region, quality of education, competence, business.

В статье определены требования руководителей туристических фирм малого и микробизнеса к менеджерам и специалистам для трансформации акцентов в системе дистанционного образования по формированию профессиональных компетенций и формулированию посткоронавирусных приоритетов оказания консультаций предпринимателям туристической дестинации региона.

Ключевые слова: туризм, регион, качество образования, компетентность, бизнес.

В статті визначено вимоги керівників туристичних підприємств малого та микробізнесу до менеджерів та фахівців для трансформації акцентів в системі дистанційної освіти щодо формування професійних компетентностей і формулювання посткоронавірусних пріоритетів надання консультаційних послуг підприємницьким структурам туристичної дестинації регіону.

Ключові слова: туризм, регіон, якість освіти, компетентність, бізнес.

Formulation of the problem. In the recent historical past, the fact that the domestic system of higher education has received positive assessments and global recognition of its quality has remained. The problem of ensuring the quality of national education in recent years has received a permanent status of relevant and timely, and its solution is engaged on a continuous basis by various pedagogical, socio-economic, political forces, and so on. In general, almost all scholars and researchers agree that Ukraine's higher education system needs immediate reform and change. Against the background of the global economic crisis caused by the COVID-19 pandemic, there are many additional and unforeseen threats and challenges to organize an effective process of training future professionals in tourism, tourism business with relevant professional competencies that can realize themselves in the short term not only in Ukraine, but also in the territory of the united Europe.

Today it can be stated that professional education, even in the speciality "Tourism" in various educational programs, has become lower quality, a significant number of graduates are not competitive in the European labor market, and a master's degree in our country is not perceived adequately by employers. This requires setting new goals for higher education, which should focus on the training of tourism professionals to maintain a balance of requirements of the "knowledge economy" and "skills economy". At the same time, the coronavirus crisis in education has led to the hyperactivation of distance learning by the HEI (higher education institution); such conditions for the acquisition of knowledge by the student community are perceived far from unambiguously. That is, the basic task of education in the coronavirus period is to train tourism professionals with a focus only on long-term development of professional personality, preservation of acquired competencies and their adaptation to new conditions of the industry, as well as obtaining new qualitative features.

Analysis of recent research and publications. The issue of improving the quality of education, management in education and management education was devoted to research and time such scientists as M. Besedin, A. Vlasova, O. Hutorov, M. Ivanov, S. Ivanyuta, O. Ishchenko, Y. Komar, J. Conbere, G. Maznev, V. Momot, N. Mironova, V. Nagaev, O. Pronin, N. Shulga, and others. Recently, many scientists, researchers, teachers, practitioners have been involved in the implementation of business education and management programs in the tourism industry in Ukraine, among which the following are the most active: A. Vindyuk, S. Gres-Evreinova, S. Zhuravlyova, V. Zaitseva, N. Zatsepina, T. Kuklina, O. Kornienko, D. Mamotenko.

It is clear the position of tourism experts that the competitive economic and tourism subsystem of the country today is not based on reducing costs, but on improving product quality, innovation, training, and these requirements can be met only through the use of successful management in tourism. For this reason, one of the areas of quality training of tourism managers to the conditions of existence in the postcoronavirus environment is the system of higher education. Domestic tourism business is increasingly integrated with science, access to which is practically possible only through institution of higher education. The analysis of practitioners' opinions proves the urgency of improving the quality of training of tourism managers in the system of national education. The authors consider it expedient to extend to the content of training the experience of a network of small and micro business enterprises that implement a quality tourism management system.

The purpose of the work. The task of this article is to determine the requirements of managers of small and micro businesses to managers and

specialists for transformation the emphasis in the system of distance education HEI on the formation of professional competencies and formulation of postcoronavirus priorities for consulting services to entrepreneurs in the region.

Presenting main material. Modernization of the higher education system in Ukraine has some common provisions with the world education systems, but there are significant differences in many areas. Freelance managers can, through their own efforts on the threshold of the post-coronavirus tourism economy, develop transitional provisions for adapting the existing education system to European and global ones. At the same time, it is advisable to focus on the following areas: the creation of new educational programs and curricula taking into account the experience of European universities, reducing the number of specialties, specializations (1); establishing digital links with foreign higher education institutions for the exchange of experience (2); structuring information on the conditions of existence of producers and consumers of educational services in tourism in the postcoronavirus world (benefits and consequences) (3). These promising areas in the process of integrating national education into the European and its transformation into a new educational era do not include a decentralized scheme of tasks for the formation of skills of tourism professionals and remain unaccounted for business requirements for the set of skills of tourism managers. Recently, under the influence of COVID-19, distance learning programs are gaining popularity and to improve their own educational level and quality education, tourism managers of small and micro businesses have the following alternatives to master the knowledge of this form of education: business schools; professional programs and certifications; short-term programs; webinars, conferences; publications; books; trainings, digital partnership, etc. However, it is logical to note that all these activities are unsystematic and involve additional opportunities today to receive so-called distance education from any point of access to the Internet and the necessary services. In turn, even in this form of training, higher education institutions leave out of their attention a large segment of the virtual market, namely: managers and specialists of tourism small and micro enterprises most "ignored" higher education institutions in the process of transition to postcoronavirus conditions. In this situation, the demand for continuing education in the higher education institutions becomes a priority, provided at a new quality level, taking into account the practical requirements of business. The relationship of HEI with students and business representatives is shown in Fig. 1.

According to Fig. 1, the main areas of interaction between HEI and tourism companies of small and micro businesses are implemented through students and managers and professionals who improve their skills, i.e. who directly receive continuing distance education in a particular institutions of higher education. In

turn, the tasks of the educational institution are to obtain information about the requirements for the content of quality knowledge and skills of managers and professionals needed by the tourism business. However, the initiative should come from "regional" HEI, i.e. those educational institutions, most of whose graduates plan to implement their knowledge in the near future at tourism enterprises, the so-called regional level. From this point of view, it should be emphasized that the requirements of the tourism business to graduate students focus primarily on the possibility of practical implementation of their knowledge, in particular, theoretical, methodological, research. Priority employment opportunities should be given to those graduates who have formed their own set of professional competencies in the process of studying at the HEI (or in parallel with it).

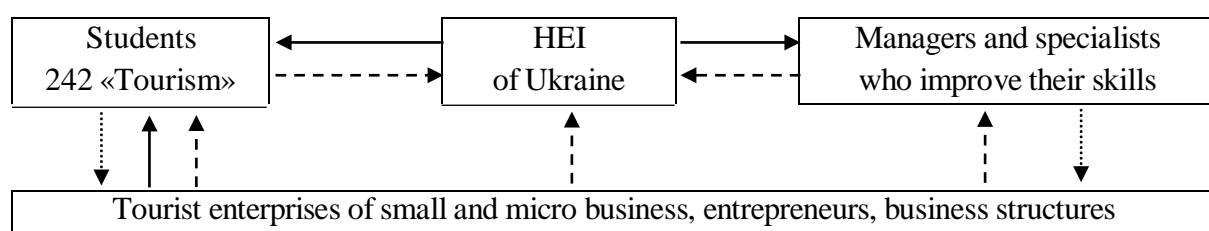


Fig. 1. Interaction of subjects of the education market on increase of quality of preparation of managers and experts in tourism in system of distance education:

- > *quality control of obtaining and acquired knowledge and skills;*
- - - - -> *requirements for the content of quality knowledge and skills;*
-> *implementation of acquired knowledge and skills.*

As part of the research work of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business of the National University "Zaporizhzhia Polytechnic" "Tourism industry of Ukraine in the period of European integration: theoretical aspect" the authors analyzed the activities of 50 small and micro businesses operating in the Zaporozhye region. In the first phase of the study, business leaders were asked to name the five most important skills for a company manager or tourism specialist, which allowed to formulate business requirements for his skills: implementation of travel agency policy by satisfying business interests (1); solving extreme problems by making extreme decisions given the situation in the field of hospitality (2); rational time management through rational delegation of authority (3); identification and employment of high-quality specialists by selecting them according to the priority of experience (4); checking "brand suitability" by monitoring their actions and behavior in problematic situations (5); expanding and deepening the competence of specialists by increasing the complexity of tasks, appropriate motivation and support (6); strategic thinking and creating a mechanism for achieving goals and objectives through effective goal-setting,

organization and authoritarian control of their implementation (7); installation of information "filters" by selecting the required digital secretary and eliminating "service" functions in the position (8); support of external relations by establishing mutually beneficial relations with partners in the digital environment (9); avoiding conflicts in the team by creating a digital hierarchical structure with the appropriate priority of certain people and positions (10); to be a leader in the team due to one's own professional authority (11).

At the second stage, on the basis of these eleven skills, four main factors of management that are important for the tourism business are identified: organizational leadership (2, 3, 8, 10, 11); personnel policy (4, 5, 6); strategic thinking (1, 7); external contacts (9). Next, the leaders of these travel companies had to determine which of these factors has the greatest impact on the company's activities and ensures its success in the coronavirus environment of small and micro business. Thus, it was necessary to assess the factors in descending order of their significance for the firm (i.e. 1 - the most significant, 4 - the least significant). The responses of the leaders who put the most significant factor in the first place were distributed as follows: organizational leadership (12 responses), personnel policy (2), strategic thinking (7), external contacts (17). The survey results are presented in % in Fig. 2

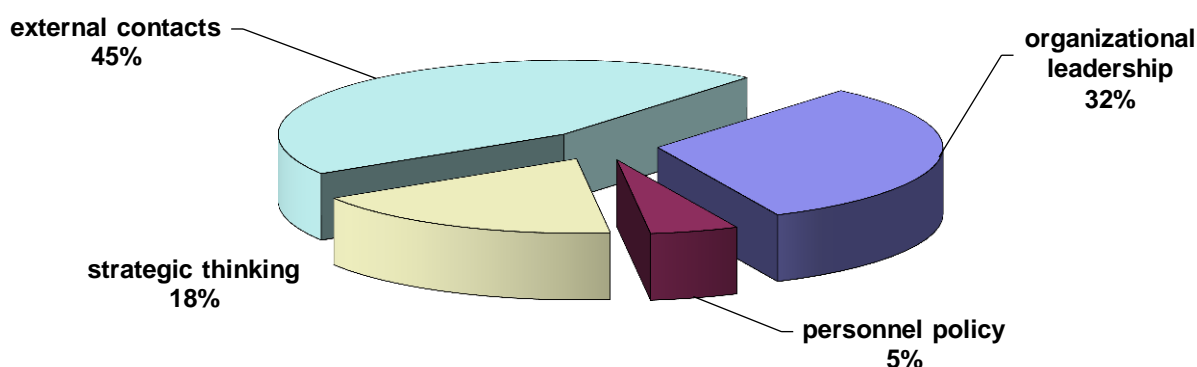


Fig. 2. Assessment of the significance of the factor for the travel agency of small and microbusiness (the authors conducted a survey of company executives)

According to Figs. 2, representatives of small and micro business in tourism give priority in the formation of skills of managers and specialists to establish profitable contacts and establish a process of communication with the external environment, and less time in training should be devoted to personnel policy. Of course, the results obtained should be of interest for teaching in the specialty "Tourism" and become a reference point in the plans of the domestic higher education institution in the development of educational programs and professional competencies. It is clear that the development of methodology of scientific and educational education of students requires reorientation of the distance form of

education HEI from lecture-informative to individually-differentiated personally-oriented form and it is necessary to introduce an adequate principle of knowledge and skills, which emphasizes the feasibility of developing new original approaches classes that would combine theoretical, scientific and practical information, as well as stimulate students' self-education. One of such approaches is the combination in space and time of intellectual potential of students and teachers within a certain department of HEI, which provides for a seminar or business game on the principle of distribution of roles within the consideration and creative decisions on a particular regional tourist destination. Such a distance seminar can combine: full-time undergraduate (theoretical), part-time (practical), graduate (scientific), undergraduate (research) students. That is, at the seminar, the tourism problem is worth considering and receives at least four different visions of its solution. At the same time, the initiators and coordinators should focus not on the obligatory solution of the problem, but on the consideration. In turn, the teacher is the manager of such a seminar and acts as a coordinator of various groups. In order to become open, it is necessary and useful to involve managers-practitioners who are representatives of tourism business structures. The advantages of such a distance seminar include: departure from universal and development of specific skills (1); interaction with real, not virtual, specialists, managers-practitioners (2); work on solving the tourist problem and examples of the local level (3); collective decision-making based on the exchange of views and consensus-building between participants (4); a sense of presence and involvement in the problem, rather than considering textbook case studies and situations (5); formation of the mentality of thinking, rather than the choice of ready-made solutions from experience (6); formation of an incentive for self-education of participants (7). Disadvantages include: lack of possibility to select participants and groups (1); lack of positive experience of local companies (2); lack of a clear mechanism for disseminating the experience of the seminar (3); information secrecy of managers-practitioners (4); limited base of enterprises and local situations (5).

It is determined that holding such seminars will allow to obtain the following achievements from the process of providing quality tourism management education, namely: improving the image (1); awareness of the activities of free students of potential students (2); establishing contacts with small and micro business travel companies (3); the possibility of providing advice to entrepreneurs (4); concluding contracts with enterprises for the provision of educational services (5). The recommendations of the HEI on improving the process of providing quality education have been developed: digital activity management system (class schedule, etc.) (1); use of modern information technologies in teaching (2); development of interactive complexes of EMC disciplines in tourism, taking into

account the specifics of HEI and tourist destinations in the region.

Conclusions. Priority areas for the formation and implementation of skills of tourism professionals and managers should be reflected in educational programs and curricula; the organization of open digital seminars is promising. The results of the report should be used by small and micro business companies of the tourist destination of the region, which will allow to acquire innovative thinking in the formation of tourism postcoronavirus culture of firms. The practical significance lies in the implementation of the process of combining scientific, pedagogical and practical experience of the higher education institutions of Ukraine in the period of adaptation to the postcoronavirus environment. Further research may be promising in the direction of studying the requirements of large business and network business structures of the regional tourist destination for the formation of professional skills.

References

1. Byelikova, M.V., Pruss, V.L. (2018). Suchasni transformatsiyi svitovoyi sfery turyzmu [Modern transformations of the world sphere of tourism]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya – Eastern Europe: economy, business and management*, 6(17), 21-28 [in Ukrainian].
2. Gurova, D.D. (2019). The modern economic impact of tourism. *Pryazovs'kyy ekonomichnyy visnyk – Pryazovsky Economic Bulletin*, 6(17), 3-7 [in English].

РОЗДІЛ 6

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ

Є. В. Андросов, І. С. Зігунова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ СПОРТИВНО-ГІРСЬКИХ ТУРІВ ВИСОКИХ КАТЕГОРІЙ

У статті відокремлена роль спорту в житті людини. За основу взято Таджикистан, Фанські гори, які можуть бути привабливими для проведення спортивно-гірських турів як у спортивному плані, так і для історично-культурного збагачення професійних спортсменів. Відповідні маркетингові заходи у сфері спортивного туризму надають можливість знайомитися з історією, культурою даного району, сприяти здоровому відпочинку.

Ключові слова: спортивно-гірські тури, спортивний гірський туризм, спортивний туристський об'єкт, реклама туризму, туристична галузь, маркетинг у туризмі.

