

**МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ
ТА ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ**

УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

**«Стратегічні перспективи туристичної та
готельно-ресторанної індустрії в Україні:
теорія, практика та інновації розвитку»**

**МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ
30-31 ЖОВТНЯ 2014 р.**

Умань
Видавничо-поліграфічний центр "Візаві"
2014

УДК 640.4+658.8.012.12

ББК65.44+65.421

С83

Рекомендовано до друку

*вченою радою Уманського національного університету садівництва
(протокол № 2 від 27 листопада 2014 року)*

Рецензенти:

Мармуль Лариса Олександрівна – завідувач кафедри економічної теорії і фінансово-економічної безпеки Одеської національної академії харчових технологій, д.е.н., професор.

Резнік Надія Петрівна – декан економічного факультету Київського міжнародного університету, д.е.н., професор.

Відповідальний редактор: Транченко Л.В. завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва, д.е.н., професор;

Заступник відповідального редактора: Тимчук С.В. к.е.н. доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва;

Члени редакційної колегії: Нещадим Л.М. к.е.н. доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва; Коваленко Л.Г. к.е.н. ст. викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва; Непочатенко В.О. викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва.

Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної
С83 **індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку** : матеріали
Всеукраїнської наук.-практ. інтернет-конф. 30-31 жовтня 2014 р. / За заг.
ред. Л. В. Транченко. – Умань: ВПЦ "Візаві", (Видавець "Сочінський"),
2014. – 224 с.

ISBN 978-966-304-092-9

Дане видання містить матеріали доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку», що відбулася 30-31 жовтня 2014 р. у м. Умань.

Для науковців, викладачів вищих навчальних закладів, докторантів, аспірантів, магістрантів, інших організацій України, Росії чия діяльність має відношення до тематики конференції.

УДК 640.4+658.8.012.12
ББК65.44+65.421

ISBN 978-966-304-092-9

Уманський національний університет
садівництва, 2014

Транченко Л.В.

*д.е.н., професор, зав. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманського національного університету садівництва*

ПРАВОВА ПІДТРИМКА СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Сучасний етап функціонування економіки України супроводжується появою нових ринкових сегментів та видів підприємницької діяльності. Це стосується і аграрного сектора. Однак процеси розвитку підприємництва на селі потребують активізації як сільськогосподарської, так й інших видів діяльності. Одним із напрямів розвитку агропромислового комплексу стає сільський туризм – апробоване явище у багатьох країнах світу, яке робить лише перші кроки в економічній системі нашої держави [1]. Специфіка сільського туризму як виду економічної діяльності полягає не тільки у задоволенні потреб споживачів у відпочинку, а й у здійсненні вагомого впливу на інші сектори сільської економіки через диверсифіковані зв'язки.

Разом із тим, більш глибокого вивчення потребують питання розвитку та особливостей функціонування сільського туризму як форми підприємництва в аграрному секторі економіки. Різноманіття сільських територій, де здійснюється туристична діяльність, потребує обґрунтованого аналізу передумов і факторів використання їх туристсько-рекреаційних ресурсів, а також наукових підходів щодо створення підприємницького середовища і дієвого організаційно-економічного механізму розвитку сільського туризму.

Актуальною проблемою правової підтримки сільського туризму є формування організаційно-господарського механізму його функціонування і державної підтримки у вирішенні таких питань: прийняття нормативних документів, які регулюватимуть діяльність різних форм сільського туризму; здійснення заходів щодо підтримки та просування сільського туризму на внутрішньому та міжнародному туристичному ринку; забезпечення організаційної й матеріальної підтримки з боку держави нового виду послуг на селі – сільського туризму та агротуризму [2].

Законодавча база, що буде створена для регулювання стосунків у цій, відносно новій для України сфері діяльності сільських господарів, безперечно повинна відповідати сьогоденним реаліям українського села та повинна бути спрямована на вирішення його актуальних проблем, враховуючи перспективний розвиток сільських населених пунктів, а також гармонічно вписуватись в існуюче законодавче поле України.

Література

1. Макаренко П.М. Економічний потенціал різних форм аграрних

господарств / П. М. Макаренко, Л. Л. Мельник // Економіка АПК. — 2011. — № 7. — С. 89–97.

2. Малиновський А.С. Кадрово-управлінський потенціал аграрних формувань / А. С. Малиновський // Економіка АПК. — 2011. — № 7. — С. 97–104.

УДК 338.48

Резнік Н.П.

*д.е.н., професор кафедри економіки та менеджменту
Київського міжнародного університету*

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ІНВЕСТУВАННЯ У ТУРИЗМІ

Згідно з останніми дослідженнями доля туристичного сектору економіки зростає з кожним роком. Аналіз ВВП країн світу показує, що 9% складають саме доходи від туризму. Незважаючи на економічну нестабільність, у 2012 році кількість туристів перевищила 1 млрд. осіб. Кожна дванадцята людина у світі працює у галузі туризму. За прогнозами ВТО, в ХХІ сторіччі очікується туристичний бум: кількість подорожуючих у світі зросте до 1,6 млрд [1]. Ці факти говорять про високу актуальність інвестування в індустрію туризму, особливо в Україні, де у продовж періоду незалежності тривав період стагнації розвитку підприємств цієї галузі. Проведення Євро-2012 відкрило Україну для іноземних туристів, посприяло розвитку інфраструктури та стало каталізатором для збільшення інвестицій у готельний сектор. Аналіз специфіки інвестування туристичної галузі України дозволить ефективно провадити політику зміцнення визначеного сектору економіки та реалізувати Закон України «Про туризм», що визначає туристичну галузь як одну з пріоритетних галузей національної економіки і культури [2].

Інвестування у туризмі – це розміщення капіталу інвесторів у туристичному бізнесі з метою отримання прибутку [3]. Враховуючи той факт, що капітал є основним чинником для процесів виробництва та надання послуг, можливості туристичної індустрії прямо залежать від обсягу інвестицій. Джерелами інвестування туристичної галузі можуть бути держава та приватні підприємці. Основними засобами інвестування з боку держави є бюджетні асигнації, довгострокове кредитування та капітал державних підприємств. Приватні інвестиції здійснюються за рахунок власного капіталу, кредитів та залученого капіталу. При цьому також слід розуміти, що об'єктами інвестицій можуть бути туристичні підприємства, що створюються для продажу певних послуг, та інвестиції у регіональний розвиток. Ці два види інвестицій мають різний інструментарій і мають різний вплив на економіку країни.

Рівень державної підтримки впливає не тільки на кількість інвестицій з боку приватних підприємців, але й на рівень інвестування у регіональний розвиток. Основою регіональних інвестиційних програм є інноваційно-інвестиційна політика держави, яка враховує різноманітні чинники. Сукупність інвестиційних проектів та організаційних заходів для залучення інвесторів у туристичну галузь є основою регіональних програм [4].

Для держави збільшення рівня інвестицій призводить до вирішення цілей у масштабах цілого регіону, а саме:

- економічний розвиток регіону;
- соціальний розвиток регіону: підвищення рівня життя населення, зменшення кількості безробітних у регіоні, збільшення рівня соціального захисту;
- підвищення інформаційного та технологічного рівня за рахунок створення конкурентоспроможного туристичного продукту;
- збільшення рівня зацікавленості регіоном з боку приватних підприємців;
- розвиток інфраструктури.

Переважно для оцінки інвестицій застосовуються методи дисконтування, засновані на складних процентах, що дозволяють приводити чисельні значення майбутніх фінансових потоків до моменту початку інвестицій.

До основних методів дисконтування належить метод розрахунку чистої приведеної вартості (NPV). Чиста приведена вартість – це сума грошових інвестицій нині, що необхідна для отримання капіталу, який буде еквівалентним доходу від реалізації інвестиційного проекту, завтра. Також можна визначити NPV як залишок фінансових ресурсів після всіх грошових надходжень та витрат, сума яких конвертована до моменту початку інвестицій. Часто сума NPV вважається загальним прибутком інвестора, але при цьому не враховується залишкова вартість туристичного проекту [5].

Інвестиційна діяльність у туристичній галузі має свою специфіку, що пов'язана у першу чергу з суб'єктами та об'єктами інвестиційної діяльності. Велика залежність туристичної індустрії від держави змушує інвесторів, в тому числі і представників державного сектору економіки, ретельно обраховувати ефективність інвестицій, використовуючи при цьому переважно методи дисконтування. При цьому важливим одиночним чинником є використання всіх методів дисконтування такими чинниками: високий відсоток інфляції в Україні, великий термін окупності туристичних регіональних проектів, висока вартість інфраструктурних проектів, невизначений термін окупності іміджевих туристичних продуктів. При цьому для оцінки ефективності інвестицій варто проводити дослідження туристичного проекту протягом життєвого циклу,

моделювати потоки туристичного продукту, співставляти очікувані результати та витрати з запланованим рівнем капіталовкладень, використовувати поточні, базові та прогнозні ціни. Використання механізму оцінки інвестицій у туристичну індустрію враховує вищезазначені чинники, тому дозволяє обрахувати ефективність інвестицій максимально точно.

Література

1. Кількість туристів в мире перевищило мільярд [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу до матеріалу: http://society.lb.ua/life/2012/12/14/182577_kolichestvo_turistov_mire_previsilo.html
2. Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р. №324/95-ВР.
3. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу / Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.Г. Бойко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 320 с.
4. Іванов А.М. Основи розробки регіональних інвестиційних програм у сфері туризму / А.М. Іванов // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – Чернівці: ЧТЕІ. – 2010. – Випуск 4 (40). – С. 65-69.
5. Іванчук С.І. Аналіз специфіки інвестування туристичної індустрії / С.І. Іванчук // Управління проектами, системний аналіз і логістика. – К. : НТУ. – 2012. – Вип. 10. – С. 471-474.

УДК 912.438

Сонько С.П.

*д.геогр.н., професор, зав.кафедри екології та безпеки життєдіяльності
Уманського національного університету садівництва*

ВИКОРИСТАННЯ ГЕОГРАФІЧНИХ БАЗ ДАНИХ У ТУРИЗМІ

Одним з найбільш яскравих проявів інформатизації є створення і використання різноманітних баз даних, які сьогодні з успіхом замінюють паперові довідники і карти. На нашу думку, висловлену у ранішніх публікаціях [3-10;12,13,18] пізнавальний, дослідницький та комерційний потенціал туризмознавства буде найкраще реалізованим при створенні і використанні наближених до споживача географічних баз даних (ГБД).

За останні роки розробки у вигляді геоінформаційних систем (ГІС) та географічних баз даних активно завойовують інформаційний простір через популярне програмне забезпечення, в тому числі для поширених типів гаджетів. Загальна кількість додатків для «Android» лише у сегменті безкоштовних сягає декілька тисяч [18]. Передусім, це різноманітні довідники (виживання, мандрівника, ліків, медичний, грибника і ягідника, лікувальних трав, з біології,

з національної кухні, «Країни світу»); додатки, присвячені навігації, картографії, маршрутизації («Navitel», «Coordinate map», «Maverick»); численні електронні карти від «Google» та «Yandex» найбільш популярною серед яких без сумніву є «Google Earth»; численні інструменти, які можуть бути використані у польових умовах для заміру відстані, площі, кутів («Compass», «Accupedo», «Smart Distance», «Smartarea», «Smartangel», «Gismeteo», «Thermal Vision», «Light Measurer»).

В той же час згідно більшості маркетингових стратегій період безкоштовних скачувань коли-небудь добігає кінця. Так сталося і з Android Market. Вже сьогодні споживачам нав'язують ліцензійну угоду, в якій обмежуються можливості безкоштовних скачувань. Власне, в умовах ринкової економіки це цілком логічно.

Але попри зазначені обмеження потреби у використанні перелічених додатків будуть лише зростати. Пропонована методика географічних баз даних (як універсального багатоцільового довідника), може швидше дійти до потенційного споживача (мандрівника, студента, викладача), коли вона буде «наближена» до нього засобами популярного і розповсюдженого програмного забезпечення, зокрема, засобами «MS Office». Ця методика реалізована нами у вигляді елементарних ГІС (ЕГІС), згідно з підходами, розробленими в попередніх авторських публікаціях [7-13].

Елементарна ГІС - це така система, яка лише частково використовує функції традиційних геоінформаційних систем, оскільки виконується в стандартному пакеті «Microsoft Office» [8]. Головна ж перевага порівняно з паперовими картами в пропонованій елементарній ГІС зберігається, а саме, можливість оперативного доступу і візуалізації просторово прив'язаної інформації, а також висока якість зображення і наступного друку, обумовлена використанням векторних форматів. Ще однією позитивною рисою пропонованих ЕГІС є те, що вони безмежні щодо поповнення і поновлення новими даними, оскільки ґрунтуються на використанні текстових форматів з розширенням «doc».

На кафедрі екології та безпеки життєдіяльності ця методика успішно реалізується при розробці географічних баз даних з екологічного та спортивного туризму [13,14,15,16], паспортизації і використання у екологічному туризмі об'єктів природно-заповідного фонду [20], паспортизації потенційно небезпечних об'єктів та попередження надзвичайних ситуацій [6,9,10].

Крім доробку, відміченого в ранішніх авторських публікаціях розроблена і постійно поновлюється географічна база даних: «Україна – природа, населення, господарство». Зокрема, на сьогоднішній день векторизовано в середовищі

«Word» всі області України. По кожній з яких є електронна пошуково-довідкова система «Міста України», розроблена з використанням довідника «Міста України» а також «Географічної енциклопедії України». Ця система постійно поновлюється новими даними, як з паперових джерел, так і з Інтернету. Розпочалася робота по створенню «html – довідників», а також ГБД промислових підприємств областей України.

Література

1. Сонько С.П., Граматчикова Н.М. Досвід проведення краєзнавчої екскурсії на тему «Господарське використання ландшафту». Тези доповідей. Житомир: Льонок, 1992.- С.69-70.
2. Сонько С.П. Туристичний атлас Харківської області. ГУГКК при кабінеті міністрів України. 1993.- С.27.-31.
3. Сонько С.П., Головченко О.С. Геоінформаційна система «Сфера послуг Соцміста Дзержинського району міста Кривого Рогу». Електр. розробка. Кривий Ріг, КЕІ КНЕУ, 1999 р.
4. Сонько С.П., Ермилов І.А. Поисковая картографическая система «Улицы и дома Кривого Рога». Довідкове видання. - «Кривой Рог 2001». - Серия ежегодных телефонных справочников. - С.145-303.
5. Сонько С.П., Червяченко Є.В., Путілов В.І. Довідкова геоінформаційна система «Міста України» в середовищі MSOffice. Електр. розробка. - Кривий Ріг, КЕІ КНЕУ 2001.
6. Сонько С.П., Путілов В.І., Примаченко М.О., Розумовський О.О. Геоінформаційна система моніторингу навколишнього середовища Кривбасу в середовищі MS Office. Електр. розробка.- Кривий Ріг, КЕІ КНЕУ, 2001.
7. Сонько С.П., Лисенко О.В., Стеценко О.М., Ермилов І.О. Географічна база даних «Середня освіта міста Кривого Рогу». Електр. розробка. - Кривий Ріг, КЕІ КНЕУ, 2002.
8. Сонько С.П. Інтернет-проект відкритої регіональної географічної бази даних. Вісник Дніпропетровського національного університету. Серія геологія, географія. Випуск 5., 2003. - С.106-117.
9. Сонько С.П., Голубкіна О.М. Застосування методики елементарних геоінформаційних систем в регіональних дослідженнях. / Вісник Криворізького економічного інституту. Кривий Ріг, КЕІ КНЕУ, №3, 2004 – С. 46-54.
10. Сонько С.П., Голубкіна О.М. Від елементарної геоінформаційної системи до створення відкритої регіональної географічної бази даних. /Україна: географічні проблеми сталого розвитку. Т.IV. Київ: Обрій,2004.- С.165-167.
11. Сонько С.П., Довгаль І.В. Сучасні геоінформаційні системи як середовище управління маркетинговими базами даних. / Комп'ютерне моделювання та інформаційні технології в науці, економіці та освіті: Збірник

наукових праць. КЕІ КНЕУ, 2008. – С. 148 – 151.

12. Сонько С.П., Голубкіна О.М. Географічні бази даних як ефективний інструмент викладання географічних дисциплін. / Труды міжнародної конференції українського географічного товариства «Географія в інформаційному суспільстві». - Том IV. – Київ: Видавництво географічної літератури «Обрії». – 2008. - С. – 290 - 292.

13. Сонько С.П., Мазуренко Ю.Ю. Використання методики елементарних ГІС для створення географічної бази даних з сільського екотуризму./ Збірник тез міжвузівської наукової конференції «Екологія – шляхи гармонізації відносин природи та суспільства». Умань, 2009.- С.88-89.

14. Сонько С.П., Косенко Ю.Ю. Можливості розвитку екологічного туризму на Уманщині./ Теоретичні, регіональні, прикладні напрями розвитку антропогенної географії та геології: матеріали Третьої міжнародної наукової конференції. – Кривий Ріг: Видавничий дім, 2011. – С. 86 – 88.

15. Сонько С.П., Косенко Ю.Ю. Дослідження екологічного змісту об'єктів туризму Черкаської області з метою створення ГІС. /Матеріали регіональної науково-практичної конференції «Актуальні екологічні та агробіологічні проблеми Середнього Придніпров'я в контексті сталого розвитку». //Редкол.:Т.С.Нінова (відп.ред.) та ін.- Черкаси: ФОП Белінська О.Б.,2012.- 242 с.- С.192-195.

16. Сонько С.П., Новікова Т.П. Про змістовне насичення терміну «зелений туризм»./ Екологія – шляхи гармонізації відносин природи та суспільства. Збірник тез III Міжвузівської наукової конференції з міжнародною участю 11 - 12 жовтня 2012 року. Ред.Непочатенко О.О. Ред-вид.центр УНУС.- Умань,2012.- 122 с.- С.104-106.

17. Сонько С.П. Геоінформатика як новітня технологія у туризмі./ Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. Збірник тез за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 22 березня 2013 року Умань, «Візаві», 2013. – 314 с. – С.82-84.

18. Сонько С.П. Використання у туризмі здобутків сучасних інформаційних технологій на базі «Android»./ Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. Збірник тез за матеріалами II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 28 березня 2014 року Умань, «Візаві», 2014. – 314 с. – С.91-94.

19. Сонько С.П., Голубкіна О.М. Використання об'єктів природно-заповідного фонду у екологічному туризмі: протиріччя та можливості. Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. Збірник тез за матеріалами II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 28 березня 2014 року Умань, «Візаві», 2014. – 314 с. – С.128-134.

20. Савченко Ю.В., Сонько С.П. Екологічний туризм Кіровоградської області: проблеми і перспективи розвитку./ Збірник тез IV Міжвузівської науково-практичної конференції «Екологія – шляхи гармонізації відносин природи та суспільства». 16 - 17 жовтня 2014 року. Умань, Ред.-вид.центр УНУС.- С.76-79.

УДК 338.24

Гринько Т.В.

*д.е.н., професор кафедри економіки та управління підприємством
Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара*

СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

За сучасних умов стабільний розвиток суб'єктів господарювання можливий лише за умов цілеспрямованого і постійного вдосконалення усіх напрямів його діяльності, підтримання здобутих і формування нових конкурентних переваг. Усвідомлення того, що відсутність належної уваги до інноваційної діяльності гальмуватиме розвиток організації, призведе до технологічного відставання, послабить ринкові позиції, робить актуальним для кожного підприємства завдання формування ефективного механізму управління інноваційним розвитком. Незалежно від сфери діяльності підприємства саме інноваційний розвиток є двигуном, що забезпечує конкурентоспроможність та дозволяє займати стійку ринкову позицію підприємству у сучасних мінливих умовах функціонування.

Розв'язання цих завдань забезпечується створенням динамічної і гнучкої системи управління, яка спирається на широке делегування повноважень тим рівням менеджменту, які можуть продукувати інноваційні ідеї та впроваджувати їх, особливо це важливо для підприємств сфери послуг. Координація всіх дій із залучення та впровадження інновацій у практику роботи підприємства чи їх створення власними силами здійснюється за допомогою механізму управління інноваційним розвитком підприємства. Досліджуючи ефективність управління, не можна не торкнутися популярної на заході концепції Corporate Performance Management (CPM), яка вважається певним підходом до управління, спрямованим на підвищення ефективності управління підприємством і на реалізацію стратегії.

Механізм управління інноваційною діяльністю завжди спрямований на досягнення конкретних інноваційних цілей шляхом впливу на чинники, які забезпечують їх досягнення. Цей вплив здійснюється за допомогою наявних ресурсів організації, серед яких провідне місце належить людським ресурсам.

Функціонування механізму інноваційного розвитку підприємств сфери послуг здійснюється завдяки організаційним та економічним складовим.

До організаційних складових належать:

- державне регулювання інноваційної діяльності,
- стимулювання інноваційної діяльності,
- нормативно-правове регулювання діяльності.

До економічних складових можна віднести:

- фінансування та кредитування інвестиційної діяльності,
- оподаткування організацій, що здійснюють інноваційну діяльність,
- страхування ризиків інноваційної діяльності.

Отже, запорукою інноваційного розвитку підприємства є ефективне управління інноваційною діяльністю, що сприяє його здатності брати участь в інноваційних процесах, створювати чи залучати інновації, які забезпечують її поступальний, пропорційний розвиток, економічну стійкість, міцні конкурентні позиції, тривале й успішне функціонування на ринку.

Основним інструментом інноваційного розвитку підприємства є розробка та реалізація стратегії. Підприємство може опинитися в кризі, якщо не зуміє передбачати обставини, що змінюються, і відреагувати на них вчасно.

Стратегія може бути об'єднана із процесом прийняття рішень. В обох випадках є цілі (об'єкти стратегії) і засоби, за допомогою яких досягаються поставлені задачі (приймаються рішення).

Чітко сформульована стратегія важлива для просування нововведень.

Стратегія означає взаємозалежний комплекс дій з метою зміцнення життєздатності та потужності даного підприємства (фірми) стосовно його конкурентів. Іншими словами, стратегія – це детальний всебічний комплексний план досягнення поставлених цілей [1].

З вибором стратегії пов'язана розробка планів проведення досліджень і розробок та інших форм інноваційної діяльності.

Стратегічне планування переслідує дві основні цілі:

1. Ефективний розподіл і використання ресурсів. Це так звана "внутрішня стратегія". Планується використання обмежених ресурсів, таких як капітал, технології, люди. Крім того, здійснюється придбання підприємств у нових галузях, вихід з небажаних галузей, підбір ефективного "портфеля" підприємств.

2. Адаптація до зовнішнього середовища. Ставиться завдання забезпечити ефективне пристосування до зміни зовнішніх факторів (економічні зміни, політичні фактори, демографічна ситуація та ін.).

Стратегічне планування ґрунтується на проведенні численних досліджень, зборі й аналізі даних. Це дозволяє не втратити контроль за ринком. При цьому

варто враховувати, що в сучасному світі обстановка стрімко змінюється. Отже, стратегія повинна бути розроблена так, щоб при необхідності її можна було ліквідувати [2].

Стратегія є відправним пунктом теоретичних і емпіричних досліджень. Організації можуть відрізнитися тим, наскільки їх керівники, що приймають ключові рішення, зв'язали себе зі стратегією використання нововведень. Якщо вище керівництво підтримує спроби реалізувати нововведення, імовірність того, що нововведення буде прийнято до впровадження в організації, зростає. У міру залучення до процесу прийняття рішень вищого керівництва значення стратегічних і фінансових цілей зростає.

Таким чином, можна зробити висновок, що впровадженню ефективних управлінських технологій на підприємствах України заважає відсутність ефективних механізмів управління інноваційним розвитком, які передбачали би чітку впорядкованість його елементів і ефективність їх взаємодії та відсутність управлінської культури, тобто звички керівництва й персоналу працювати в жорстко заданому тимчасовому, функціональному, інформаційному й іншому регламенті.

Література

1. Аньшин В.М. Инновационная стратегия фирмы / В.М. Аньшин. – М.: Изд-во Рос. экон. акад., 1995. – 46 с.
2. Водачек Л. Стратегия управления инновациями на предприятии / Л. Водачек, О. Водачкова – М.: Экономика, 1989. – 166 с.
3. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: монографія / С. М. Ілляшенко, О. А. Біловодська. – Суми: Університетська книга, 2010. – 281 с.

УДК 658

Серіков А.В.

к.ф.-м.н., професор, професор кафедри менеджменту

Харківського національного університету будівництва та архітектури

СИНЕРГЕТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК НЕВІДВОРОТНІЙ НАПРЯМ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ

Цілеспрямований перехід будь-якого господарюючого суб'єкту із стану S_0 в стан Z можна відобразити наступним символічним описом (ідею запозичено у [1, С.84]):

$$[R, S_0] \rightarrow_{P \triangleright p; T \triangleright t}^{Q(I)} [Z, W], \quad (1)$$

де R - ресурси будь-якої природи, що витрачаються на здійснення цілеспрямованої діяльності; W - «побічний продукт» або непередбачуваний результат переходу; P і T - ймовірність і час цілеспрямованого досягнення цілі Z ; p і t - ймовірність і час спонтанного переходу; Q - оператор (драйвер, механізм), завдяки якому здійснюється перехід; I - інформація (інструкція), що визначає роботу драйвера.

Безперечно здійснення переходу, тобто виконання умови $P \triangleright p$, – це самостійне завдання, якому присвячено ризик-менеджмент [2]. Але він не озброює менеджера задля активної боротьби з ризиками, аж до їхнього виключення. Покажемо, що з таким завданням може впоратися синергетичне управління

Відзначимо, що порозуміння в цьому питанні вимагає в якості початкової умови прийняти нелінійний погляд на світ, який у здебільшому числі виявив таким насправді є. Найпершим прикладом може виступати сама людина, емоційні реакції якої дуже часто неадекватні впливам подразників.

Синергетика «генетично» пов'язана із самоорганізацією – процесом, який виключно спостерігається в нелінійних динамічних системах і який приводить до виникнення внутрішніх просторових і просторово-часових структур. Завдяки самоорганізації виділяється відносно невелика кількість змінних або характеристик середовища (так звані «параметри порядку»), які визначають усю його динаміку [3, с.9]. За таких умов всі складові середовища (системи) підстроюються під ці параметри порядку та приймають такий режим існування та розвитку, який можна назвати взаємосприянням або когерентністю (від лат. *cohaerere* - бути пов'язаними).

Особливості та невідворотність застосування синергетичного управління проілюструємо прикладом, який автор цієї роботи, виклав у публікації [4].

Можна довести, що динаміка взаємоСОдії попиту x на будь-яке благо з його пропозицією y описується системою нелінійних диференціальних рівнянь

$$\begin{cases} \frac{dx}{dt} = \alpha \cdot x - x \cdot y - \beta \cdot x^2; \\ \frac{dy}{dt} = -\eta \cdot y + x \cdot y; \end{cases} \quad (2)$$

де α - відображає швидкість зміни попиту у відносних одиницях; при $\alpha > 0$ попит зростає, а при $\alpha < 0$ він убиває; β - "ваговий" множник, показник процесу конкуренції попиту на подібні блага; η - характеризує швидкість зміни пропозиції блага.

На рис. 1,а надано фазовий (поведінковий) портрет системи (2), який побудовано за допомогою програмного пакету «Mathematica» при $\alpha = 0,25$,

$\beta = 0,25$ і $\eta = 0,4$. Портрет нагадує відому павутинну модель встановлення рівноваги попиту з пропозицією. До рівноваги система «попит/пропозиція» рухається достатньо довго, роблячи багато обертів навколо стану рівноваги.

За умови синергетичного управління система «попит/пропозиція» описується таким чином:

$$\begin{cases} \frac{dx}{dt} = \alpha \cdot x - x \cdot y - \beta \cdot x^2; \\ \frac{dy}{dt} = \frac{\mu}{\omega} \left[\left(\alpha + \frac{1}{T} \right) x - xy - \beta x^2 \right] - \frac{1}{T} y; \end{cases} \quad (3)$$

де μ , ω і T - певні параметри маркетингових зусиль зі сторони виробника (продавця) благ. Відповідний фазовий портрет (при $\alpha = 0,25$, $\beta = 0,25$, $\mu = 0,1$, $\omega = 0,1$ і $T = 1$) міститься на рис. 1,б.

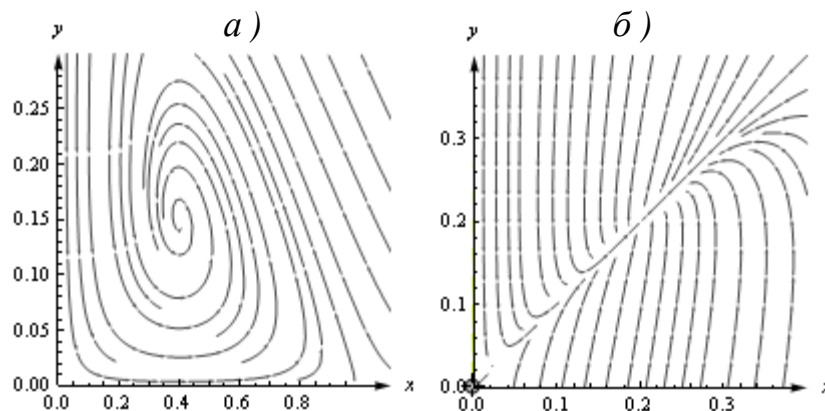


Рис. 1 - Фазовий портрет системи «попит/пропозиція», що вільна від будь-якого втручання (а), і при синергетичному управлінні з боку продавця (б)

При синергетичному управлінні досліджувана система із будь-якого стану S_0 гарантовано перейде в очікуваний стан Z (з координатами $(0,2; 0,2)$) за мінімально можливий час T . Стає зрозумілим, що ризики при цьому нівелюються. Таким чином, стратегічне управління – це невідворотній напрям подальшого розвитку теорії та практики сучасного менеджменту.

Література

1. Корогодін В.И. Информация и феномен жизни / В.И. Корогодін.- Пушино: ОИЯИ АН СССР, 1991.- 202 с.
2. Дамодаран А. Стратегический риск-менеджмент: принципы и методики. / Асват Дамодаран; пер. с англ.- М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2010.- 496 с.
3. Малинецкий Г.Г. Современные проблемы нелинейной динамики.- изд. 2-е, испр. и доп./ Г.Г. Малинецкий, А.Б. Потапов.- М.: Едиториал УРСС, 2002.- 360 с.

4. Серіков А.В. Маркетинг як необхідна умова синергетичного управління господарською діяльністю. / А.В. Серіков, О.О. Зубова // Актуальні проблеми економіки, 2010, № 5 (107), С. 267-275

УДК 448.38.

Артеменко Я.О.

Студентка 3 курсу, 5 групи

Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кожухівська Р. Б.

РОЗВИТОК ШКІЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В Україні туристично-краєзнавча робота активізувалась у 20-х роках. З виникненням товариств і гуртків по вивченню свого краю в краєзнавчу роботу залучаються широкі маси трудящих. В цей час відкриваються шкільні екскурсійні станції. Поглибилась краєзнавча основа навчальних програм. З метою вивчення рідного краю велика увага приділялась організації та проведенню екскурсій.

До краєзнавчої роботи поступово залучаються всі школи. До того ж, якщо раніше вивчення свого краю здійснювалося переважно в гуртках, котрі охоплювали невелику кількість учнів, то після прийняття закону ця робота урізноманітнюється, набирає нових форм, стає масовою. Особливо масовими і популярними стали туристські походи по рідному краю, експедиції та екскурсії [1].

Шкільний туризм та екскурсії—позапрограмне краєзнавство, завдання і зміст якого відповідні плану виховної роботи школи. Школярі беруть участь у цій справі на добровільних засадах, під час подорожей та експедицій вони збирають краєзнавчий матеріал, проводять різноманітні спостереження за місцевими явищами і об'єктами. Відвідування промислових і сільськогосподарських підприємств, будов, походи по рідному краю обов'язкові для учнів, передусім для старшокласників. Та навіть для 1 класу програма передбачає екскурсії за темами «Осінь» і «Весна», а також прогулянку довкола школи — збирання природних матеріалів, які можна було б використати на уроках праці, У початкових класах учитель вперше знайомить учнів з природою і життям людей рідного краю.

Чим більше діти побачать своїми очима і глибше відчують, тим багатшими будуть їх географічні уявлення. Ось чому рекомендується в початкових класах частіше проводити екскурсії в природу і на виробництво.

Програма з географії для 5—9 класів передбачає систематичне проведення як в урочний, так і в позаурочний час практичних робіт у природі, виконання

яких забезпечує вироблення в учнів практичних умінь і навичок. Цьому великою мірою сприяють екскурсії в природу, в процесі яких учні проводять знімання 20 територій, метеорологічні, гідрологічні, геоморфологічні, фенологічні та інші спостереження, дослідження ґрунтів тощо. На екскурсіях, які проводять згідно з вимогами програми в кожному класі, школярі здобувають конкретні знання про свій рідний край [2].

В середовищі шкільного туризму розрізняють два підвиди: мінімальний за обсягом та обов'язковий для всіх класів у школі — класний туризм та гуртковий туризм — для любителів подорожувати і захоплених краєзнавством. Шкільний туризм дуже різноманітний за формами: походи, що представлені різними видами туризму (піші, лижні і т.д.), різної тривалості, різних ступенів і категорій складності, місцеві і далекі, піші і транспортні екскурсії, заняття в гуртках, секціях, клубах, туристські збори, скаутинг (пластунство), різні види туристських змагань, семінари, конкурси, конференції, виставки, свята (вечори), туртабори, музеї [3].

У шкільному туризмі (на противагу сімейному) діють дві сторони — та, що бере участь (школярі) і та, що організовує, сприяє (адміністрація, вчителі школи). За цією ознакою шкільний туризм займає проміжне становище між плановим та самодіяльним туризмом. У чистому вигляді самодіяльний туризм в школі — це так звані “самовільні” походи і поїздки дітей без участі школи, таємно від вчителів і батьків. При цьому керівником (лідером) стає рядовий учасник, визнаний таким усіма іншими учасниками. Для школи такий туризм — явище негативне (тому що туристський захід проходить без контролю і впливу педагогів). Але, наприклад, у студентському середовищі такий туризм є основним і не є негативним.

У школярів і у вчителів ставлення до туризму різне, але не суперечить одне одному. Для дітей туризм — спосіб (форма) активного відпочинку, захоплююче заняття, наповнене романтикою незвичайного способу життя. А для учителів він — засіб, спосіб краще, глибше пізнати своїх вихованців і активніше вплинути на їх розвиток. І ті й інші розуміють, що туризм не просто розвага, що в ньому не можна провести чітку роздільну межу між “справою і втіхою”. Однак, з огляду на різницю ставлення до туризму, треба знати, що своїх цілей у туристській роботі вчитель досягне швидше і легше тільки за умови задоволення інтересів дітей, які він повинен зрозуміти і прийняти, попри те, що вони на перших етапах, як правило, дуже примітивні (не вписуються у педагогічні вимоги та моральні установки)[2].

Залежно від спрямованості, змісту й характеру пізнавальних операцій туристично-краєзнавчу роботу можна поділити на такі види: пізнавальна, дослідницька, практична (прикладна).

Пізнавальна діяльність учнів пов'язана із спостереженням навколишнього середовища. Характерною особливістю цього виду туристично-краєзнавчої роботи є те, що в процесі її учні здобувають знання з безпосереднього оточення. Така діяльність розвиває інтерес дітей до туристично-краєзнавчої роботи, формує позитивне ставлення до різних сторін життя.

Дослідницька діяльність передбачає не пасивне спостереження, а різноманітну активну роботу. Це науковий пошук, відкриття раніше невідомих фактів. У дослідницькій діяльності особливо яскраво виявляється активність учнів, вміння їх самостійно здобувати знання [1].

Література

1. Краєзнавство та туризм Крачило М. П., Навч. посібник - К.: «ВИЩА ШКОЛА» - 1994
2. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. – К. : Знання, 2011. — 334 с.
3. Місце краєзнавства і туризму в системі шкільної освіти України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://buklib.net/>

Балынин И.В.

аспирант

Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

АЛГОРИТМ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ГОСУДАРСТВЕ

В настоящее время роль туризма является достаточно весомой не только в социально-экономическом развитии того или иного государства, но и в укреплении межгосударственных связей. В различных странах активно принимаются программы, направленные на повышение качества оказываемых туристских услуг и привлечению все большего количества туристов. В связи с этим очень важно оценить развитие туризма в государстве, сравнить с другими странами, выявить определенные проблемы и недостатки, а также сформировать соответствующие предложения и рекомендации.

Автором был разработан алгоритм комплексной оценки развития туризма в государстве, включающей в себя три этапа:

- 1) базовая оценка;
- 2) достаточная оценка;
- 3) полная оценка;

Для базовой оценки необходимо учитывать следующие показатели:

- 1) доля туризма в объеме ВВП;
- 2) доля бюджетных средств выделяемых на развитие туризма в

консолидированном бюджете государства;

- 3) доля инвестиций в туристический бизнес в общем объеме инвестиций;
- 4) финансовое обеспечение туроператоров (прежде всего, за счет страхования гражданской ответственности);
- 5) темп прироста численности туристов (по сравнению с предыдущим годом).

Для достаточной оценки необходимо учитывать показатели базовой оценки, а также нижеперечисленные:

- 1) ежегодный темп роста доли туризма в ВВП (минимум за последние три года);
- 2) отношение объема бюджетных средств выделяемые на развитие туризма к ВВП (исследование в ежегодном разрезе минимум за последние три года);
- 3) ежегодный темп роста инвестиций в туристический бизнес (минимум за последние три года);
- 4) темп прироста численности туристов (минимум за последние пять лет);
- 5) объемы оказанных экскурсионных услуг.

Для полной оценки необходимо учитывать показатели базовой и достаточной оценок (желательно за 10-летний период), а также нижеперечисленные:

- 1) состояние окружающей среды;
- 2) развитие культурного туризма;
- 3) развитие спортивного туризма;
- 4) развитие аграрного туризма;
- 5) уровень преступности;
- 6) уровень терроризма;
- 7) количество работающих в сфере туризма к общему количеству занятых в стране людей;
- 8) рентабельность организаций, оказывающих туристические услуги;
- 9) темпы роста внутреннего туризма;
- 10) оценка развития материальной базы туризма.

При проведении оценки развития туризма важно также оценивать удовлетворенность туристов качеством оказываемых услуг (по результатам социологических опросов) с выделением следующих групп «полностью доволен», «доволен», «скорее доволен, чем не доволен», «скорее не доволен, чем доволен», «не доволен», «совершенно не доволен». При этом, при проведении социологического опроса необходимо также анализировать степень удовлетворенности как иностранных граждан развитием туризма в государстве, так и непосредственно граждан изучаемой страны. В то же время, следует обратить внимание на степень удовлетворенности гражданами страны, по

котрою здійснюється дослідження, розвитком сфери туризму за кордоном (як в цілому, так і по конкретним країнам).

В завершенні слід відзначити, що практичне застосування запропонованого вище алгоритму має значення не тільки для органів державної влади з метою прийняття відповідних управлінських рішень з частини підвищення рівня розвитку туризму в країні, але й для міжнародних організацій та рейтингових агентств з метою оцінки поточної ситуації в сфері туризму. Нарешті, практичне впровадження даної методики дозволить громадянам отримати об'єктивну інформацію про стан туристичної галузі в інтересуючій країні, на основі якої зробити обдуманний та правильний вибір.

Література

1. Усова Н.В. Екологічний туризм як елемент концепції сталого розвитку туризму на особливо охороняємих територіях // Вестник Іркутської державної сільськогосподарської академії. 2014. № 62. С. 63-67.

2. Зинурова Р.И., Хамидуллина Г.Р., Заседова А.А. Система менеджменту якості в туризмі // Вестник Казанського технологічного університету. 2014. Т. 17. № 2. С. 310-315.

3. Всесвітня туристична організація. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/>.

УДК 65.01:65.012

Бєляєв І.С.

Студент 3 курсу, групи ВТ-12-1

Дніпропетровський національний університет ім. Олеся Гончара

Науковий керівник: к.і.н., доцент Сливенко В.А.

СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ В СОЦІАЛЬНІЙ СИСТЕМІ ДЕРЖАВИ

В наш час можна простежити тенденцію популяризації такого виду туризму, як спортивний. Сьогодні встановилося тренд бути здоровим та мати гарне тіло, тому ці аспекти стали не тільки корисними, а й модними. Спортивний туризм – важливий засіб сприяння зростанню трудової та соціальної активності людей, задоволення їхніх фізичних та моральних, естетичних та творчих потреб тощо.

Спортивний туризм відіграє велику роль в соціальній системі держави, є чинником спортивних, оздоровчих, рекреаційних, пізнавальних, виховних, економічних та інших заходів та функцій, але через низку проблем рівень їх реалізації на сьогодні не відповідає потенційним можливостям туристсько-спортивного руху в Україні.

Спортивний туризм – це одна зі складових туризму нашого часу, найбільш активна і динамічна частина туристської діяльності, що базується на громадських засадах. Також це вид спорту, до складу якого входять різноманітні туристсько-фізкультурні заходи, спортивні походи усіх категорій складності, чемпіонати, першості за усіма видами спортивного туризму (пішохідний, лижний, гірський, водний, велосипедний, мотоциклетний, автомобільний, спелеологічний, вітрильний), комплексні заходи, експедиції [1].

Однією з головних особливостей спортивного туризму є те, що на відміну від інших різновидів туризму, він сприяє поліпшенню генофонду країни, загартуванню здоров'я молоді та дітей. З фінансово- економічної точки зору – не потребує значних грошових збитків, оскільки, по-перше, розвивається в наявному природньому навколишньому середовищі і не вимагає значних капіталовкладень для підготовки та проведення туристсько-спортивних масових заходів та зведення спеціальних будівель та споруд для їх проведення; по-друге, майже все організаційне забезпечення (матеріальне, технічне тощо) туристсько-спортивних заходів в значній мірі здійснюється за рахунок засобів та сил самих туристів; по-третє, вже склалася і діє громадська система підготовки та підвищення кваліфікації кадрів, що задіяні в сфері спортивного туризму, яка з мінімальними видатками з боку держави може і надалі ефективно функціонувати.

На сьогоднішній день в нашій країні сформовано кадровий корпус працівників, які діють у сфері оздоровчо-спортивного туризму та мають достатню кваліфікацію. Спортивний туризм популяризується за допомогою туристських клубів та секцій, які є методичними та організаційними центрами для цього виду туризму. В Україні існує спеціалізована контрольно-рятувальна служба, яка була організована Федерацією спортивного туризму України [2].

Розвиток нових напрямів спортивного туризму – екстремального, пригодницького, вітрильних та інших подорожей, проведення комбінованих за видами туризму подорожей з використанням наявних природно-рекреаційних, історико-культурних та кадрових ресурсів країни, не тільки створює умови для залучення до активних занять спортивним туризмом населення України, а саме дітей та молоді, а й має стимулюючий вплив на розвиток міжнародного та зарубіжного туризму, сприяє загальному розвитку туристичної галузі України як потенційно високорентабельної галузі економіки та її входженню до світового туристичного ринку.

Однією з основних умов для подальшого динамічного розвитку спортивного туризму в Україні є створення ефективної національної моделі як масового самодіяльного спорту та спорту вищих досягнень, що сприяла б підвищенню спортивної майстерності туристів – громадян, молоді та дітей

Отже, слід зауважити, що в Україні останніми роками стала приділятися все більше уваги розвитку туризму. Перспективи розвитку туристського комплексу в нашій країні мають пряму залежність від посилення державного регулювання туристської сфери на загальнонаціональному рівні, що має сполучатися із сучасною стратегією розвитку регіональних туристичних продуктів [3]. Спортивний туризм – невід’ємна складова загальнодержавної системи фізичної культури та спорту, яка спрямована на зміцнення здоров’я населення, молоді та дітей.

Література

1. Тонкошкур М.В., Абрамов В.В. Спортивний туризм. Види, поняття. – К.: «Альтерпрес», 2012. – 36 с.
2. Розвиток спортивного туризму сьогодні в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tourlib.net/books_history/
3. Тенденції та перспективи розвитку спортивного туризму. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukraine-diplom.com>

УДК 338.012

Бурий С.А.

*к.е.н, доцент кафедри менеджменту
Хмельницького національного університету*

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ Й КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Сучасна індустрія готельно-ресторанного господарства за останні роки зазнала досить істотних змін у зв'язку з впровадженням нових комунікативних технологій. Успішне функціонування будь-якої фірми на ринку туристичного бізнесу практично неможливо без використання сучасного інформаційного забезпечення. Специфіка технології розробки та реалізації послуг готельно-ресторанного господарства вимагає таких систем, які в найкоротші терміни надавали б інформацію про доступність транспортних засобів і можливості розміщення туристів, забезпечували швидке резервування та бронювання місць, а також автоматизацію вирішення допоміжних завдань при наданні туристичних послуг (паралельне оформлення таких документів, як квитки, рахунки і путівники, забезпечення розрахункової і довідковою інформацією та ін). Це можливо за умови широкого використання в туризмі сучасних комп'ютерних технологій обробки і передачі інформації.

Готельно-ресторанна індустрія настільки багатогранна, що вимагає застосування найрізноманітніших інформаційних технологій, починаючи від розробки спеціалізованих програмних засобів, що забезпечують автоматизацію

роботи окремої туристичної фірми або готелю, до використання глобальних комп'ютерних мереж. В даний час формування послуг готельно-ресторанного господарства передбачає використання глобальних розподільчих систем GDS (Global Distribution System), що забезпечують швидке і зручне бронювання квитків на транспорті, резервування місць у готелі, прокат автомобілів, обмін валюти, замовлення квитків на розважальні і спортивні програми і т. д. [1].

В готельно-ресторанному господарстві також широко поширений відеотекст, що поєднує можливості комп'ютерних систем резервування, електронної пошти, електронних газет. Готельно-ресторанний бізнес, будучи однією з найдинамічніших сфер економіки, являє собою високо насичену інформаційну галузь. Іншими словами, збір, зберігання, обробка і передача актуальної інформації є найважливішим і необхідною умовою функціонування будь-якого туристичного підприємства. У зв'язку з цим успішний розвиток туристичного бізнесу передбачає широке використання новітніх технологій у галузі створення послуг готельно-ресторанного господарства, так і його просування на ринок послуг.

Готельно-ресторанна індустрія дозволяє використовувати все різноманіття комп'ютерних технологій, починаючи від спеціалізованих програмних продуктів управління окремою туристичною фірмою до застосування глобальних комп'ютерних мереж. На сьогоднішній день в туризмі використовується досить багато новітніх комп'ютерних технологій, наприклад, глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, Smart Cards, інформаційні системи менеджменту та ін.

Вплив інформаційних технологій на туризм відчувається на різних стадіях створення та просування послуг готельно-ресторанного господарства. Найбільший вплив сучасні комп'ютерні технології надають на просування послуг готельно-ресторанного господарства (поширення і продаж). Насамперед це стосується можливості формування нових маркетингових каналів просування і збуту послуг готельно-ресторанного господарства. Так, в області реклами широке поширення отримала пряма розсилка туристичної інформації електронною поштою (direct-mail). В останні роки більшість туристичних підприємств створюють свої власні сайти в Інтернеті, а також використовують банерну рекламу [2].

Одним із основних напрямів застосування інформаційних технологій у туризмі є впровадження мультимедійних технологій, зокрема довідників і каталогів. В даний час туристичні довідники і каталоги випускаються в книжковому виконанні, на відеокасетах, на лазерних дисках CD-ROM, в мережі Інтернет. Електронні каталоги дозволяють віртуально подорожувати по

запропонованих маршрутах, переглянути ці маршрути в активному режимі, отримати інформацію про країні, об'єктах по трасі маршруту, дані про готелях, кемпінгах, мотелях та інших засобах розміщення, ознайомитися з системою пільг та знижок, а також законодавством у сфері туризму [3].

Інформаційні технології дозволяють ефективно управляти об'єктами будь-яких розмірів, від невеликих готелів до великих готельних комплексів. Номерний фонд, ресторани і бари, спортивний центр, більярдні зали - все підлягає оперативному управлінню. Гнучкість і оперативність управління за допомогою програмних комплексів допомагає швидко і чітко приймати маркетингові рішення, підвищити рівень обслуговування гостей, знизити витрати і підвищити фінансові показники підприємств. Вирішуються завдання продажу, бронювання, прийому та розміщення гостей, організації конференцій і банкетів, надання повних даних для фінансового контролю та обліку діяльності підприємств.

У галузі впровадження інформаційних технологій і автоматизації управління готелями та ресторанами Україна відстає від провідних розвинених країн світу. У той же час є величезні перспективи розвитку в цьому напрямі, оскільки на українському ринку розроблено більш десяти високоякісних сучасних систем автоматизації управління готелями та ресторанами, при чому деякі з них - це не адаптація зарубіжних систем.

Література

1. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.turbooks.ru/libro>.

2. Організація туризму. Підручник. За ред. Писаревського І. М. – Харків : ХНАМГ, 2008. – 541 с. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/pysarevsky.htm.

3. Информационные системы управления гостиничными комплексами Учебно-методическое пособие. - М.: ОАО «ГАО «Москва», 2007. - 96 с. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_tourism.

Бурляй А.П.

к.е.н., доцент кафедри економічної теорії

Панчук І.

Студентка 4 курсу 41-ек групи

Уманського національного університету садівництва

РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Черкащина є унікальним регіоном за історико-культурним значенням, географічним розташуванням та природно-рекреаційним потенціалом. Розташована в центральній частині України у лісостеповій зоні. Територія в цілому рівнинна і умовно поділяється на дві частини – правобережну і лівобережну. Значні підвищення рельєфу надають території гірського характеру. Цей район називають Канівськими горами і Мошногорами. Низинний, подекуди заболочений рельєф має лівобережна частина області, яка розташована в межах Придніпровської низовини [2,7].

В області досить густа річкова мережа, яку складає 181 річка. Найважливішою водною артерією є Дніпро, в який вливаються притоки Рось, Вільшанка, Тясмин та ін. Внутрішні води області – річки, озера, болота, підземні води і штучні водойми, джерела мінеральних вод.

Черкащина має достатню кількість гідрологічних ресурсів, серед яких є пам'ятки природи (водопад „Вир” в Маньківському, джерело „Криниця” в Канівському) і заказники загальнодержавного та місцевого значення (Котів яр, Заплавський заказник, Конельське болото, Шуляцьке болото) [6].

Тут зберігся останній великий суцільний лісовий масив українського лісостепу площею 40 тис. га – реліктовий Черкаський бір, що є пам'яткою природи [4].

Велике значення для оздоровлення та відпочинку населення мають рекреаційні ліси, до яких належать лісопаркові частини приміських зелених зон, лісові насадження навколо санаторно-курортних закладів, лісопарки, рекреаційні зони природних національних парків.

Розташування області у лісостеповій зоні зумовлює різноманітний видовий склад фауни. Налічується 66 видів ссавців, 280 видів птахів, 9 видів плазунів, 11 видів земноводних, 44 види риб.

Рекреаційні ресурси Черкащини – рівнинні та гірські рекреаційні ландшафти, річкові пляжі, лікувальні мінеральні води (понад 5 джерел). Поєднання різних рослинних угруповань, сприятливі кліматичні умови,

наявність численних водних об'єктів, а також джерел мінеральних вод визначають роль Черкаської області як важливого рекреаційного району [3].

Для розвитку туристичної сфери на Черкащині є такі передумови як:

- розгалужена мережа транспортних коридорів,
- можливість залучення всіх видів транспорту (автодорожнього, залізничного, водного, повітряного),
- наближеність до столиці держави,
- сприятливий клімат,
- наявність трудових ресурсів (відносно дешева робоча сила),
- розвинений аграрний сектор,
- багатий історико-культурний, історико-архітектурний та природно-рекреаційний потенціал області. [1, 9]

Аналіз ресурсних передумов розвитку рекреаційного господарства свідчить, що регіон володіє достатнім потенціалом для успішного функціонування галузі, та займає одне з провідних місць в Україні. Це створює умови для розвитку екотуризму та розбудови туристично-рекреаційних комплексів.

Всього на території Черкащини налічується 381 територія і об'єкт природно-заповідного фонду, в т.ч. Канівський заповідник, дендропарк Софіївка, Черкаський зоопарк, а також 6 парків пам'яток садово-паркового мистецтва (в місті Корсунь-Шевченківському, Тальному, Кам'янці, в с. Козацькому, Великій Буримці, Синицях).

Цікавими об'єктами туризму є: пам'ятка архітектури періоду Київської Русі – Успенський собор XII ст. та Шевченківський національний заповідник у м. Каневі, Державний історико-культурний заповідник "Батьківщина Тараса Шевченка", Національний заповідник Чигирин, музей О.С. Пушкіна і П.І. Чайковського у м. Кам'янці. Крім того, до послуг туристів – 21 музей державної форми власності, 26 районних та міських музеїв, 247 музеїв та музейних кімнат, що створені на громадських засадах, 132 історико-архітектурні пам'ятки регіонального значення та 37 – загальнодержавного значення.

Стратегічна мета розвитку туризму в області полягає у створенні туристичного продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити потреби туристів, забезпечити на цій основі комплексний розвиток території. Пріоритетними напрямками державної та обласної політики стануть реконструкція та будівництво нових туристичних об'єктів, підвищення якості та збільшення асортименту туристичних послуг. [5,8,9]

Туризм на Черкащині надає всі можливості для ознайомлення з історією,

культурою, звичаями, з духовними та релігійними цінностями, а також дає дохід місцевому бюджету.

Проаналізувавши масштаби освоєння туристично-рекреаційного потенціалу Черкащини, можна стверджувати, що процес його становлення й інтенсивності освоєння перебуває на початковій стадії. Це стосується як санаторно-курортної сфери, так і туризму.

Отже, Черкащина має великий різновид ресурсів, що дозволяють всебічно розвивати рекреаційний комплекс. Завдяки різноманітним ресурсам рекреаційний комплекс Черкаської області є багатофункціональним. Його діяльність дає всі можливості для розвитку туристичного бізнесу.

Література

1. Балашова Р.І. Організація діяльності туристичного підприємства. - К. : Центр учбової літератури, 2012. - 182 с.
2. Гончаренко Л.Д. Туристичні шляхи Черкащини. Черкаситурист. – Черкаси: «Інлес» - 2000. – С.12.
3. Держархів Черкаської обл., ф. Р-131, оп. 1., спр.18. С. 3.
4. Дмитрук О.Ю. Урбаністична географія. Ландшафтний підхід. Методика ландшафтного аналізу урбанізованих територій. - К., 1998.
5. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : Навчальний посібник.- К. : Центр навчальної літератури, 2007. - 223 с.
6. Клименко Т.С. До історії розвитку туризму на Черкащині //Студії з архівної справи та документознавства/Держкомархів України; УНДІАСД; К.,: 2005, - С.227
7. Масляк П.О. Рекреаційна географія : навчальний посібник / П. Масляк. - К. : Знання, 2008. - 343с.
8. Папкова Є. В. Туристичне краєзнавство: Навч. посіб. - К., 2003.
9. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності : підручник / Тетяна Сокол ; за ред. В. Ф. Орлова. - К. : Грамота, 2006. - 262 с.
10. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія К.: Центр навчальної літератури, 2007. - 312 с.

Бурляй Б.О.

учень 11-А класу

Уманської міської гімназії

Науковий керівник: Харук О.Ю.

ЗНАЧЕННЯ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ДЛЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Одним із перспективних напрямів розвитку туристичної галузі є сільський туризм. Українське село має надзвичайно багату історико-архітектурну спадщину, культуру, самобутній побут, даровані природою мальовничі ландшафти, а також лікувально-рекреаційні ресурси. Центральним суб'єктом в організації відпочинку на селі виступає сільська родина, яка проживає в селі, здійснює основну діяльність, пов'язану з веденням особистого селянського господарства, та побічну, – з використанням майна цього господарства для надання послуг у сфері зеленого туризму, а саме: забезпечення відпочиваючих житлом, харчуванням екологічно чистою, органічною продукцією, ознайомленням з місцевою культурою та традиціями тощо [1].

Водночас сільський зелений туризм, який фактично формується навколо сільської родини та її садиби, висуває свої специфічні вимоги до організації харчування, дозвілля, належних побутових умов.

Основними проблемами, що стоять на шляху широкого розповсюдження сільського туризму в Україні, є відсутність дійового господарського механізму розвитку даного виду діяльності сільського населення, що проявляється в наступному:

- політико-економічна нестабільність у державі;
- відсутність правового забезпечення розвитку сільського зеленого туризму;
- відсутність механізму раціонального та екологічно збалансованого використання природного та історико-культурного потенціалу для потреб туризму;
- невизначеність щодо схем кредитування, оподаткування, тарифів на житло та послуги;
- відсутність виваженої маркетингової політики в сфері сільського туризму;
- невисокий рівень кадрового забезпечення щодо діяльності з сільського туризму [2].

У створенні цікавої відпочинкової пропозиції власник агрооселі повинен

дбати про якість двох ключових аспектів агротуристичного продукту:

- матеріально-технічної якості (наприклад, розміри та умеблювання кімнати, оснащення їх побутовою технікою, оснащення гігієнічного вузла);
- емоційно-абстракційної якості (рівень сервісного обслуговування відпочиваючих).

Власники сільських осель мають усвідомлювати відповідальність, яку беруть на себе, організовуючи відпочинок у своїх помешканнях. Адже недоброякісне обслуговування може назавжди відбити у клієнта бажання відпочивати в селі.

Гість, який приїжджає відпочити у сільську оселю, бажає оглядати красиву природу. І тому краєвиди села повинні мати привабливий вигляд. Сільська громада має дотримуватися санітарно-гігієнічних умов проживання, дбати про відсутність сміттєзвалищ, естетичний вигляд будинків, вулиць, садів, громадських закладів.

Однією з головних складових відпочинкової пропозиції є умови проживання. Умови проживання повинні гарантувати можливість зручного нічлігу, дотримання особистої гігієни, наявність повноцінного харчування. Більшість господарів надають таку послугу, як харчування, яке базується на продуктах, вироблених у власному господарстві та органічних продуктах.

Органічне сільське господарство – це система ведення виробництва сільськогосподарської продукції на екологічних засадах, тобто без використання отрутохімікатів, синтетичних добрив, стимуляторів росту, генетично-модифікованих технологій тощо [3]. Комплекс агротехнічних заходів такого виробництва базується на суворому дотриманні сівозмін, використанні рослинних решток, застосуванні гною, компостів, сидератів, проведенні механічних прополювань та захисту рослин біологічними методами. Крім цього, землі, які використовуватимуться для ведення органічного землеробства, повинні відповідати певним вимогам щодо їх забруднення шкідливими речовинами. Тобто, система органічного виробництва ґрунтується на таких стандартах до процесу виробництва, які спрямовані на підтримку оптимального стану екосистеми на соціальному, екологічному та економічному рівнях.

Офіційні статистичні огляди ІФОАМ показують, що якщо на початок 2003 р. в Україні було зареєстровано 31 господарство, що отримало статус “органічного”, то в 2014 р. нараховувалось вже 164 сертифікованих органічних господарства, а загальна площа сертифікованих органічних сільськогосподарських земель склала 272 850 га. Більшість українських органічних господарств розташовані в Одеській, Херсонській, Полтавській, Вінницькій, Закарпатській, Львівській, Тернопільській, Житомирській областях. Українські сертифіковані органічні господарства – різного розміру –

від кількох гектарів, як і в більшості країн Європи, до понад десяти тисяч гектарів ріллі.

Тому розвиток органічного виробництва в Україні є досить актуальним на сьогодні для розвитку сільського туризму.

Література

1. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://tourlib.net>

2. Устименко Л. М., Афанасьєв І.Ю. - Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2005. – 320 с.: іл. Основні тенденції та перспективи розвитку вітчизняного туризму на рубежі ХХ- ХХІ століть – // Електронний ресурс - [Режим доступу] : <http://buklib.net/books/28702>

3. Основи органічного виробництва: навч.посіб. для студ.агр.вищ. закл./ П.О.Стецишин, В.В.Пиндус, В.В.Рекуненко та ін. – Вид. 2-ге, змін. і доповн. – Вінниця: Нова Книга, 2011. – 552 с.

УДК 338.48:21(477.86).

Василишена Н., Полищук В.

Студенти 3 курсу

Вінницького фінансово-економічного університету

Науковий керівник : к.е.н., доцент кафедри Лопатюк Р.І.

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ

Релігійний туризм – це самостійний вид туризму. У нього, як і в інших його видів, є свої різновиди: паломницький туризм, релігійний туризм екскурсійної спрямованості. У деяких випадках виділяють спеціалізовані тури, у яких об'єднуються прочани й екскурсанти. Частина цих поїздок відбувалася в країни, що представляють інтерес і для релігійного людини. Наприклад, в Святую Землю, до Греції, в Єгипет. У зв'язку з чим виникла необхідність визначити дані поняття. Паломництво «pilgrimage» – ходіння або подорож до святих місць з чітко визначеними культовими цілями. Паломництво в тій чи іншій формі прийнято практично у всіх релігіях і язичницьких культурах. Ця організація масових відвідин монастирів, святих місць є ні що інше, як – релігійний туризм, який ділиться на декілька напрямів в залежності від глибини ставлення людей до релігії:

Релігійний туризм виконує ряд важливих функцій, серед яких пізнавальна, естетична, виховна. Пам'ятки церковної історії і культури є засобом утвердження національної свідомості і самосвідомості, відтворення історичної пам'яті, виховання патріотизму, розвитку естетичних і художніх смаків.

Цікавляться релігією –35% людей. Вони вірять у Бога, але не так суворо ставляться до церковних атрибутицій і канонів. Вони намагаються відвідувати храми в православні свята і певні дні (наприклад, дні поминання) або з якихось інших особистих причин. Їм цікаві монастирі, саме життя в монастирях. Вони хочуть поклонитися святим чудотворним іконам і мощам, зробити обмивання у святих джерелах, поставити свічку, подати записку про здоров'я / за упокій рідних і близьких, внести посильний грошовий внесок на відтворення святині, привезти з собою з поїздки ікону, частинку святині, але : провести там, хоч якесь, навіть не дуже тривалий час їм не хотілося б.

Не цікавляться релігією – 13% людей. Вони їдуть відпочити, змінити обстановку, помилуватися природою та архітектурою, почути фольклор «глибинки», підвищити свій інтелектуальний рівень, вгамувати одвічну людську спрагу цікавості поспілкуватися з людьми приблизно їх кола, але не пов'язаних з ними ні чим, окрім самої поїздки [1].

Релігійна традиція кожного народу та наявні сакральні ресурси сприяють формуванню стійкого попиту на паломницькі тури та формуванню в нашій країні ринку релігійного туризму. Сенс паломництва, полягає у поклонінні святим місцям. Мільйони людей здійснюють паломницькі поїздки в сучасній Індії. Серед центрів паломництва слід зазначити місто Варанасі, найбільший релігійний центр, місто сотні храмів. За переказами, саме біля цього міста Будда виголосив свою першу проповідь.

Сильні традиції паломництва і серед послідовників іудаїзму. Згідно з віровченням іудаїзму, існує тільки один культовий центр, в якому може відбуватися богослужіння Єрусалимський храм. Він є об'єктом паломництва всіх євреїв стародавнього світу. Після його руйнування римськими військами в 70-му році місцем паломництва стала Стіна Плачу, імовірно створена з кам'яних блоків стародавнього храму. Протягом майже двох тисячоліть ця Стіна є місцем оплакування євреями колишньої величі Ізраїлю, Єрусалиму та його храму. Стіна до цього дня залишається для євреїв самим справжнім і ваговим символом їхньої єдності і зв'язки з історичною батьківщиною [3].