В статье определена роль спорта в жизни человека. За основу взят Таджикистан, Фанские горы, которые могут быть привлекательными для проведения спортивно-горных туров как в спортивном плане, так и в историко-культурном обогащении профессиональных спортсменов. Соответствующие маркетинговые мероприятия в сфере спортивного туризма предоставляют возможность знакомиться с историей, культурой данного района, способствовать здоровому отдыху.

Ключевые слова: спортивно-горные туры, спортивный горный туризм, спортивный туристский объект, реклама туризма, туристическая отрасль, маркетинг в туризме.

The article highlights the role of sports in human life. Tajikistan and the Fann Mountains are taken as a basis, which can be attractive for sports and mountain tours both in terms of sport and for the historical and cultural enrichment of professional athletes. Relevant marketing efforts in the field of sports tourism provide an opportunity to get acquainted with the history, culture of the area, to promote healthy recreation.

Keywords: sports and mountain tours, mountain sporttourism, sport touristic unit, tourism advertising, tourism industry, marketing in tourism.

Актуальність теми дослідження. У розвитку економіки нашої країни та регіону все більшу частку займає туристська діяльність, розвиток туристських турів Сумщиною, Україною та в інших країнах світу. Останнім часом виник попит на проведення екстремальних спортивних турів з різних видів спортивного туризму.

Розвиток туризму є одним з пріоритетних напрямів підвищення ефективності економічного розвитку регіону. Глибокі перетворення в даній сфері відбулися при переході до ринкових відношень. Усе це визначає необхідність створення соціально-економічних передумов. Одним з напрямлень туризму є гірський туризм. Гірський туризм стає високопри-

бутковою галуззю економіці світу, може спонукати до розвитку соціально-культурного, соціально-економічного росту на місцевому та національному рівнях. Гірський туризм динамічно розвивається і може стати найважливішим фактором соціально-культурного розвитку регіону [2].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У вирішенні проблеми забезпечення розвитку туризму велику роботу провели вітчизняні та зарубіжні науковці В. С. Борозняк, Л. І. Гонтаржевська, В. Самольтов, А. А. Гаспарян, А. Азар, М. В. Биржаков.

Основи теоретико-методологічного розвитку туризму базуються на теорії міжнародних економічних відносин М. Э. Немоляева, А. Загорозній, Н. С. Барчукова, Л. Ф. Ходорков, А. Ю. Алексанрова, Г. М. Дроздова, В. Ф. Кифяк. Теоретичними положеннями розвитку гірського туризму займалися В. С. Качанівський, О. Тимчук, Т. І. Ткаченко.

Метою роботи є розвиток теоретико-методичних основ, підготовка та розробка турів з гірського туризму вищих категорій з подальшим впровадженням цих турів на практиці.

Виклад основного матеріалу. Згідно концепції туризму, турист – це споживач, який використовує туристичну продукцію.

В світовій практиці і в міжнародних договорах термін «іноземний турист» і просто «турист» пройшов довгий шлях свого розвитку і потерпів від деяких змін, і до цього часу немає чіткого його визначення. За рекомендаціями експертів Ліги націй ще в 1937 році було визнано «вважати туристом всіх, хто знаходиться в країні в якій він не проживає не менше 24 години».

Як вказано в Законі України «Про туризм» туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання з пізнавальною, оздоровчою та професійною метою без занять оплачуваною діяльністю. В усіх сферах підприємництва організація туристичної діяльності та господарювання, базується виключно на договірних взаємовідносинах. Це підтверджує те, що саме договори є визначальною і майже єдиною правовою формою партнерських взаємин.

Відповідно до Закону України «Про туризм» виділяються такі види договорів притаманних туристичній сфері:

- договір на туристичне обслуговування;
- договір на екскурсійне обслуговування;
- договір на готельне обслуговування;
- ваучер.

До укладення договору на туристичне обслуговування споживачу туристичного продукту має бути надана інформація про [3]:

1. Основні вимоги пропонованих до оформлення виїзних/в'їзних документів (паспорт, дозвіл (віза) на виїзд/в'їзд до країни тимчасового перебування), у

тому числі інформацію щодо термінів їх оформлення.

2. Медичні застереження стосовно здійснення туристичної поїздки, у тому числі протипоказання через певні захворювання, особливості фізичного стану (фізичні недоліки) і віку туристів для участі в поїздки.
3. Туроператора (турагента), його місцезнаходження і поштові реквізити, наявність ліцензії на здійснення туристичної діяльності, сертифікатів відповідності та іншу інформацію відповідно до законодавства про захист прав споживачів.
4. Розмір фінансового забезпечення туроператора чи турагента на випадок його неплатоспроможності (банкрутства) та кредитну установу, яка надала таке забезпечення. Кожна із сторін договору може вимагати внесення змін або розірвання договору у зв'язку з істотними змінами обставин, з яких вони виходили при укладанні договору.

Турист вправі відмовитися від виконання договору до початку подорожі за умови оплати туроператору або турагенту фактично понесених ними витрат за послуги, надані до цього повідомлення. Туроператор або турагент вправі відмовитися від виконання договору лише за умови повного відшкодування замовникові збитків, підтверджених у встановленому порядку та заподіяних внаслідок розірвання договору, крім випадку, коли це відбувалося з вини туриста.

Міжнародний туризм називають і формою міжнародних економічних відносин, і видом зовнішньоекономічної діяльності, і частиною міжнародного обміну послугами, і навіть способом міжнародної торгівлі. Вчені В. А. Квартальнов і А. А. Романов розглядають міжнародний туризм як «систему подорожей, що здійснюються на базі міждержавних договорів з урахуванням діючих міжнародних норм і місцевих звичаїв». Вчені І. Т. Балабанов та А. І. Балабанов визначають міжнародний туризм як «туризм до інших країн», як «поїздки з туристичними цілями за межі країни постійного проживання», як «систему подорожей, що здійснюється на основі міждержавних договорів» [3].

Таким чином, міжнародний туризм слід розглядати як соціально економічний процес, пов'язаний із наданням туристичних послуг особам за межами країни їх постійного проживання і спрямованого на задоволення духовних, фізичних та інших некомерційних потреб. Туристичні операції є важливою складовою світової та національної економіки. Дедалі більша взаємозалежність країн, взаємопроникнення їх економічних інтересів, відкриття національних господарств зовнішньому світові сприяють інтенсивному розвитку міждержавних туристичних потоків, поглибленню міжнародного поділу праці на ринку послуг. Значення ринку туристичних

послуг у економічній діяльності постійно зростає, а сам ринок набуває нових тенденцій та особливостей.

Спортивно-туристські тури стають все популярнішими серед українських туристів. Українські туристи проходять маршрути різними гірськими системами світу.

Спортивний туризм на сучасному етапі розвивається у двох напрямках: маршрутний туризм (проходження маршрутів туристсько-спортивних походів) та змагальний туризм (підготовка та участь в змаганнях із техніки спортивного туризму). В історії розвитку спортивного туризму в Україні ці два напрямки завжди були нероздільні. Але якщо походи були основною формою туристсько-спортивної діяльності і давно запроваджені у спортивну класифікацію (уперше у 1949 році), то туристські змагання і зльоти носили характер допоміжний, другорядний. Нерідко вони використовувалися для перевірки готовності туристських груп для виходу на категорійні маршрути [1].

Фанські гори є дуже привабливим туристським об'єктом.

Характеристика гірської системи в Таджикистані. Фанські гори – вузол коротких високих хребтів на північному заході Таджикистану, що підносяться між Зеравшанським і Гісарським хребтами в системі Паміро-Алаю, гірської система, розташована в Середній Азії. Головна і найвища вершина Фанських гір – *Чимтарга* (5487м). Інші п'ятитисячники Фанських гір: Бодхона (5138 м), Міралі (5132 м), Енергія (5105 м), Замок (5070 м), Чапдара (5050 м), Велика Ганза (5306 м), Мала Ганза (5031 м). Ці гори в радіусі 20 км, з півкілометровими стінами, з невеликими для таких висот льодовиками. До 3000м забираються арчеві ліси. У Фанських горах сухий клімат, що полегшує процес акліматизації. Крім самих гір, великою туристською принадою Фан є незліченна кількість неймовірної краси джерельно чистих озер. Озера мають спектр кольорів – блакитні, темно-сині, фіолетові, зелені, білі, чорні. Найвідомішими озерами є: Алаудинські, Кулікалонські, Алло, Іскандеркуль.

Гори дуже привабливі в спортивному та емоційному сенсі для проведення спортивно-гірських турів високих категорій. Тур передбачає:

1. Подолання маршруту активним способом, реалізуючи вміння і навички пересування пішки гірською місцевістю, подолання різних перешкод: переправи через гірські ріки, осипи, льодовики, підйоми на перевали та гірські вершини з використанням туристського спеціального спорядження.
2. Вдосконалення загальної та спеціальної фізичної підготовки, витривалості, спритності, сили, рівноваги.

3. Емоційне збагачення внутрішнього світу туриста, виховання рішучості, сміливості, впевненості в собі, відповідальності.
4. Розширення історико-культурного кругозору, поповнення знань про природу Фанських гір, культуру народу.
5. Засвоєння основ організації і проведення походів, розробки маршрутів.
6. Набуття спортивного досвіду для участі у походах і керівництва походами різної категорії складності., одержання спортивних розрядів і звань, підвищення спортивної майстерності.

Висновки. У Фанських горах є усі передумови проведення спортивно-гірських турів високих категорій: теплий клімат, неповторність природно-рекреаційних об'єктів, вигідне географічне розташування, красиві гори та озера. Єдиної формули спортивно-гірських турів високої категорії не існує. Для кожного туру розробляються вимоги з безпеки, вимоги до спорядження, одягу, харчування. Ідеї та концепції турів залежать тільки від організаторів та побажань учасників.

Список використаних джерел

1. Абрамов В. В. Історія туризму: підручник. Харків: Вид-во «Форт». 2010. 286 с.
2. Безуглий В. В. Регіональна економічна і соціальна географія світу. К.: Видавничий центр «Академія», 2007. 688 с.
3. Мальська М. П. Міжнародний туризм та сфера послуг: Підручник. К.: Знання, 2008. 661 с.

В. І. Андросова

Комунальний заклад Сумський Палац дітей та юнацтва

МОТИВАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОЇ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ СПОРТСМЕНА

У статті акцентована роль мотивації при занятті спортом. За основу взято заняття не олімпійським видом спорту – спортивним туризмом на Сумщині у клубі «Абалаковець». Заняття спортивним туризмом, починаючи з підліткового віку, підвищують їх творчу, соціальну, трудову активність. Спортивне вдосконалення, саморозвиток, досягнення високих результатів можливо завдяки постійній мотивації, активній установці для зростання спортивної майстерності у вихованців. Роль тренера – підвищити мотивацію вихованців для занять спортивним туризмом, оскільки мотиви мають вирішальне значення в поведінці й стимуляції їх активної діяльності.

Ключові слова: мотивація у спорті, спортивний туризм, спортивна майстерність.

В статье акцентирована роль мотивации при занятии спортом. За основу взято занятие не олимпийским видом спорта – спортивным туризмом на Сумщине в клубе «Абалаковець». Занятия спортивным туризмом, начиная с подросткового возраста, повышают их творческую, социальную, трудовую активность. Спортивное совершенствование, саморазвитие, достижение высоких результатов возможно благодаря постоянной мотивации, активной установке для роста спортивного мастерства у воспитанников. Роль тренера - повысить мотивацию воспитанников для

занятій спортивним туризмом, поскольку мотивы имеют решающее значение в поведении и стимуляции их активной деятельности.

Ключевые слова: мотивация в спорте, спортивный туризм, спортивное мастерство.

The article emphasizes the role of motivation in sports. The article is based on non-Olympic sports – sports tourism in Sumy region in the club "Abalakovets". Sports tourism classes, starting from adolescence, increase their creative, social, labor activity. Sports improvement, self-development, achievement of high results is possible due to constant motivation, active attitude to the growth of sportsmanship in students. The role of the coach is to enhance the motivation of students to engage in sports tourism, as motives are crucial in behavior and stimulation of their proactivity.

Keywords: motivation in sports, sports tourism, sportsmanship.

Система освіти потребує нового та інноваційного підходу до мотивації вихованців під час занять спортом, в тому числі і спортивним туризмом. На сьогодні це найбільш актуальна соціально-педагогічна проблема. Мотивація – це, перш за все прагнення до успіху, високих результатів у своїй діяльності. Якщо вихованець прагне досягти успіху, високих результатів у спортивному туризмі, то у нього достатньо сильна мотивація досягнення [2, с. 56].

Мотивація є пусковим механізмом діяльності вихованців у процесі заняття спортом, їх професіональному зростанню. Під час змагань та тренування мотиваційні аспекти стоять на першому плані, піднімаючи рівень активності та бажання в досягненні високих результатів. Блок мотивації є пусковим механізмом діяльності, підтримує необхідний рівень активності в процесі тренувань і змагань, регулює вміст активності, використання різних засобів для досягнення бажаних результатів [4, с. 63].

Таким чином, для досягнення високих результатів та перемог, мотивація досягнення успіху в спортивному туризмі має бути на кожному тренуванні. Домінуючі фактори, які сприяють мотивації досягнення успіху у кожного спортсмена можуть бути свої. Тренер має знати і мотивувати спортсмена постійно. Вивчення мотивів, які активізують прагнення спортсменів до систематичних занять спортивним туризмом надають можливість стимулювати, активізувати спортивну діяльність вихованців. Мотивація – одна з найважливіших складових при заняттях спортом. Це психологічний фактор, який примушує та керує спортсменом під час тренувань та змагань.

Мотивація (з лат. *movere*) – спонукання до дії; динамічний процес фізіологічного та психологічного плану, керуючий поведінкою спортсмена, який визначає її організованість, активність і стійкість; здатність спортсмена діяльно задовольняти свої потреби. Мотивація – це те, що знаходиться у спортсмена «всередині». Якщо спортсмен мотивований, його задоволення від роботи може призвести до якісного результату.

Мотиви, зазвичай, розділяються на соціальнозначимі, особистісно-значимі та професійнозначимі, позитивні й негативні, які визначаються знаннями, переконаннями, установками, інтересами та потребами.

Мотивація до фізичної активності – особливий стан особистості, який спрямований на досягнення оптимального рівня фізичної підготовленості та працездатності. Мотивацію досягнень першим виділив Г. Мюррей. За його визначенням – «справлятися з чимось важким»... Долати перешкоди і досягати високого рівня, змагатися з іншими і перевершувати їх.

Дослідження мотивації проводив американський вчений Д. С. Мак-Клеланд. У результаті дослідження він виявив, що існують індивідуальні відмінності в мотивації досягнень.

Інші уявлення про мотивацію досягнення розкриває німецький психолог Х. Хекхаузен. Згідно з його поглядами, мотивація досягнення - «спроба збільшити або зберегти максимально високими здібності людини до всіх видів діяльності, до яких можуть бути застосовані критерії успішності і, де виконання подібної діяльності може, отже, привести або до успіху, або до невдачі».

Ще одним з найбільш авторитетних авторів з даної проблематики є Т. О. Гордеева. Під мотивацією досягнення розуміється мотивація достіженчеської діяльності. Достіженчеська діяльність – діяльність, пов'язана з цілеспрямованим перетворенням суб'єктом навколишнього світу, себе, інших людей і відносин з ними. Така діяльність «мотивується прагненням зробити щось якнайкраще, або швидше, зробити прогрес, за яким стоять базові людські потреби в досягненні, зростанні і самовдосконаленні».