Історія паломництва українських людей до святих місць має багато яскравих сторінок. Це історія прагнення до святості, історія подвижництва. В кінці дев'ятнадцятого століття кореспондент однієї французької газети, що спостерігає за життям російських прочан у Єрусалимі, писав: «Народ, що вміє так молитися, має велике майбутнє». На жаль, традиції православного паломництва в нашій країні були втрачені. Паломництво – це частина релігії. Його зміст полягає у поклонінні святим місцям, скоєнні релігійного обряду або участь в такому, в духовному самовдосконаленні, здобутті благодаті, у зціленні духовному чи фізичному [2].

Таким чином, релігійний туризм має три форми:

- а) паломництво;
- б) екскурсійні тури по релігійній тематиці;
- в) спеціалізовані тури, у яких об'єднуються прочани й екскурсанти.

Отже, паломництво для християн – відвідування релігійних святинь з метою молитовного обіцянки, праці та збору пожертвувань на відновлення і розвиток монастиря чи храму. Цей різновид релігійного туризму представляє собою сукупність поїздок представників різних релігій з паломницькими цілями

Література

1. Бабарицька В. Менеджмент туризму. Туроперейтинг: Понятійно-термінологічні основи. Сервісне забезпечення турпродукту: [Навчальний посібник] / Вікторія Бабарицька, Оксана Малиновська, . – К.: Альтерпрес, 2004. – 286 с.
2. Міжнародний туристичний салон Україна 2011. Офіційний сайт. – Режим доступу: –<http://www.ukraine-itm.com.ua>
3. Продіус О.І. Проблеми соціально-економічного розвитку сільських поселень та шляхи їх вирішення / О. І. Продіус // Економічний вісник Донбасу. – 2012. – №4 (18).

УДК 338.48

Васильківська Н.

Студентка 3 курсу групи 37-ЕФ-12

Вінницького фінансово-економічного університету

Науковий керівник : к.е.н., доцент кафедри Лопатюк Р.І.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ НА УКРАЇНІ

Земельні ділянки та їх розвиток є важливим для будь-якої країни, а сільське господарство є вагомим чинником залучення коштів до українського державного бюджету. Тому завданнями для державної і місцевої влади є комплексне забезпечення розвитку сільських територій та створення для цього належних умов.

Одним із перспективних напрямків економічного розвитку сільської місцевості можна вважати розвиток туристичної індустрії. Майже всі сільські території в Україні мають потрібні для цього ресурси: мальовничі ландшафти, інші природні блага, трудові ресурси, певні збудовані інфраструктурні об'єкти. І при правильному їх використанні розвиток туризму стане можливим і досить

ефективним. Тому саме агротуризм можна визначити альтернативою розвитку сільських територій адже село, в першу чергу, – це середовище і спосіб життя людей, а вже потім – сфера виробництва.

Маючи невелику частку в структурі українського туризму та як елемент самозайнятості населення, агротуризм слід трактувати як малий туристичний бізнес. Сільський туризм (агротуризм) – це відпочинок в сільській місцевості, в зручних селянських будинках, де туристи ведуть сільський спосіб життя, знайомляться з місцевою культурою і місцевими звичаями, беруть участь в традиційній сільській праці [2].

До агротуризму відносяться підприємницька туристична діяльність, що здійснюється на базі аграрних підприємств та агроосель та пов'язана із сільським господарством та сільською місцевістю (споживання власних продуктів; можлива участь у сільськогосподарських роботах, відпочинок на селі, сезонність тощо). Характерною особливістю агротуризму є його екологічність, м'який вплив на довкілля. З іншої сторони, туристів найбільше приваблює саме природа та можливість життєдіяльності в ній через сільську місцевість та аграрне виробництво. Тому вживання термінів «екотуризм», «зелений туризм» щебільше поглиблює природозберігаючу сутність аграрного туризму [3].

Розвиток агротуризму має для України велике значення – тут вигода є для всіх: і для держави, і для сільських господарів, і для туристів. Зважаючи на сучасний стан екології та рівень життя в містах, можна з впевненістю стверджувати, що агротуризм є реальною можливістю людей на здоровий відпочинок за прийнятними цінами. Для сільських жителів розвиток агротуризму буде означати збільшення їх доходів і, як наслідок, підвищення рівня життя у селах. Також агротуризм зможе допомогти вирішити таке болюче питання, як зайнятість населення, створюючи додаткові робочі місця як для місцевих жителів, так і для мешканців інших територій. Зокрема, на туристичний сезон можна буде залучати до обслуговування молодь та студентство. Агротуризм може ще бути вагомим фактором залучення іноземців, які бажають вивчати наші національні традиції.

На даний момент агротуризм в Україні активно розвивається в Закарпатській, Івано-Франківській, Вінницькій, Львівській, Полтавській областях. Найактивніше цей вид туризму розвивається саме в Карпатах, де більша частина населення проживає у селі і дуже дбайливо зберігає національні традиції. Відпочиваючі здобувають новий досвід проживання в сільській місцевості, оздоровлюються в фізіологічному і психологічному аспекті, здобувають нові знання та розширюють свій кругозір. Розвинений агротуризм в будь-якій країні сприяє збереженню та значній популяризації національних

культурних традицій [2]

Для того, щоб сільський туризм та аграрний в його складі в Україні набули поширення і стали вагомим економічним внеском для родини кожного сільського господаря, необхідна тісна співпраця органів місцевого самоврядування, громадських організацій та сільських господарів. Для цього в Україні необхідно створити сприятливе для сільського населення, прозоре та дієве нормативно-правове поле, а також механізми контролю за виконанням чинних законів.

Отже, наша країна дуже підходить для розвитку саме туризму завдяки її історії, територіальному розміщенню та надзвичайно багатій природі. Україна славиться багатьма різноманітними пам'ятками архітектури і мистецтва, малярства і живопису, вабить своїми барвами кольорів, багатством квітів, безлічі мальовничих куточків, які розташовані по всій території України. Саме тому сільський агротуризм має всі шанси для подальшого процвітання і для забезпечення більшої стабільності нашої економіки.

Література

1. Агротуризм, сільський туризм: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Агротуризм>
2. Горішевський П.А. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. – Івано-Франківськ: Місто-НВ, 2003. –148 с.
3. Дишлюк Н.І. Туризм як складова управління комплексним розвитком сільських територій / Н.І. Дишлюк // Проблеми удосконалення управління в сучасних умовах: Зб. наук. пр. ПДАТУ – Вип. 16 (т.3) – 2008. – С 63.
4. Транченко Л.В. Перспективи розвитку сільського туризму як різновиддя зайнятості населення / Л.В. Транченко // Збірник наукових праць Уманського університету садівництва. –Умань, 2012. –Вип. 80 – С. 31-38.

УДК 338.48.

Веклич Д.Ю.,

студентка I курсу, 7 групи

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кожухівська Р. Б.

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ Й КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ

Створення нових інформаційних технологій має велике значення для розвитку суспільства. Вони активно перетворюють інші технології матеріального і нематеріального виробництва, в кінцевому підсумку формуючи новий стиль роботи, спосіб життя в цілому. Суть інформаційних технологій

становлять методи і засоби формування та підтримки інформаційних потоків у системах управління об'єктами, у тому числі, підприємствами сфери туризму.

В Україні інформаційні системи, у тому числі, у формі електронних комунікацій, є новим засобом організації туристичної сфери, тому вітчизняними науковцями вони досліджені недостатньо. Разом з тим, неспростовним фактом є те, що в нинішніх умовах використання інформаційних технологій у сфері туристичних послуг є необхідною умовою успішного просування туристичного продукту на національний та міжнародний ринок послуг. Сфера туризму вимагає застосування систем, які за найкоротший проміжок часу можуть надати відомості про доступність транспортних засобів, забезпечити швидке резервування, вирішення ряду питань в момент надання туристичних послуг. Особливо актуальним це є для операторів, що працюють у сфері в'їзного туризму, а отже, мають справу з туристичними агенціями країн, в яких поширення інформаційних технологій має тривалу історію і на даний момент розвивається більш значними темпами.

Індустрія туризму ідеально пристосована для впровадження сучасних ІТ, тому за останні десятиліття зазнала значного впливу науково-технічного прогресу. Система ІТ у туризмі охоплює інформаційні системи менеджменту, глобальні системи бронювання, мультимедіа, інтегровані комунікаційні мережі [1].

Вплив інформаційних технологій на розвиток туризму величезний, оскільки прямо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як кожного туроператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому. Це прямо впливає на конкурентоздатність фірми на сьогоднішньому ринку. Використання комп'ютерних мереж, Інтернету та інтернет-технологій, програмні продукти наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів туристичного бізнесу сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання на ринку в найближчому майбутньому.

Ефективне автоматизоване інформаційне і технологічне (АІТ) управління - це ключова ланка в підвищенні економічної ефективності і поліпшенні якості послуг. Тому для швидкого і безпомилкового контролю, повноцінного аналізу існуючої ситуації, швидкості і повноти обслуговування клієнта, неминучим і незамінним стає впровадження автоматизованих інформаційних систем.

У сьогоднішніх економічних умовах жорсткої конкуренції і ринкової економіки жодна успішна туристична фірма не може повноцінно розвиватися й ефективно просуватися без сучасних автоматизованих інформаційних технологій [2].

Таким чином, туристичний бізнес остаточно переходить на технологічні методи роботи, так як автоматизація дозволяє значно прискорити виконання

багатьох завдань, що стоять перед турфірмою, економити грошові кошти, підвищити ефективність роботи як кожного туроператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому. Це прямо впливає на конкурентноздатність фірми на ринку послуг в наш час. Тому дані процеси є вкрай актуальними для українського туристичного бізнесу. Використання мережі Інтернет, Інтернет-технологій, програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів туристичного бізнесу сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання на ринку послуг в найближчий час.

Література

1. Шкарлет, С.М. Інформаційні технології в туризмі / Все о туризме [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/vt5-1.htm. – E/CN.17/2001/PC21. – 5 с : CD "ІУТ", 2012. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) : кольор. ; 12 см. – Систем. вимоги: Pentium-266; 32 Mb RAM ; CD-ROM Windows 98/2000/NT/XP. –Title from screen.

УДК 448.38.

Вовченко К.І.

Студентка I курсу, 7 групи

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Науковий керівник: к.е.н., доцент Удовенко І. О.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИМИ КОМПЛЕКСАМИ

Туризм є важливою сферою світової економіки, динамічною галуззю народного господарства багатьох країн та передумовою ефективної регіональної економіки. Важливим є дослідження та обґрунтування проблеми удосконалення управління туристично-рекреаційною сферою разом з наявними можливостями та перспективами її розвитку саме в Україні.

Постіндустріальна трансформація економічних систем зумовлює прискорений розвиток сфери послуг, у якій вагоме місце займає туризм. Світові тенденції розвитку туризму свідчать про те, що вони можуть стати каталізатором оздоровлення економіки країни.

Враховуючи значний туристично-рекреаційний потенціал України, подальший розвиток туристичної сфери є вкрай важливим для економічного зростання країни. Сфера туризму не є визначним фактором в економічному розвитку нашої держави і створенні позитивного міжнародного іміджу.

Тому завдання розробки ефективних механізмів управління туристично-рекреаційною сферою в Україні набуває особливого значення для тих регіонів, які мають унікальні природно-кліматичні та туристсько-рекреаційні ресурси. У

процесі формування ринкового середовища в Україні значне місце відводиться реформуванню туристичної галузі, інституційним ядром якої є курортно-рекреаційний комплекс. В умовах переходу від командно-адміністративної економіки до ринкових умов господарювання, трансформаційні процеси у відносинах власності істотно вплинули на розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури, що спричинило появу цілком нових, практично ще не досліджених організаційно-економічних та господарсько-правових форм їх функціонування[1].

Тому актуальним як у науково-теоретичному, так і у практичному планах є завдання щодо розробки такої моделі функціонування туристично-рекреаційних комплексів, яка оптимізувала би організаційно-економічний механізм управління ним на певних територіях, враховувала рівень зростання туристично-рекреаційних потреб населення і дозволила б формувати конкурентоспроможний інструментарій реагування на них.

Однією з важливих концептуальних засад розвитку управління сучасними рекреаційними комплексами є нецільове використання земель рекреаційного призначення, оскільки недотримання екологічних стандартів щодо рекреаційних територій та рекреаційних ресурсів. Існує нагальна потреба у формуванні стратегії екологічно збалансованого розвитку рекреаційних територій, збереження і відновлення рекреаційних ресурсів.

Розвиток сучасних туристично-рекреаційних комплексів також характеризується суттєвою залежністю між рівнем завантаження санаторно-курортних закладів та величиною соціального страхування, відсутністю використання сучасних засобів маркетингового просування лікувально-оздоровчого продукту на ринку туристично-рекреаційних послуг, недостатнім рівнем відпочинкової інфраструктури соціально-економічного розвитку рекреаційних центрів.

Для вирішення вищезазначених проблем та усунення негативних тенденцій в розвитку сучасних територіальних санаторно-курортних комплексів доцільно провести комплексне дослідження запасів лікувально-оздоровчих ресурсів, з метою подальшого їх включення до державного кадастру природних лікувальних ресурсів України. Такий захід передбачає необхідність нормативно-правового регулювання питань щодо впорядкування і використання рекреаційних ресурсів, оптимізації системи оподаткування у санаторно-курортній сфері[2].

На сьогоднішній день визнано, що туризм став одним із важливих секторів у сучасній регіональній економіці, забезпечуючи значну частину податкових надходжень у місцевий бюджет, розвиток регіону та інфраструктури туристично-рекреаційної сфери. За даними дослідників, найбільш туристично

активними регіонами України є Крим, Львівська, Закарпатська та Одеська області, міста Київ і Севастополь. Проте якщо за статистичними даними у 2000 році туристична галузь у цих місцях стрімко розвивалася, то сьогодні ми можемо простежити щорічне спадання туристичних потоків на даних територіях[3].

Отже, аналіз сучасних тенденцій розвитку туристично-рекреаційної системи(ТРС) в Україні дозволяє зробити такі висновки:

1. ТРС вимагає активної державної підтримки;
2. Реформування ТРС та перехід до нових форм господарювання сприятиме наближенню її до міжнародних стандартів;
3. Недосконалість законодавчої бази є основною перешкодою нормального функціонування туристично-рекреаційної індустрії в Україні;
4. Перспективи розвитку ТРС зумовлені значним потенціалом України, яка при належних умовах функціонування може стати однією з провідних туристичних держав світу.

Література

1. Довбенко О.М. Спеціальні економічні зони туристсько-рекреаційного типу: світовий досвід// Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції « Ефективні інструменти сучасних наук-2007». – Т.1. Економічні науки.- Днепропетровск: Наука и образование, 2007. – С.61-63.
2. Мацола В.І. Рекреаційно – туристичний комплекс України . – Львів, 1997. – 259 с.
3. Томаневич Л. Основні шляхи підвищення ефективності розвитку міжнародного туризму в Україні//Формування ринкової економіки в Україні. Наук.Зб.-Вип.6.-Львів:Інтереко, 2000.- С.53-57.

УДК: 640.41 (477)

Волкова А.В.

Студентка групи ГРС(м)- 2

Мукачівського державного університету

Науковий керівник: к.т.н., доцент Головка О.М.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Ефективне функціонування готельної індустрії є важливим фактором позитивних змін в економіці держави, передумовою налагодження міжнародних зв'язків та інтеграції країни у світове співтовариство. Тому, приймаючи до уваги тенденції сучасного розвитку економічної ситуації в країні, які характеризуються активізацією структурних зрушень на користь

сфери послуг, актуалізується питання детального дослідження основних аспектів розвитку готельної індустрії, як основної складової туристичної галузі України.

В наш час дослідженню основних тенденцій та перспектив розвитку готельного господарства України приділяється значна увага. Окремі аспекти функціонування та розвитку готельних підприємств розглядаються у наукових працях вітчизняних і зарубіжних авторів: В.А. Азара, Р.А. Браймера, О.П. Дуровича, Г.П.Вітавської, В.М. Тупкало, Ю.Я. Опанащук, Л.А. Петренко та інших.

Географічне положення України сприяє розвитку туризму, а отже і готельної справи країни. Але, не зважаючи на це, у порівнянні з іншими туристичними центрами, Україна посідає одне із останніх місць у списку європейських країн по кількості готелів. [1]

Значне збільшення підприємств готельного типу та номерного фонду за період 2002-2010 років було пов'язано з ростом об'ємів в'їзного туризму і значним підвищенням завантаження вже існуючих підприємств готельного господарства. Сприятливими факторами для пришвидшення темпів розвитку готельного бізнесу слугували: прийняття Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 рр., покращення законодавчої бази для готельної справи, відміна готельного збору, а також бюджетне фінансування програм по розвитку туризму. Завдяки цьому кількість підприємств готельного типу за період 2007-2010 рр. зросла на 18% і складала 1731 одиниць. На динаміку розвитку готельного бізнесу значно вплинула також і підготовка країни до приймання гостей чемпіонату з футболу в 2012 р. За даними Держстату України на 2013 рік кількість готелів та аналогічних засобів розміщення становить 3582 одиниць, а номерний фонд складає 179,1 тис. [5]

Всі зазначені тенденції призвели до збільшення кількості туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України з 2,3 млн. чол. у 2010 році до 3,5 млн. чол. у 2013 р. [4](табл. 1.)

Таблиця 1

Туристичні потоки в Україні

Роки	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього	Із загальної кількості туристів:			Кількість екскурсантів
		іноземні туристи	туристи громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи	
2010	2280757	335835	1295623	649299	1953497
2011	2199977	234271	1250068	715638	823000
2012	3000696	270064	1956662	773970	865028
2013	3454316	232311	2519390	702615	657924

Але, проаналізувавши данні, щодо кількості іноземних громадян, які відвідали Україну з метою туризму з 2010 р. до 2013 року можна зробити висновок, що спостерігається чітка тенденція спаду туристичного потоку.

За даними Всесвітньої туристської організації ООН (UNWTO) і статистичної інформації Світового банку (World Bank) Україна вийшла в першу 20 країн-лідерів світу за обсягами залучення туристів. Щорічно нашу країну відвідувало понад 20 млн. гостей з інших країн. Згідно даних Державної статистичної служби, у 2013 році Україну відвідали 24,7 млн. осіб, що на 1,7 млн. осіб більше, ніж у 2012 році, або на 7,2% у відносному вираженні. [5]

У зв'язку з ситуацією, яка склалася в нашій країні в період кінець 2013-початок 2014 року, заповнюваність готелів значно впала, а туристичний потік стрімко пішов на спад. Також на ситуацію із заповнюваністю номерів вплинуло відкриття нових підприємств готельного типу. За даними експертів зменшилася кількість не тільки іноземних туристів, а й самі українці стали менше подорожувати всередині країни [3]. Усі ці чинники значно впливають на розвиток готельного бізнесу України.

Для розвитку готельної індустрії України необхідно створювати позитивний туристичний імідж як країни в цілому, так і окремих її туристичних регіонів. Залучити туристів допоможе встановлення відновлення історичної цінності багатьох місць, а також стабілізація політичної та економічної ситуації в державі. Особливу увагу в перспективі розвитку готельної індустрії в майбутньому необхідно приділити не тільки підвищенню потоків іноземного туризму, а і сприяти подальшому розвитку внутрішнього туризму - збільшенню кількості громадян України, які виявляють бажання подорожувати всередині країни.

Література

1. Тупкало В.М., Вітавська Г.П. Стратегія розвитку готельного бізнесу в Україні // Економіка та держава. – 2007.- №4. – с. 43-44.
2. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 348 с.
3. Індустрія гостинності: прогноз на 2013 рік. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.eu.com/UA/uk/Industries/Real-Estate
4. Тенденції в готельному секторі України :[Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.mayerconsulting.com>
5. Державний комітет статистики України:[Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Гайдук В.В., Маліновська Н.Ю.

студентів 3го курсу

Державного університету телекомунікацій

Науковий керівник: д.е.н., доцент Хлівна І.В.

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СУЧАСНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Готельно-ресторанний бізнес України в останні роки зріс надзвичайно високими темпами. Тому особливої уваги заслуговує питання його подальшого розвитку. На сьогодні вже не існує сумнівів щодо необхідності переходу України на інноваційну модель економічного розвитку, оскільки практика доводить, що саме інноваційні зрушення на сучасному етапі розвитку країни здатні не тільки забезпечити високі показники економічного росту, але й вирішити певні екологічні, соціальні проблеми, забезпечити конкурентоспроможність національної економіки, підвищити економічний потенціал України. Однак в Україні практично не створенні умови для ефективного здійснення інноваційної діяльності. Перешкоди фінансового, політичного, правового, організаційного характеру постають на шляху масової реалізації інновацій. Процеси створення нових інноваційних структур, які здатні реалізувати цілком комерційні проекти, мають стихійний характер [1]. На сьогодні туризм для України є важливим чинником соціально-економічного розвитку як у середині держави, так і в зовнішньоекономічній діяльності. Вже зараз туристична галузь виробляє 8% валового внутрішнього продукту та 20% зовнішньоторговельного обороту України [2]. Проте, ситуація, що склалась в туристичному господарстві України практично неконкурентоспроможна на світовому ринку: слабка матеріально-технічна база, яка потребує реконструкції або нового будівництва привабливих для туристів об'єктів.

Пошвидження розвитку туризму України та подолання негативних тенденцій можливе шляхом впровадження нововведень. Активізація використання інноваційного чинника призведе до створення конкурентоспроможної туристичної індустрії країни.

Дослідженню інноваційних процесів в різних сферах економіки присвячена велика кількість робіт. На даному етапі вдосконаленню інноваційної діяльності та вирішенню зазначених проблем спрямовані дослідження вітчизняних учених О.І.Амоши, Ю.М.Бажала, В.М.Гейця, О.О.Лапко, Б.А.Маліцького, Л.І.Федулової. Вивчення наукових праць, методичних розробок і практичних рекомендацій з проблематики розвитку

туризму підтверджують, що питання розробки і втілення інновацій в туризмі дослідженні недостатньо, що негативно впливає на стан галузі. Тому вирішення цієї проблеми в туристичній індустрії України є особливо актуальним.

Отже, інноваційна діяльність в сфері туризму повинна бути спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних та телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно – управлінської діяльності.

Туристична діяльність це не лише надання послуг по організації подорожей, але й джерело надходжень до бюджет країни. Багато країн світу за рахунок розвиненого туристичного бізнесу вирішують низку фінансово-економічних проблем держави.

1. Визначення та розробка принципів політики в сфері туризму, програм їх реалізації, механізму контролю і дослідження результатів діяльності (організація статистики, відомчих досліджень);

2. Розробка і прийняття комплексу законодавчих актів і розпоряджень, що забезпечуватимуть сприятливе правове середовище для розвитку інноваційної діяльності в туризмі;

3. Формування в Україні системи взаємодіючих та взаємодоповнюючих інноваційних структур (інноваційні центри, технопарки, технополіси, центри оцінки технологій, агентства по трансферу технологій, бізнес центри, бюро патентного та юридичного захисту, інтелектуальної власності, бюро незалежної експертної оцінки проектів, відділи маркетингу і реклами продукції, центри міжнародного зв'язку і телекомунікацій, лізингові і транспортні компанії, центри підготовки і підвищення кваліфікації працівників турбізнесу та ін.);

4. Формування в Україні системи взаємопов'язаних фінансових інститутів, призначених для фінансування інфраструктури інноваційної діяльності і інноваційних проектів в галузі туризму та рекреації;

Література

1. І.В.Космидайло. Проблеми інноваційного розвитку в Україні та шляхи їх вирішення//Актуальні проблеми економіки.-2007.-№2(68) - С.20.

2. Про інноваційну діяльність:Закон України від 4 липня 2002 року № 40-IV//zakon1.rada.gov.ua.

3. Л.И. Бороденко. Улучшение качества гостиничных услуг // Культура народов Причерноморья. – 2002. - № 34. – с. 191.

4. Лепейко Т.І., Коюда В.О., Лукашов С.В. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. – Хароків: ВД «ІНЖЕК», 2005, С.36.

5. Крупка М.І. Фінансово – кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України. – Львів: Вид.центр ЛНУ ім..Франка, 2001, С.28.

6. Інноваційні процеси економічного розвитку: Вітчизняний та зарубіжний досвід // Тези доповідей Всеукраїнської конференції молодих учених і студентів.-Тернопіль: ТНЕУ, 2007.

УДК 65.01:65.012

Галицкий В.В., Чорний Б.С.

аспіранти кафедри економічної безпеки Одеської національної академії харчових технологій

Науковий керівник: Мармуль Л. О., завідувач кафедри економічної теорії і фінансово-економічної безпеки Одеської національної академії харчових технологій, д.е.н., професор

РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Отже, заходи щодо сприяння реконструкції та розвитку існуючих готельно-туристичних комплексів і санаторно-курортних закладів, поліпшення якості їхніх послуг можна згрупувати за такими напрямками: забезпечення мінімального комплексу характерних туристичних послуг – розміщення + харчування; для цього готельним і туристичним підприємствам необхідно привести номерний фонд у відповідність до мінімальних санітарно-гігієнічних вимог, створити власну матеріально-технічну базу харчування туристів; приведення послуг гостинності до Європейських стандартів через категоризацію рівня комфорту за Європейською системою «зірок».

Важливим значенням має забезпечення асортименту послуг гостинності за всіма категоріями орієнтовно у таких пропорціях: економ-клас (1 чи 2 «зірки») – 25%, туристичний клас (3 «зірки») – 50%, перший або люкс-клас (4 чи 5 «зірок») – 25%; на високоатракативних територіях частка люкс-класу може зростати за рахунок економ-класу і навпаки – розширення комплексу послуг, що надають готельні та туристичні підприємства, за рахунок організації екскурсійних, анімаційних, спортивно-рекреаційних і розважальних програм.

Розвитку туризму сприяє створення матеріально-технічної бази для забезпечення цих програм (басейни, тенісні корти, ковзанки, барбекю-альтанки, дитячі майданчики, транспорт для екскурсій і трансферу, прокат туристичного спорядження, човнів, велосипедів, квадроциклів та ін.); поліпшення профільної матеріально-технічної бази на туристичних комплексах, зокрема на гірськолижних: прокладання нових трас, заміна бугельних витягів на крісельні, встановлення снігових гармат, оновлення прокатного гірськолижного спорядження та ін.;

Пропонована схема кластерного розвитку туристичних підприємств у

Буковинських Карпатах забезпечує техніко-економічне обґрунтування та інвестиційні проекти будівництва нових «якірних» туристичних об'єктів, які б слугували «локомотивами» туристичного господарства регіону. Зокрема, необхідно насамперед підтримувати такі проекти: великі гірськолижні комплекси на схилах північної експозиції з перепадами висот 300–600 м, розвинутою мережею трас різної категорії складності загальною протяжністю не менше 10 км, канатно-крісельними дорогами та бугельними витягами; великі спортивні туристичні бази – місця початку і закінчення радіальних та кільцевих маршрутів, пункти відпочинку на лінійних маршрутах різної категорії складності (пішохідних, водних, велосипедних та ін.).

На основі схеми кластерного розвитку туристичних підприємств в Дністровській зоні доцільно розробити техніко-економічне обґрунтування та інвестиційні проекти будівництва нових «якірних» туристичних об'єктів, які б слугували «локомотивами» туристичного господарства регіону. Зокрема, перспективними обґрунтовані такі проекти: великий водно-рекреаційний туристичний комплекс з аквапарком в районі Дністровського водосховища зі значною площею водного плесо та пляжами, придатними для родинного відпочинку з дітьми.

На основі організації кластерного розвитку туристичних підприємств у Чернівецькій області, в межах туристичних пунктів з родовищами мінеральних вод, що мають значний дебіт і високі профілактично-лікувальні властивості, перспективним є будівництво нових і реконструкція старих бальнеологічних санаторно-курортних комплексів. Забезпечити механізм фінансової та організаційної підтримки модернізації існуючих великих готелів області, можна через надання пільгового кредиту та звільнення від податку на землю на період модернізації.

У межах кластерного розвитку туристичної діяльності у регіоні необхідно здійснити заходи щодо сприяння реконструкції старих і будівництва нових садиб сільського зеленого туризму, поліпшення якості їхніх послуг. Результат успішного виконання Стратегії розвитку туризму в Чернівецькій області буде вимірюватися позитивними економічними та соціальними змінами, досягнутими за рахунок реалізації стратегічних цілей і виконання завдань удосконалення функціонування туристичних підприємств. Реалізація стратегії ґрунтується на прийнятті її обласною радою. Для досягнення стратегічних цілей вкрай необхідні обґрунтовані управлінські стратегії, а також людські та фінансові ресурси, інформація та дорадництво у підприємстві.

З метою впровадження, моніторингу та оцінювання Стратегії туристичні суб'єкти, що реалізують Стратегію, створюють дорадчий орган «Координаційна Рада розвитку туризму в Чернівецькій області», до складу

якого пропонується увійти представникам влади, бізнесу, освітніх та наукових закладів. Рада формується на паритетних засадах з представників влади, комерційних та некомерційних партнерів. Вона скликатиметься щонайменше чотири-шість разів на рік. До завдань Ради буде входити:

- здійснення заходів, метою яких буде визначення відчутного прогресу (досягнення цілей Стратегії), а також моніторингу їх наслідків;
- аналіз результатів діяльності туристичних підприємств, що здійснюється відповідно до Стратегії стосовно території, яку охоплює даний документ, оцінювання;
- рекомендації суб'єктам господарювання, що реалізують Стратегію щодо здійснення подальшої туристичної діяльності для внесення відповідних змін в Стратегію: цілей, місії, процедур, показників ефективності, оціночних планів тощо.

УДК 338.48

Гребенюк А.Ю.

Студентка 3 курсу, 4 групи

Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кожухівська Р. Б.

ЕКОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Туризм уже давно належить до найбільш прибуткових і таких, що інтенсивно розвиваються, галузей світового господарства. Розвиток туризму відіграє важливу роль у вирішенні соціальних проблем. У багатьох країнах світу саме за рахунок туризму з'являються нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення, створюються передумови для поліпшення платіжного балансу країни. Необхідність розвитку сфери туризму сприяє підвищенню рівня освіти, удосконаленню системи медичного обслуговування населення, впровадженню нових засобів та способів поширення інформації. Туризм впливає на збереження й розвиток культурного потенціалу, сприяє гармонізації відносин між різними країнами та народами.

Важливою функцією туризму є те, що він змушує уряди, громадські організації й комерційні структури брати активну участь у справі збереження й оздоровлення навколишнього середовища. З метою запобігання негативного впливу туризму на довкілля органи місцевого самоврядування, органи контролю, адміністрації природоохоронних установ постійно контролюють дотримання вимог природоохоронного законодавства, щоб не спричинити

явище рекреаційного навантаження і деградації природного середовища [4].

Екологічний туризм з його рекреаційними і пізнавальними можливостями покликаний сформувати суспільну свідомість щодо охорони та раціонального використання природних багатств, донести до людей нагальність і важливість питань захисту навколишнього середовища. У багатьох країнах екологічний туризм стає супутником і невід'ємною частиною всіх видів туризму, інтегрує їх у загальний процес, а завдяки своєму максимально доступному (наочному) просвітницькому та освітньому потенціалу є чи не єдиним регулятивним та формуючим поведінку важелем управління урбанізаційними процесами, раціонального природокористування та охорони природи. Він дозволяє пом'якшити удари, що завдає природі бездумне ставлення до неї людини, зберігає кутки незайманої природи і сприяє примноженню природних цінностей не тільки за допомогою екологічної просвіти, але і за рахунок коштів, що спрямовуються з прибутків від екологічного туризму на вирішення цих завдань.

У найбільш загальному розумінні екологічний туризм, є формою активного відпочинку з екологічно значущим наповненням – особливий інтегруючий напрямок рекреаційної діяльності людей, що будують свої взаємовідносини з природою та іншими людьми на основі взаємної вигоди, взаємоповаги та взаєморозуміння. Туристи отримують від такого спілкування з природою певний фізичний, психологічний, інтелектуальний та емоційний запас міцності та здоров'я, а природа при цьому зазнає мінімальних оборотних впливів і втрат, місцеві мешканці отримують соціальні та економічні стимули до збереження природи та традиційного природокористування [3].