Пізніше питаннями мотивації займалися такі видатні вчені, як Аткинсон Дж., Фізер Н. та ін. Також проблемами мотивації займалися і займаються: Коломейцев Ю. А., Гогун Є. М., Стамбулова, Мельников М. тощо [4, с. 15].

Об'єкт дослідження: мотиваційна особистість спортсмена, який займається спортивним туризмом.

Мотивація – це, перш за все прагнення до успіху, високих результатів у своїй діяльності. І якщо людина, прагне досягти успіху, високих результатів в діяльності, то у нього достатньо сильна мотивація досягнення [2, с. 56].

Мотивація можна поділити на:

- внутрішню мотивацію;
- зовнішню мотивацію;
- мотивацію досягнення;
- мотивацію у формі змагального стресу.

Мотиви, які спонукають вихованців займатися спортивним туризмом, є почуття задоволення, яке викликається заняттями даним видом спорту й невіддільне від самої спортивної діяльності. Але мотиви поділяються на декілька груп.

1. Початкова стадія заняттям спортивним туризмом. Це перші спроби включитися в спортивну діяльність. Мотиви: вихованці займаються кількома видами спорту, шукають себе. Прагнуть проявити себе сміливими і рішучими при виконанні окремих завдань, змагань, під час походів, прагнення стати сильними, здоровими. Велике прагнення до спілкування з однолітками.
2. Стадія спеціалізації в обраному виді спорту. Розвиток інтересу до певного виду спорту, прояв здібностей до цього виду спорту, досягнення та прагнення до його закріплення, вдосконалення техніки спортивного туризму, подолання перешкод під час походів. Задоволення, що викликається участю в змаганнях та походах. Здатність тренера донести до спортсменів розуміння того, що високий зміст спортивної діяльності полягає в самовдосконаленні, самоствердженні власного я, в перемозі не тільки суперників, а й власних слабкостей, забезпечить один із потужних важелів позитивної мотивації до спортивної діяльності. Підвищується спортивна спеціалізація спортсмена, підвищується спортивна кваліфікація: 3-й, 2-й, 1-й розряд, КМС. Спортсмен прагне через спорт підготувати себе до практичної діяльності, стати більш сильним фізично.
3. Стадія спортивної майстерності. Домінуючим, що визначає поведінку спортсмена стає мотив досягнення успіху. Спортсмен відчуває потребу домогтися високих спортивних результатів. У сучасному спорті високі спортивні досягнення неможливі без високої соціальної мотивації. Спортсмен усвідомлює, що спортивна діяльність є важлива у суспільстві: прославляти свій клуб, свою країну, піднімати прапор своєї Вітчизни на вершинах гір під час походів, на змаганнях.

Мотивація спортсмена в значній мірі визначає рівень його спеціальної підготовки, яка є однією з основних складових його спортивних успіхів. Сила і стійкість мотивації багато в чому визначається можливостями спортсмена задовольнити себе в конкретному виді спортивної діяльності, а рівень спеціальних знань, умінь і навичок детермінує можливості спортсмена. Тому зрозуміло, що в спортивних досягненнях мотивація відіграє певну роль, тому що вона диктує ступінь прояву можливостей спортсмена.

Тренеру і спортсменам слід прагнути до формування мотивації досягнення високих результатів у своїй спортивній діяльності. У цьому випадку тренер повинен будувати навчально-тренувальний процес з

урахуванням індивідуальної мотивації кожного спортсмена.

Фактори, які формують мотивацію досягнень, у різних вікових групах міняються.

1. Для вихованців початкового рівня зі спортивного туризму багато уваги приділяється заохоченню зусиль спортсмена.
2. Знання тренером сім'ї юного спортсмена з метою побудови роботи з ним на формування мотивації досягнення успіху.
3. Вплив соціального середовища: рівень освіти, соціальний клас. У дітей особливо яскраво це проглядається.

Основними факторами формування мотивації досягнення успіху у спортсмена є: статус, прагнення до досконалості, правильно поставлені цілі, установка на спортивне досягнення, сприятливий соціально-психологічний клімат, емоційність тренувальних занять, особливості особистості тренера, взаємовідношення тренера і спортсмена, розвиток традицій в команді, усвідомлення спортсменом своєї корисності, спільне прийняття рішень.

Усі ці фактори формування мотивації досягнення успіху дуже різноманітні. І якщо всі вони будуть враховуватися спортивним тренером як невід'ємні компоненти єдиної системи, то у спортсмена буде висока мотивація досягнення успіху в своїй спортивній діяльності.

Займаючись спортивним туризмом спортсмен може виступати як індивідуально у спортивних змаганнях, так і в групі під час командних змагань зі спортивного туризму та походах.

Успіх спортсмена в особистих змаганнях залежить від нього самого, від його налаштованості на цей виступ, від технічної підготовленості, від спорядження, від сили мотивації.

Якщо це змагання командні, то успіх залежить від кожного учасника команди. Чим менший склад команди (у гірському туризмі – 4 учасника, у змаганнях «зв'язок» – 2 учасники, у пішохідному туризмі – 6 учасників), тим більше ефективними стають зусилля кожного спортсмена.

- В особистих змаганнях і в змаганнях зв'язок спортсмени чекають від тренера більш демократичного підходу спілкування.
- У великих групах під час походів лісовою та гірською місцевістю перевершує авторитарна поведінка тренера. Це нормально сприймається серед учасників походу.
- Команди з високою потребою в досягненні і орієнтовані на завдання зазвичай виступають успішніше тих, в яких особливо висока потреба у встановленні дружніх відносин.

Висновки. Мотивація як засіб ефективної результативності спортсмена є важливим критерієм, який багато в чому визначає спрямованість

особистості і поведінку спортсмена. Спортсмени з сильно вираженим прагненням до досягнення успіхів досягають в житті набагато більшого, ніжті, у кого така мотивація слабка або відсутня.

Уміння тренера донести до спортсменів усвідомлення того, що найвищим сенсом спортивної діяльності є самоствердження, самовдосконалення власного я, перемога не тільки супротивників, але і власних страхів і слабкостей, створить один з найсильніших важелів позитивної мотивації до спортивної діяльності.

Список використаних джерел

1. Коломейцев Ю. А. Соціальна психологія спорту: учеб.-метод, посібник. Мн.: БДПУ, 2004. 292 с.
2. Мельников М. В. Психологія: підручник для інститутів фізичної культури. М.: «Фізкультура і спорт», 1987. 336 с.
3. Огородова Т. В. Психологія спорту: учеб. Пособие. Ярослав. гос. ун-т им. П.Г. Демидова. Ярославль: Яр.ГУ, 2013. 120 с.
4. Пілюян Р. А. Мотивація спортивної діяльності. М.: ФиС, 1984. 108 с.

Я. В. Євтушенко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ СПОРТСМЕНІВ ДО ЗМАГАНЬ ЗІ СПОРТИВНОГО ЛИЖНОГО ТУРИЗМУ

В статті розглядається змагальний лижний туризм та особливості підготовки спортсменів до змагань з лижного туризму. Описано дистанції змагань в лижному туризмі та класифікація дистанцій.

Ключові слова: лижний туризм, методика, технічний етап, дистанція.

В статье рассматривается соревновательный лыжный туризм и особенности подготовки спортсменов к соревнованиям по лыжному туризму. Описаны дистанции соревнований в лыжном туризме и классификация дистанций.

Ключевые слова: лыжный туризм, методика, технический этап, дистанция.

The article deals with competitive ski tourism and features of preparing athletes for ski tourism competitions. The distances of competitions in ski tourism and the classification of distances are described.

Key words: ski tourism, methodology, technical stage, distance.

Постановка проблеми. Проблемою підтримання туристами-лижниками спортивної форми є той факт, що актуальною темою для розвитку змагального напряму спортивного лижного туризму є вдосконалення системи туристсько-спортивної підготовки спортсменів до змагань зі спортивного лижного туризму.

Можливості України по розвитку лижного туризму не дуже широкі через відсутність взимку тривалого стійкого снігового покриву на більшій

частині території, але є можливості у Карпатському регіоні та північно-східних областях України.

Спортивний туризм на сучасному етапі розвивається у двох напрямках: маршрутний туризм (подолання спортивних маршрутів в Україні) та змагальний туризм (змаганнях із видів спортивного туризму). В історії розвитку спортивного туризму в Україні ці два напрямки завжди були нероздільні. Але якщо походи були основною формою туристсько-спортивної діяльності і давно запроваджені у спортивну класифікацію в 1949 році, тоді туристські змагання носили характер допоміжний, другорядний. Часто вони використовувалися для перевірки готовності туристських груп для виходу на категорійні маршрути [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку змагального спортивного лижного туризму займається Національна федерація спортивного туризму України. Вона кожного року провидить Чемпіонати України та Кубки України. Питанням вдосконалення змагань зі спортивного лижного туризму в Україні займалися дослідженням В. М. Михайловський, В. М. Зігунов, О. В. Колотуха [3].

Мета роботи полягає в дослідженні підготовки туристів спортсменів до змагань зі спортивного лижного туризму.

Виклад основного матеріалу. Змістом змагань зі спортивного лижного туризму є проходження командою або учасником різних дистанцій насичених лижними та технічними етапами відповідно до класу дистанції.

Під час змагальної діяльності спортсмени використовують різноманітну техніку та тактику при проходженні дистанцій. Подолання локальних та протяжних перешкод на спортивних дистанціях потребує від спортсменів різної за часом та інтенсивністю фізичної роботи. Загальна підготовка спортсменів до змагань з лижного туризму носить сезонний спираючись на календарний план змагань Федерації спортивного туризму України.

Отже розглянемо особливості сучасної системи підготовки туристів з лижного туризму.

Лижний туризм, як і будь-який вид спорту, вимагає постійних тренувань для підтримки необхідного рівня загальної та спеціальної фізичної підготовки. Загальна фізична підготовка туристів-спортсменів повинна розвивати витривалість, силу, координацію рухів, швидкість реакції. Спеціальна фізична підготовка у туристів-спортсменів розвиває ті ж якості, але додатково, направлена на формування та розвиток якостей, притаманних для лижного туризму. Дана система туристів-спортсменів має багаторічну спрямованість.

Під час першого року навчання основну увагу на теоретичних та практичних заняттях слід приділяти оволодінню загальнотуристським навичкам, умінням лижної техніки, способам орієнтування, одночасно розпочинаючи освоєння основ гірської техніки так як, вона є основою техніки подолання природних локальних перешкод на коротких та довгих дистанціях.

На другому році навчання збільшується кількість тренувальних занять, присвячених оволодінню специфічними прийомами, характерними для лижного туризму.

Заняття проходять у формі лекцій, практичних занять, з використанням активних форм навчання, технічних засобів, інформаційно-комунікаційних технологій навчання. Практичні заняття проводяться на різноманітних формах рельєфу, враховуючи специфіку лижного туризму. Як результат отриманих знань, умінь та навичок спортсмени беруть участь у змаганнях різного рівня.

Обов'язковим елементом навчально-тренувального процесу є проведення залікових змагань з лижного туризму та участь в змаганнях пішохідного туризму.

Визначення рівня досягнення прогнозованих результатів туристсько-спортивної підготовки спортсменів здійснюється шляхом участі вихованців у походах та змаганнях відповідного рівня складності, а також на підставі виконання ними спортивних нормативів та присвоєння у встановленому порядку спортивних розрядів.

Порушуючи проблему підготовленості та вдосконалення фізичних якостей туристів спортсменів лижників, слід зазначити, що цей процес здійснюється на всіх етапах багаторічної туристсько-спортивної підготовки. Однак найбільш фундаментальний, комплексний і цілеспрямований вплив на рівень фізичної підготовленості туристів-спортсменів реалізується на етапі попередньої базової підготовки. Цей етап збігається з початком створення бази загальної підготовленості спортсменів-туристів і передбачає вирішення питання формування у них всебічної фізичної підготовки та подальше оволодіння ними лижної техніки. Особлива увага приділяється розвитку фізичних якостей і навичок, які мають важливе значення у змагальному лижному туризмі.

Особливе значення має предстартова робота по підготовці команд до змагань з лижного туризму.

Безпосередню туристсько-спортивну підготовку спортсменів починаємо з розглядання умов дистанцій змагань. На цій основі формується графік тренувань. На окремому занятті докладно розглядаються дистанції та

детально обговорює кожний технічний та лижний етап з туристами-спортсменами. Під час навчальних тренувань учасники команди обговорюють та визначають порядок руху учасників на дистанції. Обирається тактика найбільш вигідна команді. Тренер висвітлює всі невідомі технічні елементи перед практичним виконанням їх. Визначається кількість необхідного спорядження для проходження певної дистанції.

Наступним етапом роботи – є перехід до практики, яка проходить в залі з використанням штучного рельєфу та в природному середовищі. Для технічних робіт використовуємо стенд-тренажер, який замінює скельні ділянки дистанції в холодну пору року. На стенді спортсмени відпрацьовують техніку руху та обирають тактику роботи на етапі. Тренер групи корегує дії учасників та спрямовує уникати помилки при проходженні технічного етапу. Таким чином учасники команди в ході роботи вчаться виправляти та працювати без помилок. Задача тренера групи звести кількість помилок до нуля.

На протязі тренувань потрібно систематично міняти дії учасників команди на етапі. Це дасть змогу кожному члену команди вивчити всі необхідні дії та бути взаємозамінним та не одноразово проходити дистанцію в різних порядкових номерах. Учасники повинні дуже швидко вмикатися у роботу та приймати важливі рішення. Цьому сприяє правильно спланований тренувальний цикл, як у залі так і на рельєфі. Важливим елементом роботи тренера є вивчення з вихованцями правил та настанов змагань з лижного туризму. Спортсмени-туристи повинні чітко знати всі порушення які можуть зробити при подоланні певної дистанції. Також тренер повинен виховувати в спортсменах коректну спортивну поведінку та навчити не тільки бути готовими до перемог але й гідно зустрічати поразку [2].

Тренер групи підвищення туристсько-спортивної майстерності повинен використовувати різні виховні підходи в роботі зі студентами.

1. Дистанції на змаганнях з лижного туризму

Змагання зі спортивного туризму (лижного) проводять із метою підвищення технічної та тактичної майстерності учасників, забезпечення безпеки спортивних туристських походів і змагань, виявлення найсильніших команд та учасників. Відповідно до Правил змагань зі спортивного туризму, існують особливості в дистанціях. Змагання з лижного туризму проводять на дистанціях «Смуга перешкод», «Лижний маршрут» та «Рятувальні роботи».

«Смуга перешкод» (командна, естафета, особиста) – коротка лижна дистанція, насичена технічними перешкодами. Смуга перешкод долається на час усією командою або поетапно учасниками команди (естафета), або особисто. На складних технічних етапах чи ділянках може бути

встановлений контрольний час.

«Лижний маршрут» (командна, особиста) – може бути одно- і багатоденною, передбачати подолання технічних перешкод, вирішення тактичних завдань, орієнтування на місцевості та виконання спеціальних завдань.

Змагання на лижному маршруті можуть проводитися або на час, або з дотриманням заданого графіка руху (ралі), або з встановленням оптимального часу, або за вибором.

На складних технічних етапах може бути встановлений контрольний час, на окремих ділянках – оптимальний час.

В залежності від класу дистанція проходиться з контрольним вантажем до 10 кг на учасника (як правило для дистанцій III – V класу). Вантаж, склад та спосіб транспортування контрольного вантажу, а також штрафи за його втрату обумовлюються умовами змагань.

«Рятувально-транспортувальні роботи» – коротка лижна дистанція, що включає етапи та спеціальні завдання, пов'язані з рятуванням та транспортуванням «потерпілих».

Змагання зі спортивного туризму (лижного) – це спортивний захід, що проводиться за Правилами й нормативними документами зі спортивного туризму, за певним регламентом.

Ми пропонуємо методику підготовки команд до змагань зі спортивного туризму (лижного), підкріплену багато чисельними перемогами на чемпіонатах та кубках України.

Складність етапів, їх певна кількість визначають клас дистанції. Складність кожної дистанції знаходить своє відображення в таблицях 1 і 2 [3].

Таблиця 1. Клас дистанції змагань

Клас дистанції	Лижний маршрут		Смуга перешкод та рятувально-транспортувальні роботи		Особиста дистанція	
	К-сть етапів	Протяжність (в день) (км)	К-сть етапів	Протяжність (км)	К-сть етапів	Протяжність (км)
I	4-5	1-3	3-4	до 1	2-4	до 1,5
II	5-7	2-5	4-5	до 1	3-6	до 2
III	6-9	3-8	5-7	до 1	5-7	до 3
IV	7-10	6-10	6-8	до 2	6-8	до 5
V	8-12	8-13	7-10	до 3	7-10	до 7

Таблиця 2. Клас дистанції змагань

Характеристика дистанції	Клас дистанції				
	I	II	III	IV	V
Відповідність складності етапів перешкодам у лижних походах (категорії складності)	1	2	3	4	5
Сумарний перепад висот (метрів на день)	до 100	120-150	170-200	200-300	250-400
Середня крутизна схилів перешкод (градуси)	10-20	20-25	25-30	30-35	35-40
Довжина етапу «Переправа по колоді», м	-	до 10	10-15	15-20	більше 20
Довжина етапів складного рельєфу					
підйом, м			15-20	20-25	більше 25
спуск, м	-	-	25-30	30-40	більше 40
траверс, м			до 15	до 15	20
Етапи лижної туристської техніки, м	до 20	до 30	до 50	до 80	до 100

Тим, як облаштовані етапи задаються умови та ставляться перед командою завдання по подоланню перешкод. Чим вище клас дистанції – тим вони нестандартніші, жорсткіші, потребують застосування технічно складніших прийомів і демонстрації більш високої тактичної, технічної, фізичної підготовленості учасників.

Висновки. Наслідком роботи згідно методики – є оволодіння студентами вмінь та навичок з лижного туризму, не механічне запам'ятовування, а логічне осмислення всіх дій на дистанції. Перед змаганнями всі учасники повинні самостійно проговорювати порядок руху, визначаючи необхідну кількість спорядження, обираючи тактику найбільш вигідну для роботи на етапах.

Отримані знання та вміння дали змогу вихованцям успішно виступати на всеукраїнських змаганнях. Отримані нагороди (кубки, медалі та грамоти) стимулюють успішних спортсменів і тих, хто тільки знайомиться з цим видом спорту. Це стало можливим завдяки багаторічній праці в цьому напрямку зі студентами спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету.

Список використаних джерел

1. Лижний туризм в Україні. URL: https://vuzlit.ru/772330/lizhniy_turizmu_ukrayini
2. Методика підготовки спортсменів до змагань зі спортивного туризму. URL: <https://infourok.ru/metodika-pidgotovki-sportsmeniv-do-zmagan-zi-sportivnogo-turizmu-3331548.html>
3. Настанови з проведення змагань з лижного туризму. Затверджено рішенням Виконкому Федерації спортивного туризму України від 2013.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СПОРТИВНИХ ПІШОХІДНИХ ТУРІВ

В статті розглядається спортивний пішохідний туризм, як масовий вид активного туризму, який може сприяти не тільки підвищенню туристсько-спортивної майстерності, а й засобом здорового способу життя населення. Показані основні етапи розробки пішохідних спортивних турів. Висвітлюється розробка спортивного пішохідного тура третьої категорії складності в районі Українських Карпат.

Ключові слова: пішохідний туризм, тур, маршрут, категорія складності.

В статье рассматривается спортивный пешеходный туризм, как массовый вид активного туризма, который может способствовать не только повышению туристско-спортивного мастерства, а и быть средством здорового образа жизни населения. Показаны основные этапы разработки пешеходных спортивных туров. Освещается разработка спортивного пешеходного тура третьей категории сложности в районе Украинских Карпат.

Ключевые слова: пешеходный туризм, тур, маршрут, категория сложности.

The article considers pedestrian sports tourism as a mass type of active tourism, which can contribute not only to increasing tourist and sports skills, as a means of a healthy lifestyle for the population. The main stages of development of pedestrian sports tours are shown. The development of a sports pedestrian tour of the third category of difficulty in the Ukrainian Carpathians is covered.

Key words: hiking, tour, route, complexity category.

Постановка проблеми. Спортивні пішохідні походи мають на меті вирішення широкого кола завдань спортивних, духовних, культурних та соціальних.

Спортивні пішохідні походи сприяють вихованню у молоді патріотизму, колективізму, шанобливому ставленню до пам'яток історії, культури, природи і проводяться з метою підвищення техніко-тактичної підготовленості учасників спортивних туристських походів.

На сучасному етапі розвитку спортивний маршрутний туризм в Україні став масовим спортивно-рекреаційним явищем. Саме пішохідний туризм з його широкими можливостями та багатими використання туристичних ресурсів створює всі умови для активного відпочинку і цим реалізує функцію естетичного, культурного, духовного збагачення особистості та підвищення функціонального стану людини.

Основним ринковим продуктом в індустрії туризмі є тури - спеціально розроблені програми обслуговування туристів, які спрямовані на задоволення їх потреб. Розробка спортивних турів, їх ринкова реалізація та організація споживання є основою діяльності туристичних клубів. Розробкою спортивних турів є трудомісткою роботою, виконання якої вимагає

різнобічних знань, умінь і навичок як теоретичного, так і практичного характеру. Географічний напрямок, привабливість території та ємкість природного та історико-культурного потенціалу є базовою основою у розвитку спортивного пішохідного туризму [7].

На сьогодні в Україні потрібно приділяти велику увагу здоровому способу життя населення. Саме пішохідний туризм є одним із важливих засобів здорового способу життя.

Маршрутний пішохідний туризм займає одне з провідних місць у системі спортивно-рекреаційної діяльності в Україні.

Тому, спортивний пішохідний маршрутний туризм слід розглядати як важливу складову спортивно-рекреаційної діяльності, що сприяє всебічному гармонійному розвитку людини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз станніх публікацій показав, що теоретичні питання розробки турів розглядалися такими науковцями як: посібниками В. К. Бабарицької та О. Ю. Малиновської «Менеджмент туризму»; О. О. Любіцевої «Методика розробки турів»; М. П. Мальської, В. В. Худо, В. І. Цибуха «Основи туристичного бізнесу» та туроператорами активного туризму.

Формування спортивного туристичного продукту в складі туру є основною функцією туристсько-спортивних клубів, які готують цей продукт для реалізації у скомплектованому вигляді. Зазначеної точки зору дотримуються українські фахівці В. Кифяк, О. Любіцева, Г. Михайліченко [2; 5] та інші.

Отже, спортивний туристичний маршрут, на нашу думку, слід розглядати як попередньо намічений продукт у вигляді спортивного пішохідного туризму, що характеризується запланованим порядком пересування туристів-пішохідників через географічні пункти протягом визначеного проміжку часу з метою надання їм передбачених програмою перебування послуг [7].

Мета роботи полягає в дослідженні теоретичних і практичних аспектів сутності розробки спортивних пішохідних турів.

Виклад основного матеріалу. У широкому розумінні поняття тур охоплює не тільки туристичний маршрут, а й пакет товарів і послуг, необхідних туристам під час подолання цього маршруту.

У ринковій економіці тур - це єдність маршруту з його матеріально-технічним, культурним та іншим забезпеченням виступає товаром, ціна на який визначається за законами ринку. Формування турів охоплює розробку маршрутів та пакетування послуг і товарів необхідних для задоволення потреб туристів під час подорожування за певним маршрутом. До основних

туристичних послуг турів відносяться реклама, перевезення, харчування та розміщення.

Формування, продаж та проведення турів здійснюють спеціальні суб'єкти туристичної діяльності, якими є підприємства, установи, організації різних форм власності, фізичні особи, які зареєстровані у встановленому законодавством України порядку та отримали ліцензії на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг [1; 4; 8].

Класифікація маршрутів спортивних походів полягає у їх поділі за категоріями або ступенями складності і використовується для виконання туристами-спортсменами розрядних норм та вимог із спортивного туризму. Класифікація поширюється на маршрути походів, що здійснюються за визначеними Правилами змагань туристських походів [9].

Складність спортивних пішохідних турів визначено Правилами зі спортивного туризму, згідно правил. Категорія складності (к.с.) турів із спортивного пішохідного туризму визначається в залежності від тривалості (Т, днів) та протяжності (L, км) кожного конкретного маршруту, а також кількості та характеру (змісту) природних (антропогенних) перешкод на цьому маршруті. У порядку зростання протяжності, тривалості та технічної складності маршрути пішохідних спортивних походів поділяються на I, II, III, IV, V та VI категорії складності. Маршрути походів, що мають складність, тривалість або протяжність меншу за встановлену для походів I категорії складності, відносяться до некатегорійних, в тому числі походи 1, 2, 3-го ступеня складності [6].

Класифікація походів за ступенями складності використовується для виконання юнацьких спортивних розрядів у дитячо-юнацькому туризмі. 1-2 денні туристські походи, або як їх називають походи вихідного дня, а також туристські прогулянки та оздоровчі екскурсії, можуть бути використані як окремі форми туристсько-спортивної діяльності, так і для підготовки для більш складних туристсько-спортивних заходів.

На сьогоднішній день у практиці спортивного туризму при класифікації пішохідних спортивних маршрутів можливі такі методи категорювання:

використання затвердженого Переліку маршрутів туристсько-спортивних походів по Україні; використання видової методики категорювання; поєднання I та II методів.

Однак при порівнянні переліку маршрутів пішохідних спортивних походів та видової методики категорювання технічна складність перешкод, їх різноманітність, географічний район та інші фактори маршруту, що класифікуються, не повинні бути нижчими ніж параметри еталонного маршруту із зазначеного переліку для даного туристського району.

Багатоваріантна технологія класифікації викликана специфікою пішохідного туризму, локальних перешкод та інших факторів, що визначають складність маршруту (географічний показник району, автономність, сумарний перепад висот тощо).

Отже при віднесенні того чи іншого маршруту до певної категорії чи ступеня складності за основу беруться три основних показники: тривалість, протяжність та технічна складність [3].

Акцентуємо увагу, що на сьогоднішній день у спортивному пішохідному туризмі нормується тільки мінімальна, а не максимальна тривалість походу у ходових днях. Під цим розуміється, що за цей мінімальний період треба подолати маршрут походу певної категорії складності. До цієї мінімальної тривалості дозволяється включати дні так званого «активного відпочинку» (але не більше 20 % від загальної тривалості походу) для відновлення сил, розвідки складних ділянок маршруту, ремонту спорядження тощо. Такі дні називаються в залежності від тривалості «днюванням» або «напівднюванням». При цьому, як правило, максимальна тривалість походів кожної попередньої категорії складності не повинна дорівнювати мінімальній тривалості походу наступної категорії складності (хоча офіційно у спортивному туризмі такого правила поки що не існує). Тому з боку МКК не заохочується проходження маршруту за менший від нормативного термін. На нашу думку, це суперечить основному спортивному принципу - подоланню дистанції за найкоротший час. Адже у спортивному туризмі, як і в інших видах спорту, нормативні перешкоди, при умові дотримання правил безпеки, важче подолати за коротший термін.

Існуючий термін тривалості походів слід визначати як оптимальний (для ходових днів). На нашу думку, збільшення тривалості походу є доцільним лише після того, як будуть виконані усі нормативні вимоги. Тому слушним можна вважати той факт, що слід офіційно починати спортивно-туристський похід із того пункту маршруту, із якого починаються перешкоди та відлік нормативних вимог.

В існуючій на сьогоднішній день методиці категорювання туристських спортивних походів для більшості видів туризму діє загальний критерій щодо зниження щоденної середньої швидкості (U , км/день) для кожної наступної категорії складності походу, а саме: щоденна середня швидкість у походах VI категорії складності в порівнянні з походами I категорії складності для пішохідного туризму знижується в 1,44. Але навантаження на туристів при цьому не зменшується, а збільшується у зв'язку зі збільшенням загальної тривалості маршруту, його протяжності, зростанням складності природних перешкод та їх непередбачуваності, накопиченням втоми, у тому

числі й психологічним перевантаженням [3; 9].

Спортивний пішохідний тур - це програма, в рамках якої реалізується мета перебування людини поза свого постійного місця проживання, створене з урахуванням індивідуальних спортивних побажань туристів і комплексу заходів щодо її реалізації на відповідному якісному рівні.

Розробляючи власний спортивний пішохідний тур ми вирішили створити спортивний пішохідний тур по Українських Карпатах. На базі чотирьох гірських масиви Карпат: Західні Горгани, Боржава, Центральні Горгани та Східні Горгани. Показати красу природних та архітектурних пам'яток, зануритись в історію краю, звичаї, побут, відкрити для себе щось нове.

Експериментально розроблений маршрут нашого туру: м. Воловець – г. Плай 1331 – г. Великий Верх 1598 – г. Гимба 1491 – г. Магура 1517 – г. Граб 1378 – пер. Присліп – Пол. Кук – г. Мунчел 1248 – Міжгір'я – пер. Синевирський – г. Озерна 1496 – оз. Синевир – пол. Солотвинка – г. Молода 1724 – ур. Кругла – хр. Матагів – пер. Боревка – г. Лопушна 1694 – г. Сивуля Велика 1836 – пол. Рущина – пол. Боярин – р. Салатрук – Бистриця г. Ведмежик 1736 – г. Довбушанка 1754 – г. Довбушанець 1701 – р. Озерна – пер. Переслоп – пол. Катерина – г. Женець 1414 – г. Горган Явірницький 1467 – пол. Явір – р. Жонка – Яремче

Тривалість туру 10 днів.

Протяжність маршруту 201 кілометр.

В процесі підготовки до походу були проведені наступні заходи:

1. Теоретичне вивчення району походу. Для цього були використані звіти з інтернету, відповідна література.
2. Вивчення основного і запасного варіантів маршрута і аварійних сходжень з маршруту.
3. Підготовка спорядження і продуктів до походу.
4. Підготовка картографічної продукції, пошук електронних карт і пристосування їх до роботи з GPS приладом.

У випадку аварійної ситуації група сходить у найближчий населений пункт і виїжджає додому. Майже на всьому маршруті був зв'язок мобільного оператора Київстар. Це допомагало отримувати інформацію про погодні умови і підтримувати зв'язок з рятувальниками.

Власний розроблений пішохідний тур було апробовано групою студентів спеціальності 242 «Туризм» СумДПУ імені А. С. Макаренка імені А. С. Макаренка в серпні місяці 2020 року.