На сьогодні існує дві основні групи визначення поняття екологічного туризму: у першій, головним об'єктом останнього є природа та її захист. У другій, екотуризм розглядається як приклад стійкого туризму. Цей вид діяльності базується й реалізує на практиці головні принципи концепції стійкого розвитку. В цілому одним із найповніших є визначення О. Любіцевої, згідно з яким, екологічний туризм – це напрямок туризму, який базується на максимізації використання природно-рекреаційних благ та ресурсів і спрямований на еколого-просвітницьку діяльність [2]. Окрім власне екотуризму, є споріднені поняття, на зразок: природний туризм, біотуризм, пригодницький туризм, агротуризм тощо.

Серед проблем екологічного туризму слід вказати такі аспекти:

- негативний вплив на природу, особливо природно-захисні смуги;
- естетичний аспект, який полягає у вихованні гуманного ставлення до природи, як у організаторів екотурів, так і екскурсантів;
- дотримання концепції надання переваги збереженню природи перед

власне туризмом [2].

Вирішити ці проблеми допоможе чітке визначення мети екологічного туризму: він має бути не просто розважальною діяльністю, направленою на отримання максимальних прибутків від обслуговування туристів, його основна функція – просвітницька; людина, яка відвідала будь-який екологічний маршрут має в першу чергу дізнатись щось нове про природу, а також відновити свої фізичні та особливо моральні сили за рахунок перебування в умовах мало зміненої природи [1].

Отже, дослідження у сфері розвитку екологічного туризму сприятимуть збереженню природи та поліпшенню екології.

Література

1. Екологічний туризм, як перспективний напрям розвитку туристичної індустрії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kdpu.edu.ua>

2. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О. О. Любіцева, В. К. Бабарицька. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 335с.

3. Регіональні аспекти розвитку та функціонування екологічного туризму. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://otherreferats.allbest.ru>

4. Готельно-ресторанний бізнес на сучасному етапі розвитку ринкової економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourlib.net>

УДК 65.012.23

Грибок К.О., Носенко Ю.О.

Студентки 1 курсу, 11 гр групи

Уманського національного університету садівництва

Науковий керівник : викладач Непочатенко В.О.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Сектор готельних послуг залишається на сьогоднішній день одним з найбільш динамічно розвинутих секторів економіки України. Ненасичені ринки готельних послуг різного рівня є прекрасною можливістю для готельних операторів упевнено увійти на український ринок і проводити політику розширення свого впливу в галузі. Від того, наскільки вірний аналіз ринкової ситуації залежатиме в майбутньому склад учасників українського ринку «індустрії гостинності». В усьому світі готельно-ресторанний бізнес є одним з найбільш привабливих для інвесторів, а його рентабельність у розвинутих країнах не буває нижчою за 40%, при цьому в “туристичних” зонах відмітка досягає 100%.

Попит на готельні послуги зосереджено у чотирьох основних категоріях клієнтів до яких входять: керівники середньої ланки, спеціалісти іноземних, а також вітчизняних компаній, відомі бізнесмени, політики, вітчизняні відрядні, іноземці та вітчизняні туристи. Саме через такий поділ українським рестораторам доводиться враховувати національні нюанси - низьку купівельну спроможність більшої частини населення, відсутність налагодженої системи постачання, дефіцит висококваліфікованого персоналу. Важко знайти кваліфікованого офіціанта, який би міг обслужити іноземця. Жодний заклад освіти в Україні не готує справжніх професіоналів. Не існує курсів підвищення кваліфікації кухарів. Тому доводиться відправляти працівників на стажування чи тимчасово наймати іноземця, щоб він навчив кухаря-українця. Експерти вважають, що вітчизняний ресторанный ринок розвивається дуже динамічно, але до повного насичення ще далеко [3].

Зараз дуже щільно заповнений сегмент закладів з національною та європейською кухнею. Суттєво ущільнився сегмент екзотичних ресторанів - з японською, китайською та кавказькою кухнями. Також дуже мала кількість ресторанів соєвого харчування та вегетаріанського харчування. Через велику кількість ресторанів і малу платоспроможних клієнтів - між учасниками ринку йде справжня війна за відвідувачів, посилюється конкуренція між закладами. Однією з найгостріших проблем ринку є проблема постачання продуктів та спиртних напоїв. Ресторатори кажуть, що постачальники, які пропонують якісну продукцію невинувато завищують ціни, у той час як ресторатор зважаючи на конкуренцію не може збільшити ціну на страви, а тому зменшується прибутковість.

Готельний бізнес є основною складовою туристичної галузі України. Вигідне географічне положення України сприяє не тільки розвитку готельної справи але й туризму. Проте маючи сприятливе географічне положення Україна на сьогоднішній день займає одне із останніх місць у Європі за розвитком туристичної індустрії [2].

Туристична галузь набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери в Україні, стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію. Розвиток туризму в Україні істотно впливає майже на всі сектори економіки (сільське господарство, торгівля, транспорт та ін.).

Існують певні фактори, які гальмують розвиток туризму:

- відсутність цілісної системи державного управління туризмом у регіонах та недосконалість нормативно-правової бази;
- недостатність методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави;

- повільні темпи зростання обсягів інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму;
- невідповідність переважної більшості туристичних закладів міжнародним стандартам;
- відсутність інноваційних проектів та наукових досліджень з питань розвитку перспективних видів туризму;
- недостатня забезпеченість туристичної галузі висококваліфікованими спеціалістами;
- недосконалість бази даних стосовно об'єктів туристичної сфери;
- незбалансованість соціальної та економічної ефективності використання рекреаційних ресурсів та необхідність їх збереження [4].

Отже, для того щоб забезпечити належний рівень конкурентоспроможності України у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу, маємо зазначити, що такі питання як удосконалення структури управління, реалізація державної політики у цій галузі, підвищення належного рівня обслуговування, будуть приведені в дію при запровадженні нових інновацій для пошуків нових клієнтів, різного роду заохочення та підвищення належного рівня сервісу, а найважливішим завданням залишається створення позитивного іміджу України, як туристичної держави.

Література

1. Кабінет Міністрів України. Постанова від 29 квітня 2002 р. № 583. Київ. Про затвердження туризму на 2002-2010 роки.
2. Агеєва О.А. Туризм і готельне господарство : підручник / О.А. Агеєва, Д.Н. Акуленок, Н.М. Васильєв, Ю.Л. Васянін, М.А. Жукова – М.: Екмос, 2004. – 400 с.
3. Бурлина М. В. Развитие туризма как фактор формирования имиджа территории. Туризм и культурное наследие [Электронный ресурс] // Режим доступа : http://tourlib.net/statti_tourism/burlina.htm
4. Строганова С. О. Секреты туристического бизнеса: от туриста до профессионала // [Электронный ресурс] Режим доступа : http://tourlib.net/statti_tourism/stroganova.htm

УДК 448.38.

Грушова К.І.

Студентка I курсу, 7 групи

Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Науковий керівник: к.е.н., доцент Удовенко І.О.

СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ, ЯК ЗАСІБ ОЗДОРОВЛЕННЯ НАСЕЛЕННЯ

Ще кілька десятиліть тому у географії туризму не можна було говорити про спортивний туризм як про напрямок, що сформувався. Раніше поїздки, наприклад, з метою катання на лижах, не були настільки масовими, та й оснащення гірськолижних центрів не відповідало вимогам споживачів. Нині ситуація кардинально змінилася. Особливо великий інтерес туристи виявляють до поїздок у зимовий період у гірськолижні центри, а також на спеціальні спортивні заходи, серед яких найпопулярнішими є зимові та літні Олімпійські ігри, а також чемпіонати світу з футболу і хокею.

Спортивний туризм - різновид туризму з подолання певного відрізка земної поверхні, який називають маршрутом. При цьому під "земною поверхнею" мається на увазі не лише ґрунтова поверхня Землі, але також і кам'яна, і водна. Під час проходження маршруту долаються різні специфічні природні перешкоди. Наприклад, гірські вершини і перевали (у гірському туризмі) або річкові пороги (у сплавах річками).

Шанувальники різних видів спорту готові викладати тисячі доларів на поїздки до місць змагань. Цей вид туризму охоплює дві основні категорії мандрівників: учасники заходів (спортсмени й офіційні особи) і глядачі. Перша група є відносно невеликою, до другої групи належать численні туристи, здатні в багато разів збільшити кількість прибуттів у визначену країну. Особливо помітно туристські потоки зростають в олімпійські роки, а також у період проведення чемпіонатів світу з футболу і хокею. Але й туризм впливає на вибір місця проведення Олімпійських ігор. Як відомо, найбільше Олімпійських ігор було проведено в Європі та Північній Америці, які є ідеальними територіями з позиції транспортних маршрутів, отже, з точки зору туризму, оскільки можуть забезпечити велику відвідуваність змагань. Саме тому для проведення олімпійських заходів переважно обирають центри міжнародного туризму або території, що з певних причин можуть бути віднесені до таких. Практично всі столиці Олімпійських ігор (Париж, Рим, Лондон, Афіни та ін.) відповідають цьому критерію. Виняток становить Сент-Луїс, що приймав Ігри 1904 р. Більше половини цих міст є столицями держав, містами-мільйонерами чи столицями штатів, земель тощо. Майже всі олімпійські центри розміщені на найважливіших транспортних маршрутах, що гарантує добре транспортне

обслуговування величезного потоку туристів [1].

Розвиток нових напрямків спортивного туризму екстремального, пригодницького, вітрильних та інших подорожей, проведення комбінованих за видами туризму подорожей з використанням наявних природно-рекреаційних, історико-культурних та кадрових ресурсів країни, не тільки створює умови для залучення до активних занять спортивним туризмом населення України, а й має стимулюючий вплив на розвиток міжнародного та зарубіжного туризму, сприяє загальному розвитку туристичної галузі України як потенційно високорентабельної галузі економіки та її входженню до світового туристичного ринку.

Однак, на сьогодні, незважаючи на наявні потенційно великі можливості, свою соціальну та економічну значимість, спортивний туризм в Україні розвинений недостатньо. Труднощі, з яким зіткнувся в своєму розвитку спортивний туризм, в першу чергу, пов'язані з економічними проблемами розвитку суспільства, а також з майже повною відсутністю державної та громадської підтримки цього виду спорту, недосконалістю, а в окремих випадках і відсутністю сучасної нормативно-правової, методичної та інформаційної бази, яка б враховувала його реалії, а також внутрішніми організаційними проблемами в самому туристсько-спортивному русі, що накопичилися за останні роки.

Базовою умовою подальшого динамічного розвитку спортивного туризму є створення його ефективної національної моделі як масового самодіяльного спорту та спорту вищих досягнень, яка сприяла зростанню спортивної майстерності туристів [2].

На мою думку, спортивний туризм стає все більш глобальним та економічно вигідним видом туризму. Велика кількість людей відвідують змагання міжнародного значення, а країни, які приймають їх, розвивають свою інфраструктуру та економіку.

Література

1. Спортивний туризм [Електронний ресурс] : / Режим доступу: http://pidruchniki.com/1754090643588/turizm/sportivniy_turizm. – Е/CN.17/2001/PC21. – 5 с : CD "ІУТ" , 2012. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) : кольор. ; 12 см. – Систем. вимоги: Pentium-266; 32 Mb RAM; CD-ROM Windows 98/2000/NT/XP. –Title from screen.

2. Спортивний туризм у світі [Електронний ресурс] :/ Режим доступу: <http://ukrbukva.net/page,2,66065-Sportivnyiy-turizm-v-mire.html>. – Е/CN.17/2001/PC21. – 5 с : CD "ІУТ" , 2012. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) : кольор. ; 12 см. – Систем. вимоги: Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; CD-ROM Windows 98/2000/NT/XP. –Title from screen.

УДК 338.48:21.

Гуримська М.

Студентка 3 курсу групи 56-БЕ-12

Вінницького фінансово-економічного університету

Науковий керівник : к.е.н., доцент Лопатюк Р.І.

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ГІРСЬКИХ РАЙОНІВ УКРАЇНИ

Гірські райони характеризуються наявністю унікальних туристично-рекреаційних, природних ресурсів та багатою екосистемою. На сьогодні потенціал гірських регіонів використовується не в повній мірі, це зумовлено низкою факторів, які призупинюють розвиток туризму та рекреації в гірських районах України.

Природно-ресурсна база в гірських районах налічує понад 800 джерел і свердловин лікувальних мінеральних вод всіх віх відомих типів, більшість з яких унікальні в своїй природі, розвідано значні запаси лікувальних грязей та озокериту. Ці ресурси у поєднанні зі сприятливими кліматичними умовами є природною базою для розвитку санаторно-курортної діяльності. Протягом року без шкоди для природного довкілля регіон має можливість прийняти до 8 млн. відпочиваючих і туристів.

Західні регіони України мають вигідне географічне положення. Щільна мережа транспортних шляхів, у тому числі й міжнародного значення, міжнародне авіасполучення державний кордон з п'ятьма країнами – є сприятливими факторами залучення не лише внутрішніх туристів, але відпочиваючих із багатьох країн світу, у тому числі країн ЄС.

Карпатський регіон має значний потенціал неосвоєних природних ресурсів з лікувальними властивостями для відкриття нових закладів, а також можливості введення в експлуатацію низки непрацюючих санаторно-курортних закладів. Карпати завдяки складному рельєфу мають потужний потенціал для розвитку таких видів активного туризму, як: гірськолижний туризм, рафтинг, сплав річками, альпінізм, дельтапланеризм, гірський велотуризм та інші. А потенціал гірськолижного спорту відповідає вимогам світових у т.ч. європейських стандартів.

Гірські райони західних регіонів України мають на своїй території значну кількість пам'яток історії, культури та архітектури. Карпатський регіон належить до найбагатших на Україні територій на пам'ятки історії та культури. У гірських районах збереглась багата духовна культура – етнічні звичаї і обряди, народні промисли, місцевий етнічний фольклор, це все приваблює туристів та може стати фактором для залучення інвестиційних коштів.

Так, як гори створюють специфічні, надзвичайно складні умови для проживання та господарювання. Найгостріша проблема розвитку цих територій – проблема зайнятості. Відсутність стабільної роботи, що призводить до низького рівня добробуту жителів гірських районів. Саме тому розвиток туризму, з відповідною організацією обслуговування, із розвитком інфраструктури сприятиме зростанню зайнятості місцевого населення.

Відзначаючи пріоритетність туризму та рекреації для активізації регіонального розвитку було створено Державну стратегію регіонального розвитку України до 2015 року.

Для Карпатського регіону туризм та рекреація традиційно залишаються серед найбільш перспективних сфер економіки, що мають для цього необхідні ресурси та сприятливі умови розвитку.

Карпатський регіон – це неповторний та унікальний в історичному аспекті край з великою кількістю пам'яток архітектури, історії, культури, що має сприятливий природно-кліматичний потенціал, рекреаційні заклади, туристичні маршрути, збережені етнічні традиції. Незважаючи на наявні сприятливі передумови розвитку туризму та рекреації у гірських районах, ефективність використання туристично-рекреаційного та природно-ресурсного потенціалу цих територій є низькою.

Тому для збалансованого розвитку гірських територій ми пропонуємо запровадити дієві заходи державної політики щодо створення спеціальних правових режимів, запровадження пільг, надання соціальних гарантій населенню гірських регіонів, що надасть сприятливі умови для залучення інвестицій розвитку підприємництва та зростання показників зайнятості населення.

Туристично-рекреаційна діяльність на території гірських районів розглядається як потенційно можливий шлях підвищення добробуту місцевого населення, збільшення зайнятості, наповнення місцевих бюджетів та розвитку інфраструктури. Зокрема західний регіон має величезний туристично-рекреаційний потенціал, завданням держави залишається його тільки розвивати і підтримувати в належному стані, задля того, щоб за допомогою нього можна було поповнювати бюджет країни. Він є гарним підґрунтям для вкладення зовнішніх та внутрішніх інвестицій.

Література

1. Богатюк І.Г. Рекреаційні зони в Україні: стан та перспективи розвитку /І. Г. Богатюк // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації професійних спілок України. Серія: Право та державне управління. – 2011. – №4. – С.48-51.
2. Букреев И.А. Формирование и реализация рекреационного

потенциала региона / А.И. Букреев // Культура народов Причерноморья. –2012. – №209. – С.19-22.

3. Рекреация: [Электронный ресурс] // Википедия – свободная энциклопедия. – Режим доступа:[http://ru.wikipedia.org/wiki/ Рекреация](http://ru.wikipedia.org/wiki/Рекреация)

УДК 640.41 (477)

Гуцол О.І.

Студентки 3 курсу, 33-Т групи

Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

Науковий керівник: кандидат геогр.н., ст. викладач Ковтуник І.І.

МЕНЕДЖМЕНТ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

У статті визначено суть понять менеджменту готельного бізнесу. Досліджено якості необхідні для успішного управління готельним господарством. Описано проблеми та перспективи розвитку готельного бізнесу з боку менеджменту.

Готельний бізнес формує окрему самостійну нішу у структурі світового господарства, забезпечуючи і обслуговуючи супутні галузі (туризму, транспортну, роздрібну торгівлю, харчування, культурну). В Україні готельне господарство є основою розвитку туризму, оскільки міжнародний та внутрішній туризм напряму пов'язаний з послугами, що надаються готельними підприємствами. Ефективне управління галуззю та окремими її структурними компонентами – готелями, сприятиме розвитку готельних господарств та збільшенню частки валютних надходжень до бюджету країн. Але недостатня вивченість питань управління та недостача кваліфікованих управлінців, зокрема в Україні, гальмують розвиток готельного бізнесу.

Проблеми менеджменту готельного бізнесу в Україні досліджують Л. Нечаюк, Н. Телеш, М. Мальська, І. Пандяк, Х. Роглев.

Метою статті є дослідження сучасного стану менеджменту готельного бізнесу, його основних проблем та перспектив. Згідно поставленої мети були визначені наступні завдання: 1) визначити суть менеджменту готельного бізнесу; 2) дослідити стан його розвитку в Україні; 3) виділити позитивні фактори готельного менеджменту; 4) виділити проблеми менеджменту готельного бізнесу; 5) зробити висновки щодо його подальших перспектив.

Об'єктивні фактори, що виникають у процесі функціонування підприємств готельного господарства, ускладнюють процес прийняття рішень керівниками. Обсяг професійно-фахової інформації постійно збільшується, її потрібно не тільки опанувати, а й використовувати. У зв'язку з швидкими

темпами розвитку суспільства і з новими вимогами, яке воно ставить перед закладами розміщення, з'являються нові професії, змістовно змінюються традиційні спеціальності, виростають вимоги до освіти та культури працівників.

Для сучасного етапу розвитку готельного бізнесу прийняттю рішень належить провідне місце в структурі управління підприємствами, оскільки рішення, прийняті менеджером визначають не тільки рівень ефективності діяльності самого управлінця, а й забезпечують розвиток об'єкта управління.

Поняття «менеджмент» ще донедавна було незрозумілим для більшості українців. Але з розвитком ринкових відносин та розширенням діяльності комерційних підприємств, зарубіжний досвід управління став актуальним. І «менеджмент», який спочатку сприймався виключно як метод управління, набуває широкого поширення, як наука, що вивчає феномен управління з усіх сторін, його принципи та методи.

Історію розвитку менеджменту пов'язують з двома підходами до управління: перший з яких робить акцент на управлінні операціями, тобто на технічному боці виробничого процесу, другий – на управлінні трудовими ресурсами, ставлячи в пріоритет психологічні фактори, мотивації працівників й стимулюванню їх до діяльності [2, с. 8].

Менеджмент готельного бізнесу поєднує в собі питання економічного аналізу, економіки, планування, психології, права, соціології тощо [2, с. 36].

Сучасний стан розвитку форм управління у готельній сфері характеризується одноосібним управлінням на незалежній основі та різними формами корпоративного управління. Серед найбільш поширених у міжнародному досвіді форм управління виділяються: управління за контрактом, управління згідно договору франчайзинга, оренда [1, с. 153].

Керівник нового покоління має поєднувати в собі професійну компетентність, високий рівень управлінської підготовки, обізнаність в теорії економіки та права, вміння швидко і самостійно приймати конструктивні рішення, враховуючи при цьому інноваційні процеси та тенденції розвитку бізнесу. Не менш важливими є й організаторські здібності керівника: вміння підбирати кадри, розподіляти між ними функції відповідно до їх знань та вмінь. Менеджер повинен використовувати здібності і можливості своїх керівників, створювати для них комфортні умови праці, а також контролювати соціально-психологічний мікроклімат колективу.

Формування ринкової економіки в Україні характеризується економічною дестабілізацією, за таких умов діяльність менеджерів ускладнюється, оскільки їм доводиться контролювати неочікувані ситуації, постійно перерозподіляти ресурси з метою їх раціонального використання. Менеджери змушені

приймати рішення в умовах значного ризику і постійної економічної нестабільності, що свідчить про необхідність високого освітнього рівня, самостійності, оперативності та відповідальності.

Ефективний менеджмент є одним з головних факторів стабільного розвитку готельного бізнесу. Менеджер у структурі готельного господарства займає провідне місце, оскільки саме завдяки його рішенням формується політика розвитку підприємства. Кваліфікований та вмілий управлінець навіть в умовах економічної нестабільності своїми рішеннями робить підприємство рентабельним і забезпечує його стабільний розвиток.

Література

1. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика Навч. посібник / М. П. Мальська., І.Г. Пандяк – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
2. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент Навч. посібник / Л.І. Нечаюк, Н.О. Телеш – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 348 с.
3. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.

УДК 65:504:338.48

Демиденко Р.С.

Студентка 1 курсу, 11 тм групи

Уманського національного університету садівництва

Науковий керівник : к.е.н. Коваленко Л.Г.

РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТА ЕКОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Більшість видів рекреаційної діяльності відбувається в природному середовищі і супроводжується взаємодією її суб'єктів з довкіллям. Із розвитком масового пляжного туризму, стихійного відпочинку у приміській смузі великих міст, лісових масивах вздовж магістральних доріг впевненість у м'якому впливі рекреаційного господарства в сфері туризму та готельно-ресторанної справи на навколишнє середовище змінилася занепокоєнням щодо впливу наслідків рекреаційної діяльності на довкілля.

Сучасний розвиток туристичного готельного-ресторанного бізнесу базується на побудові такої системи обслуговування, яка необхідна для надання якісних послуг своїм клієнтам без шкоди при цьому навколишньому середовищу.

Проблема виходу економіки України з кризового стану може бути успішно подоланою посиленням ролі невиробничої сфери економіки. Одним з таких

напрямів є становлення і розвиток соціально орієнтованого підприємництва у туристично-готельному бізнесі [3].

Одним з основних напрямів державної політики в галузі туризму є залучення громадян до раціонального використання вільного часу, проведення змістовного дозвілля, ознайомлення з історико-культурною спадщиною, природним середовищем тощо [2].

Готельно-ресторанна та туристична сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки, у XXI ст. стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України [1].

Український ресторатор повинен придумувати щось нове буквально кожен день. Тому власник повинен або постійно знижувати ціну, або пропонувати за ту ж ціну більше послуг. Корпоративні клієнти дуже цінні, тому ресторани йдуть на ряд поступок: можуть готувати з продуктів клієнта, не існує фіксованих знижок для корпоративних клієнтів, працює правило: чим більше запрошених, тим більшу знижку отримує замовник [1].

Під час розробки та реалізації стратегії рекреаційного екологічно безпечного та економічно вигідного розвитку рекреаційно-туристичного господарства на рекреаційних територіях надзвичайно важливе значення має розробка системи показників збалансованості розвитку, на основі яких приймаються важливі рішення щодо шляхів розвитку туристичної та готельно-ресторанної діяльності як напряду природокористування, що зумовлює актуальність і перспективність подальших досліджень у цьому напрямі [2].

Екологічна експертиза визначає, які потенційні збитки може завдати проект навколишньому природному середовищу, особливо при перевищенні екологічно допустимих норм рекреаційних навантажень, а також визначає заходи, необхідні для зменшення, ліквідації або запобігання цим збиткам. Для ґрунтовнішого аналізу екологічних результатів і наслідків реалізації проектів розвитку рекреаційно-туристичної діяльності на рекреаційних територіях важливим є проведення еколого-економічної діагностики, мета якої полягає у встановленні розмірів економічних витрат чи вирашів, пов'язаних із можливими змінами навколишнього природного середовища, а також у виявленні основних тенденцій еколого-економічного розвитку підприємства, розробці відповідних заходів з дотримання оптимальної рівноваги екологічних та економічних інтересів [2].

Сутність взаємодії суб'єктів рекреаційної діяльності з довкіллям неоднозначна і на сучасному етапі полягає, в основному, у позитивному впливі природи на відпочиваючих, отриманні прибутків підприємцями сфери обслуговування, чия діяльність базується на використанні природних рекреаційних ресурсів або протікає в межах природного середовища, а також

негативному впливі на довкілля з боку суб'єктів рекреаційної діяльності [2].

Результат такої взаємодії між рекреантами, підприємцями сфери обслуговування та навколишнім природним середовищем на сучасному етапі можна описати наступним виразом: загальний ефект від рекреаційної діяльності = соціальний ефект + економічний ефект - екологічний ефект. Причому, чим гіршими будуть екологічні наслідки, тим меншим буде не лише загальний, але й соціальний та економічний ефект від рекреаційної діяльності [2].

Екологізація рекреаційного господарства - лише ланка у низці заходів, що мають бути проведені у всьому господарському комплексі країни з приводу пом'якшення дії наслідків його функціонування на природу. Оскільки лише комплексний підхід до проблеми екологізації туристичного та готельно-ресторанної справи може забезпечити покращення середовища існування та відпочинку людини [2].

Література

1. Барановський В.А. Ресторанний бізнес: Навчальний посібник. – РнД.: Фенікс, 2005. – 220 с.
2. Ван Ціншен, Топчієв О.Г. Теоретичні та методичні аспекти рекреаційної географії: сучасний підхід. // Український географічний журнал. - 2003. - №1. - С.45-49.
3. Кабушкін Н.І., Бондаренко Г.А. Менеджмент готелів і ресторанів. –М.: Нове знання, 2002.– 163 с.
4. Шмагіна Ю.В. у статті «Перспективи розвитку готельного бізнесу та ресторанної справи». - 2003. - №1. – С11-15.

УДК 338.48

Деревецька М.В.

Студентка 3 курсу, вз-12-1 групи

Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара

Науковий керівник доцент Крупський О.П.

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СУЧАСНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

У сучасному світі розвиток суспільства має місце, лише за умови постійного оновлення в різноманітних сферах життя. Оновлення здебільшого забезпечується впровадженням інновацій. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес стрімко розвивається та також потребує втілення в життя програм, які б приваблювали більшу кількість користувачів даними послугами.

Ціль даної роботи полягає в розкритті сутності інноваційних технологій та їх ролі у вдосконаленні туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Проблемою вивчення інновацій у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу займалися М. Ізмотова та Ю. Матюхіна, В. Новіков. Проте з розвитком технологій, у сфері обслуговування з'явилася потреба у новіших розробках, появлення яких було зумовлене технічним прогресом та епохою комп'ютерних технологій.

О.М. Тищенко [1] у своїй книзі «Туризм як національний пріоритет» вважав, що впровадження інновацій в сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу зумовили:

- Технологічна революція та експансія послуг в економіці;
- Наявність багатьох класичних та традиційних напрямів туристичних та готельно-ресторанних послуг, що зумовлює великий рівень конкуренції;
- Зростаючі потреби населення у знайомстві з способом життя в інших регіонах, державах, отримання нових знань;

- Перехід від економіки пропозиції до економіки попиту;

Фактори, що перешкоджають реалізації інновацій [2]:

- Ціна розробленої інновації;
- Адаптаційна здатність бізнесу до даної розробки;
- Власники туристичного та готельно-ресторанного бізнесу частіше за все зосереджуються на отриманні прибутку з поточної діяльності підприємства, тому переконати власника, у доцільності впровадження інновацій та отриманні прибутку у майбутньому дуже важко;

Розглянувши всі «за» впровадження інновацій, перейдемо до інноваційних технологій, які пропонує нам готельно-ресторанний та туристичний бізнес.

Інновації у готельно-ресторанному бізнесі:

Управління відділом продаж та маркетингу готелю. Ця система автоматизує роботу кожного співробітника відділу продажу, дозволяє планувати зустрічі, виконання різних завдань, дозволяє складати свій власний календар та розклад для менеджерів. Результати кожного спілкування з клієнтом фіксується в цій системі для отримання повної картини діяльності відділів та стан справ з кожним клієнтом [3].

«Інтерактивна їжа». Дана інновація включає в себе інтерактивне меню, замість звичайного. Інтерактивне меню представлено екраном, що вбудований в стіл, за яким знаходяться клієнти ресторану в готелі. За допомогою цього меню можна замовити їжу, побачити як виглядає дані блюда на фото, поки клієнти чекають замовлення, вони можуть розважити себе логічними

іграшками, а також даний інтерактивний екран дає можливість замовити таксі безпосередньо до ресторану [5].

Інновації у туристичному бізнесі:

Програми електронного бронювання та складання програми турів. Робота з даним видом програм дозволяє агентству отримувати оперативну інформацію про ціни та кількість вільних місць в будь-який момент часу, а також мати змогу прослідкувати за етапами заказу на всіх етапах здійснення.

Використання нових туристичних ресурсів (подорожі туристів на космічних кораблях, підводних човнах), використання нового виду туризму «незвичайний туризм», який вміщує в себе знайомство з незвичайними місцями з паранормальними явищами по всьому світі [4].

Туристичний та готельно-ресторанний бізнес постійно розвиваються, але в умовах кризи, нестачі грошей та нестабільної політичної ситуації у державі відбувається боротьба за кожного клієнта або гостя. Власники бізнесу в обслуговуючій сфері змушені модернізувати свій бізнес як у технологічному аспекті, так і в свідомості. Ці сфери бізнесу є експериментаторами в освоєнні та впровадженні сучасних технологій. Зміни в цих сферах бізнесу зумовлені великою кількістю конкурентів, технічним прогресом та розвитком суспільства. Усі інновації створюються для того, щоб спростити процес надання послуг, звернути на себе увагу нових клієнтів та зберегти лояльність старих, для цього власники даних видів бізнесу повинні своєчасно використовувати технічний прогрес. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес завжди будуть розвиватися у геометричній прогресії, паралельно з тим, як будуть зростати потреби людей.

Література

1. Тищенко О.М. Туризм як національний пріоритет / О.М.Тищенко – Х. ХНАМГ, 2010. – 284 с.
2. Михайліченко Г. І. Туристичний потенціал: методи оцінювання та інноваційний розвиток / Г. І. Михайліченко // Проблеми економіки № 1, 2013. – 115с
3. Новиков В.С. Інновації в туризмі / В.С.Новиков – М.: ІЦ Академія, 2007. – 208 с.
4. Хучек М. Инновации на предприятиях и их внедрение / М. Хучек. – М.: Луч, 2002г. – 147 с.
5. Тейлор Н. Туристический бізнес / Жд.Холловой, Н.Тейлор – К.: Знання, 2007. –798 с.

РЕГІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАНОГО БІЗНЕСУ

Туристичний та ресторанний бізнес набуває дедалі більшого значення - для розвитку економіки та соціальної сфери регіону. Готельно-ресторанний бізнес є головним фактором і основною складовою туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Ця сфера в комплексі туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і в перспективі може стати найбільш важливим сектором туристичної діяльності. Разом із цим, сфера готельно-ресторанного обслуговування в Україні розвивається нерівномірно і носить чітко виражений регіональний характер.

Використання географічного положення регіону, яке створює сприятливі умови для розвитку туристичної галузі, є одним з пріоритетних напрямків розвитку регіональної політики. Ресторанний бізнес також активно розвивається, знаходячи нові якісні риси і нові імпульси свого розвитку, істотно розширює поле і «правила гри» в економіці регіону. Проблема розвитку регіональних процесів у сфері туристичного та ресторанного бізнесу є досить актуальною, виходячи з її економічного та соціального значення.

Але на шляху розвитку туризму та ресторанного господарства постає низка проблем, які потрібно розв'язувати в найкоротший термін. Головними проблемами туризму є [1]: недостатній розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури регіону, невідповідність прикордонних переходів європейським вимогам, низька якість сервісу, нерозвиненість готельного господарства, неналежний рівень облаштування туристичних маршрутів.

Забезпечення високої якості стає об'єктивною умовою існування, найважливішим фактором підвищення рівня обслуговування, гарантією соціальної та економічної безпеки підприємств готельного та ресторанного господарства. Тому основними проблемами, що стоять перед туристичними операторами та агенціями у напрямі удосконалення управління якістю послуг, є: включення механізму маркетингової діяльності; орієнтація на споживача; посилення механізму дії систем управління якістю на всі етапи життєвого циклу готельного та ресторанного продукту. Досліджуючи питання державного

регулювання туризму в регіоні, зокрема туристичного розвитку прикордонних територій, та споглядаючи досвід країн Європейського Союзу, можна визначити тенденцію щодо збільшення участі державних органів влади у регулюванні туристичної галузі. Ці зміни потребують детального комплексного аналізу та дослідження з метою оцінки ефективності діяльності органів державного управління, удосконалення та побудови оптимальної організаційної моделі управління туризмом. Для досягнення даної мети необхідно [2]:

1. Вивчити зарубіжний досвід функціонування органів управлінського механізму регулювання туристичної галузі, зокрема питання всебічної підтримки розвитку туристичної галузі прикордонних територій з боку держави.

2. Підготувати комплекс механізмів залучення територіальних громад до розвитку туристичної галузі, зокрема дієвим механізмом співпраці органів місцевого самоврядування та підприємців у галузі туризму може стати регіональна туристична асоціація.

3. Дослідити основні проблеми та визначити напрями діяльності організаційних структур, що утворені в результаті транскордонного та міжнародного співробітництва з метою сприяння розвитку туризму, насамперед розв'язати проблеми нормативно-правового забезпечення функціонування туристичної галузі на рівні міжнародних стандартів.

4. Визначити основні напрями державної підтримки регіонального туризму як одного з пріоритетних напрямків розвитку галузі, оскільки для багатьох малих міст і сільських населених пунктів туризм є найбільш перспективною галуззю їх соціально-економічного розвитку.

5. Розробити програму щодо кадрового забезпечення управління туристичною галуззю, насамперед акцентувати увагу на підготовці фахівців з регіонального туризму та формування відповідної управлінської структури, які вирішують питання туристичної галузі.

На Буковині галузь туризму та ресторанного господарства зазнала певних змін за останні роки. Використання географічного положення регіону, яке створює сприятливі умови для розвитку туристичної галузі, є одним з пріоритетних напрямків розвитку регіональної політики.

Важливим аспектом підвищення рівня якості та розвитку готельно-ресторанного бізнесу в області, що позитивно вплине на вирішення питання їхнього простоювання, є сертифікація. Її гальмують недостатній обсяг контролю наявності сертифікатів з боку державних органів захисту прав споживачів; наявна нормативна база не відповідає потребам готельного господарства, зокрема у частині конкретизації вимог до недорогих молодіжних готелів (хостелів), кемпінгів, індивідуальних помешкань, які здаються під

найом туристам; українські «зірки» на готелях не завжди відповідають своїм закордонним аналогам. Для цього необхідно розробити національну систему сертифікації готельних послуг, яка б враховувала як «статичні», так і «динамічні» критерії оцінки якості обслуговування та сучасний стан матеріально-технічної бази з урахуванням типів підприємств готельного господарства.

Дуже перспективним для розширення маркетингово-реklamних та менеджерських можливостей є популяризація послуг в Інтернеті шляхом створення фірмових веб-сайтів, розміщення їх у пошукових, комерційно-ділових, туристично-готельних інформаційних системах. Сьогодні Інтернетом користується близько 47% міського населення, причому в основному в денний час і на робочих місцях. Тому реклама в Інтернеті – перспективний напрямок залучення клієнтів. На віртуальному ринку ресторанних послуг можуть бути представлені ресторани, які забезпечують on-line замовлення місць для клієнтів у мережі Інтернет через посередників або самостійно. Реалізація наведених пропозицій та заходів щодо розвитку туристичного та ресторанного сервісу забезпечить подальше прискорення економічних процесів регіону.

Література

1. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация./С.И.Байлик//. – К.: Альтерпрес, 2003. – с. 208
2. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дядечко// – К., с. 2007. – 224.

УДК 06. 076 (477)

Дідух О.А

Студентки 2 курсу, 21-Тм групи

Уманський національний університет садівництва

Науковий керівник: д.е.н., професор Транченко Л.В.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Світове співтовариство визнало туризм ефективним засобом індивідуального й колективного вдосконалення, важливою складовою якого є послуга суто інтелектуального характеру – екскурсія з її просвітницькою, духовною та освітньою функціями. Невичерпні екскурсійні ресурси багатьох регіонів нашої країни разом з глибинним національним духовним корінням і традиціями українського народу дають підставу стверджувати, що саме екскурсії можуть стати активним і змістовним засобом гармонізації

особистості, її духовного зростання в новій демократичній Україні. Вони є джерелом нової інформації, нових вражень і відчуттів.

Екскурсійна діяльність – це надзвичайно складна і проблемна сфера сучасної туристської галузі України [1]. Особливої актуальності цей напрямок наукових і практичних досліджень отримав у зв'язку із зростанням обсягу екскурсійних послуг на ринку організованого туризму, що викликано різними причинами: по-перше – це підвищення культурного й освітнього рівня суспільства в цілому; по-друге – розширення цілей самого туризму, так відправляючись у туристську поїздку не завжди на перший план ставляться тільки рекреаційні цілі. Сучасні споживачі перебуваючи на відпочинку бажають також задовольнити й інтереси пізнання, освіти і духовного розвитку; по-третє – це пов'язане із тлумаченням самого поняття «тур-продукт» як комплексу послуг надаваного туристові в ході подорожі.

Туризм сьогодні вважається одним із перспективних напрямів соціально-економічного розвитку країни, регіонів, міст. Адже туристичне господарство генерує 11 % валового продукту в світі, а туристична індустрія – 4,2 % [2]. Аналіз ситуації в Україні показує, що туристичне господарство поступово розвивається, хоча не характеризується стабільним зростанням. Одночасно, в нашій країні існують всі передумови для розвитку туризму: історичні, географічні, природні, економічні, соціально-демографічні. Відповідно, причинами нестабільності є ряд проблем, які сповільнюють розвиток туризму в Україні та гальмують розвиток туристичної індустрії.

Насамперед, у засобах масової інформації населення активно проводиться реклама міжнародного туризму і майже відсутня реклама внутрішнього туризму, за виключенням загальновідомих зон туризму та рекреації. По-друге, відсутні кошти на реконструкцію пам'яток історії та архітектурного мистецтва, а залучення інвестицій гальмується через неврегульовану нормативно-законодавчу базу країни. По-третє, в Україні не розвинений сектор туристичної індустрії. Наявні проблеми гальмують розвиток туризму та туристичної індустрії в Україні. Вирішення розглянутих проблем вплине, як на покращення економічного, так і соціального розвитку країни.

Отже, проаналізувавши ситуацію в туристичній галузі України, можна виокремити її головні проблеми та знайти альтернативний шлях виходу з кризи. Незалежно від рівня фахової підготовки, на сьогоднішній день є декілька речей, очевидних, мабуть, кожному громадянину України. Найважливіше з них – аби досягти успіху слід докласти загальних зусиль до розв'язання проблеми. Це мають бути не лише викладені на папері думки законодавців з приводу того, якою б вони хотіли бачити галузь туризму у майбутньому, а конкретні вчинки з їх боку. І починати слід не тільки з економічних та законодавчих нюансів.

Може здаватися, що для вирішення поставлених завдань у нас досить багато часу. Проте обсяг роботи, яку необхідно виконати для їх вирішення, не залишає нам часу, далі зволікати не можна Туристична галузь, хоч і дуже повільними кроками, починає збільшувати свої показники. Але не можна зупинятися на досягнутому. Саме від того, яким шляхом піде зараз розвиток галузі, залежить все її майбутнє зокрема та майбутнє економіки, а, отже, і життя України в цілому.

Література

1. Незвищук-Когут Т.С. Важливості оцінювання привабливості туристичної діяльності [«Вісник Вищої школи економіки, туризму та суспільних наук»] : (м. Кельце, Польща, 2010р.) : видавництво ВШЕТСН, – 2010р. С. 191–196.
2. Статистичний щорічник України за 2012 рік. Головне управління статистики України. – Київ, 2013. – с. 522.

УДК 338.48 (477.8)

Довбик Д., Шлінчук В.

Студенти 3 курсу, групи 56 БЕ

Вінницького фінансово-економічного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент Лопатюк Р.І.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Україна має достатній агрорекреаційний потенціал для розвитку агротуризму. Однак його використовують недостатньо. Це обмежує можливості щодо зростання життєвого рівня жителів села, розвитку сільських територій, рекреації і відпочинку населення з невеликими доходами. Відповідно виникає потреба в теоретичному, методологічному та практичному обґрунтуванні розширення агротуристичної діяльності на селі.

Тематика розвитку агротуризму як виду підсобної діяльності селянських господарств останнім часом стала досить популярною. Відомими в цьому плані є праці Л. Транченко, Ю. Губені, Н. Кудли, Р. Лопатюк [1-5]. Проте чіткого визначення агротуризму не сформовано, як і обґрунтування його значення для економіки, особливо регіональної.

Потреба у відпочинку в чистому середовищі, поближче до природи, від споживання здорової і безпечної їжі посилюють попит на відпочинок у селі, стимулюючи цим самим розвиток сільського туризму, зокрема й агротуризму. Агротуризм – це свого роду альтернативна туристична діяльність, яка реалізується в селянських господарствах, спосіб раціонального використання природних умов місцевості.

Під визначенням агротуризму розуміють надання туристичних послуг селянами в їх присадибних господарствах. Ці послуги охоплюють, передусім забезпечення квартируванням і харчуванням, хоча можуть охоплювати й інші послуги, наприклад організацію вільного часу туристів. Суттю агротуристичної діяльності є використання функціонуючого селянського господарства як джерела етнографічних атракцій, можливість дійсного відпочинку в гармонії з природою [4].

Загалом, агротуризм можна трактувати як форму сільського туризму, безпосередньо пов'язану з сільським господарством. Це означає, що до неї можна зарахувати тільки такий вид туризму, який проводиться на сільських теренах, використовує вільні квартири будинків і господарські будівлі селян, продукцію та послуги їх власників.

Таким чином, основними критеріями віднесення об'єктів сільського туризму до агротуристичних господарств потрібно вважати:

- ведення сільського господарства суб'єктами, які надають послуги з агротуризму; є особисті селянські та фермерські господарства;
- база ночівлі – власне помешкання господаря або оренда помешкання для проживання;
- частка доходів господарства від заняття туризмом (до 50 %) [5].

Розвиток агротуризму має особливе значення в тих регіонах і місцевостях, які обмежені у виробничому розвитку через своє місце розташування або низьку родючість земель, тобто мають слабку економічну кондицію, є депресивними, оскільки не мають основ для промислового розвитку. Розвиток таких сільських населених пунктів можливий лише на основі розвитку в них вмілого господарювання натуральними і людськими засобами, чому слугує сільський туризм.

Однак агротуризм не можна розглядати лише як джерело доходів селян. Цей вид діяльності може дати і відпочиваючим, і господарям як інтелектуальну, так і моральну сатисфакцію.

Отже, агротуризм є формою підсобної діяльності селянських господарств, відпочинку, безпосередньо пов'язаного з перебуванням у цьому господарстві, використання його потенціалу та навколишніх атракцій. Відзначене значення агротуризму свідчить про потреби ідентифікації цього виду діяльності та розроблення відповідного механізму його впровадження і підтримки на державному і регіональному рівнях.

Література

1. Губені Ю.Е. Європейський досвід та теоретичні засади агротуризму / Ю.Е. Губені // Вісник Львівського ін-ту економіки і туризму. – 2007. – № 2. – С. 50-55.

2. Зінько М. Ще раз про сільський туризм, агротуризм, екотуризм і зелений туризм / М. Зінько, Г. Кінаш, Я. Дідик та ін. // Туризм сільський зелений. – Спецвипуск. – 2002. – № 2. – С. 2-7.

3. Кудла Н.Є. Агротуризм: перспективи розвитку в Україні / Н.Є. Кудла // Наука, інно-вації та розвиток регіонів : тези Міжнар. наук.-практ. конф. – Львів, 2004. – С. 56-63.

4. Лопатюк Р.І. Становлення туризму в аграрній сфері України / Р.І. Лопатюк // Актуальні проблеми використання економічного потенціалу: держава, регіон, підприємство: Матеріали III Всеукр. Наук.-практ. конф. студентів та молодих учених (м. Бердянськ, 10-11 квітня 2014 р.) – Донецьк:Донбас, 2014 – С. 24 -29

5. Транченко Л.В, Формування та розвиток інфраструктури туризму : Монографія// Л.В, Транченко, Р. І.Лопатюк. — Умань: ФОП Жовтий О.О., — 2014. — 156с.

6. Черевко Г. Агротуризм як напрям розвитку агробізнесу в сільських прикордонних регіонах України / Г. Черевко, В. Липчук, Г. Іваницька // Регіональні умови розвитку сільських прикордонних регіонів Польщі і України. – Жешов-Львів, 2003. – С. 173-188.

УДК 65.01:65.012

Залевська В.М.

Студентка 2 курсу, УГР 21 групи

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Науковий керівник: доцент Подлепіна П.О.

РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В ХХІ СТОЛІТТІ

На сучасному етапі одним з найбільш динамічно зростаючих сегментів світового туристичного ринку є сільський зелений туризм. Сільський зелений туризм – це відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає розвиток туристичних шляхів, місць відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів у супроводі провідників та екскурсіводів [4].

Стрімкий розвиток такого виду відпочинку в Європі почався в другій половині ХХ сторіччя і на сьогоднішній день він займає значну долю в туристичному бізнесі таких європейських країн, як Франція, Австрія, Італія, Іспанія та ін. Адже зелений туризм дає можливість міським жителям відпочити в сільській місцевості на природі, позбутися стресів, відвідати місцеві пам'ятки, ознайомитися з побутом сучасних сільських мешканців та народними традиціями, які вони зберігають, а за бажанням – взяти участь у

сільськогосподарських роботах [3, с.175].

В Україні сільський туризм виник у 1996 році, однак він дуже швидко став популярним як для відпочиваючих, так і для власників сільських осель. Велике розповсюдження сільський туризм одержав у Карпатському регіоні, Закарпатті, Слобожанщині, Поліссі, Поділлі, Буковині та у Криму.

Пріоритетність розвитку сільського зеленого туризму в Україні зумовлюється нагальною необхідністю невідкладного розв'язання соціально-економічних проблем сучасного села. За роки незалежності України в сільській місцевості спостерігається зменшення населення, зростання безробіття, масова заробітчанська міграція. Майже 60% мешканців сільської місцевості перебувають за межею бідності [2, с.95]. Розвиток сільського зеленого туризму міг би зупинити таку негативну тенденцію в українських селах, підвищити матеріальний добробут та частково вирішити проблеми зайнятості сільського населення. До того ж, розвиток інфраструктури сільського туризму не вимагає таких значних капіталовкладень, як інші види туризму і може здійснюватися за рахунок коштів самих селян без додаткових інвестицій.

Україна має надзвичайно великі туристсько-рекреаційні можливості. Майже 15% території - це зони відпочинку, гірські й приморські ландшафти, придніпровські зелені зони, де чисті ріки, повітря, гори, де збережені національні традиції, фольклор, музеї, церкви й інші прекрасні архітектурні пам'ятники. Видатними є й лікувальні ресурси – більше 400 джерел мінеральних вод і більше 100 родовищ цілющих вод. Значна частина цих ресурсів зосереджена в межах сільської місцевості. За умов підвищення ефективності та оптимізації використання такого багатства матеріальної й духовної культури України, сільський зелений туризм має значні перспективи розвитку та може стати прибутковим видом підприємницької діяльності на селі.

Розвитку сільського зеленого туризму в Україні сприяють такі фактори:

- зростаючий попит мешканців міст на відпочинок у сільській місцевості;
- унікальна історико - етнографічна спадщина українських сіл;
- багаті рекреаційні ресурси;
- екологічна чистота сільської місцевості;
- відносно вільний сільський житловий фонд для прийому туристів,
- наявність вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів;
- традиційна гостинність господарів та доступна ціна за відпочинок;
- можливість надання комплексу додаткових послуг з екскурсій, риболовлі, збирання ягід і грибів, катання на конях тощо [1, с.183].

Сьогодні, розвиток сільського зеленого туризму в Україні обмежують і гальмують такі фактори:

- політико-економічна нестабільність у державі;

- недосконалість податкового законодавства і єдиної політики в області туризму;
- недостатньо ефективного використання природного та історико-культурного потенціалу для потреб туризму;
- низький рівень інфраструктури та комунікацій;
- недостатній рівень кадрового та рекламно-інформаційного забезпечення.

Привабливість сільського зеленого туризму полягає не тільки в отриманні доходу власниками осель, але й інших жителів села. Створюються нові робочі місця в сфері обслуговування туристів, збільшується попит на продукти харчування, сувенірну продукцію й вироби місцевих майстрів. Чинником підвищеної атрактивності сільського зеленого туризму може стати яскрава анімація, тобто пожвавлення програм обслуговування, відпочинку і дозвілля туристів ігровими елементами та шоу-програмами на базі історико-етнографічної та культурної спадщини.

Отже, розвиток сільського зеленого туризму змусить сільські громади приділяти більше уваги благоустрою сіл, реформуванню транспортної інфраструктури, відновленню роботи місцевих закладів культури, забезпеченню екологічної чистоти довкілля і вирішенню нагальних соціально-економічних проблем села за рахунок додаткових надходжень до бюджетів місцевих органів влади.

Література

1. Алексеева Ю.В. Державне регулювання соціального туризму в Україні / Ю.В. Алексеева // Зб. наук. пр. НАДУ. – 2009. – Вип. 1. – С. 182-191
2. Рутинський М.Й. Сільський туризм: навч. посіб. / М.Й. Рутинський, Ю.В. Зінько. – К.: Знання, 2006. – 271 с.
3. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні – К.: Вища школа, 2002. – 195 с.
4. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/byrkovych.htm.

УДК 448.38.

Зубіцька Я.О.

Студентка 3 курсу, 5 групи

Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кожухівська Р. Б.

СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Туризм є ефективним засобом індивідуального й колективного

вдосконалення, важливою складовою якого є послуга інтелектуального характеру — екскурсія, з її просвітницькою, духовною та освітньою функціями. Вона є джерелом нової інформації, нових вражень і відчуттів.

Нині під охороною держави перебуває 160 тис. пам'яток. Це справжня скарбниця нашої національної спадщини, до якої пролягають десятки туристських маршрутів [1, с. 172]. Туристи мають можливість ознайомитися з історією та культурою України з давніх часів до сьогодення.

Екскурсії проводяться, як правило, колективно під керівництвом екскурсовода. Їх можна класифікувати по змісту (оглядові, багатопланові й тематичні, історичні, військово-патріотичні, краєзнавчі, мистецтвознавчі), складу учасників, способу пересування й формі проведення [2, с. 344].

Україна має колосальний екскурсійний потенціал, передусім історико-культурний, що не може не привертати увагу представників індустрії туризму, що бажають урізноманітнити спектр запропонованих ними послуг.

В зв'язку з цим можна зазначити деякі проблеми, характерні для сфери екскурсійно-туристського обслуговування в Україні.

1. Екскурсійні місця, що найбільше відвідуються туристами, стикаються з серйозними проблемами в області екології, культури і соціально-економічного розвитку.

2. Неконтрольоване зростання туризму, який переслідує мету швидкого отримання прибутку, часто має негативні наслідки, оскільки він завдає збитку місцевому співтовариству і руйнує саму основу, що має забезпечувати правильне функціонування і стійкий розвиток туризму.

3. Відсутність максимального державного контролю визначних екскурсійних місць та їхнього фінансування.

4. Існуючі міждержавні стандарти по туристсько-екскурсійному обслуговуванню, прийняті в 1995 році, морально застаріли і вже не відповідають не лише реаліям сьогодення, але і вимогам чинного законодавства [3, с.4].

5. Відсутність повного переліку фахівців туристського супроводу, яким необхідно отримати дозвіл на право здійснення супроводу, а також кваліфікаційних вимог до цих категорій фахівців. Нині такі дозволи видаються тільки екскурсоводам і гідам-перекладачам.

Для вирішення даних проблем необхідно:

1. Пропонувати основні напрями створення системи туристсько-екскурсійних маршрутів, що має сприяти розвитку туризму в регіонах.

2. Поновлювати традиційні і розробляти нові маршрути по Україні з урахуванням її багатовічної історії, великих культурних і духовних надбань.

3. Вносити зміни до міждержавних стандартів, які сприятимуть

ефективному та швидкому зростанню екскурсійної та туристичної діяльності.

4. Надавати працівникам туристичної галузі практичної допомоги при створенні нових маршрутів і турів для різних категорій туристів та екскурсантів.

Отже, для вирішення вищенаведених проблем потрібні єдині методологічні підходи і велике число висококваліфікованих екскурсійних організаторів, тур-менеджерів в цій індустрії.

Також, важливим завданням є розробка текстів нових екскурсій, розширення тематики, створення банку екскурсій.

Література

1. Аріон О.В. Географія туризму: навч.-метод. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Аріон, С.І. Уліганець / — К.: ВГЛ "Обрії", 2009. — 172с.

2. Кифяк В.Ф. Організація туризму: навч. посібник. // В.Ф. Кифяк // — Чернівці: Книги - XXI, 2008. — 344с.

3. Закон України / Про внесення змін до Закону України «Про туризм» / : №1282- IV від 18 листопада 2003 р. — 5с.

УДК 657.6

Іванова Н.А.

Уманського національного університету садівництва

Науковий-керівник : к.е.н., доцент Славгородська А.А.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ АУДИТУ ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Сьогодні туризм є однією з найбільш високоприбуткових галузей господарювання, яка безперервно та динамічно розвивається.

Туристична діяльність в Україні регулюється Законом України «Про туризм», який визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України.

Суб'єкти туристичної сфери керуються і другими правовими нормами, а саме страховими, митними, споживчими, екологічними, адміністративними, але провідне місце, безумовно, займає цивільне право.

З метою стимулювання успішної діяльності та результативного

управління підприємствами галузі туризму важливе значення має об'єктивна й правдива інформація. Саме аудит може надати керівництву підприємства таку інформацію.

Відповідно до статті 3 Закону України «Про аудиторську діяльність»: аудит – це перевірка даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності суб'єкта господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність в усіх суттєвих аспектах та відповідність вимогам законів України, положень (стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил (внутрішніх положень суб'єктів господарювання) згідно із вимогами користувачів.

До основних завдань здійснення аудиторської перевірки в галузі туризму можна віднести:

- правдиву оцінку структури управління туристичною фірмою;
- дослідження правильності формування та документального оформлення бухгалтерської інформації;
- вивчення стану систем внутрішнього контролю та бухгалтерського обліку;
- розробка рекомендацій щодо виправлення виявлених помилок та перспектив розвитку туристичної організації.

Невід'ємною складовою процесу аудиту є планування. Аудитор приступає до планування аудиторської перевірки одразу після укладання договору на проведення аудиту. Планування дозволяє аудитору отримати достатню кількість доказів стосовно діяльності туристичної організації, з'ясувати розмір винагороди, уникати непорозумінь з замовником, сприяти правильному використанню асистентів залучених до перевірки. Під час планування аудитор розробляє та документально оформляє план і програму аудиторської перевірки.

Аудиторська перевірка може бути проведена в такій послідовності. На початку перевірки здійснюється дослідження установчої документації, облікової політики підприємства, оподаткування, аудит формування статутного капіталу та розрахунків із засновниками підприємства.

Після цього проводиться перевірка оборотів і залишків за рахунками бухгалтерського обліку, іншими словами, перевіряються доходи і витрати підприємства. Аудитор оцінює та підтверджує відповідність формування зазначених показників чинному законодавству, перевіряє правильність облікових записів в документації бухгалтерської звітності.

В подальшому проводиться аудит фінансових результатів туристичної діяльності фірми та розподілу його прибутку.

Особлива увага звертається на перевірку правильності та доцільності

використання резервних фондів туристичної фірми.

На завершення перевірки аудитор систематизує, виявлені в процесі здійснення аудиту, помилки та порушення, фіксує їх в спеціальних робочих документах аудитора, на основі яких складається аудиторський висновок.

УДК 65.01:65.012

Ігнатенко М. М.

к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту

Уманського національного університету садівництва

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАХОДИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА КЛАСТЕРІВ

Основними стратегічними заходами формування розвитку інноваційно-інвестиційної моделі туристичної діяльності Буковини є: введення інтенсивної моделі економічного зростання; освоєння потенціалу міжрегіональної кооперації; співпраця з іншими регіональними кластерами; забезпечення рівного доступу населення до бюджетних туристичних послуг; формування контрольованого і збалансованого просторового розвитку, вирівнювання міжрегіональних диспропорцій; підвищення статусу туристичних підприємств краю у міжнародному поділі праці; розвиток Буковини як національного та міжнародного ареалу туризму та рекреації; забезпечення екологічної безпеки у процесі туристичної діяльності; формування в суспільстві, особливо молоді, інноваційного господарського мислення, демократичних ініціатив, економіки знань, соціального партнерства.

Реалізація таких стратегічних заходів розвитку туристичних підприємств відбувається в рамках напрямів соціально-економічного розвитку Буковини. Загально відомо, що Буковина - унікальний регіон України, в якому поєднані різноманітний природно-кліматичний і виробничо-технологічний потенціал. Розвиток господарства Буковини, що передбачає використання наявного (рекреаційного, санаторно-курортного, туристичного, аграрного, промислового, транспортного, транзитного) ресурсного потенціалу на основі інноваційного типу економічного зростання, при збереженні «status quo» в структурі економіки та факторів її розвитку, буде супроводжуватися наростанням системних ризиків. Негативні наслідки їх впливу в довгостроковому періоді будуть неухильно посилюватися. Тому розвиток туристичних підприємств Буковини необхідно обґрунтовувати також на принципах інноваційного типу економічного зростання, реалізації заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності економіки туристичних підприємств Чернівецької області на основі інноваційно-інвестиційної моделі економіки, соціально

збалансованої й екологічно-орієнтованої політики сталого розвитку, створення на території країни комфортного та безпечного середовища для проживання населення.

Розвиток високоякісного виробництва на базі сучасних екологічно чистих технологій, здатних забезпечити продовольчу безпеку населення та туристів і підвищити експортний потенціал традиційних галузей регіону, а також забезпечити розвиток туристичної діяльності, яка стане основним показником стабільності й ефективності. Створення конкурентоспроможної промисловості на підставі використання передових досягнень науки і техніки у виробничій діяльності, зниження матеріального та енергоємного виробництва дозволить, забезпечити дотримання екологічних норм, максимально використовуючи наявні виробничі можливості.

Досягаючи показників розвитку конкурентоспроможної економіки, необхідно враховувати і залучати технологічні інновації, які визначаються як діяльність підприємств, пов'язаних із розробкою та впровадженням як технологічно нових, так і значно технологічно удосконалених продуктів (продуктові інновації) і процесів (процесові інновації). Сюди можна віднести і новий організаційний метод маркетингу чи новий організаційний метод у діяльності туристичних підприємств. Іншими словами, на всіх стадіях виробничих і управлінських процесів підприємств галузі має формуватися інноваційна модель мислення, яка і буде спонукати запроваджувати нові більш вдосконалені методи управління, стратегії маркетингу тощо.

Досягненню комунікаційної доступності кожного з населених пунктів Буковини, диверсифікації транспортного забезпечення жителів і гостей регіону, сприятиме розвиток його транзитного потенціалу для вантажних і пасажирських перевезень. Для досягнення таких цілей необхідно створити відповідне комфортне середовище життєдіяльності у Чернівецькій області. Мова йде у т.ч. про: зменшення рівня бідності; соціальної диференціації населення; розвиток системи освіти з метою формування високоефективного людського капіталу в регіоні; розвиток системи охорони здоров'я; створення комфортних умов для життєдіяльності шляхом реалізації ефективної державної політики у сфері торгівлі, громадського харчування, побутового обслуговування та захисту прав споживачів; забезпечення населення доступним житлом, розвиток інженерної інфраструктури, дотримання суспільної безпеки; задоволення культурних потреб представників усіх національних спільнот; досягнення європейських стандартів екологічної безпеки.

У списку країн світу регіону за компонентою якості життя у структурі показників сталого розвитку 2010 р. Україна займала 73 місце, Росія – 58, Азербайджан – 75, Молдова – 81, Греція – 37, Грузія – 48, Вірменія – 51 місце.

Розглянемо таблицю економічного, екологічного та соціального виміру країн Чорноморського регіону за 2010 р.

Україна має дуже невисокий економічний показник, найнижчий серед наведених країн (0,442), що стосується екологічного показника, то він складає 0,741, соціальний - 0,703, але є країни, де цей показник ще нижче, такі, як Азербайджан (0,649), Молдова (0,670) тощо. Тому Стратегія економічного та соціального розвитку Буковини на 2011 - 2020 рр. щодо створення інноваційно-інвестиційної моделі туристичної індустрії, орієнтація на екологічні пріоритети є однозначно вірною.

Результати проведеного дослідження дають можливість сформулювати наступні висновки. Буковина прагне бути привабливим туристичним регіоном і значні капіталовкладення направляються на формування сучасної інфраструктури. В першу чергу, це дороги, водопостачання та підтримка житлово-комунального господарства. Прямі інвестиції передбачають довгострокові економічні взаємовідносини, які відображають тривалу зацікавленість іноземного інвестора щодо суттєвого впливу на управління туристичним підприємством резидентами з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту.

Інвестиційна політика в туристичній та рекреаційній сфері Буковини передбачає визначення оптимальних співвідношень параметрів, які характеризують структурні зміни в її розвитку. На сьогоднішньому етапі перевага надається інвестуванню в розвиток туристичних кластерів і готельного господарства, а створення нових видів туристично-рекреаційної діяльності (наприклад, сільський зелений туризм, екотуризм та ін.) фінансується далеко не на належному рівні.

На особливу увагу заслуговує організаційно-економічний механізм формування інвестиційного клімату у сфері рекреації і туризму. Зокрема, інвестиційний потенціал або інвестиційна місткість туристичних підприємств визначається сумою об'єктивних передумов для інвестицій, яка залежить від різноманітності сфер та об'єктів інвестування, а також від економічного становища країни, регіону. На регіональному рівні інвестиційний потенціал рекреаційних та туристичних підприємств визначається насиченістю території факторами туристичної діяльності (рекреаційними ресурсами, матеріально-технічними засобами, розвитком інфраструктури, трудовими ресурсами тощо), рівнем доходів населення, споживчим платоспроможним попитом.

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Надзвичайні екскурсійні ресурси регіонів нашої країни разом з глибинним національним духовним корінням і традиціями українського народу дають підставу стверджувати, що саме екскурсії можуть і дати активним і змістовним засобом гармонізації особистості, її духовного зростання в новій демократичній Україні. Вони є джерелом нової інформації, нових вражень і відчуттів.

Екскурсія (від лат. *excursio* — прогулянка, поїздка, похід) — колективне відвідування музею, пам'ятного місця, виставки, підприємства тощо; поїздка, прогулянка з освітньою, науковою, спортивною або розважальною метою [2]. Показ об'єктів відбувається під керівництвом кваліфікованого спеціаліста — екскурсовода, який передає аудиторії бачення об'єкта, оцінку пам'ятного місця, розуміння історичної події, пов'язаного з цим об'єктом. Екскурсії можуть бути як самостійною діяльністю, так і частиною комплексу туристичних послуг.

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

Глобальний етичний Кодекс туриста, прийнятий ВТО на порозі нового тисячоліття, наголошує на необхідності широкого доступу населення до культурних і релігійних пам'яток, визнає, що кошти, які отримують з відвідання об'єктів і пам'яток культури, слід хоча б частково використовувати для підтримання, охорони та реставрації цієї спадщини.