На нашу думку спортивний пішохідний туризм може бути використано особами різного соціального статусу та вікової категорії, які повинні мати

середню фізичну підготовленість та якісні морально-вольові якості.

Отже, проаналізувавши все викладене, можна зробити наступні висновки та узагальнення.

Пішохідний спортивний маршрутний туризм полягає у переміщенні людей, викликаному необхідністю покращити здоров'я та покращити свою туристсько-спортивну кваліфікацію. Він вважається одним із найпопулярнішим з видів спортивного туризму.

Висновки. Отже, розроблений експериментально спортивно-пішохідний тур та експериментально перевірвши його можна зробити висновки.

1. Спортивний пішохідний тур – це спортивно-рекреаційна програма, метою якої є обслуговування туристів та класифікованих спортсменів маршрутного пішохідного туризму та задоволення спортивних, пізнавальних, духовних та інших потреб споживачів.
2. Власний розроблений спортивний пішохідний тур може бути використаний, як туристсько-спортивний продукт туристичними компаніями, які діють на ринку активного туризму.

Список використаних джерел

1. Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка № 16 (203), 2010 Туристские маршруты: Сб. маршрутов советов по туризму и экскурсиям: справочник / [сост. В. С. Качанов, А. А. Халютин]. М.: Профиздат, 1990. 256 с.
2. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
3. Колотуха О. В. Спортивні рекреаційно-туристські ресурси України. Федерація спортивного туризму України, 2006. С. 42 – 44.
4. Любіцева О. О. Методика розробки турів: [навч. посіб.]. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
5. Михайліченко Г. І. Практика організації туристичних подорожей: [навч. посіб.]. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. 156 с.
6. Правила проведення туристських подорожей з учнівською та студентською молоддю України. Наказ Міністерства освіти України від 24.03.2006 року № 237. Спортивний туризм. К.: Федерація спортивного туризму України. 2006. Хв 9. С. 37 – 57.
7. Розробка туристичних маршрутів. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=882016>
8. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. К.: Видавничий Дім «Слово», 2006. 372 с.
9. Спортивний туризм. Правила змагань. К: Федерація спортивного туризму України, 2001. 137 с.

Ю. О. Пимоненко, В. О. Лапицький

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

ТЕХНІЧНА ПІДГОТОВКА ФУТБОЛІСТІВ НА ЕТАПІ ПОЧАТКОВОЇ ПІДГОТОВКИ

У статті розглядаються актуальні проблеми юних футболістів з технічної та фізичної підготовленості на етапі початкової підготовки, з урахуванням існуючих методичних підходів на даному етапі багаторічної підготовки.

Ключові слова: футболіст, технічна підготовка, фізична підготовленість, етап початкової підготовки.

В статье рассматриваются актуальные проблемы юных футболистов из технической и физической подготовленности на этапе начальной подготовки, с учетом существующих и методических подходов на данном этапе многолетней подготовки.

Ключовые слова: футболіст, техническая подготовка, физическая подготовленность, этап начальной подготовки.

The article considers the current problems of young football players in technical and physical training at the stage of initial training, taking into account the existing methodological approaches at this stage of long-term training.

Key words: football, technical and physical training, the stage of initial training.

Постанова проблеми. Технічна підготовка футболістів може включати засоби спрямованого розвитку окремих технічних елементів, а також поєднання у вправах тренувальних впливів, які використовуються для вдосконалення володіння м'ячем, взаємодії гравців тощо. Всебічна готовність спортсменів дозволить, в умовах змагальної діяльності, використати юному спортсмену потенціал своїх можливостей.

Соломонко В. В., Лісенчук Г. А., Соломонко О. В. (2005), Костюкевич В. М. (2006) у тренуванні футболістів на етапі початкової підготовки пропонують застосовувати вправи, які виконуються з малою та середньою інтенсивністю. Важливим у системі спортивного тренування спортсменів є контроль різних сторін підготовленості. Проте у вимогах щодо технічної підготовленості спортсменів на цьому етапі зазначено, що він повинен відбуватися у напрямі загального, гармонійного розвитку. Футболісти двох груп (контрольної та експериментальної) тренувались в режимі 7-денних мікроциклів з трьома тренувальними заняттями [1; 2; 5].

Тренувальні заняття тривали 60 хв., проводилися на базі футбольного центру «Барса» м. Суми. 1 – 2 тренувальні дні – носили розвиваючий характер і передбачали різноманітні форми змагальних вправ та рухливих ігор. Тренувальні навантаження в цих днях коливалися від 75 % до 85 %. 3-ій тренувальний день мікроциклу – відновлюючий, який передбачав активізацію відновлювальних процесів після перенесених навантажень в попередніх тренувальних заняттях і створення сприятливих умов для протікання в організмі спортсмена адаптаційних реакцій. Окрім того, в авторській програмі запропоноване співвідношення різних розділів підготовки в тренувальному процесі футболістів-початківців.

За час педагогічного експерименту у авторській програмі співвідношення видів підготовки у першому мікроциклі склало: фізична - 30%, що характеризується різноманітним розвитком фізичних якостей, функціональними можливостями органів і систем організму, злагодженістю

їх прояву у процесі м'язової діяльності. На технічну підготовку у першому мікроциклі було виділено 45%. Це пов'язано з тим, що від рівня технічної підготовленості гравців залежить реалізація стратегічних планів команди. 15% відведено на тактичну, тому що на початковому етапі перш за все потрібно оволодіти фізичними якостями і технічними прийомами, а вже пізніше оволодівати сучасними засобами, формами і видами тактики даного виду спорту. Завданнями психологічної підготовки на цьому етапі багаторічного вдосконалення є виховання спортсмена і шляхи вдосконалення психічних якостей необхідних спортсмену в тренуванні. Теоретична підготовка зайняла 5% тому, що юним футболістам потрібно розказати і створити уяву про той чи інший технічний елемент чи фізичну якість. Інтегральна підготовка становила 5%.

У другому мікроциклі нами збільшено обсяг фізичної підготовки на 5% на відміну від першого. Це зумовлено тим, що фізична підготовка є однією з найважливіших складових частин у тренуванні футболістів. Технічна підготовка може здійснюватися футболістами тільки за умови оволодіння ними довільними спеціалізованими руховими вміннями та навиками, специфічними для даного виду спорту. Тактична підготовка разом з необхідним арсеналом технічних прийомів лежить в основі майстерності футболіста і включає в себе безкінечні варіанти і уміння найбільш ефективно використовувати індивідуальні та групові можливості футболістів під час гри. Теоретична підготовка на цьому етапі багаторічного удосконалення мала на меті ознайомити футболістів з спрощеними правилами гри. Інтегральна підготовка становили лише 3% тому, що перш за все на етапі початкової підготовки потрібно розвивати фізичні якості і технічну майстерність футболістів. Як зазначають Келлер В. С., Платонов В. М. (1993), на етапі початкової підготовки не слід планувати тренувальні заняття із значними психологічними навантаженнями, тому їх обсяг у нашій програмі склав в межах 4% від загального.

У третьому мікроциклі фізична підготовка становила 40%, тому, що постійна зміна рухових режимів і велика варіативність в характері нервово м'язових навантажень в ряді ігрових моментів спряжені з комплексом прояву деяких фізичних якостей, що пояснює високий рівень вимог запропонованих грою. Техніка у футболі це мистецтво застосовувати у грі найбільш ефективні, ціле направлені засоби, прийоми володіння м'ячем у різних поєднаннях для досягнення поставленої мети. Тому технічній підготовці у цьому мікроциклі було надано 40%. При сучасному високому рівні спортивних досягнень у боротьбі рівних суперників тактична підготовка окремих футболістів і команд, в цілому набуває першочергового

значення(моделювання тактичних дій). Важливою стороною психологічної підготовленості спортсмена є його здатність керувати рівнем свого збудження як до змагань, так і під час них. Емоційне передстартове збудження є позитивним фактором, якщо не перевищує оптимальних для даного спортсмена меж. Метою теоретичної підготовки було вивчення, індивідуальних групових та командних дій в іграх із меншим складом учасників. Інтегральна підготовка становила 3%.

Метою фізичної підготовки у четвертому мікроциклі було досягнення високої працездатності, злагодженості в діяльності різних органів і систем організму атлетично розвинутого спортсмена. Футболісти впродовж 90 хв. виділених на змагальну діяльність володіють м'ячем в середньому 2-3 хв. і відповідно для кожного гравця володіння м'ячем і демонстрація своєї техніки, настільки виняткове явище, що гравець зобов'язаний використовувати його з максимальною користю для своєї команди. Тому для технічної підготовки було надано 42% у цьому мікроциклі. Особливе місце в процесі навчання юних футболістів відведено процесу виховання індивідуальної та командної «тактичної грамотності» гравців. Адже вдало обрана тактика поряд з досконалою технікою і фізичною підготовленістю створює передумови для досягнення високих спортивних результатів. Під психологічною підготовкою у цьому мікроциклі слід розуміти систему заходів, що виробляють у спортсмена уміння показувати свої кращі спортивні результати на відповідних змаганнях незалежно від несприятливих факторів. Теоретична підготовка мала на меті самостійне вирішення простих ігрових ситуацій під час навчальної двохсторонньої гри у даному мікроциклі. На інтегральну підготовку було відведено 3%.

У п'ятому мікроциклі технічна підготовка склала 43%, тому, що здатність до утворення чітких уявлень про рухи обумовлює ефективність реалізації засвоєних вмінь та навиків. Загальна фізична підготовка у цьому мікроциклі направлена на виконання вимог, що диктуються умовами гри (42%). Тактична підготовка є важливим фактором, який при рівних показниках фізичної, технічної і психологічної підготовленості двох команд забезпечує перемогу одній із них. (5%). Метою психологічної підготовки було управління функціонуванням організму для створення оптимальної готовності до ефективного засвоєння спортивної майстерності, максимального вияву підготовленості, рішучості, вольових якостей для здобуття перемоги у змаганнях (3%). На теоретичну підготовку було надано 2%, і на інтегральну 5%.

Зміни показників технічної та фізичної підготовленості юних футболістів контрольної та експериментальної груп під впливом авторської програми (n=20)

Таблиця 1.

№	Тести	ЕГ(n=20)		Зміна у %	КГ(n=20)		Зміна у %
		$\bar{X}_{n \pm m_n}$	$\bar{X}_{n \pm m_n}$		$\bar{X}_{n \pm m_n}$	$\bar{X}_{n \pm m_n}$	
		Вихідне тестування	Заключне тестування		Вихідне тестування	Заключне тестування	
1	Жонглювання (кількість разів)	5,8±1,1	8,8±1,6	25	5.8±1,0	6,7±1,6	12
2	Ведення м'яча по прямій, відстань 30 м.	7,3±0,5	6,6±0,7	10	7,3±0,5	6,8±0,6	5
3	Ведення м'яча, та обведення стійок, удар по воротах (с)	8,7±0,9	8,1±1,0	8	8,8±0,7	8,6±0,6	3
4	Удар по м'ячу на дальність (м)	19,8±2,0	21,0±2,3	6	19,8±2,0	20,8±2,0	4
5	Обведення стійок, відстань 15 м. (с)	9,7±0,6	9,1±0,7	5	9,4±0,4	9,2±0,4	3

Статистично значущими є зміни у рівні прояву технічного елементу жонглювання, під час якого можемо спостерігати, що у спортсменів експериментальної групи цей показник зріс на 25 %, тоді як у спортсменів контрольної групи – лише на 12 %. Це приріст у експериментальній групі може бути зумовлено тим, що багато уваги приділялося цьому технічному елементу під час складання авторської програми з використанням комплексного підходу.

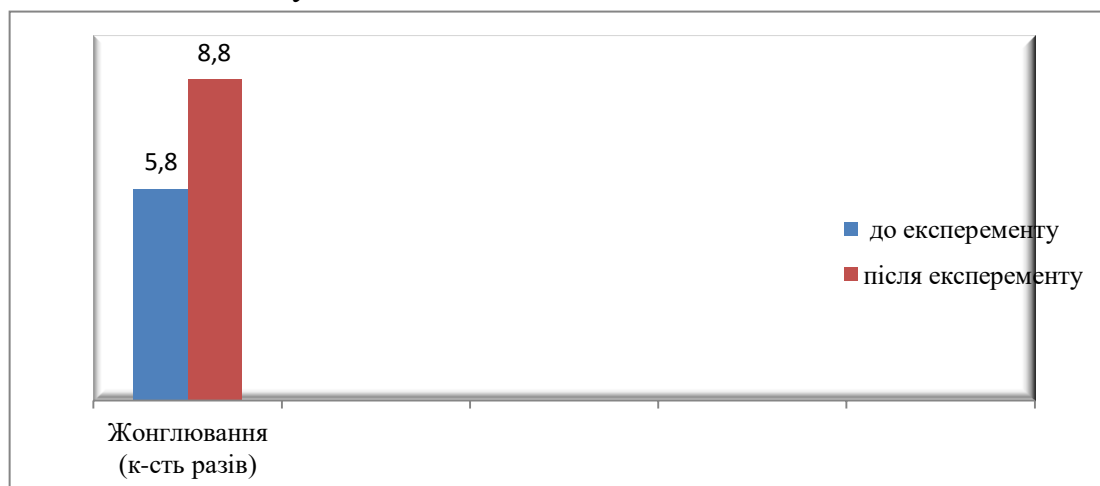


Рис 1. Динаміка змін показника «жонглювання м'яча»

За показниками ведення м'яча по прямій (30 м) експериментальна група має позитивні зміни, що складають 10%, також і у контрольної групи спостерігаються позитивні зміни у цьому технічному елементі, але вони є меншими і складають 5%. Також у веденні, обведенні стійок удар по воротах футболісти експериментальної групи переважають футболістів контрольної групи, але ця перевага не є суттєвою і складає лише 1%. Також незначна перевага помічається експериментальною групою над контрольною в ударі по м'ячу на дальність, яка складає теж 1%.

Що ж стосується обведення стійок на відстань 15 м., то і в експериментальній і в контрольній групі спостерігається позитивна тенденція, але в експериментальній групі вона більш виражена (8 %), ніж у контрольній (3%).

За показниками ведення м'яча, обведення стійок, удар по воротах експериментальна група має позитивні зміни, що складають 8%, також і у контрольній групі спостерігаються позитивні зміни у цьому технічному елементі, але вони є меншими і складають 4%.

Висновки. Одним з найголовніших, найпріоритетніших завдань на етапі початкової підготовки спортсменів, на нашу думку, є процес утворення у дитини бажання займатися спортом, формування стійкого потягу до систематичних тренувань, важливу роль у цьому процесі відіграє тренер, який починаючи з самого першого дня тренувань повинен жити не лише своїм життям, а й життям своєї групи.

Програма технічної підготовки з використанням комплексного підходу до вирішення тренувальних завдань у порівнянні з існуючою програмою підготовки юних футболістів засвідчила більшу ефективність з врахуванням комплексного підходу, що відображено у прирості показників технічної підготовленості.