Прийнятий у червні 2000 р. Верховною Радою Закон України «Про охорону культурної спадщини» прямо стосується туризму. Адже нині відтворюється стародавня історія Білгорода-Дністровського, яка налічує вже 2500 років, Любеча, Дубна та Корця, Новгород-Сіверського та Кам'янця-Подільського, Херсонеса та Керчі, Ольвії та Острога, гетьманських столиць – Батурина, Чигирин, Глухова та десятків інших міст.

З метою створення суцільної загальнодержавної мережі маршрутів і турів різного спрямування та тривалості, найповнішого задоволення потреб різних категорій вітчизняних та іноземних туристів і екскурсантів, розвитку туристичної діяльності в Україні розроблено інноваційний туристський продукт – Національну систему туристсько-екскурсійних маршрутів «Намісто

Славутича». Вона охоплює всі області України.

На туристській карті України виділяють сім регіонів, сприятливих для розвитку туризму(табл. 1):

Таблиця 1

Регіони розвитку туризму

Назва регіону	Області які входять
Карпатський (західний)	Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська, Чернівецька області
Волинсько-Тернопільський (північно-західний або поліський район):	Волинська, Тернопільська, Хмельницька, Рівненська області
Житомерсько-Вінницький (буферний)	Житомирська, Вінницька області;
Київський (центральный)	Чернігівська, Київська, Черкаська, Кіровоградська області;
Харківський (північно-східний)	Сумська, Полтавська, Харківська, Луганська області;
Дністровсько-Донецький (південно-східний):	Дніпропетровська, Донецька, Запорізька області;
Причорноморський (південний):	Одеська, Миколаївська, Херсонська області

Як свідчить статистика, число екскурсантів зростає з року в рік: 1995 – 10 млн. чоловік, 1998 – вже 13 млн. чол. У 2001 році кількість екскурсантів сягнула 19 млн. осіб, а в 2012 році кількість екскурсантів досягла 24 млн. осіб. Але це складає лише 30% від екскурсійної аудиторії 80-тих років. Мало ще залучаються до екскурсій учні, студенти, сільські мешканці та інші категорія населення.(рис. 1)



Рис. 1 Динаміка екскурсантів в Україні за 1995-2012рр.

Висновки. В перспективі екскурсійна справа в країні має йти за такими напрямками:

- Розробка авторських тематичних екскурсійних турів;
- Створення нових форм екскурсійного обслуговування;
- Урізноманітнення екскурсійних послуг з урахуванням інтересів і запитів населення;

- Розробка маршрутів з виходом на міжнародний туристичний ринок;
- Розробка туристичних маршрутів з наявністю відповідних місць для ночівлі.

Література

1. <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1805-14>
2. <http://uk.wikipedia.org/wiki/>
3. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування.-К.: Альтерпрес, 2001 .- 234с.

УДК 448.38.

Качапкіна М.С.

Студентка 4 курсу, 4 групи

Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кожухівська Р. Б.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ

Туризм сьогодні вважається одним із перспективних напрямів соціально-економічного розвитку країни, регіонів, міст. Для ефективного розвитку туризму використовується маркетинг та маркетингові дослідження.

Маркетинг в сфері туризму — система вивчення туристичного ринку, всебічного впливу на покупця, його запити з метою надання максимальної якості туристичному продукту і одержання прибутку туристичною фірмою [1, с 136]. Він покликаний виявити потреби туристів, створити привабливі для них туристичні послуги, ознайомити потенційних туристів з доступними для них туристичними продуктами, поінформувати їх про місце, де можна ці послуги придбати.

У туристичній індустрії важливе місце займає маркетингова стратегія фірми, яка визначається тільки після того, як була встановлена загальна стратегія ведення бізнесу. Вона являє собою тактичний план, розроблений на 1-2 роки [1, с. 260]. Так, туристична фірма за рахунок своєї довгостроковою стратегією може визначити методи завоювання більшої частки ринку. І метою цієї фірми є глобальне освоєння ринку.

Маркетингу в туризмі характерні:

- орієнтація на ефективне розв'язання проблем конкретних споживачів;
- орієнтація на певний комерційний результат, що для фірми означає поступове оволодіння певною часткою ринку відповідно до довгострокових

цілей фірми;

— комплексний підхід до досягнення визначених цілей, оскільки успіх забезпечує сукупність взаємопов'язаних та взаємозумовлених засобів маркетингу;

— активність, наступальність, заповзятливість, які забезпечують швидке й ефективне реагування на зміни зовнішнього середовища стосовно фірми [3].

Сучасний розвиток туризму в Україні характеризується наявністю глибоких протиріч в його організаційній структурі, в спрямованості розвитку, в стані якісних і кількісних характеристик. Сьогодні маркетинг на ринку туристичних послуг є дуже актуальною темою. Тому в сучасних умовах він вимагає інновацій та нестандартних підходів, оскільки він стає на туристичному підприємстві ключовою ланкою формування та збереження конкурентоспроможності на ринку.

Для перспективного застосування й ефективного розвитку маркетингу в туризмі необхідно:

1. Глибоке насичення ринку послугами, тобто існування ринку покупця.
2. Висока конкурентна боротьба туристичних фірм за переваги споживачів.
3. Вільні ринкові відносини, тобто можливості без адміністративних обмежень вибирати ринки збуту та ділових партнерів, встановлювати ціни та проводити комерційну роботу.
4. Вільна діяльність адміністрації туристичного підприємства щодо визначення цілей фірми, стратегії, управлінських структур та розподілу коштів за статтями бюджету [2, с. 351].

Також необхідно використовувати маркетингову діяльність, для того щоб розпізнати, ідентифікувати і оцінити існуючий або прихований попит на послуги, які підприємство пропонує або може запропонувати, і спрямувати зусилля фірми на розробку, виробництво, розподіл, продаж і просування цих товарів і послуг.

Отже, маркетинг в туризмі — це система безперервного узгодження пропонованих послуг з послугами, які користуються попитом на ринку і які туристичне підприємство здатне запропонувати з прибутком для себе і більш ефективно ніж це роблять конкуренти.

Маркетинг туристичного підприємства знаходиться під впливом соціально-культурних чинників. Найбільшою силою володіють норми, прийняті в суспільстві, що встояли, системи соціальних правил, духовних цінностей, відносин людей до природи, праці, між собою і до самих себе.

Література

1. Телетов О.С. Рекламний менеджмент : підручник / О.С. Телетов. — 2-ге вид., випр. — Суми : Університетська книга, 2012. — 367 с.

2. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг / Н.Є. Кудла. — К. : Знання, 2011. — 351 с.

3. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak.htm.

УДК 448.38

Кирилюк Д.В., Поліщук А.Ю.

Студентки І курсу, 7 групи

Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кожухівська Р. Б.

СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ, ЯК МЕТОД РЕКРЕАЦІЇ

В туризмі, досягнення високих результатів неможливе без постійного фізичного вдосконалення, що є основним змістом тренувань і, разом з тим, нерозривно пов'язане із зміцненням і загальним підвищенням функціональних можливостей організму. Під час туристичного походу доводиться долати значні відстані протягом тривалого часу із значним фізичним навантаженням, що варіює відповідно до складності рельєфу, темпу руху, метеорологічних умов, ваги рюкзака. Тому, запас міцності і особиста безпека туриста значною мірою залежать від його фізичної підготовки. Управління підготовкою туриста буде ефективним тільки в тому випадку, якщо викладач або тренер систематично одержує інформацію про стан спортсмена і його працездатність під час тренування, про рівень фізичної підготовленості.

Максимальний оздоровчий ефект від різноманітного і систематичного тренування буде в тому випадку, якщо характер і ступінь фізичного навантаження повністю відповідають стану здоров'я, рівню функціональної готовності організму, віку і індивідуальним особливостям людини. Без цього тренування виявляться не тільки малоефективними, але можуть принести шкоду.

Ще кілька десятиліть тому у географії туризму не можна було говорити про спортивний туризм як про напрямок, що сформувався. Раніше поїздки, наприклад, з метою катання на лижах, не були настільки масовими, та й оснащення гірськолижних центрів не відповідало вимогам споживачів. Нині ситуація координально змінилася. Особливо великий інтерес туристи виявляють до поїздок у зимовий період у гірськолижні центри, а також на спеціальні спортивні заходи, серед яких найпопулярнішими є зимові та літні Олімпійські ігри, а також чемпіонати світу з футболу і хокею.

Спортивний туризм - різновид туризму з подолання певного відрізка

земної поверхні, який називають маршрутом. При цьому під "земною поверхнею" мається на увазі не лише ґрунтова поверхня Землі, але також і кам'яна, і водна. Під час проходження маршруту долаються різні специфічні природні перешкоди. Наприклад, гірські вершини і перевали (у гірському туризмі) або річкові пороги (у сплавах річками) [2].

Спортивний туризм має за мету спортивне удосконалення в подоланні природних перешкод. Це означає удосконалення всього комплексу знань, умінь навичок, фізичної підготовленості, необхідних для безпечного пересування людини на місцевості. Для реалізації спортивної мети здійснюють подорожі, насичені природними перешкодами, що дає змогу класифікувати їх, як спортивні походи. За участь у спортивних походах можуть присуджуватися спортивні розряди і звання [1].

Розвиток нових напрямків спортивного туризму екстремального, пригодницького, вітрильних та інших подорожей, проведення комбінованих за видами туризму подорожей з використанням наявних природно-рекреаційних, історико-культурних та кадрових ресурсів країни, не тільки створює умови для залучення до активних занять спортивним туризмом населення України, а й має стимулюючий вплив на розвиток міжнародного та зарубіжного туризму, сприяє загальному розвитку туристичної галузі України як потенційно високорентабельної галузі економіки та її входженню до світового туристичного ринку.

Однак, на сьогодні, незважаючи на наявні потенційно великі можливості, свою соціальну та економічну значимість, спортивний туризм в Україні розвинений недостатньо. Труднощі, з яким зіткнувся в своєму розвитку спортивний туризм, в першу чергу, пов'язані з економічними проблемами розвитку суспільства, а також з майже повною відсутністю державної та громадської підтримки цього виду спорту, недосконалістю, а в окремих випадках і відсутністю сучасної нормативно-правової, методичної та інформаційної бази, яка б враховувала його реалії, а також внутрішніми організаційними проблемами в самому туристсько-спортивному русі, що накопичилися за останні роки.

Базовою умовою подальшого динамічного розвитку спортивного туризму є створення його ефективної національної моделі як масового самодіяльного спорту та спорту вищих досягнень, яка сприяла зростанню спортивної майстерності туристів [4].

На нашу думку, спортивний туризм стає все більш глобальним та економічно вигідним видом туризму. Велика кількість людей відвідують змагання міжнародного значення, а країни, які приймають їх, розвивають свою інфраструктуру та економіку.

Література

1. Види та форми туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://studopedia.net/2_14509_vidi-ta-formi-turizmu.html
2. Спортивний туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1754090643588/turizm/sportivniy_turizm.
3. Заняття туризмом, як метод загартування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kazedu.kz/referat/99708>
4. Спортивний туризм у світі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrbukva.net/page,2,66065-Sportivnyiy-turizm-v-mire.htm>

УДК 331.54:338.48

Коваленко Л.Г.,

*к.е.н., ст. викладач кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи*

Уманський національний університет садівництва

ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ СПЕЦІАЛІСТА ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

За останні роки дослідження науковці виявили дуже прискорений розвиток потенціалу українського туристичного ринку, як за динамікою попиту споживачів, так і за розвитком обсягів пропозиції послуг. Ледве не щодня відкриваються нові туристичні компанії та агентства. Це пов'язано в першу чергу з малою витратністю ведення такого бізнесу та швидкою його окупністю[1].

Ринок туристичних послуг постійно потребує опрацювання новітніх тенденцій перебудови діяльності туристичної організації, прийняття оптимальних рішень щодо постановки завдань та їх виконання, розробки алгоритму функціонування різних видів туристичних організації в умовах зростаючої конкурентної напруженості, створення нового іміджу українського турпродукту, конкурентного як в нашій державі, так і за кордоном.

Останній факт відкриває величезні можливості і перспективи для сьогоденних випускників учбових закладів, що спеціалізуються на готельному обслуговуванні і туризмі. Туризм, хоч і зріла галузь економіки, але все-таки досить новий як спеціальність. Вивчення економічних і управлінських наук, менеджменту і маркетингу в сфері індустрії гостинності на академічному рівні у нас тільки починається.

Вміле управління туристичною галуззю має призвести до розвитку туристичної індустрії в Україні на основі створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити

туристичні потреби населення і гостей країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довілля [3].

Без підготовки фахівців для організаційно-управлінської, господарської, комерційної, інвестиційної та науково-дослідної діяльності у сфері туризму досягнення таких стратегічних цілей є неможливим. Дана галузь, що розвивається швидкими темпами, потребує фахівців високої кваліфікації.

Навчальна програма студентів повинна забезпечувати вивчення організації діяльності туристичних підприємств, туристично-рекреаційного потенціалу регіонів України та світу, організації екскурсійної діяльності, музеєзнавство, економіку та менеджмент туристичного бізнесу тощо [2]. Посади, що займають випускники спеціальності по завершенні навчання: керівник (президент асоціації, концерну, корпорації, генеральний директор туристичного комплексу; директор виставкового центру, турфірми; менеджер з економіки, завідувач відділом, начальник експлуатації, тощо); спеціаліст матеріально-технічного забезпечення (економіст зі збуту, начальник відділу збуту та ін.); у маркетингових та комерційних відділах (начальник відділу, комерційний агент комівояжер та ін.); спеціаліст відділу зовнішньоекономічної діяльності (начальник відділу, спеціаліст та ін.); менеджер з персоналу; агент з організації туризму; фахівець з туристичного обслуговування; екскурсознавець, гід, екскурсовод; туризмознавець.

Література

1. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: навч. посіб. / Л. І. Гонтаржевська. - Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. - 180 с.
2. Лук'янова Л.Г. Освіта в туризмі : Навч.-метод. посіб. / Л.Г. Лук'янова. – К.: Вища шк., 2008.–719с.
3. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку / [Головинець В., Горобець О., Гуцал С. та ін.]; [за ред. О. Рожук]. - Тернопіль: Тернограф, 2008.-976с.

УДК 338.48.

Кожухівська Р.Б.

*к. екон. н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ОН-ЛАЙН БРОНЮВАННЯ

У зв'язку з поступовим проникненням інформаційних та Інтернет-технологій у повсякденне життя суспільства та бізнесу змінюється характер і

специфіка каналів збуту у туристичній сфері. На даний час спостерігається поступовий перехід великої частини бізнесу з сектора off-line (турагентства і туроператори) в on-line (система бронювання через Інтернет).

Он-лайн системи бронювання - це сайти в інтернеті, які в автоматичному режимі і в режимі реального часу здійснюють пошук вільних номерів у певному місті чи регіоні на певні дати відповідно до параметрів запиту клієнта. Також такі системи повинні надавати клієнту миттєве підтвердження бронювання, при цьому оплата його може бути проведена як відразу ж через систему, так і згодом при поселенні в готель.

Згідно із дослідженнями статистичного агентства PhoCusWright обсяг виїзного туризму в Україні на початок 2013 року перевищив докризовий рівень 2008 і 2009 років, але при цьому обсяг внутрішнього туризму залишився як і раніше незначним з перевищенням попиту над пропозицією [2]. Головною причиною є недостатня увага з боку влади на туристичний сектор України, що не може не позначатися на обсязі в'їзного туризму.

Щоб зрозуміти ситуацію на ринку туристичній індустрії та перспективи його розвитку необхідно проаналізувати, яка частина населення є основним джерелом доходу в даній галузі. Згідно з даними Державного агентства України з туризму та курортів, 17% населення України вважаються середнім класом [2]. При цьому річний дохід лише 10% осіб перевищує 20 тис. доларів на рік. У найближчі 2-3 роки очікується збільшення середнього класу до 27% від загальної кількості українців, що означає, що більше людей зможуть дозволити собі акумулювати кошти для подорожей всередині країни та за кордон.

Згідно класифікації туристи поділяються на дві категорії: індивідуальні та групові мандрівники. Щороку кількість туристів, які самостійно купують квиток і кількість тих, хто індивідуально, бронює готель, постійно зростає, а кількість групових скорочується на 15-20%. Багато в чому це пов'язано з банкрутством великих туроператорів, а також із зростанням довіри до он-лайн систем бронювання та безпеки персональних даних в Інтернет [3].

Відповідно, до тренду поступового відмирання туроператорського сектору і переходу все більшого числа клієнтів в он-лайн системи бронювання, багато ознак дозволяють з упевненістю стверджувати, що туроператори ще протягом 3-4 років залишатимуться основними гравцями на туристичному ринку. Цьому є ряд причин:

- переважна більшість українських туристів (близько 80%) купують путівки у туроператорів;
- близько 50% мандрівників обирають напрямок і готель через Інтернет, але бронюють через туроператора;
- на сьогоднішній день в Україні зареєстровано 5000 туроператорів і

тисячі турагентств;

– місцеві он-лайн системи бронювання не мають достатньої підтримки користувачам і не завжди ефективно займаються своїм просуванням у глобальній мережі [1].

На сьогодні є деякі технічні перешкоди до більш швидкого переходу клієнтів від туроператорів і турагентств до он-лайн систем бронювання. Хоча високошвидкісний Інтернет добре розвинений і доступний у великих містах, його практично немає в невеликих населених пунктах та сільській зоні. Також українські споживачі досі не дуже охоче відкривають кредитні та депозитні карти.

За даними Національного банку України на близько 43 млн населення України тільки 17 млн активних кредитних карт [1]. Це пов'язано, в першу чергу, з обмеженнями, що вводяться банками при відкритті банківських карт, а також з невеликою кількістю кредитних продуктів, цікавих для споживача.

Для того щоб адаптуватися до українського ринку, он-лайн системи бронювання, які отримують платежі від клієнта переважно за коштами кредитних або дебетових карт, вводять також можливості оплачувати бронювання через електронні гроші (Web-money, Yandex.Гроші) і платіжні термінали (QIWI, Евросеть тощо).

На сьогоднішній день лідером українського ринку он-лайн систем бронювання є голландська система Booking.com. Цей найбільший у світі сайт з бронювання готелів через Інтернет, контролює приблизно 50% всього ринку он-лайн бронювання в Україні.

Разом з Booking.com з'являються також і інші українські туроператори у сфері бронювань через Інтернет, такі як Wizzair.com, Artex.com.ua творці яких залучили великі інвестиції у свої проекти (близько 13 і 5 млн доларів відповідно). В інших українських туроператорів є серйозні шанси стати лідерами на туристичному ринку, хоча у Booking.com 50% ринку он-лайн бронювань, тим не менш, це все ще незначна частка в загальному обсязі туристичних послуг, що надаються в Україні [2].

Беручи до уваги ситуацію на ринку туристичних послуг в Україні, вітчизняні компанії зможуть досягти успіху при виконанні ряду умов:

– якщо вони створять хороший продукт, здатний конкурувати за зручністю для кінцевого користувача з передовими світовими системами;

– будуть приділяти серйозну увагу розвитку клієнтського сервісу;

– займатимуться активним просуванням своїх сайтів в пошукових системах Yandex і Google (відповідно 60% і 20% пошукових запитів на території України) [4];

– запровадять інноваційні платіжні рішення з досконалим бронюванні,

адаптовані під російського користувача (платіжні термінали, електронні гроші).

Література

1. Національний банк України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/control/uk/index>.
2. Державне агентство України з туризму і курортів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tourism.gov.ua/ua>.
3. World Tourism Barometer/ World Tourism Organization, Madrid. – Spain. – April. – September. – 2014. – 164p.
4. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <http://www2.unwto.org>.

УДК 379.85

Коломієць М.Р.

Студентка I курсу, 11 групи

ПВНЗ «Європейський університет» Уманська філія

Науковий керівник: ст. викладач Школенко О.Б.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ЧЕРКАЩИНІ

Черкащину традиційно представляють як духовну скарбницю України. Однак усе частіше жителі великих міст прагнуть втекти від цивілізації і відпочити на природі. І саме зелений туризм міг би привертати найбільше відвідувачів до регіону.

Для впровадження стратегій сталого розвитку регіонів України необхідні результати наукових досліджень, в першу чергу структурам регіонального управління туризмом та курортами, з метою розробки та формування перспективних планів, програм і прогнозів економічного розвитку туристично-рекреаційної сфери, визначення сучасних механізмів, методів та інструментів підтримки підприємницької діяльності, створення умов та стимулів для ефективного функціонування суб'єктів туристичного бізнесу в аграрних територіях. Водночас вирішення проблем функціонування та підвищення конкурентоспроможності підприємців сфери агротуризму повинна відбуватися при тісній взаємодії підприємців з органами влади, комерційними та некомерційними організаціями [1].

Одним із перспективних напрямів розвитку туристичної галузі є зелений туризм. Центральним суб'єктом в організації відпочинку на селі виступає сільська родина, яка проживає в селі, здійснює основну діяльність, пов'язану з веденням особистого селянського господарства, та побічну, – з використанням майна цього господарства для надання послуг у сфері зеленого туризму, а саме:

забезпечення відпочиваючих житлом, харчуванням, ознайомленням з місцевою культурою та традиціями [3].

У Черкаській області зареєстровано 207 туристичних фірм, з яких 19 туроператорів. За останні роки їх кількість збільшилася, що свідчить про перспективи розвитку галузі туризму, попит на туристичні послуги та підтримку підприємницької ініціативи.

Туризм відіграє значну роль у створенні нових робочих місць, особливо у сільській місцевості. Існує позитивна динаміка щодо кількісних показників закладів тимчасового розміщення, зокрема сільських зелених садиб, а отже, щороку відкриваються нові туристичні інфраструктурні об'єкти. Якщо у 2011 році закладів тимчасового розміщення нараховувалось 65, а зелених садиб – 21, у 2012 році їх кількість збільшилась до 69 та, відповідно, – 27, то у 2013 році – 72 заклади розміщення та 32 зелені садиби, середня завантаженість яких (за інформацією власників) складає 60% [2].

Зелений туризм – один з пріоритетних напрямків розвитку туристичної галузі області. Але на жаль, він недостатньо розвинений. Передусім, населення не знає, де можна так відпочити, і що цей відпочинок буде цікавим. З іншого боку, селяни не поінформовані щодо можливостей успішного ведення такого бізнесу на селі. А там, де знають, рівень надання послуг не завжди належний. Успіх садиби залежить безпосередньо від господарів – якщо вміють приймати, готувати, забезпечити цікаве дозвілля, то вони мають попит. Туризм на Черкащині буде розвиватися, коли діти вивчатимуть свій рідний край, історію.

До мережі кращих об'єктів зеленого туризму "Українська гостинна садиба" входить і 6 садиб, які представляють Черкащину. Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні до загальнодержавного каталогу включено Гостинну садибу Анни Фабріччі (с. Полянецьке, Уманського району), садибу «Лісова Легенда» (с. Сунки, Смілянський район), садибу "Холодноярський зорепад" (с. Залевки, Смілянський район), садиби "Кобзарєва колиска" та "Тарасові шляхи" (с. Моринці, Звенигородський район), садибу «Зелена долина» (с. Велика Яблунівка, Смілянський район).

Сільський зелений туризм вирішує питання працевлаштування на селі, створює можливості для самореалізації, вкладення коштів в упорядкування своєї господи та дає поштовх для соціально-економічного відродження села. Тому цей напрямок повинні вважати одним з пріоритетних у розвитку туристичної галузі області.

Тож зелений туризм міг би стати візитівкою Черкащини і сприяти розвитку регіону. Зелений туризм міг би спрямувати кошти безпосередньо у сільські громади – для відновлення і розбудови інфраструктури, збереження культури, розвитку економіки даного регіону.

Література

1. Герасименко В.Г. Аграрний туризм як вид підприємництва: монографія / Герасименко В.Г., Нездоймінов С.Г. – Одеса: ПАЛЬМІРА, 2011. – 178 с.
2. Офіційний портал Черкаської обласної районної адміністрації. Туризм. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.oda.ck.ua/index.php?lng=ukr§ion=9&article=17>
3. «Сільський зелений туризм – пріоритетна сфера розвитку туризму у період економічної кризи». / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uzhgorod.net.ua/news/34499>

УДК 338.484

Коробейникова Я.С.

к.геол.н., доцент кафедри туризму

Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

ЕКОЛОГІЧНА БЕЗПЕКА ГЕОСИСТЕМ ТЕРИТОРІЙ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Екологічний стан туристичних дестинацій впливає на туристичну діяльність, оскільки туристична галузь сильніше, ніж всі інші галузі економіки, залежить від якості навколишнього середовища. Зростання туристичної галузі приводить до високої концентрації туристів та відповідної інфраструктури [1]. Тому актуальними на сьогодні є наукові дослідження, що стосуються екологічних наслідків техногенного втручання в навколишнє середовище туристичних дестинацій й розробка запобіжних науково-технічних засобів з метою їх мінімізації в контексті сталого (збалансованого) розвитку територій рекреаційного природокористування. Під поняттям туристичної дестинації розуміємо специфічні природно-техногенні системи територіально взаємопов'язаних туристичних ресурсів та елементів туристичної інфраструктури.

За даними авторів основні впливи на довкілля туристичних дестинацій – зміни первинних ландшафтів, забруднення води, забруднення атмосферного повітря від автомобільних, залізничних та авіаперевезень, поведження з відходами [1,2,3,4]. Як приклад, актуальною є проблема поведження з відходами в туристичних дестинаціях Яремчанської міської ради Надвірнянського району Івано-Франківської області. Наявне сміттєзвалище Надвірни перезавантажене через збільшені обсяги побутових відходів з туристичних дестинацій. В результаті будівництва об'єктів туристичної інфраструктури відбуваються зміни первинних ландшафтів. Так, туристичний комплекс «Буковель» постійно розширюється, займаючи зараз близько 822 га земель з загальною довжиною гірськолижних трас

біля 53 км. [5]. Ці землі вилучені з загальної площі земель традиційного природокористування. В результаті функціонування об'єктів туристичної інфраструктури відбувається інтенсивне використання водних ресурсів та їх забруднення. Середнє споживання води в туристичних районах сягає 300- 600 л. в добу. В той час, в туристичних комплексах, наприклад, Мальорки використовується приблизно до 880 л. в добу [1]. Так, туристичний комплекс «Буковель» використовує підземні води для господарсько-питного водопостачання, виробництва штучного снігу, що приводить до вилучення значних обсягів води з підземних горизонтів. Проблемою залишається відвід стоків з малих готелів та сільських садиб, адже в переважній кількості туристичних дестинацій відсутні централізовані системи водовідведення. Дослідження кількісних та якісних змін підземної гідросфери та поверхневих вод залишаються актуальними в контексті екологічної безпеки туристичних дестинацій.

Попередній аналіз екологічних проблем туристичних дестинацій Івано-Франківської області виявив, що найбільш гострими екологічними проблемами на цих територіях є поводження з відходами туристичної діяльності та проблема екологічно безпечного водопостачання та водовідведення. Дані проблеми мають системний характер. Основні впливи на довкілля при цьому здійснюються на геологічне середовище. Туристична діяльність приводить до таких екологічних наслідків у геологічному середовищі: порушення механічної цілісності геологічного середовища в результаті будівництва та експлуатації інженерних будівель та споруд, змін конфігурації ландшафтів; геохімічні зміни геологічного середовища, викликані процесами забруднення атмосферного повітря, неорганізованого поховання відходів туристичної діяльності, тощо; порушення цілісності та гідрохімічної рівноваги гідросфери.

Природно-техногенні геосистеми території туристичних дестинацій слід розглядати з позицій системного аналізу, що мають свою ієрархічну структуру. Рекреаційний комплекс та зона його впливу на геосистему розглядається як природно-техногенна геосистема першого порядку (рис.1). Рекреаційна зона - як природно-техногенна геосистема другого порядку. Рекреаційний регіон - як природно-техногенна геосистема третього порядку.

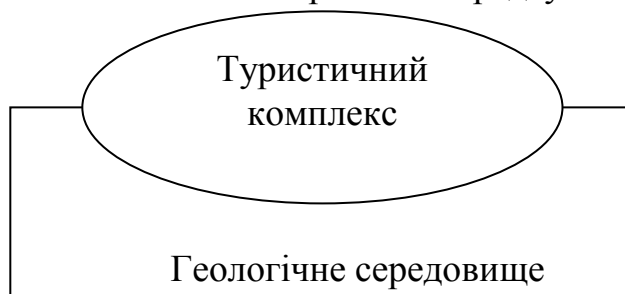


Рис. 1. Природно-техногенна геосистема першого порядку

Обґрунтування екологічно безпечних методів водопостачання та водовідведення, поводження з відходами в межах туристичних дестинацій з метою оптимізації екологічного стану геологічного середовища є предметом подальших екологічних досліджень.

Література

1. Коробейникова Я.С. Стратегія збалансованого туризму [Текст]: Конспект лекцій / Я.С. Коробейникова : ІФНТУНГ.– Івано–Франківськ: Факел, 2011. – 147 с.

2. Коробейникова Я.С. Екологічні проблеми територій туристичних дестинацій [Текст] / Я.С. Коробейникова // Екологічна безпека та збалансоване ресурсокористування. Науково-технічний журнал. – 2013 - №1(7). – с. 91-94.

3. Караван Ю.В. Екологічні аспекти сталого розвитку туризму: [Текст] Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Стратегія розвитку туризму у 21 ст. у контексті вирішення глобальних проблем сучасності. Львів, 28.5.2014 р.- Львів:ЛІЕТ,2014.- С.265-271.

4. Кучинська І.В. Туризм в умовах глобальної екологічної кризи: сучасні виклики і перспективи розвитку [Текст]: Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Стратегія розвитку туризму у 21 ст. у контексті вирішення глобальних проблем сучасності». Львів, 28.05.2014 р.- Львів:ЛІЕТ,2014.- С.291-301.

5. Курорт «Буковель» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bukovel.com>

УДК 338.36

Кошевий М.М.

*старший викладач кафедри економіки та управління підприємством
Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара*

АНАЛІЗ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ НАУКОЄМНИХ ВИРОБНИЦТВ

Наукоємні виробництва займають важливе місце у формуванні фінансового результату території. Особливо це стосується промислових міст Донецької, Дніпропетровської, Запорізької Харківської та Луганської областей.

Оскільки економічний розвиток регіону проявляється через діяльність суб'єктів господарювання, тому господарська політика повинна стимулювати їх ефективну діяльність. Це дозволить розширити дохідну базу місцевого бюджету і забезпечить вирішення регіональних та міських соціально-економічних і екологічних проблем. Крім того, необхідна орієнтація

на вдосконалення наявного економічного потенціалу, підтримку конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості, а також забезпечення ефективного використання існуючих резервів зростання.

Економічний потенціал визначає можливість функціонування регіону та міста в умовах розширеного відтворення, характеризує стабільність та стійкість, визначає темпи досягнення мети соціально-економічного розвитку. Потенціал включає джерела, можливості, ресурси та запаси. Зростання потенціалу здійснюється за рахунок майнового та інтелектуального комплексу, а до факторів зростання економічного потенціалу слід віднести:

- інноваційно-інвестиційну діяльність, спрямовану на забезпечення технологічного оновлення виробництва, створення технопарків і технополісів;
- розвиток конкурентного середовища шляхом підтримки малого та середнього бізнесу;
- реструктуризацію як можливість адаптації до ринку;
- комерціалізацію діяльності.

Інноваційно-інвестиційна діяльність безпосередньо пов'язана з розвитком наукоємних виробництв.

На підставі даних про обсяги виконаних наукових та науково-технічних робіт у Дніпропетровській, Донецькій та Запорізькій області необхідно відзначити про значне відставання Дніпропетровської та Донецької областей від значення питомої ваги обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП та суттєве перевищення Запорізької області. Так Дніпропетровська область відстає в середньому у 1,3 рази від значення по Україні, а Донецька область – у середньому в 2 рази, в протизвагу Запорізькій області, яка випереджає це значення по Україні в середньому 1,5 рази.

Щодо наукоємності ВРП Донецької області, то вона значно вища від значень по Україні та від Дніпропетровської області: у 2005 р. – 3,37%, у 2006 р. – 2,47%, у 2007 – 2,87%, у 2008 р. – 2,33%, у 2009 р. – 0,77%, у 2010 р. – 0,61%, а у 2011 р. – 1,49%, що майже вдвічі перевищує загальноукраїнські значення наукоємності.

Розрахунки за Запорізькою областю свідчать про наступну динаміку: у 2005 р. – 0,79%, у 2006 р. – 0,37%, у 2007 – 0,48%, у 2008 р. – 0,48%, у 2009 р. – 0,44%, у 2010 р. – 0,30%, а у 2011 р. – 1,62%, при чому лише у 2011 р. значення наукоємності ВРП Запорізької області вище рівня наукоємності ВВП по Україні [1, 2, 3].

Враховуючи високий ступінь впливу наукоємних виробництв на потенціал території необхідно забезпечити їх сталий розвиток відповідно до обраної стратегії. З одного боку, це перехід до індикативного стратегічного планування, яке дозволяє забезпечити ідентифікацію наукоємного господарства як цілісної

відокремленої системи та необхідність формування єдиних правил для всіх автономних підсистем, концентрацію потенціалу кожного стратегічного центру господарювання на єдиних принципах стратегічного управління. З другого боку, це інформаційне моделювання для розгляду всієї сукупності альтернатив програмно-планових проектів оцінки їх реалізованості. З третього боку, це підтримка економічної безпеки для збереження створеного потенціалу, насамперед пошук додаткових джерел ресурсного забезпечення інвестиційного процесу, а також способів конкурентної боротьби та завоювання міцних позицій на різних сегментах внутрішнього і зовнішнього ринків наукоємної продукції.

Зазначені підходи використовуються в механізмі виведення наукоємної продукції на ринок. Шлях від зародження ідеї до її практичного втілення складається з трьох ключових етапів: генерації і селекції ідей; аналізу, перевірки та апробації висунутої ідеї; контролю стратегічної перспективи продукту, комерціалізації інновації, отримання та перерозподілу прибутку.

В сучасних умовах в діяльності наукоємних виробництв істотну роль грають дві обставини. По-перше, попит на наукоємну продукцію, рівень цін на споживані ресурси та основні фактори виробництва (обладнання, технології тощо) формуються під впливом ринкових відносин. По-друге, на результати діяльності наукоємних виробництв значний вплив мають інструменти державного регулювання економіки. Ці інструменти впливають, по-перше, на фінансові потоки, що формуються в процесі створення, освоєння та використання наукоємної продукції, а по-друге, на економічні показники діяльності наукоємних виробництв. Державне регулювання діяльності наукоємних виробництв підприємств передбачає використання таких інструментів, як розміщення на підприємствах державного замовлення, надання податкових пільг у сфері створення, освоєння та використання наукоємної продукції.

Література

1. Наука та інновації у Дніпропетровській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dnestrstat.gov.ua/statinfo/ni/>.
2. Наука та інновації у Донецькій області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://donetskstat.gov.ua/statinform/index.php>.
3. Наука та інновації у Запорізькій області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Режим доступу: http://www.zp.ukrstat.gov.ua/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=32&Itemid=366.

Кравченко О.М.

Аспірант,

Одеський національний політехнічний університет

ПРОБЛЕМА ІНФОРМАТИВНОСТІ СТАТИСТИЧНИХ ДАНИХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Ресторанне господарство (далі РГ) є частиною соціально-споживчого комплексу соціальної інфраструктури національної економіки країни [1, с. 194]. Це вид економічної діяльності суб'єктів господарювання щодо надавання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього. Суб'єкти господарювання здійснюють діяльність через заклади ресторанного господарства [2].

Основними статистичними показниками, які характеризують діяльність РГ є кількість підприємств, кількість закладів, середня кількість закладів на 10 тис. жителів, кількість закладів в містах і селах, кількість закладів за величиною підприємств, за формами організаційної діяльності, товарооборот в них. Дані за цими показниками відображаються в статистичних щорічниках, бюлетенях, збірниках, що публікує статистична служба України [3, с. 282 — 283, 4]. Проте, показники фінансово-економічної діяльності РГ (необоротні активи, оборотні активи, власний капітал, довгострокові поточні зобов'язання, фінансовий результат, тощо) відображуються статистичними службами України у складі видів економічної діяльності «Тимчасове розміщення й організація харчування» [3, с. 60 — 63]. В даній групі також відображується кількість об'єктів господарювання, кількість зайнятих і найманих працівників, обсяг реалізованої продукції, в тому числі в розрізі великих, середніх, малих, та мікропідприємств. На нашу думку такі об'єднані статистичні дані не дають можливість аналізувати готельний та ресторанний бізнес окремо один від одного, що значно знижує інформативність цих даних.

При обліку кількості зайнятого населення в країні за видами економічної діяльності, зайнятих в РГ враховують у розділі економічної діяльності: «Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку. Діяльність готелів і ресторанів» [3, с. 344]. Вважаємо, що таке укрупнення взагалі лишає сенсу надану інформацію, та надає лише загальне уявлення про кількість зайнятих в переліченій групі видів економічної діяльності.

При співставленні статистичних даних по ресторанному господарству з різних джерел, найбільш зручними були дані де цифри РГ відокремлювалися в підрозділ «В тому числі». Тому, рекомендуємо вдосконалити систему

статистичних показників РГ, а саме:

— в статистичному щорічнику при об'єднанні декількох видів діяльності виділяти РГ в підрозділ «В тому числі»;

— додати фінансові показники в щорічні бюлетені «Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств»;

— для уніфікації сприяння статистичних даних закріпити єдину назву виду економічної діяльності «Тимчасове розміщення та організація харчування», та відмовитись від назви «Готелі та ресторани» (за аналогією термінології, що використовується в міжнародному галузевому класифікаторі видів економічної діяльності останньої редакції [5]).

При використанні наявних статистичних даних кількості закладів на 10 тис. жителів є незручним те, що кількість закладів округлюється до цілого числа. Так, впродовж 2008-2013 рр. цей показник був на рівні 5 закладів на 10 тис. жителів [3, с. 283]. При розрахунку за цими даними кількості жителів на 1 заклад отримуємо впродовж 6-ох років незмінні 2000 жителів на 1 заклад РГ, що фізично неможливо. При самостійному розрахунку кількості жителів на один заклад РГ за наявними даними кількості жителів і кількості закладів РГ в статистичному щорічнику України [3, с. 283, 319], показник кількості жителів на один заклад РГ склав: 1777, 1847, 1908, 1948, 1991, 2111, 2214 осіб (відповідно з 2008 по 2013 рр.). Це набагато більше, ніж в країнах з низькими доходами населення, де цей показник в середньому складає 618 осіб на один заклад, і ніж в країнах з середніми та високими доходами, де цей показник скорочується до 268 осіб. Як бачимо, при більш точному розрахунку відслідковується тренд збільшення кількості жителів на один заклад. Це характеризує зниження рівня забезпеченості населення закладами РГ, що необхідно враховувати в економічному аналізі та прогнозуванні. Тому, рекомендуємо при обчисленні показника кількості закладів на 10 тис. жителів округляти показник до десятих. Також, для аналізу забезпеченості населення закладами РГ, було б доцільно в статистичних публікаціях розраховувати показник середньої кількості жителів на один заклад РГ.

Література

1. Національна економіка: Підручник за ред. П.В. Круша. 3-те вид. — К.: Каравела; Піча Ю.В., 2001. — 448 с.
2. ДСТУ 3862-99. Ресторанне господарство. Терміни та визначення.
3. Статистичний щорічник України за 2012 рік / Державна служба статистики України.— К.: ТОВ «Август Трейд», 2013. — 559 с.
4. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2014 року. — [Електронне видання]. — Режим доступу: ukrstat.org/uk/druk/puplicat/Arhiv-u/12/Arch_mrt_bl.html

5. International Standard Industrial Classification of all Economic Activities: ISIC Rev 4, 2008, [Електронне видання]. — Режим доступу: unstats.un.org/unsd/publications/seriesM/series_4rev4e.pdf

6. Іванова Л.О. Моніторинг світового ринку готельних і ресторанних послуг : навч. посібник / Л.О. Іванова, О.М. Музика. — Львів: «Магнолія 2006», 2012. — 226 с.

УДК 338.48:330.341.1.(477)

Крот В.Я., Сичова В.А.,

Студенти 3 курсу

Державного університету телекомунікацій

Науковий керівник: д.е.н. доцент Хлівна І.В.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СУЧАСНОМУ ТУРИЗМІ

Інновація являє собою комплекс дій та його практичний результат по використанню досягнень наукової і науково-технічної діяльності в конкретній галузі науки, техніки, технології, організації метою яких є вдосконалення характеристик об'єкту управління. Вони відображають процеси отримання, накопичення і використання нових знань і нової інформації. Змістом інноваційних перетворень є кризові стани у виробничій організації, а метою управління нововведеннями – забезпечення життєдіяльності в передкризових, кризових і посткризових ситуаціях. Інновація, як процес або як продукт може стати однією з головних статей доходу підприємства, здійснюючи істотний вплив на збільшення прибутку. У ринковій економіці інновації являють собою метод конкуренції, оскільки їх впровадження веде до зниження собівартості цін і зростання прибутку, до створення нових потреб, до припливу грошей, до підвищення іміджу (рейтингу) виробника нових продуктів, до відкриття і захоплення нових ринків, у тому числі і зовнішніх [1, с. 12].

Існують певні чинники і характерні риси регулювання можливостей інноваційної діяльності. Можна виділити наступні головні внутрішні умови інновацій: підприємницький дух, втілення ідей в реальність, орієнтація на новизну, адміністративні здібності, що включають знання ефективного використання доступних ресурсів і реальну оцінку ризику і перспектив доходу.

Інноваційний процес неможливий без регулярних зустрічей компетентних професіоналів, агентів інновацій та фахівців з навколишнього середовища. Ці зустрічі сприяють отриманню нових знань, свіжих ідей та інформації про доступні ресурси. Також проводиться детальний аналіз функціональних можливостей навколишнього середовища, виявлення її особливостей, придатності для

інновацій.

Послідовники Джона Фрідмана виділяють шість основних особливостей, необхідних для нововведень:

1. Необхідність змін, тобто усвідомлення того, що необхідно щось удосконалити;
2. Наявність наукової структури, яка передбачала б альтернативи вирішення тих чи інших питань, критичне зіставлення даної діяльності в умовах ринкової конкуренції;
3. Здатність людей і організацій виконувати вищевказані внутрішні умови інновацій;
4. Гнучкість одиничних структур, яка полягає в умінні пристосуватися до мінливих умов;
5. Доступ до інших ресурсів, необхідних в інноваційному процесі;
6. Винагорода як стимул для успішної діяльності.

В особливих випадках виділяють і інші умови інновацій, але вищеназвані найбільш поширені та загальновизнані. Туризм є однією з найважливіших галузей сервісу, і це вимагає сучасних форм і механізмів обслуговування клієнтів. Індустрія туризму настільки багатогранна, що вимагає застосування найрізноманітніших технологій, у тому числі, інформаційних, починаючи від розробки спеціалізованих програмних засобів, що забезпечують автоматизацію роботи окремої туристичної фірми чи готелю, до використання глобальних комп'ютерних мереж. На сьогоднішній день в туризмі використовується досить багато новітніх комп'ютерних технологій, наприклад, глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, Smart Cards, інформаційні системи менеджменту та ін.

Сучасний рівень розвитку турбізнесу і жорстка конкуренція в цій галузі надають особливу важливість інформаційних систем туристських агентств. Функціональні можливості цих систем повинні забезпечувати введення, редагування та зберігання інформації та інші можливості. Ці системи не тільки прискорюють процес розрахунків та формування документів, але й можуть зменшувати вартість послуг (турпакета), обравши оптимальний за ціною варіант доставки клієнтів, розміщення і т.п. Замовлення на розробку унікальної інформаційної системи автоматизації туристичного офісу коштує досить дорого, та й в даний час в цьому немає особливої необхідності, оскільки існує ряд добре зарекомендованих програмних продуктів. Сучасні комп'ютерні інформаційні технології здатні кардинально змінювати методичну, інформаційну та технологічну складові управлінських процесів і здійснювати їх на якісно новому, більш ефективному рівні. Однак не всі компанії охоче застосовують інновації на практиці. Адже інновація – це перш за все ризик і чималий. Страх змінювати щось у постійній і звичній роботі заважає фірмам звертатися до нових механізмів.

Найчастіше в основі заперечення інновації лежить соціально-психологічний аспект: оцінюючи свої можливості, достатня кількість співробітників організації схильні вважати, що вони не мають необхідності у впровадженні інновацій. Це викликає побоювання виявитися зайвим і як наслідок – опір змінам. Фірми, які використовували у своїй діяльності інноваційні аспекти, стверджують, що створення в икористання сучасних технологій в менеджменті –не тільки бажана діяльність організації, а й необхідна. Жорстка конкуренція на сучасному ринку зобов'язує турфірми розробляти і пропонувати нові та оновлені товари, підвищувати якість обслуговування клієнтів [2].

Таким чином, інновація – необхідний пункт в програмі розвитку і реалізації туристичного продукту на ринку. Головна мета фірми – вижити в умовах конкуренції, зацікавити і залучити максимальну кількість споживачів. Саме за допомогою інноваційних аспектів в поточній діяльності фірми є можливість забезпечити туристського продукту цілком стабільне існування на ринку.

Література

1. Колоколов В. А., Аньшин В. М., Шелюбская Н. В., Кудинов Л. Г., Дагаев А. А. Инновационный менеджмент. Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития. – М.: Дело, 2007. – 584 с.

2. Михно М. А. Туризм и культурное наследие. Межвузовский сборник научных трудов. – Выпуск 2, 2009. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/mihno.htm.

3. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / предисл. В. С. Автономова. – М.: ЭКСМО, 2007. – 864 с.

УДК 377/378

Крупський Олександр Петрович

к.психол.н

доцент кафедри менеджменту та туристичного бізнесу

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

Коломієць Карина Юрївна

студентка 3 курсу гр. Т-311

кафедри економіки та менеджменту туристичної діяльності

Дніпропетровський гуманітарний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МЕНЕДЖЕРА ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В НІМЕЧЧИНІ

Однією з найпривабливіших країн світу є Німеччина. Згідно звіту про подорожі та конкурентоспроможність туризму, Німеччина оцінюється як одне

з найбезпечніших туристичних напрямків у світі. Німеччина є третьою найбільш відвідуваною країною в Європі. Офіційний орган туризму в Німеччині Національний комітет Німеччини з туризму представлений Національними туристичними офісами в 29 країнах. Дослідження Комітету показали наступні причини для відпочинку в Німеччині: культура (75%), відпочинок на відкритому повітрі / у сільській місцевості (59%), міста (59%), чистота (47%), безпека (41%), сучасність (36 %), хороші готелі (35%), хороша кулінарія / кухня (34%), хороша доступність (30%), космополітизм / телекомунікації (27%), хороші можливості для покупок (21%), захоплююча нічне життя (17%) і хороше співвідношення ціна / якість (10%). [1].

Можна підкреслити наступні основні чинники, які спокушають туристів до подорожі в цю країну: 1) Наявність історичних і культурних пам'яток; 2) Високий рівень сервісу; 3) Багата наявність бізнес форумів и виставок (бізнес туризм); 4) Наявність висококласної медицини (медичний туризм); 5) Наявність великої кількості вищих учбових заходів (учбовий туризм, обмін); 6) Одна з найпотужніших економік Європи [2].

Поняття «професійна культура» з'явилося та почало розвиватись нещодавно, але вже встигло закріпитися в бізнес-середовищі і стати визначальним фактором при оцінці успішності сучасного менеджера [3]. Термін «професійна культура» підкреслює, що культура розглядається як специфічна якість діяльності фахівця та розкриває предметний зміст культури, який визначається специфікою професії, професійної діяльності та професійного співтовариства [4]. В загальному розумінні, професійна культура менеджера розглядається як високий рівень професіоналізму людини, як спосіб творчої самореалізації в професійній діяльності, як процес освоєння, передачі професійних цінностей, становлення системи особистісних сенсів, які розглядаються як ступінь якості професійної діяльності та життя людини.

Менеджер туристичної галузі – це спеціаліст в галузі туризму, який займається організацією туристичної поїздки клієнтів. У наш час це одна з самих затребуваних професій в індустрії відпочинку та розваг [5].

Основний акцент в роботі менеджера з туризму це взаємодія з людьми. Люди – головний визначальний специфіку професії менеджера об'єкт його трудової діяльності. Впливаючи на потенційного клієнта, менеджер намагається досягти поставленої мети.

Щоб увійти в довіру в довіру до клієнта, менеджер з туризму повинен мати такі характеристики: увагу, пам'ять, мислення, емпатію, вербальну та невербальну поведінку; зацікавленість.

Психологічні вміння менеджера: відсутність особистого та ситуативного неспокою, зосередження уваги на клієнті, усміхненість та підтримка зорового

контакту, показ мімікою зацікавленості в бесіді, потік мови з однією швидкістю.

Завдання менеджера працюючого в туристичній фірмі – продати готовий туристичний продукт, залучити й утримати клієнтів.

Особисті якості менеджера туристичної діяльності:

- 70% робочого часу в туристичному агентстві займає спілкування з клієнтами. Менеджер має бути незамкнутим та незакомплексованим. Потрібно бути веселим, уважним і чуйним. Професіонал розписує краси заморського курорту і вміє слухати клієнта;

- важливим для менеджера є вміння оперативного вирішення питань, не втрачаючи при цьому робочого ритму;

- часто в поїздках по рекламних турах потрібно оглянути масу готелів, їх номерний фонд, інфраструктуру, оцінити екскурсійні програми.

Менеджер повинен володіти гарною пам'яттю, все записувати та структурувати спостереження. Це знадобиться, аби відповісти на питання потенційних клієнтів [6].

В кожній країні існують свої специфічні вимоги до підбору менеджера туристичної галузі. Пропонується розглянути культуру менеджера з туризму на прикладі компанії Hochtief AG [7]:

1. Формалізований виробничий менеджмент. Німецькі менеджери надають особливого значення детальному опису трудових функцій та процедур. Менеджери не схильні до імпровізації, а працюють відповідно до правил та інструкцій.

2. Лояльність менеджерів. Для менеджерів не характерною є зміна місця роботи, а відповідно, рівень корпоративної лояльності досить високий.

3. Шанобливе ставлення до компетентності. Професіоналізм та компетентність відіграють вирішальну роль в німецькій культурі, що потребує самодисципліни та самоконтролю.

4. Стимулювання зростання професійної майстерності відіграє важливу роль в німецьких фірмах. При цьому воно не обмежується лише робітничими або ключовими спеціалістами.

Отже, якщо у Німеччині вимоги щодо професійної культури менеджера туристичної галузі зосереджені більш на процесі труди і, практично, не торкаються індивідуально психологічних характеристик працівника. То в Україні вимоги торкаються як професійних так і індивідуально-психологічних складових. Це може бути обумовлено тим, що у Німеччині «людські якості» працівника не піддаються сумніву, чого, на жаль, немає в культурі українського рекрутингу.

Література

1. Туризм в Німеччині [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.geograf.com.ua/germany/572-germany-tourism>
2. Wirtschaftsfaktor: Tourismus in Deutschland [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/wirtschaftsfaktor-tourismus-deutschland,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf>
3. Крупський О. П. Професійна культура майбутнього менеджера: психолого-педагогічні аспекти й чинники формування / О. П. Крупський, Є. В. Намлієв // Теорія і практика професійного становлення особистості в соціокультурному просторі : Монографія / Кол. авторів; ред. О. О. Лаврентьєвої, О. П. Крупського, Є. В. Намлієва. – Дніпропетровськ: Акцент ПП, 2014. – С. 258-282.
4. Виноградов В. Л. Профессиональная подготовка будущего специалиста как человека культуры [Текст] / В. Л. Виноградов, А. И. Синюк // Концептуальные основы подготовки будущего специалиста как человека культуры: сборник статей / под общ. ред. А. И. Синюка. – Елабуга: Муниципальное учреждение «Управление образованием Елабужского муниципального района», 2006. – С. 3-9.
5. Менеджер по туризму [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.profguide.ru/professions/manager_turizm.html
6. Профессия менеджер по туризму [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.jobs.ua/career/view/73/>
7. Hochtief AG, offizieller Website [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hochtief.de/hochtief/1.jhtml>

УДК 65.01

Кулібаба В.П.

Студентка 2 курсу, 21 гр групи

Уманського національного університету садівництва

Науковий керівник: к.е.н., доцент Тимчук С.В.

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС М. УМАНЬ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Сьогодні туризм формує економіку багатьох держав, регіонів, стає важливим чинником стабільного розвитку світової індустрії гостинності. Одним з найбільш привабливих для туристів міст України є місто Умань, яке славиться шедевром паркового мистецтва парком «Софіївка». Крім цього, у місті є музеїв, собори та монастирі, пам'ятники, могила хасида Раббі Нахмана

та інші визначні пам'ятки культури.

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що сучасний розвиток готельного-ресторанного бізнесу базується на побудові такої системи обслуговування, яка необхідна для надання якісних послуг своїм клієнтам.

Метою написання даної статті було розглянути стан та недоліки готельно-ресторанного бізнесу в Умані та визначення перспектив розвитку. Готельно-ресторанний комплекс в місті Умань стрімко розвивається і удосконалюється, а кількість ресторанів і готелів в місті постійно зростає.

Проте, проаналізувавши послуги ресторанного господарства, а також додаткові послуги, що надають готелі, були виявлені такі проблеми: низький рівень кваліфікації офіціантів; невідповідність стандартам рівня оснащення та підготовки залів до обслуговування; залишки старих систем обслуговування та низький рівень комп'ютеризації й автоматизації у готелях низької категорії; недостатній розвиток організації відпочинку; відсутність в більшості ресторанів при готелях традиційної української кухні та дитячого меню; невизначені особливості організації обслуговування іноземних туристів; неорганізований та недостатній рівень обслуговування в номерах та відсутність послуг харчування на поверхах; нерозвинений рівень кредитної системи та системи бонусів для заохочення постійних споживачів; низька інформаційна база та низький рівень рекламної компанії [2].

Не зважаючи на всі вище перераховані проблеми, готельно-ресторанні комплекси Умані пропонують своїм клієнтам великий асортимент надання послуг. Клієнти закладів можуть насолодитись вишуканими стравами різних країн (українська, японська та інші різновиди кухонь), комфортабельними номерами різних рівнів обслуговування (усі номери, незалежно від категорії, оснащені зручними сучасними меблями, мають туалетну кімнату з душовою кабіною або ванною, де цілодобово постачається холодна та гаряча вода, а також холодильник з міні-баром, кабельне телебачення, телефон) та додатковими послугами дозвілля (спортивний зал, басейн, сауна, більярд-клуб, солярій тощо). Уманські ресторани і готелі відзначаються вишуканістю інтер'єру, який продуманий до найменших деталей. До найбільших готельно-ресторанних комплексів Уманщини відносяться: туристично-розважальний комплекс «Фортеця», Хуторок «Слобода», СОК спортивно-оздоровчий комплекс, «Шинок на околиці», готельний комплекс «Гуляй-поле», комплекс «Колиба», готельно-ресторанний комплекс «Хайат-Даво», комплекс відпочинку «Гонтів Яр» та інші [5].

Підсумовуючи все вище зазначене, необхідно сказати, що готелі і ресторани міста Умань знаходяться на рівні розвитку, вони постійно запроваджують нові інновації та вдосконалюють рівень надання послуг.

Література

1. Навчальний посібник. - Чернівці: Книги-XXI, 2003. - 300 с.
2. Проблеми і перспективи розвитку ресторанного господарства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua-referat.com>
3. Кращі ресторани України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.restoran.ua.
4. Туристична бібліотека «Все про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourlib.net>
5. Ресторани та готелі Умані [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mandru.biz.ua/UmanUKR.html>

УДК 65.01:65.012

Лебідь Д.Ю.

Студентка 2 курсу, 21-гр групи

Уманського національного університету садівництва

Науковий керівник: к.е.н., доцент Тимчук С.В.

РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС ЄВРОПИ: СУЧАСНІ АСПЕКТИ

Найвищі позиції на світовому ринку ресторанного бізнесу займає Європа, яка по праву вважається батьківщиною сучасних підприємств харчування, а також законодавцем світових тенденцій ресторанного бізнесу. Саме європейський ресторанний бізнес є найбільш стабільним в світі, що безперечно робить його прикладом для наслідування, досвідченим «старшим братом» на міжнародному ресторанному ринку.

Важливою проблемою на сьогоднішній день є складність перевірки якості продуктів харчування в місці їх споживання, встановлення «чистоти» продуктів (відсутності шкідливих речовин, добрив тощо). Тому зростає потреба у контролі якості сировини, його сертифікації на безпеку вживання. Незважаючи на це, тенденція переходу на екологічні продукти харчування набуває все більшу популярність. Так, в Європі вже зараз люди готові платити великі гроші за чисті продукти, але для цього знадобилося 30 років підготовки [1].

Однією з сучасних тенденцій ресторанного бізнесу є його комбінація з мистецтвом, шляхом проведення в закладах харчування різноманітних виставок, творчих вечорів, концертів. Також розвивається мода на ресторани-клуби, які хоч і вимагають установки спеціального музичного та світлового обладнання, що є на сьогоднішній день дуже популярним видом відпочинку, а, отже, прибутковим бізнесом.

Іншим цікавим напрямком сучасного європейського ринку підприємств харчування є поява такого терміну як «даховий-ресторанний бізнес», тобто

створення ресторанів на дахах будинків. Такі заклади вирішують проблему нестачі простору в перевантажених будівлями містах, економлять кошти на купівлю або оренду дорогої землі і приваблюють величезну кількість клієнтів-естетів [1].

Ресторанна справа є однією з найбільш значущих складових індустрії харчування у Європі, яка, у свою чергу, орієнтована на споживача, задоволення потреб якого є кінцевим результатом ділової активності підприємства. Поряд із ресторанами до закладів харчування належать: кафе, бари (гриль-бари, пивні бари, фітобари, коктейль-бари й ін.), їдальні, фабрики-кухні, фабрики-заготівельні, буфети, шашличні, продовольчі магазини та кіоски кулінарії і т.д. [5].

Ресторанна справа, з одного боку, є одним із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого – середовищем із високим ступенем конкурентності. У всьому цивілізованому світі це є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за утримання постійних і пошук нових споживачів їхніх послуг [2].

Розрізняють такі типи ресторанів:

1. Ресторани швидкого обслуговування або фаст-фуд, що спеціалізуються на приготуванні однієї основної страви (гамбургери, піца, млинці і т.д.).

2. Ресторани сімейного типу, які організуються за принципом старомодних кав'ярень.

3. Ресторани національної кухні (у США називаються етнічні) користуються великою популярністю у туристів, оскільки представлені стравами місцевої кухні.

4. Тематичні ресторани, які розробляють певну тему інтер'єру та дизайну, наприклад музику чи футбол. Їх головна ціль – створення відповідної атмосфери [3].

Що ж стосується рівня конкуренції між ресторанами Європи, то він дуже високий. Величезна роль у цьому процесі належить рейтингах: локальним, національним і світовим. Чим вище позиція ресторану в рейтинговій таблиці, тим більший інтерес він викликає в потенційних клієнтів, що призводить до збільшення прибутку. Природно, присутність закладу на сторінках такого видання - мрія кожного ресторатора.

Серед найбільш популярних ресторанных гідів виділяють: Michelin - «Мішлен» (Франція, Бельгія, Люксембург, Голландія, Швейцарія, Іспанія, Португалія, Великобританія, Австрія, Чехія, Польща, Італія, Ірландія, США, Китай, Японія і країни Бенілюксу), GaultMillau - «Гомийо» (Франція, Швейцарія, Німеччина та країни Бенілюксу), Gambero Rosso - «Гамберо Россо»

(Італія), The Restaurant Magazine - «Ресторанний журнал» (Англія), Ristoranti di Veronelli - «Ресторани Веронелли» (Італія), Le Pudlo Paris - «Пюдло» (Франція) і т.д. [1].

Отже, сучасний розвиток ресторанного бізнесу в Європі є складною системою, в якій є свої сильні і слабкі сторони. І якщо українські ресторатори хочуть рівнятися на Захід, вони мусять враховувати усі вищенаведені фактори. Креативність та компетентність власників ресторанного бізнесу – основний критерій успіху. Тому в цій справі дуже важлива відповідальність та правильний підхід до справи.

Література

1. Молдавська, Ю. В. Тенденції розвитку ресторанного бізнесу в країнах Європи / Ю.В. Молдавська // Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції «Індустрія гостинності у країнах Європи». - 4-6 грудня 2009 р. Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. – 176 с. – С.164-167.

2. Школа І.М. та ін. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник / За ред. проф. І.М.Школи. – Чернівці: Книги-XXI, 2005. – 596 с.

3. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Е.Л.Драчева, Ю.В.Забаев, Д.К.Исмаев и др. / под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчевой. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2005. – 567 с.

УДК 65.01:65.012

Лопатюк Р.І.

*к.е.н., доцент кафедри економічних дисциплін
Вінницького фінансово-економічного університету*

ІНВЕСТУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Туризм на сьогоднішній день є показником розвитку цивілізації, методом пізнання навколишньої дійсності, способом підвищення культурного рівня та відновлення здоров'я людей.

Наприкінці ХХ в. туризм стає масовим явищем, а туричний бізнес переживає справжній бум. Оскільки туризм вигідна сфера інвестування, з початку реформ в Україні цим бізнесом почали займатися люди, дуже далекі від підприємницької діяльності, так як сфера туризму приваблювала і приваблює багатьох підприємців своєю уявною легкістю. У другій половині 1990-х рр. на ринку туристських послуг різко загострилася конкуренція. Виявилося, що українські фірми не в змозі успішно конкурувати з іноземними ні за рівнем сервісу, ні за вартістю послуг. Крім того, іноземні підприємці (на відміну від вітчизняних) надають своїм клієнтам більш достовірну інформацію про свої можливості.

За прогнозами фахівців наша країна може увійти в число регіонів найбільш популярних серед туристів. Для успішної роботи туристського бізнесу потрібно здійснити значні інвестиції в інфраструктуру галузі, підготувати кваліфіковані кадри, навчити підприємців успішно конкурувати на цьому ринку, організувати більш ефективну допомогу держави.

Туристичний бізнес передбачає важку систему відносин між постачальниками і споживачами відповідних послуг, між турфірмами і їх конкурентами, а також між партнерами по бізнесу. Діяльність турфірми на ринку включає: вибір ринкової ніші; розробку туристичного продукту; визначення обсягу наданих послуг; вдосконалення ціноутворення; розширення рекламної діяльності; наукових досліджень; залучення інвестицій; взаємодія з іншими компаніями; взаємини з державними органами.

Інвестиційне забезпечення – це сукупність умов, ресурсів і заходів, необхідних для здійснення інвестиційного процесу. Оцінка інвестиційного забезпечення здійснюється за чотирма основними напрямками

До джерел інвестиційного забезпечення розвитку туристичної галузі слід відносити: вкладення в туристичні підприємства іноземного та вітчизняного капіталу, кредитні фінансові ресурси, внутрішні інвестиційні джерела підприємств (амортизація, прибуток), заощадження населення (напрямку та через фінансові установи).

У сучасних реаліях України для підвищення інвестиційного інтересу з боку іноземного інвестора є безліч умов, обумовлених рядом досить суперечливих факторів. Відсутність у даний час ефективної конкуренції серед вітчизняних туристичних підприємств, дешева робоча сила, відносно недорогий і ємний (хоча і не досить якісний) ринок матеріально-технічної бази, неосяжний споживчий ринок і, насамперед, можливість одержання значно більш високих норм прибутку в порівнянні з розвинутими країнами – все це повинно робити українську економіку особливо привабливою для іноземних підприємців.