Перспективи подальших досліджень можуть передбачати з'ясування впливу програм з використанням комплексного підходу на інших етапах багаторічного вдосконалення футболістів та порівняння його з вибірковою підходом до вирішення тренувальних завдань

Список використаних джерел

1. Костюкевич В. М. Управление тренировочным процессом футболистов в годичном цикле подготовки. Винница: Планер, 2006. 683 с. ISBN 966-22.22.0
2. Лисенчук Г. А. Управление подготовкой футболистов. К.: Олимпийская литература, 2003. 268 с. ISBN 966-7133-62-1
3. Максименко І. Г. Порівняльний аналіз параметрів технічної майстерності футболістів та футболісток різної кваліфікації. Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту : наук. моногр./ За ред. С. С. Єрмакова. Х., 2007. №1. С. 78 – 80.
4. Платонов В. Н. Система подготовки спортсменов в олимпийском спорте: общая теория и ее практические приложения Олимпийская литература. 2004. 808 с. ISBN 966-7133-64-8 107
5. Соломонко В. В, Г. А. Лисенчук, О. В. Соломонко. Футбол. К.:Олімпійська література, 2005. 294 с. ISBN 966-7133-76-1
6. Лапицький В. О. Луценко І. В. Кравченко І. М. Особливості відбору юних футболістів на етапі початкової підготовки. *Сучасні проблеми фізичного виховання і спорту Різних груп населення*. матеріали XVII Міжнародної наук.-пр. конф. молодих вчених: у 2 т./ відповідальний. Ред. Я. М. Копитіна:, наук. ред. О. А.Томенко Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2017 Т.ІІ. С. 155 – 160.

ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ ХАЙКІНГОВИХ ПОДОРОЖЕЙ

У статті розглянуто особливості використання хайкінгових турів в розвитку регіонального туризму в Україні, висвітлено аспекти пішохідних походів вихідного дня щодо їх розвитку, а також зазначені проблеми розвитку хайкінгових турів.

Ключові слова: хайкінг, активний відпочинок, пішохідний туризм, тропи.

В статье рассмотрены особенности использования хайкинговых туров в развитии регионального туризма в Украине, освещены аспекты пешеходных походов выходного дня по их развитию, а также указанные проблемы развития хайкинговых туров.

Ключевые слова: хайкинг, активный отдых, пешеходный туризм, тропы.

The article considers the peculiarities of the use of hiking tours in the development of regional tourism in Ukraine, highlights the aspects of hiking on the weekend for their development, as well as the problems of hiking tours.

Key words: hiking, active rest, trail.

Постановка проблеми: вже зараз існують в світі країни, спеціалізацією яких є туристична діяльність, яка є однією з найприбутковіших галузей міжнародного господарства. Крім того, завдяки індустрії туризму створюється велика кількість робочих місць, з'являються перспективи розвитку депресивних регіонів, виділяються кошти на відновлення та збереження історичних пам'яток, культурних традицій народів, історичних промислів тощо. Також варто зазначити, що в Україні на даному етапі її розвитку важливою проблемою є розвиток регіонального туризму.

Сумська область багата на пам'ятки природи, архітектури, історико-культурні пам'ятки. розвиток пішохідних подорожей вихідного дня в період пандемії сприяє підвищенню попиту на внутрішній туристський продукт у форматі хайкінгових турів. Розвиток пішохідних подорожей вихідного дня (хайкінгових турів) буде стимулювати зародженню місцевого туризму У територіальних громадах України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості впливу пішохідного туризму на суспільство досліджував Л. В. Фрей [4], який зазначав, що пішохідний туризм «служить ефективним засобом фізичного оздоровлення, етичного розвитку і самовдосконалення людини, виховання дбайливого ставлення до природи та пам'яток архітектури, взаєморозуміння і взаємоповаги народів та націй».

Історію розвитку та сучасний стан пішохідного туризму в Україні досліджували В. М. Зігунов [2], Р. В. Зігунов, [3], які дійшли висновку, що країна має сприятливі умови для розвитку пішохідного туризму, проте низький рівень розвитку туристичної інфраструктури та соціальних

стандартів населення призводять до того, що пішохідний туризм відстає від загальносвітових тенденцій індустрії туризму. І. І. Волкова, Г. О. Кондакова [1] зазначають, що великий потенціал пішохідного туризму Україна може бути використаний на основі розвитку регіонального туризму, що в свою чергу дасть соціально-економічний розвиток територіальним громадам.

Найперспективнішими видами пішохідного туризму є походи вихідного дня які можуть бути одноденними та двух-трьох денними. Особливою популярністю у світі користуються походи одного дня. Які називаються «хайкінгові подорожі». Тому основною проблемою в Україні є відсутність теоретично – методичних напрацювань та відповідної інфраструктури для хайкінгу, які би стимулювали його розвиток в регіонах.

Метою статті є виявлення теоретичної сутності хайкінгових подорожей.

Виклад основного матеріалу. Відпочинок можна організувати по-різному. Хтось полюбляє лежати на березі моря, за системою all-inclusive, а потім бути не задоволеним саме all-inclusive, після відпустки. Хтось надає перевагу активним подорожам до інших країн, сьогодні більшої популярності набуває активний відпочинок: в екологічних місцях на основі одноденних пішохідних подорожей (хайкінгових турів). Хайкінг унікальний з багатьох причин. Він не потребує хорошої фізичної форми, та не становить небезпеки для життя і не створює небажані навантаження для здоров'я людини, однак

водночас він забезпечує постійний рух і драйв, а ще дає можливість насолодитися змінним ландшафтом території по якій прокладений хайкінговий маршрут.

Для хайкінгу не потрібне спеціальне спорядження – достатньо зручного одягу та взуття. Для одноденної подорожі, може взяти з собою невеликий рюкзак з продуктами харчування на один день. Для забезпечення безпеки необхідно взяти надійний смартфон із потужною батареєю, та встановленим навігатором.

Стежки для хайкінгових подорожей можуть мати різних рівнів складності. Це як 5-кілометровий маршрут рівною місцевістю, так і 12-кілометровий із набором висоти до двух кілометрів. У світі в багатьох містах і селах, які знаходяться недалеко від лісів, гор, можна побачити знаки хайкінгових маршрутів, на яких відображенні позначки «чоловічки з рюкзаками», та вказано назву маршруту та його відстань.

Отже, під поняттям «хайкінг» ми розуміємо піші прогулянки на свіжому повітрі, в екологічній місцевості (ліси, парки, гори), які здійснюються на інфраструктурно облаштованих маршрутах.

Розглянемо відмінності та схоливості хайкінгових та трекінгових турів.

Від так собираючись в пішохідну подорож, важливо правильно вибрати, що вам більше підходить - хайкінг або трекінг:

- якщо ви новачок, ніколи не були в горах і не ходили з рюкзаком, тоді варто звернути увагу на пішохідну подорож вихідного дня (хайкінг). В хайкінгових подорожах двух-трьох дених ви навчитеся ходити з рюкзаком, спробуєте ночувати в наметах, зможете зрозуміти, чи достатньо вашої фізпідготовки для більш тривалих трекінгових подорожей, чи підходить ваше спорядження і взуття для подолання локальних та складних природніх перешкод;
- також новачкам туристам-пішохідникам в похідному житті (і досвідченим туристам, яким хочеться комфорту) для своєї відпустки краще вибрати хайкінгові подорожі, в яких ви зможете вибратися в природу, але при цьому не відмовлятися від благ цивілізації, таких як комфортні ночівлі, душ, туалет, тощо;
- для туристів-пішохідників, які бажають повністю відключитися від повсякденного рутинного життя, перезавантажитись і насолодитися справжньою природою, варто зупинити свій вибір на трекінгових походах з рюкзаками і ночівлею в наметах, де потрібно самостійно готувати їжу, збирати дрова, шукати воду тощо.

Основними причинами популяризації хайкінгових турів можна вважати задоволення потреб туристів – пішохідників, коротко тривалість подорожі та незначну вартість подібних подорожей, тобто подорожі потребують відносно невеликої кількості грошей. Крім того, до хайкінгових подорожей спонукає і малорухливий спосіб життя сучасного населення України, забрудненість міст, стреси тобто людям потрібно зняти нервові напруження, відчутти справжні емоції, усвідомити, що вони живуть.

Розвиток хайкінгових подорожей сприяє збереженню довкілля і пам'яток природи та архітектури, культурної спадщини, підтримує здоров'я нації та пропагує здоровий спосіб життя, населення:

- по-перше, займатися активним подорожами;
- по-друге, навіть перше залучення людини до активної подорожі, (невеличка хайкінгова подорож) спонукатиме людину до змінв житті людини(більше рухатись, тренуватися та удосконалювати раніше набуті знання, вміння та навички).

Крім того, хайкігова подорож може стати рушійною силою, що допоможе привернути увагу як внутрішніх туристів, так і закордонних гостей до подорожей певного регіону України.

У цілому можна зазначити наступні позитивні результати щодо розвитку хайкінгових подорожей в Україні:

- створення додаткового попиту на регіональні туристсько – пішохідні продукти, перш за все на пішохідні хайкінгові тури;
- формування позитивного іміджу туристських дестинацій де створенні і діють хайкінгові маршрути;
- якісне регулювання хайкінгових подорожей всередині певних регіонів України;
- мотивувати молодь, особливо студентство до активних коротко-тривалих пішохідних подорожей з метою пізнання рідного краю та оздоровлення.
- стимулювання розвитку туристської інфраструктури хайкінгових маршрутів у туристських дестинаціях.

Сьогодні стримуючим фактором розвитку хайкінгових подорожей є відсутність або низький рівень розвиненості хайкінгових маршрутів у більшості регіонів України. Тому на даний час перед державою та місцевою владою виникає ряд завдань, а саме:

- розробка та промарковування хайкінгових маршрутів різної складності (від одноденних до двох-трьох денних, п'яти або десяти кілометрових маршрутів);
- облаштування хайкінгових маршрутів, у туристських дестинаціях які можуть зацікавити потенційних туристів;
- розпочати створювання туристських притулків та кемпінгів на хайкінгових маршрутах у туристських дестинаціях;
- систематично рекламувати здоровий спосіб життя на основі хайкінгових подорожей;
- розробити та запропонувати інноваційні хайкінгові маршрути.

Висновки. На даний час українські хайкінгові подорожі у цілому несуть в собі аматорський характер, тому вони в Україні знаходяться на низькому рівні розвитку. Проте залучення держави та органів місцевого самоврядування для вирішення питання розвитку хайкінгу сприяло би збільшенню кількості внутрішніх туристів до певної туристської дестинації, що мало б економічний ефект у вигляді надходження додаткових коштів до місцевого бюджету та соціальний ефект у формі оздоровлення населення та створення пріоритетності здорового способу життя.

Список використаних джерел

1. Волкова І. І., Кондакова Г. О. Розвиток спортивно-оздоровчого туризму в Україні. *Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм.* 2014. № 3. С. 151 – 156.
2. Зігунов В. М. Проблеми та перспективи розвитку пішохідного туризму в Україні . *Сучасні проблеми фізичного виховання і спорту школярів та студентів України.* 2008. № 8. С. 470 – 474.

3. Зігунов Р. В. Трекінг як інноваційний туристський продукт. Україна майбутнього. *Матеріали між науково-освітньою системою студентів та молодих вчених*. Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка 2017. С. 121 – 122.
4. Фрей Л. В. Історія розвитку самодіяльного спортивно-оздоровчого туризму в Україні. *Гуманітарний вісник*. 2014. № 20. С. 69 – 77.

А. Ю.Чикірнєєв, В. О.Лапицький, А. М. Ратов

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

РОЗВИТОК КООРДИНАЦІЙНИХ ЗДІБНОСТЕЙ У СПОРТИВНИХ БАЛЬНИХ ТАНЦЯХ НА ЕТАПІ ПОЧАТКОВОЇ ПІДГОТОВКИ

У статті розглядається впровадження авторської методики та її ефективність в розвитку координаційних здібностей у спортивних бальних танцях на початковому етапі підготовки.

Ключові слова: координаційні здібності, спортивні бальні танці, спортсмен, фізична підготовка, контроль, ефективність.

В статье рассматривается внедрение авторской методики и ее эффективность в развитии координационных способностей в спортивных бальных танцах на начальном этапе подготовки.

Ключевые слова: координационные способности, спортивные бальные танцы, спортсмен, физическая подготовка, контроль, эффективность.

The article considers the introduction of the author's methodology and its effectiveness in the development of coordination skills in ballroom dancing at the initial stage of preparation.

Key words: coordination abilities, sports ballroom dancing, athlete, physical training, control, efficiency.

Постанова проблеми: Спортивні танці завойовують все більш широкую популярність в Україні і у всьому світі завдяки високій культурі і красі їх виконання, а також завдяки поєднанню краси, музики і культури із спортом, силою, постійними тренуваннями і захоплюючими змаганнями.

Колумбет О. М., Назаренко Л. Д. вважають що, рівень координаційних здібностей багато в чому залежить від моторної (рухової) пам'яті – властивості центральної нервової системи запам'ятовувати рухи і відтворювати їх у разі потреби. Моторна пам'ять танцюристів високого класу, містить безліч навиків різної складності[1; 3]. Це забезпечує прояв високого рівня координаційних здібностей в найрізноманітніших умовах, характерних для тренувальної і змагальної діяльності, - в умовах оволодіння новими рухами, відтворення найефективніших рухів при дефіциті часу, простору, в стані стомлення, при необхідності імпровізації в несподіваних складних ситуаціях [29]. Саме наявність численних заготівок в моторній пам'яті зумовлює швидкі і ефективні рухові дії в умовах, коли центральна нервова система не встигає переробити інформацію, що поступає від рецепторів

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Спортивні бальні танці відносяться до тих видів спорту, в яких спортивний результат визначається суддями за виконання техніки від 2 до 10 обов'язкових танців. Технічна підготовленість, є основною метою підготовки спортсменів-танцюристів виявляється в красі їх рухів, виразності і точності. Також техніка ускладнюється великою кількістю складних по структурі рухових дій, які виконуються в парах, чи соло під музичний супровід.

Деякі дослідники вважають, що вдосконалення координованості повинне здійснюватися в умовах відсутності стомлення, коли спортсмен в як найкращій мірі здатний контролювати і регулювати свою рухову діяльність. Проте ці рекомендації правомірні лише відносно юних спортсменів, на початкових етапах спортивного вдосконалення (Лях В. И. Бернштейн Н. А., Тер-Ованесян А. А., Назаренко Л. Д.) та інші.

Мета роботи: розвиток координаційних здібностей на етапі початкової підготовки за допомогою спортивних бальних танців.

Завдання роботи:

1. Визначити рівень координаційних здібностей у дітей, що займаються спортивними бальними танцями.
2. Розробити методики розвитку координаційних здібностей на заняттях спортивними бальними танцями.
3. Експериментально перевірити ефективність розробленої методики

Методика удосконалення координаційної підготовленості

Дослідження проходило, на базі «Академія танців» м. Суми проводився педагогічний експеримент до якої входило в контрольну та експериментальну групи по 10 дітей 6 – 7 років які займаються спортивними бальними танцями.

При розвитку координації необхідно керуватися наступними методичними рекомендаціями:

- 1) урізноманітнити заняття, систематично вводити в них нові фізичні вправи, різні форми їх поєднання.
- 2) варіювати навантаження на організм за першими ознаками погіршення точності рухів;
- 3) регулювати застосовуються зусилля і умови, супутні заняття;
- 4) визначати достатність відпочинку між повтореннями окремих завдань за показниками відновлення пульсу.

Підбір вправ здійснювався за принципом від простого до складного, тому виконання координаційних рухів дітьми перешкод не зустрічало. Вивчивши простий рух, додавалися різні елементи з підключенням рук, плечей, голови. Саме це сприяло розвитку здатності контролювати рухи

свого тіла. Вправи за своєю структурою незвичайні, тому дітям подобається виконувати їх з музичним супроводом. Під впливом музики руху ставали більш чіткими, ритмічними, координованими. Музично-ритмічні рухи допомагали дитині навчитися володіти своїм тілом, координувати рухи, погоджуючи їх з рухами інших дітей, учили орієнтуватися в просторі, закріплювали основні види рухів, сприяли освоєнню елементів танців.

Вправи та рекомендації, спрямовані на розвиток рівноваги:

Збереження рівноваги – важлива умова якісного виконання рухових дій. Стійкість тіла досягається певною взаємодією з силами земної гравітації. Один із способів успішного подолання гравітації – раціональний розподіл ланок тіла і максимальне наближення зміщення центру тяжіння до опори.

Для підвищення стійкості необхідно забезпечити високу активність м'язів, які виконують основне навантаження по збереженню рівноваги. Різні групи м'язів мають не однакову активність. У різних рухових діях проявляється певний вид рівноваги.

Статична стійкість тіла потрібна після виконання поворотів, стрибків, для збереження заданої пози у різних умовах: на підвищеній, зменшеній опорі, на похилій поверхні тощо. Високу стійкість тіла можна вдосконалювати різними способами.

Для збереженні певної пози рекомендується підвищувати статичну стійкість тіла шляхом виконання рухових завдань у полегшених умовах, поступово переходячи до складніших. Так, засвоївши рівновагу в стійці на одній нозі (зігнувши іншу назад, руки на пояс), можна потім, поступово ускладнюючи програму дій, навчитися зберегти високу стійкість тіла у високій стійці на пальцях ноги на гімнастичній колоді, з різними положеннями рук і вільної ноги. Проміжні рухові завдання повинні вишиковуватися по мірі послідовного підвищення вимог і збільшення навантаження (зменшуючи опору, ускладнюючи спосіб виконання рівноваги тощо).

Удосконалювати статичну рівновагу після різних стрибків і стрибкових вправ можна виконанням наступних вправ:

- стійкого приземлення в стрибку з двох ніг на дві на підлозі, звертаючи увагу на раціональний розподіл ланок тіла і оптимальне наближення ЗЦТ до точки опори (полу присід);
- збереження цієї ж пози після приземлення при стрибку з підвищеної опори: гімнастичної лавки, низької гімнастичної колоди і так далі, з поступовим підвищенням висоти снаряда і ускладненням умов приземлення (м'яка, напівжорстка, жорстка опора).

Стійкості рівноваги при подоланні протидії суперника можна добитися при використанні несподіваних поєднань добре знайомих рухових дій, різкої

зміни темпу і ритму їх виконання, випереджаючи ініціативу суперника, заздалегідь готуючись до новинок його тактики.

Збереження рівноваги при прямолінійних і кутових прискореннях тіла можливе при широкому варіюванні умов виконання рухових завдань, переходячи при їх виконанні від легких варіантів до складних, і навпаки. При цьому важливо забезпечити індивідуалізацію і диференціацію навчання.

Підвищення стійкості тіла у вправах динамічного характеру досягається значно важче, що пов'язано з необхідністю подолання групи постуральних рефлексів. Збереження динамічної рівноваги на стійкій опорі (біг по стадіону, розгін і стрибок, вільні вправи гімнаста) забезпечується застосуванням широкого спектру різних за складністю вправ, що пред'являють підвищені вимоги до збереження рівноваги. В ході експерименту був використаний метод тестів, за допомогою яких був проведений аналіз сформованості координаційних здібностей. При визначенні рівня сформованості координації дитини використовувались наступні тести: 1. Тест «Журавлик»; 2. Тест «Сліпа ходьба»; 3. Тест «Веселі обручі»; 4. Тест «Ритм-ходьба».

Результати тестування контрольної групи (n=10)

Таблиця 1

№	Тести	$\bar{x} \bar{x}_1$	δ_1	\bar{x}_2	δ_2	m_1	m_2	t	$P_{(0,05)}$	Достовірність різниці	%
1	Журавлик сек.	115,8	1,05	116,2	1,10	0,19	0,24	2,32	>2,22	дост.	2,5
2	Сліпа ходьба;сек.	21,95	0,74	20,50	0,74	0,16	0,19	2,28	>2,22	дост.	6,6,
3	Веселі обручі сек.	233,16	1,44	231,71	1,28	0,35	1,12	2,10	>2,22	недост.	4,3
4	Ритм-ходьба бал.	218,4	0,86	320,3	0,94	0,24	0,31	2,21	>2,22	недост.	2,0

Так у тесті «журавлик» результати у дітей становили $15,8 \pm 1,05$, після проведення загальної методики результат покращився на $16,1 \pm 1,10$, тобто на 2,5 %. У тесті «сліпа ходьба», результати у дітей становили $21,95 \pm 0,74$, після експерименту результат покращився до $20,50 \pm 0,74$, у процентному відношенні на 6,6 %. У тесті «веселі обручі», результати у дітей становили $33,16 \pm 0,86$ після експерименту $31,71 \pm 0,94$ у процентному відношенні на 4,3 %.

Результати тестування експериментальної групи (п =10)

Таблиця 2

№	Тести	\bar{x} \bar{x}_1	δ_1	\bar{x}_2	δ_2	m_1	m_2	t	$P_{(0,05)}$	Достовірність різниці	%
1	Журавлик; сек	217,33	1,13	219,88	1,15	0,49	0,54	2,52	>2,22	дост.	14,7
2	Сліпа ходьба;сек	18,00	1,14	16,12	1,24	0,56	0,41	3,48	>2,22	дост.	10,4,
3	Веселі обручі; сек	227,32	0,74	225,56	0,86	0,75	1,22	2,19	>2,22	недост.	6,4
4	Ритм-ходьба бал.	221,80	0,56	323,50	0,74	0,14	0,24	2,10	>2,22	недост.	4,1

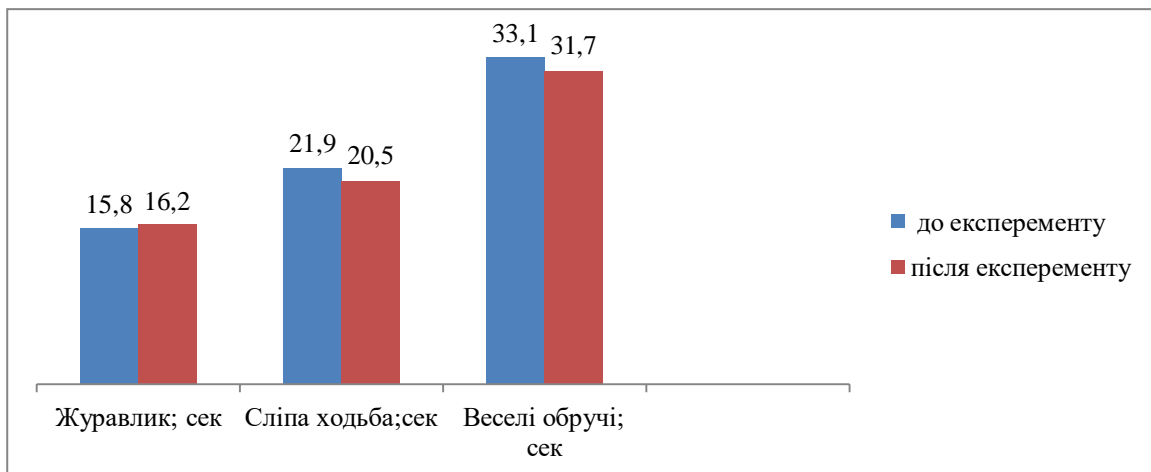


Рис 1. Динаміка змін показників виконаних тестів протягом експерименту «журавлик», «сліпа ходьба», «веселі обручі» у контрольній групі

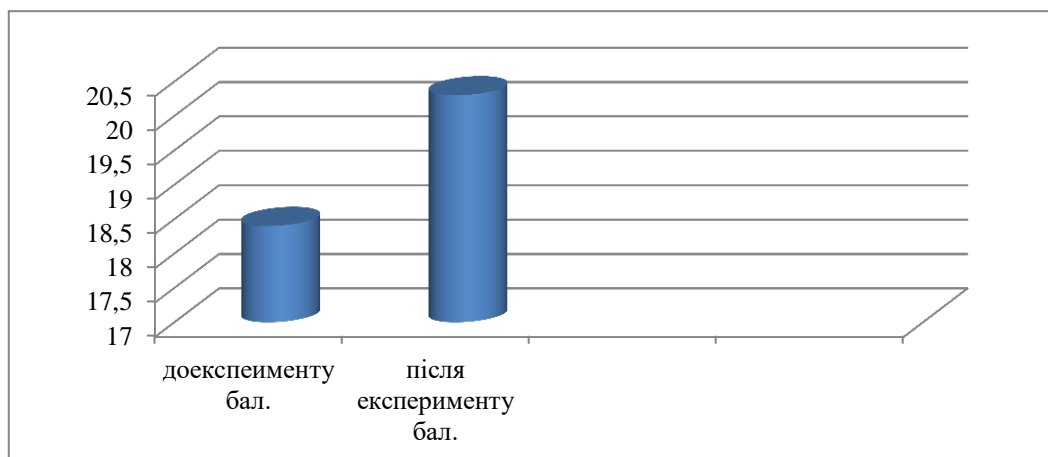


Рис 2. Динаміка зміни показника виконаного тесту протягом експерименту у контрольній групі (Ритм ходьба)

Так в тесті «Ритм ходьба» до експерименту результат становив $18,40 \pm 0,86$, а після проведення отримали $20,30 \pm 0,94$, тобто покращився на 2,0 %.

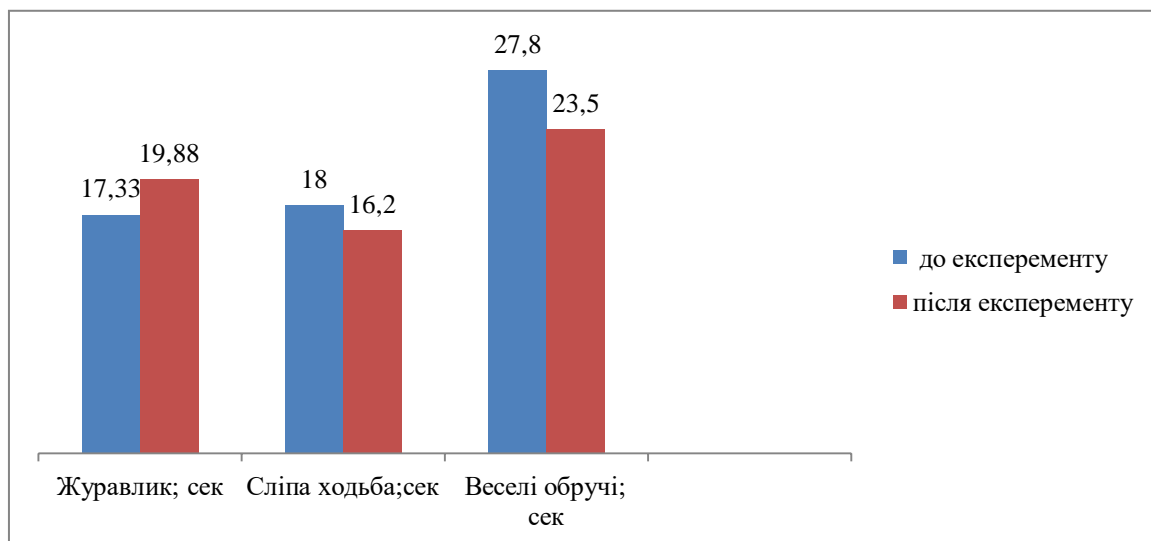


Рис 3. Динаміка змін показників виконаних тестів протягом експерименту «журавлик», «сліпа ходьба», «веселі обручі» у експериментальній групі

Так у тесті «журавлик» результати у дітей становили $17,3 \pm 1,13$, після проведення експериментальної методики результат покращився на $19,8 \pm 1,15$, тобто на 14,7 %. У тесті «сліпа ходьба», результати у дітей становили $18,0 \pm 1,14$, після експерименту результат покращився до $16,12 \pm 1,24$, у процентному відношенні на 10,4 %. У тесті «веселі обручі», результати у дітей становили $27,32 \pm 0,74$ після експерименту $23,50 \pm 0,74$ у відсотковому відношенні на 6,4 %.

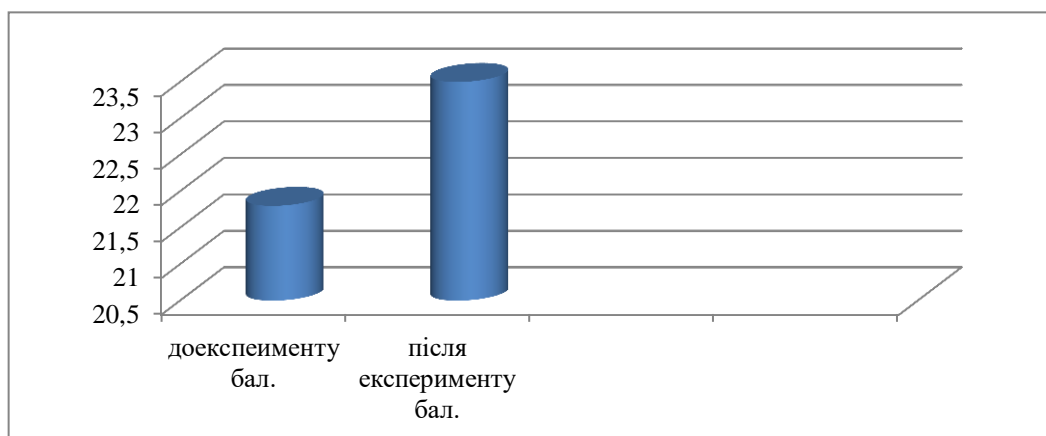


Рис 4. Динаміка зміни показника виконаного тесту протягом експерименту у контрольній групі (Ритм ходьба)

Так в тесті «Ритм ходьба» до експерименту результат становив $21,80 \pm 0,56$, а після проведення отримали $23,50 \pm 0,74$, тобто покращився на 4,1 %.

Висновки. Проаналізувавши результати дослідження можна сказати, що впровадження у тренувальний процес методики в експериментальній групі

дав позитивний результат, так у тесті «журавлик» результати у дітей становили $17,3 \pm 1,13$, після проведення експериментальної методики результат покращився на $19,8 \pm 1,15$, тобто на 14,7 %. У тесті «сліпа ходьба», результати у дітей становили $18,0 \pm 1,14$, після експерименту результат покращився до $16,12 \pm 1,24$, у процентному відношенні на 10,4 %. У тесті «веселі обручи», результати у дітей становили $27,32 \pm 0,74$ після експерименту $23,50 \pm 0,74$ у процентному відношенні на 6,4 %, у тесті «Ритм ходьба» до експерименту результат становив $21,80 \pm 0,56$, а після проведення отримали $23,50 \pm 0,74$, тобто покращився на 4,1 %.

У ході теоретичного та практичного аналізу можна зробити висновок що юні спортсмени 6-7 років є синсетивним періодом розвитку координаційних здібностей в спортивних бальних танцях. Вправи, спрямовані на розвиток координаційних здібностей, потрібно проводити в чіткому співвідношенні з віковими, статевими та індивідуальними особливостями юних спортсменів.

Перспективи подальших досліджень можуть передбачати дослідження фізичних якостей (сили, гнучкості, швидкості) для всебічного розвитку та удосконалення спортивної майстерності юних спортсменів які займаються спортивними бальними танцями

Список використаних джерел

1. Борсукова М. А Лапицький В. О. Гученко Г. Б. Розвиток координаційних здібностей у бальному танці дітей 10-12 років. *Сучасні проблеми фізичного виховання і спорту Різних груп населення*. матеріали ХІХ Міжнародної наук.-пр. конф. молодих вчених: у 2 т./ відповідальний. Ред. Я. М. Копитіна.; наук. ред. О. А.Томенко Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка. 2019. Т.І. С. 216 – 218.
2. Колумбет О. М. Розвиток координаційних здібностей молоді: Монографія. К.: Освіта України, 2014. 420с.
3. Лях В. И. Гибкость: основы измерения методики гибкости. *Физкультура в школе*. 1999. № 1. С. 4 – 10.
4. Назаренко Л. Д. Развитие двигательных-координационных качеств как фактор оздоровления детей и подростков. М.: Теория и практика физической культуры, 2001. 332 с.
5. Платонов В. Н. Система подготовки спортсменов в олимпийском спорте. К.: Олімпійська література. 2004. 808 с.
6. Платонов В. Н. Теория и методика спортивной тренировки. К.: Высш. школа.1984. 253 с.

Д. В. Янущенко

Комунальний заклад «Запорізький обласний центр туризму і краєзнавства, спорту та екскурсій учнівської молоді» Запорізької обласної ради

ОБЛАСНА ТУРИСТСЬКО-КРАЄЗНАВЧА ПРОГРАМА УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ «МАНДРУЄМО ЗАПОРІЗЬКИМ КРАЄМ», ЯК ЗАСІБ ЗАЛУЧЕННЯ УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ ДО АКТИВНОГО ТУРИЗМУ ТА ПОШУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розглядається обласна туристсько-краєзнавча програма учнівської молоді «Мандруємо рідним краєм» в контексті туризму як туристсько-краєзнавчого напрямку позашкільної освіти. Надаються рекомендації щодо проведення подібних програм в інших регіонах України з метою розвитку туристичної індустрії, залучення учнівської молоді до активного туризму та формування бережливого ставлення до свого краю.

Ключові слова: туристсько-краєзнавча програма, молодь, туризм.

Рассматривается областная туристско-краеведческая программа учащейся молодежи «Путешествуем по родному краю» в контексте туризма как туристско-краеведческого направления внешкольного образования. Даются рекомендации по проведению подобных программ в других регионах Украины с целью развития туристической индустрии, привлечение молодежи к активному туризму и формирования бережного отношения к своему краю.

Ключевые слова: туристско-краеведческая программа, молодежь, туризм.

The regional tourist and local lore program of «We travel the native land» Student Youth in the context of tourism is considered as a tourist lore of out-of-school education. Recommendations are given on the implementation of similar programs in other regions of Ukraine with the aim of developing the tourism industry, involving student youth in active tourism and forming a caring attitude towards their region.

Key words: tourist and local lore program, youth, tourism.

Постановка проблеми. Туризм в цілому та активний туризм зокрема, є багатограним за своєю сутністю явищем. Це, окрім складової економіки держави – можливість змістовного відпочинку для мільйонів людей, а також вид спорту. Проте не слід забувати, що туристсько-краєзнавчий напрямок є однією зі складових позашкільної освіти, де засоби туризму мають можливість реалізувати такі його виховні можливості як залучення дітей і молоді до активного способу життя, набуття вмінь і навичок виживання в екстремальних ситуаціях, гармонійний фізичний розвиток особистості, пізнання природи своєї й інших країн. При тому, що на сьогодні достатньо багато робіт присвячено розвитку туристичної галузі та її регіональним аспектам, питання залучення учнівської молоді до активного туризму, до пошуково-дослідницької діяльності вивчені недостатньо.

Залучення учнівської молоді до активного туризму та експедиційної діяльності дає їй змогу самостійно дослідити певні аспекти з історії та природи краю, відкрити донині невідомі факти. Подальше представлення

своїх досліджень на туристсько-краєзнавчих заходах надає дітям можливість поділитися своїми цікавими відкриттями та актуальними результатами дослідження з широким колом однодумців та позитивно мотивує до здобуття більш глибоких знань та подальших занять активним туризмом.

У 2019 році Запорізьким обласним центром туризму і краєзнавства, спорту та екскурсій учнівської молоді було організовано та впроваджено обласну туристсько-краєзнавчу експедиційну програму учнівської молоді «Мандруємо рідним краєм». Програма координувалась та методично супроводжувалась відділом краєзнавства та патріотичного виховання та передбачала проведення гуртками пішохідних походів, автобусних екскурсій, експедицій з активним способом пересування та ряд стаціонарних експедицій. Також передбачалось проведення великої кількості одноденних походів задля дослідницької діяльності, результати якої мали бути висвітлені на обласній краєзнавчій конференції учнівської молоді.

Особливістю програми стали подорожі до крайніх точок та географічного центру Запорізької області, де проводились акції зі встановлення пам'ятних тимчасових знаків. Окрім того, поряд з пам'ятними знаками учнівські групи закладали, за давньої туристською традицією, капсули з посланнями наступним поколінням дослідників.

Якщо стосовно місць розташування крайніх точок області складностей не було, – вони відомі [1] та були уточнені за допомогою сучасних картографічних сервісів. То стосовно визначення центру області необхідно зупинитися більш детально. Центр є важливою її географічною константою, він може бути одним із символів області, виконувати цілий ряд важливих суспільних функцій, серед яких необхідно назвати [2]: пізнавальну – центр відображає суттєві особливості території регіону; патріотично-виховну – центр є важливим елементом патріотичного виховання; об'єднуючу – регіон консолідується навколо свого центру; атракційно-економічну – центр є екскурсійним об'єктом, входить в офіційні туристичні маршрути і приносить реальний прибуток. Для української географії і картографії періоду новітньої незалежності центрографічні дослідження характеризується помітною активністю різних авторів. Детальний огляд цих досліджень виконано В.С. Грицевичем [2]. Нами було використано кілька методів з визначення місця розташування географічного центру області: середніх координат, рівновеликих площ, метод центру вписаного і описаного кола, аналітичного способу знаходження центрів. За результатами обчислювань було з'ясовано, що розходження між різними методиками становить декілька кілометрів. Для встановлення пам'ятного знаку було обране місце, в межах обчислених методик, зі зручним під'їздом, що вигідне в плані розвитку туризму. А саме

на автомагістралі Запоріжжя – Токмак – Бердянськ, біля меморіального комплексу загиблим під час Другої Світової війни та звідки відкривається мальовничий вид на долину р. Чингул і групу курганів, що також повинно зацікавити відвідувачів, було обране місце географічного центру Запорізької області».

Під час реалізації Акції (пішохідних походів та автобусних подорожей) юні туристи відвідували історико-археологічні, етнографічні та краєзнавчі музеї краю, археологічні та геологічні пам'ятки, вивчали природні заказники та заповідні території. Так була проведена подорож до крайньої південної точки Запорізької області, яка розташована на Федотовій косі, поблизу відомого курортного селища Кирилівка. Далі було встановлено пам'ятний знак на крайній західній точці області в Кам'янсько-Дніпровському районі, поблизу найбільшого мультикомплексного могильника Північного Причорномор'я – Мамай-Гори. На півночі пам'ятний знак було встановлено біля групи аланських курганів, на межі з Дніпропетровською областю. На крайній східній точці краю знак встановили поблизу селища Розівка. В цьому ж районі учнівські групи познайомилися з мальовничими гранітними глибами заповідника Кам'яні Могили. Насиченою була і програма акції зі встановлення тимчасового пам'ятного знаку «Географічний центр Запорізької області», в якій взяли участь 5 гуртків та представники міськдержадміністрації на чолі з мером м. Токмак. Сподіваємось, що тут у майбутньому буде встановлено постійний пам'ятний знак, який стане новим цікавим об'єктом на мапі туристичних маршрутів Запорізької області.

Серед пішохідних походів в рамках програми можна виділити похід Приазов'ям, нитка маршруту якого пролягала поряд з вітряками Ботіївської та Приморської вітряних електростанцій. В цьому ж районі під час іншого походу гуртківці вивчали територію Корсак-Могили та затоплені кар'єри краю, проводили палеонтологічні дослідження на узбережжі Азовського моря. На річці Конці були досліджені залишки фортець Дніпровської лінії, що сьогодні потопують серед степової рослинності. В експедиції Гуляйпільським краєм юні мандрівники познайомилися з батьківщиною Нестора Махна.

В реалізації програми прийняло участь 22 гуртка Центру туризму (загальною кількістю 254 чоловік). Було успішно пройдено туристськими групами 8 ступеневих пішохідних походів, здійснено 5 автобусних екскурсій, проведено 2 стаціонарні експедиції (археологічна та етнографічна). Хід програми постійно висвітлювався на сайтах Центру туризму та департаменту освіти і науки Запорізької облдержадміністрації, а також в соціальних мережах. Підсумки програми були висвітлені під час роботи обласної

краєзнавчої конференції учнівської молоді «Краєзнавчі нариси Запорізького краю», яка є багаторічним майданчиком залучення учнівської молоді до активної дослідницької діяльності, вивчення та збереження природної та історико-культурної спадщини рідного краю [3]. Слід також відмітити, що один зі звітів про експедицію в рамках програми посів І місце у Всеукраїнському турі конкурсу на кращу туристсько-краєзнавчу експедицію учнівської молоді з активним способом пересування «Мій рідний край».

На 2020 рік планується проведення Обласної туристсько-краєзнавчої експедиції учнівської молоді «Мандруємо Запорізьким краєм», що присвячена 250-річчю м. Запоріжжя. Цього річ вона розширена стосовно видів туризму та їх складності. Програма окрім пішохідних походів передбачає проведення 3 велопоходів (3 с.с., I к.с. та II к.с.), краєзнавчими завданнями яких є обстеження залишків фортець Дніпровської лінії, чия історія пов'язана із заснуванням м. Запоріжжя, та 3 водних походів (1 с.с., 3 с.с. та I к.с.) акваторією р. Дніпро та Каховського водосховища. Серед запланованих маршрутів є і ті, що передбачають відвідування туристськими групами крайніх східної та західної точок області та її Центру. Проте успішна реалізації програми цього року у зв'язку з карантинними заходами щодо запобігання поширенню коронавірусу COVID-19 під питанням.

Реалізована програма, її подальше розширення, мають сприяти підвищенню інтересу до існуючих туристських об'єктів на мапі Запорізької області, появі нових об'єктів та маршрутів. Через формування інтересу суспільства, виникне обґрунтування необхідності розвитку інфраструктури біля туристичних об'єктів, а регіони набудуть інвестиційної привабливості. Така практика також сприяє формуванню бережливого ставлення до свого краю у місцевого населення. Запропонована програма може видозмінюватися для використання як в окремих районах, так і в інших областях України.

Список використаних джерел

1. Запорізька область. Географічний атлас. ТОВ «Видавництво «Мапа» Серія «Моя мала Батьківщина». 2011 р. С. 6.
2. Грищевич В. Центрографія України: історія і перспективи. Історія української географії. 2003. Вип. 2 (8). С. 115 – 119.
3. Офіційний сайт КЗ «Запорізький обласний центр туризму і краєзнавства, спорту та екскурсій учнівської молоді» ЗОП. URL: <http://zoctkum.ucoz.ua>

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

<i>Адаменко Аліна Володимирівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Андросов Євген Васильович</i>	Студент магістратури 1-го року навчання спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Андросова Валентина Іванівна</i>	Керівник гуртка Сумський Палац дітей та юнацтва
<i>Балдич Аліна Сергіївна</i>	Студентка 2-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Бельмас Карина Ігорівна</i>	Студентка 3-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Богданова Ксенія Володимирівна</i>	Студентка 2-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Васеленко Ярослава Василівна</i>	Студентка магістратури 1-го року навчання спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Ведмідь Таміла Віталіївна</i>	Студентка 3-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Гиренко Анна Сергіївна</i>	Студентка 3-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Гребельник Віта Іванівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Гурова Дар'я Дмитрівна</i>	Кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу (ТГРБ) Національного університету «Запорізька політехніка»
<i>Гусак Анжела Юріївна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Гусева Владислава Олегівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

<i>Євтушенко Ярослав Васильович</i>	Викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Зігунов Василь Миколайович</i>	Кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Зігунова Інна Сергіївна</i>	Кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Карпенко Наталія Володимирівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Кеда Андрій Олександрович</i>	Студент 3-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Клем-Мусатова Карина Олексіївна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Кондух Яна Сергіївна</i>	Студентка 3-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Косяченко Файна Ігорівна</i>	Студентка 2-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Крамаренко Юлія Вячеславівна</i>	Студентка 2-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Ксенофонтова Марина Миколаївна</i>	Кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Лапицький Віталій Олександрович</i>	Доцент Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Мозгова Дар'я Ростиславівна</i>	Кандидат економічних наук, старший викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Москаленко Ольга Олексіївна</i>	Студентка магістратури 2-го року навчання спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

<i>Носач Сергій Валерійович</i>	Студент 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Нусейр Ясмін Мухаммед</i>	Студентка 3-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Павленко Вікторія Сергіївна</i>	Викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Перетяцько Дарина Юріївна</i>	Студентка 2-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Пимоненко Юрій Олексійович</i>	Студент магістратури 2-го року навчання спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Плешко Романна Андріївна</i>	Студентка 2-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Ратов Анатолій Максимович</i>	Кандидат наук з фізичного виховання, доцент Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Самілик Яна Сергіївна</i>	Студентка 3-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Самодахова Олександра Олександрівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Федорківська Аліна Романівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Цвілий Сергій Миколайович</i>	Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу (ТГРБ) Національного університету «Запорізька політехніка»
<i>Чикирнєєв Антон Юрійович</i>	Студент магістратури 2-го року навчання спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Яковенко Єлизавета Іванівна</i>	Студентка 2-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Янущенко Дмитро Вікторович</i>	Завідувач відділу краєзнавства та патріотичного виховання, комунальний заклад «Запорізький обласний центр туризму і краєзнавства, спорту та екскурсій учнівської молоді» Запорізької обласної ради (скорочено – КЗ «Центр туризму» ЗОР)

Наукове видання

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ

VI Всеукраїнська науково-практична конференція

26 – 27 листопада 2020 рік

Відповідальність за грамотність, автентичність цитат, правильність фактів та посилань, достовірність матеріалів несуть автори публікацій. Передрук та відтворення опублікованих статей будь-яким способом дозволяється лише при посиланні на матеріали конференції «Стан і перспективи сучасного туризму».

Відповідальний за випуск: *І. С. Зігунова*

Підп. до друку 26.11.2020
Формат 60x84/16. Гарнітура Times New Roman.
Папір офсетний. Друк офсетний. Ум. друк. арк. 9,65.
Ум. фарб.-відб. 9,65. Обл.-вид. арк. 9,89.
Тираж 100 пр. Вид. № 99.

Видавець і виготовлювач:
ФОП Цьома С.П. 40002, м. Суми, вул. Роменська, 100.
Тел.: 066-293-34-29.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
серія ДК, № 5050 від 23.02.2016.