Стосовно внутрішніх джерел інвестування слід визнати, що потреби туристичної індустрії в прямих капіталовкладеннях значно перевищують існуючу на вітчизняному фінансовому ринку інвестиційну пропозицію.

Дослідники звертають особливу увагу на необхідність інвестицій в розвиток сільського туризму, який у більшості країн розглядається як невід'ємна складова частина комплексного соціально-економічного розвитку села та як один із засобів вирішення багатьох сільських проблем. Такі інвестиційні проекти повинні передбачати будівництво та облаштування сільських садиб та відповідної туристичної інфраструктури села.

Отже, підсумовуючи все вищезазначене, можемо стверджувати, що ні існуючий регуляторний механізм, ні економічні і соціальні передумови не

зможли забезпечити достатній інвестиційний потік капіталу в розвиток галузі туризму за останні роки, що визначає необхідність пошуку шляхів підвищення інвестиційної привабливості туристичної індустрії країни та її окремих регіонів.

Стратегічними цілями інвестиційної політики в галузі туризму повинні бути:

- створення законодавчої бази та забезпечення гарантій інвестиціям в туристичний бізнес, як іноземним, так і внутрішнім;
- формування сприятливого іміджу країни, її туристичних регіонів;
- створення сприятливого інвестиційного клімату;
- стимулювання припливу капітальних вкладень у реконструкцію і будівництво сучасних туристичних комплексів, санаторіїв, готелів, відповідних до міжнародних вимог і стандартів;
- розробка нових турів, які повинні враховувати етнокультурні, геополітичні, екологічні чинники туристичної місцевості.

Національна туристична галузь, хоч і дуже повільними кроками, але починає покращувати свої показники діяльності і закріплювати позиції на внутрішньому та міжнародному ринках. Саме від того, на скільки ефективно сьогодні буде здійснюватись управління інвестиційними процесами в галузі від мікрорівня – туристичного підприємства, до макрорівня – державного регулятора, залежить все її майбутнє, а отже, в значній мірі і майбутнє економіки України в цілому.

Література

1. Герасимчук М. Резерви ринку інвестицій / М. Герасимчук // Урядовий кур'єр. – 2012. – 20 груд.
2. Цибух В.І. Державне регулювання у сфері туризму в Україні / В.І. Цибух // Статистика України. – 2013. – № 1. – С. 60-89

УДК 332.32

Максімчук О.С.

*пошукач кафедри економіки та управління підприємством
Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара*

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПОРІВНЯННЯ

Розвиток інноваційних процесів займає досить важливе значення та позитивно впливає на розвиток транспортної галузі. На жаль, на сьогоднішній день велика кількість підприємств, особливо транспортних, залишаються збитковими, а якість їхніх послуг не відповідає світовим стандартам [13].

За показниками використання транзитного потенціалу (без врахування

показників перевізної роботи трубопровідного транспорту) провідна роль належить залізничному транспорту. Наприклад, у 2012 р. спостерігався наступний розподіл транзитних вантажопотоків: трубопровідному транспорту належить – 65,27%; залізничні перевезення – 29,22%, автомобільні – 3,05%, морські – 2,4%, інші види – 0,06%.

Показник енергоефективності водного транспорту у 10 разів більше автомобільних перевезень і у 5 разів – залізничного. Європейською Комісією встановлено, що на 5 літрів умовного палива 1 тонну вантажу можливо перевезти: річковим транспортом – на 500 км, залізницею – на 333 км, автомобільним транспортом – на 100 км. Внутрішній водний транспорт забезпечує найнижчу собівартість вантажних перевезень у перерахунку на 1 умовну тонну вантажу, завдаючи при цьому найменшого впливу на екологічний стан довкілля.

За висновками спеціалістів, близько 60% перевезень всіх вантажів у Європі здійснюють залізничним транспортом, а внутрішніх – водним транспортом – до 15%. У нашому випадку на долю Дніпра припадає не більше 1% вантажопотоків – минулого року перевізники транспортували ним близько 6 мільйонів тонн, а стан міжнародного водного транспорту та приймаючих українських портів ще знаходиться на недостатньо високому рівні.

Економічний механізм забезпечення інноваційного розвитку залізничного транспорту розглядається як сукупність економічних ресурсів і способів їх взаємодії, спрямованих на забезпечення виконання встановлених програм інноваційного розвитку залізничного транспорту та створення умов для розширення сфери та масштабів попиту, пропозицій і розповсюдження науково-технічних знань, трансферу інноваційних розробок в процес транспортного обслуговування. При цьому необхідно зазначити, що економічний механізм забезпечення інноваційного розвитку залізничного транспорту представляє собою функціонально-цільову схему взаємодії функціональної підсистеми та підсистеми забезпечення інноваційного розвитку залізничного транспорту, а також економічних важелів та стимулів, які спрямовані на створення сприятливих умов поширення інновацій в транспортному комплексі країни.

Функціональна підсистема економічний механізм забезпечення інноваційного розвитку залізничного транспорту включає в себе підсистему виробничо-транспортного забезпечення, підсистему науково-дослідної діяльності, підсистему управління персоналом підприємств та фінансово-економічну підсистему. Підсистема забезпечення інноваційного розвитку залізничного транспорту спрямована на нормативно-правове, ресурсне, інформаційне, логістичне, маркетингове та кадрове забезпечення інноваційного розвитку залізничного транспорту.

За середніми визначеннями вантажних перевезень (близько 600 км) морський

транспорт посідає перше місце серед інших видів транспорту. Але за відстанню перевезення пасажирів значно поступається залізничному та особливо автомобільному транспорту. Морський транспорт широко використовується для міжнародних і внутрішніх перевезень. Це найбільш дешевий вид транспорту, тому що експлуатація морських шляхів не вимагає більших витрат на утримання мережі в порівнянні з іншими видами транспорту [2].

Український флот досяг критичного віку, а тому якщо не буде здійснено його радикального оновлення, всього за 6-8 років його витіснить іноземний флот. Розвиток водного транспорту України зазнає суттєвих труднощів. Усі основні проблеми, що постали перед галуззю, починаючи з 90-х рр. минулого століття, фактично залишаються невирішеними. Проте, усі складові водного транспортного комплексу (флот, порти, транспортний сервіс), незважаючи на складний економічний стан, демонструють наявність високого потенціалу, що підтверджується динамікою показників роботи водного транспорту. Водночас інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку водного транспорту не задовольняє його актуальних потреб. Частка водного транспорту в загальному обсязі інвестицій в економіку України не відповідає потенціалу галузі та її значенню в економіці країни [2].

Підприємства водного транспорту своїми власними ресурсами намагаються проводити активну інноваційну політику, але коштів потрібно більше. Саме через це постає питання про необхідність існування та затвердження чіткої концепції інноваційного розвитку водного транспорту, оскільки він має значний потенціал розвитку, бо навіть в сучасних складних умовах господарювання здатен демонструвати хороші результати своєї основної діяльності. У той же час інноваційна політика підприємств залізничного транспорту повинна і надалі спрямовуватись на модернізацію рухомого складу, станцій, впровадження покращених послуг вантажо- та пасажироперевезень, розробки інноваційних проектів у діяльність даного виду транспорту.

Література

1. Востров Г.М. Особливості впровадження революційних інновацій з метою забезпечення ефективного розвитку підприємства / Г.М. Востров, М.П. Тимошук // Проблеми економіки та управління. – 2011. – №698. – С. 16-22.

2. Гринів Н.Т. Основні проблеми розвитку транспортної галузі України / Н.Т. Гринів, М.В. Кіндій, А.В. Панкевич // Маркетинг та логістика в системі менеджменту: Тези доповідей ІХ Міжнародної науково-практичної конференції, 2012. – С. 94-96.

Максименко І.І

Студентка 5 курсу, 41 м групи

Уманського національного університету садівництва

Науковий керівник: д.е.н., професор Транченко Л.В.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Сьогодні найбільш динамічно зростаючим сектором світового туристичного господарства є сфера сільського туризму. Розвиток сільського туризму у Європі розпочався в середині ХІХ ст. Для України сільський туризм – нове поняття, хоча відпочинок на селі використовувався відомими українськими письменниками, художниками, артистами і політиками з давніх часів. Сільський туризм – це специфічна форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної та етнографічної спадщини регіону [3].

Пріоритетність розвитку сільського туризму в Україні зумовлюється нагальною необхідністю невідкладного розв'язання соціально-економічних проблем сучасного села. За роки незалежності України в сільській місцевості спостерігається зменшення населення, зростання безробіття, масова заробітчанська міграція. Споживачі послуг сільського туризму мають значну кількість переваг від використання можливостей даного виду відпочинку, а саме: активний відпочинок «на природі»; навчання виробництву продукції на селі, набуття нових умінь; вживання натуральних страв; пізнання культури регіону; безпосереднє спілкування з місцевими жителями.

В даний час у професійному туристському бізнесі сільський туризм, як дуже дохідний вид діяльності, займає свою визначену нішу на світовому туристському ринку і має немалі обсяги продажів та залучення туристів. Зрозуміло, що змагатися з обсягами туристських потоків на популярні морські курорти або в такий туристський центр, як Париж, він не може, але проте за значущістю стає все більш важливим і дуже перспективним напрямом [1].

Важливим на ряду із законодавчим визначенням сфери сільського туризму є питання просування в Україні самої ідеї сільського туризму в цілому [2]. Метою розробки цієї широкомасштабної програми повинно стати підвищення поінформованості населення і створення позитивного ставлення до цього виду відпочинку. Для цього повинні бути задіяні такі види маркетингових комунікацій, як PR-статті, інтерв'ю, прес-конференції, семінари, брифінги, телепередачі, що викликають довіру та позитивну реакцію у

відпочиваючих. Варто також активізувати значення місцевої влади у підтримці цілей сільського зеленого туризму.

Сільський туризм у більшості країн розглядається як невід’ємна складова частина комплексного соціально-економічного розвитку села та як один із засобів вирішення багатьох сільських проблем [4]. Сьогодні в Україні формується розуміння сільського туризму як специфічної форми відпочинку на селі з можливістю ефективного використання природного, матеріального і культурного потенціалу регіонів. Законодавче врегулювання взаємовідносин у сфері сільського туризму та його популяризація сприятиме подальшому розвитку ринку туристичних послуг і дозволить зробити його більш прозорим і привабливим. Перспективою подальших досліджень може слугувати розробка основних стратегічних напрямів сільського туризму в Україні з метою його популяризації та розвитку.

Література

1. Гловацька В.В Сільський зелений туризм: сутність, функції, основи організації // Економіка АПК. – 2006. – №10. – С.148–150.
2. Законодавчі акти при організації діяльності у сфері сільського зеленого туризму // Новини турбізнесу. – 2006. – № 21 (71) . – С. 31 – 34.
3. Збарський В. Організаційно-правові основи сільського зеленого туризму / В. Збарський // Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2008. – №20. – С.10–11.
4. Транченко Л. В. Сільський туризм як перспективний напрям зайнятості на селі / Л. В. Транченко // Науковий журнал «Економічний форум». – 2014. – № 3. – С. 104–110.

УДК 338.48(477)

Матвійчук Л.Ю.

*д.е.н., доцент кафедри охорони праці та безпеки життєдіяльності
Луцького національного технічного університету*

Тищук І.В.

*здобувач кафедри охорони праці та безпеки життєдіяльності
Луцького національного технічного університету*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Сьогодні туристичний бізнес розглядається як найбільш перспективний напрям розвитку для національної економіки. В Україні існують усі передумови розвитку відпочинку в селі, який можна розглядати як специфічну форму господарської діяльності у сільському середовищі з використанням природного та культурного потенціалу регіону.

Зелений туризм виступає важливим чинником стабільного динамічного збільшення надходжень до бюджету, активізації розвитку багатьох галузей економіки (транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо)[1].

Крім вкладу в національний дохід країни, розвиток інфраструктури, створення нових робочих місць, збереження культурної та історичної спадщини, підвищення рівня сільських жителів, активізація торгівлі в регіоні (реалізація власних сільськогосподарських продуктів), зелений туризм виконує функцію рівномірного розвитку галузей економіки по всіх регіонах України.

Розвиток зеленого туризму в Україні підтримують також спеціальні Європейські програми ТАСІС, Міжнародний фонд «Відродження», фонд «Євразія, Європейська федерація сільського туризму «Єврожітс». Європейський Союз вбачає в зеленому туризмі основний важіль економічного підйому своїх сільських територій. На цьому етапі розвитку зеленого туризму, Україні слід перейняти досвід країн-сусідів. Так, у Польщі для усіх, хто бажає розпочати зелений туризм, діє пільговий режим оподаткування. В Угорщині передбачаються спеціальні пільги у сфері зеленого туризму (переваги для сімейних господарств), які призначаються на конкурсних засадах у процесі реалізації спеціальних урядових чи відомчих програм, а також не підлягають оподаткуванню і особисті доходи, отримані від використання для відпочинку власного житла. Саме завдяки державній підтримці стрімко розвивається туризм на території Білорусі (Національна Програма розвитку туризму в Білорусі та обласними програмами розвитку агроекотуризму).

Вважаємо що, споживачі послуг зеленого туризму мають також, значну кількість переваг від даного виду відпочинку: чисте повітря, тиша, навчання виробництву продукції на селі, набуття нових умінь, вживання натуральних страв, ознайомлення з місцевими традиціями та культурою регіону, домашня атмосфера.

Пріоритетність розвитку зеленого туризму в усіх регіонах України зумовлена такими обставинами:

1. Розвиток зеленого туризму стимулює мале підприємництво, важливе для оздоровлення економіки аграрних районів країни.
2. Регіони України володіють малоосвоєним рекреаційним потенціалом, що потребує пошуку альтернативних та ефективних стимулів для його раціонального використання у відпочинково-туристичних цілях.
3. Створення та розвиток агрорекреаційного сервісу вирішує низку напружених соціальних проблем багатьох регіонів, зокрема масового безробіття, закордонного заробітчанства, складного соціального клімату тощо.
4. Збережена етнокультурна самобутність історичних країв нашої держави

виступає ексклюзивною, міжнародно-туристичною, конкурентною перевагою, що дозволить Україні бути серед основних осередків розвитку сільського туризму в Європі [2].

Однак є фактори, які гальмують розвиток зеленого туризму: відсутність нормативно-правової бази, яка регламентує розвиток зеленого туризму, відсутність належних умов для розміщення туристів, незадовільний стан об'єктів туристичної інфраструктури, незадовільний стан щодо гарантування безпеки туристів, відсутність економічної підтримки з боку держави сільських жителів, які надають послуги у сфері зеленого туризму, інтегративної системи інформування потенційних туристів про можливість відпочинку в сільській місцевості, регіональних та місцевих програм розвитку зеленого туризму, транспортна віддаленість осередків відпочинку - погане сполучення (дороги в сільській місцевості перебувають у надзвичайно занедбаному стані), рекреаційна необлаштованість (невідповідність запитам сучасного туриста), низький рівень надання послуг, низький рівень маркетингу [3].

Досі залишаються невирішеними питання упровадження системи підготовки профільних фахівців, навчання і перекваліфікації сільських господарів, незайнятого сільського населення. В Україні не працює жодна стала група тренерів, яка б на постійній основі здійснювала профільне повне консультування, супровід та навчання зацікавлених осіб [4].

Дослідження показало, що розвиток зеленого туризму – вдале вирішення багатьох проблем, які є актуальними на сьогодні для мешканців сіл та суспільства загалом, але найголовніше це залучення людей до активної участі у вирішенні власних фінансових проблем.

Література

1. Сайт Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http // www.greentour.com.ua](http://www.greentour.com.ua)
2. Кулік А. Особливості розвитку сільського зеленого туризму в Україні [Електронний ресурс] // Економіка. Управління. Інновації – 2012. – № 2(8) Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/kulik.htm
3. Мартинова Н. Значення правового забезпечення сільського зеленого туризму в контексті сталого розвитку сільських територій / Мартинова Н. // Трибуна молодого вченого. Юридичний вісник. – 2014. – № 2. — С.226.
4. Пітюлич М. Особливості функціонування сільського туризму в Україні та досвід європейських країн / М. Пітюлич, І. Михайлюк // [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/pitulych.htm

Михайлів К.О.

аспірант кафедри туризму

Національного університету «Львівська політехніка»

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМ ВИКОРИСТАННЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ

Сьогодні рекреація і туризм один з найбільших секторів світового господарства, що динамічно розвивається і створює середовище для активізації інших галузей економіки. Виробництво та споживання рекреаційно-туристичного продукту відбувається через ефективне функціонування ринку рекреаційно-туристичних продуктів та послуг. Ефективність цієї діяльності визначається за допомогою показників соціально-економічного потенціалу рекреації і туризму, виробництва та реалізації рекреаційно-туристичних товарів та послуг, розвитку інфраструктури рекреаційно-туристичних підприємств; показники.

В основі всієї рекреаційно-туристичної діяльності лежить економічно обгрунтоване та ефективне використання рекреаційно-туристичних ресурсів. Організаційно-економічний механізм є засобом зв'язку між об'єктивними законами та діяльністю суб'єктів рекреаційно-туристичної галузі [1]. Організаційні механізми складаються з двох блоків:

- правовий (нормативно-правові документи, постанови, декрети та укази уряду, розпоряджень міністерств і відомств);
- управлінський (моніторинг довкілля та РТР, інформаційне забезпечення, екологоорієнтована експертиза та аудит, маркетинг, інфраструктура та послуги).

Економічний механізм регулювання спрямований на раціональне і економічно обгрунтоване використання, збереження та відтворення РТР, складається з таких блоків:

- регулюючий (оцінка рівня використання ресурсів, планування, фінансування та стимулювання комплексного використання ресурсів, сертифікація та стандартизація, податкове регулювання);
- штрафний (санкції за порушення правил і норм використання РТР, штрафні платежі за перевищення лімітів, забруднення та відсутність очисних споруд і т.п.).

Ефективне і раціональне використання РТР суб'єктами господарювання сприятиме інтеграції підприємств різних галузей, що здійснюють свою діяльність у сфері рекреації та туризму, розвитку відповідного сектора економіки як ефективною складовою господарського комплексу [2, С 70-71].

Програма для раціонального і економічно обгрунтованого використання РТР наведена на рисунку 1

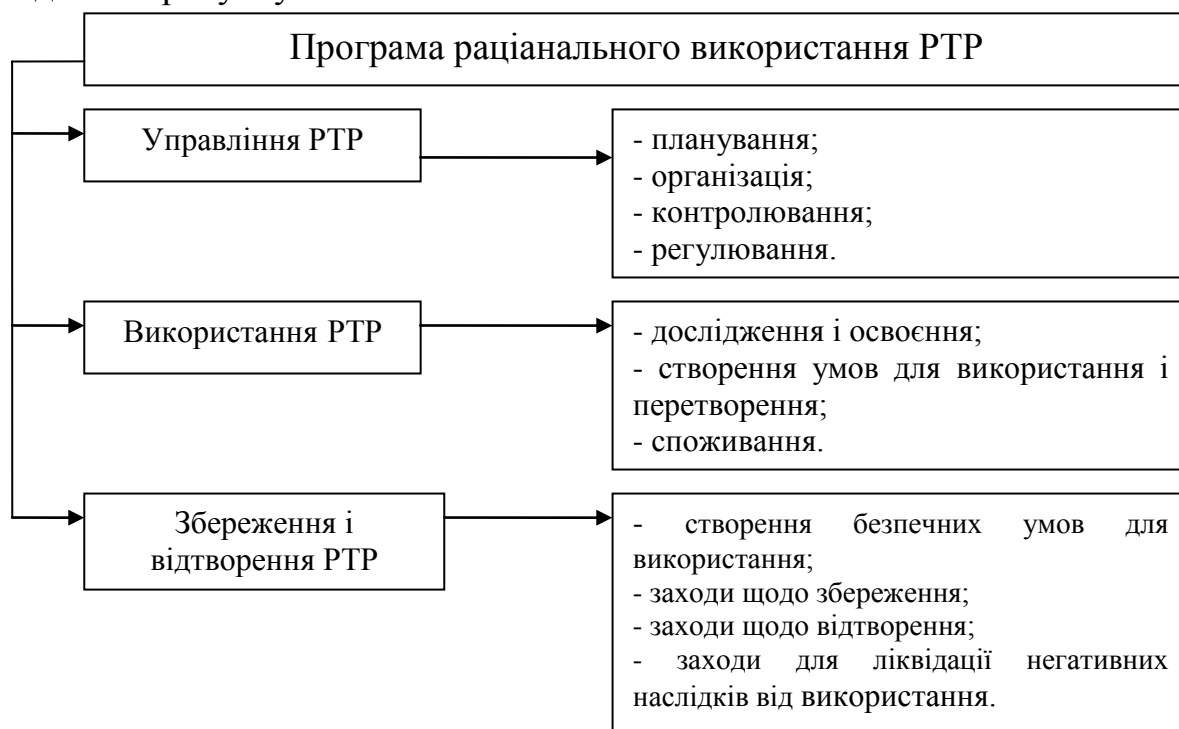


Рис.1 Програма раціонального використання РТР суб'єктами рекреаційно-туристичної галузі

При впровадженні програми раціонального використання суб'єктами рекреаційно-туристичної галузі зменшується негативний вплив на навколишнє середовище; забезпечується раціональне, економічно обгрунтоване та екологічно зберігаюче природокористування; збереження та відтворення РТР.

Література

1. Балджи М. Д. Організаційно-економічні засади комплексного природокористування на регіональному рівні : монографія / М. Д. Балджи. - О. : Атлант, 2010. - 495 с
2. Казачковська Г. В. Удосконалення організаційно-економічних механізмів функціонування рекреаційно-туристичного господарства / Г. В. Казачковська // Держава і регіони. Серія : Економіка та підприємництво. — 2010. — № 4. — С. 69–72.

Наконецний Т.О.

Студент 3 курсу, ГРС-12 групи

Львівського інституту економіки і туризму

Науковий керівник: доцент Джурик Н. Р.

НЕЗВИЧАЙНІ ВИДИ СОЛЕЙ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В СУЧАСНІЙ КУЛІНАРІЇ

Все більше і більше шеф-кухарів для підвищення популярності своїх закладів створюють креативні страви з використанням альтернативних видів сировини і приправ. Сіль в кулінарії використовують не тільки як приправу для прояву і посилення смаку продуктів, але й для підтримки більшості життєво-важливих процесів в організмі людини. Підібрати сіль, що ідеально пасує до конкретних продуктів - справжнє мистецтво.

В світовій кулінарії сьогодні використовують різні види харчової солі, які розрізняються за смаком і кольором, і в більшості стравах відіграють роль делікатесу, аніж приправи. За дослідженнями журналу Forbes визначено 8 рідкісних сортів солі, які покращать смак приготованих страв: чорна («четвергова», папуаська), сіль Японського моря Amabito No Moshio, Гімалайська рожева сіль, вінтажна сіль Merlot, філіппінська сіль Sugro Asi, сіль Fleur de Sel, сіль Fumee de Sel, індійська сіль Kala Namak. Крім цього, шеф-кухарями створюються страви з використанням ароматизованих харчових солей, які одержують змішуванням кристалів солі зі спеціями, травами, насінням і навіть квітами, фруктами та овочами (наприклад, з фіалками, лимоном або сушеними грибами).

Слід зазначити, що у перехованих вище солях смак менш солоний, а склад відзначається високим вмістом мінеральних речовин: заліза, йоду, калію, сірки, кальцію і цинку та інших.

Чорна сіль це природна неочищена сіль, мінеральна суміш, де хлористий натрій є лише одним із компонентів. Використовується західними, європейськими та індійськими кухарями як приправа замість звичайної солі або для прикрашання готових делікатесів (чорні крупинки в легкому салаті, заправленому майонезом). Смак у неї менш солоний, ніж у будь-якої іншої солі, запах вулканічний, з виразною нотою сірки, асафетиди (ароматична смола коренів) і сухого часнику.

Чорна «четвергова» сіль виготовлялась на Русі спалюванням у печі та просіюванням звичайної білої солі з додаванням квасної гущі, капустиного листя, житнього борошна та прямих трав.

Чорна папуаська сіль далека родичка вітчизняної чорної солі з

домішками спалених палиць та корчів, просочених морською водою і викинутих на берег. **Колір** від бурого до коричневого, фіолетового, бордового із сірим відтінком, смак трохи яєчний.

Індійська чорна сіль зовсім не чорна, а швидше рожева. Вона містить багато сірки та інших мінералів, а її запах і смак нагадують сильно приправлене прянощами яйце. Чорна сіль «Kala Namak» гармонійно поєднується з усіма стравами з яєць і водночас тонко підкреслює і відтіняє природний смак овечого та козячого сирів, а також додається в різні холодні закуски, соуси, соління й маринади, супи, фруктові та овочеві салати, підсмажені горіхи, фруктові соки і прохолодні напої.

Сіль Fleur de Sel («Квітка моря») вважається однією з найкращих і дорогих різновидів французької солі. Кристали солі плескатої форми, сірого кольору з пікантним смаком і ароматом морських водоростей та багатьох мінералів. Вона використовується як приправа до страв з риби, білого м'яса, холодних та солодких страв, а також для прикрашання країв бокалів для коктейлів в кращих ресторанах світу.

У французькій солі Fume de sel, яку отримують шляхом холодного копчення протягом місяця в дубових бочках з-під вина Chardonnay, коричневий відтінок, ніжний димчастий аромат з ледь вловимими нотками дуба і вина Шардоне. Сіль Fume de Sel відмінно доповнює смак смаженого м'яса і риби, тушкованих овочів, салатів, а також використовується для прикрашання страв.

Вінтажна сіль Merlot зародилася у Франції, однак сьогодні, головним виробником і постачальником стали США. Сіль рожево-пурпурового кольору з ароматом вина одержують випаруванням розчину солі в червоному вині Мерло. Найчастіше цю сіль додають у делікатеси з шоколаду, до страв з морепродуктів та м'яса.

Японська сіль Amabito No Moshio мало не найдавніша в світі вперше її отримали 2500 років тому. Отримання солі здійснюється методом випарювання морської води разом з водоростями, попередньо висушеними на сонці в глиняних баках. Вона має бурий колір, специфічний аромат і маслянисту консистенцію, ідеально підходить до м'яса, рису, смаженої картоплі і навіть до шоколадного суфле.

Гімалайська рожева сіль вважається більш здоровим, природним, необробленим продуктом, видобутим в Пакистані без температурного оброблення, що дозволяє зберегти природну структуру кристалів. Ця сіль має рожевий колір, що пояснюється наявністю в ній калію, магнію, міді, заліза і ряду інших елементів; запах сірководню. Її додають у готові перші й другі страви, салати і гарніри. У США розроблено технологію приготування страв з м'яса та нерибних продуктів моря на блоках із рожевої гімалайської солі з

хрусткою скоринкою.

Таким чином, асортимент солі в світі є досить різноманітним. Завдяки особливому смаку та корисним властивостям для організму людини створюються креативні страви з високими споживними властивостями.

Література

1. 8 видів солі, яка в особливій ціні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://organic.ua/ru/lib/1008-8-vydiv-soli-jaka-v-osoblyvij-cini>
2. Дудкіна О. О. Значення солі в раціональному харчуванні людини і її альтернативні види, що використовуються в сучасній кухні. / О.О.Дудкіна, О. В. Арпуль. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11808/1/salt.pdf>
3. Що таке чорна сіль і чим вона корисна? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://charivne.info/news/scho-take-chorna-sil-i-chim-vona-korisna>
4. Яка буває сіль? [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://myhelper.com.ua/index.php?newsid=5277>

УДК 338.482.2.

Народова І.С.

Студентка 2 курсу, 21 тм групи

Уманського національного університету садівництва

Науковий керівник: д.е.н., професор Транченко Л.В.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

На сьогоднішній день важко собі уявити готель, в якому тисячі операцій повсякденній діяльності проводяться в ручну. Системи управління – це мозок готелю, без яких він не зможе існувати. Існує безліч типів систем електронного управління готелем таких як: глобальні комп'ютерні системи бронювання, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, Смарт-карти, інформаційні системи управління і вибравши одну з них, ми повинні задатися питанням, наскільки вона сумісна з інноваційними ІТ продуктами, які вже стали необхідністю [1]. В останні роки багато готельних підприємств мають власні сайти в Інтернеті. Впровадження мультимедійних технологій, зокрема довідники, буклети, каталоги є одним з основних напрямів інноваційних технологій в готельному та туристичному бізнесі.

Багато туристичних агентств та готелі публікують довідники і каталоги в книжковому виконанні, на електронних носіях, в Інтернет. Електронні каталоги дозволяють віртуально подорожувати по номерах різних категорій, залам ресторанів, конгрес-центрах, лобі, щоб отримати повну інформацію про

готельні підприємства, і вивчити повний спектр надаваних послуг, систему пілґ і знижок [2]. Так само за допомогою інноваційних технологій вирішується проблема безпеки готельного підприємства. Система відео спостереження, система моніторингу доступу, система безпеки може забезпечити безпеку проживання гостя. Установка системи електронних замків є одним з найбільш ефективних рішень профілактики крадіжок.

Обладнання готельних підприємств електронними системами безпеки особливо важливі для невеликих готелів, де кількість персоналу обмежена. Використання комп'ютерного зв'язку значно прискорює процес управління на підприємствах, підвищує ефективність і якість оптимізації затрат. Зв'язок з туроператорами, турагентами здійснюється в комп'ютерних мережах, зокрема в Інтернеті [1]. Таке спілкування називається IP-телефонія. Традиційно постачальники туристичних послуг (готелі, ресторани, транспортні компанії, музеї тощо) взаємодіють з клієнтами через посередників, а саме: туроператорів, туристичні агентства, мережі готелів, комп'ютеризовані мережі бронювання. Так само існують віртуальні посередники – сайти готелів, авіакомпаній, туристичних фірм. Це дозволяє туристові безпосередньо, без участі турфірм, отримати інформацію і замовити послуги у будь-якого постачальника і посередника. Кількість інтернет користувачів, що використовують телекомунікаційні системи, постійно збільшується, вони можуть самостійно планувати власні поїздки: прокласти маршрут, замовити й оплатити готель, екскурсії, квитки на літак, поїздки, круїз. Отже, інноваційні технології у готельно-рестораному бізнесі є дуже важливі і необхідні забезпечуючи цим легке та зручне користування всіма послугами.

Література

1. Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе / Н.Н. Малахова. – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2008. – 224 с.

2. Транченко Л. В. Эффективность информационных технологий в туризме : материалы Междунар. заоч. наук.-практ. конф. [«Информационные технологии в экономике, бизнесе и управлении»], (Тамбов, 20 февраля 2014 г.). – / отв. ред. М.В. Старцев; М-во обр. и науки РФ, ФГБОУ ВПО «Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина». Тамбов: Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2014.. – С. 182–191.

УДК 351.711(332.122)

Незвещук-Козут Т.С.

к.е.н., доцент Київського національного торговельно-економічного інституту

Павленко А.М.

старший викладач кафедри економічної теорії

та фінансово-економічної безпеки

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ОБ'ЄДНАНЬ ТА КЛАСТЕРІВ

Стратегічне управління розвитком туристичних підприємств у Чернівецькій області передбачає здійснення комплексу заходів щодо удосконалення системи їх організації економічних взаємовідносин, зміцнення матеріально-технічної бази, створення умов для реалізації інвестиційних проектів, нарощування обсягів надання туристичних послуг за рахунок розширення внутрішнього та іноземного багатопрофільного туризму. Велике значення має зростання якості обслуговування туристів, підвищення ефективності використання природних туристичних ресурсів та об'єктів історико-культурної спадщини, поліпшення транспортного обслуговування тощо. При цьому стратегічними цілями визначені наступними:

1. Розвиток маркетингу туристичних підприємств.
2. Розвинута туристична інфраструктура.
3. Сприятливе середовище розвитку туризму.

План дій щодо реалізації стратегії розвитку туристичних підприємств на Буковині включає наступні управлінські заходи: Необхідно створити позитивний туристичний імідж підприємств області, підвищити рівень обізнаності споживачів про її туристичні можливості та рівень вмотивованості до її відвідування. На основі регіонального аналізу розвитку туристичних підприємств в Чернівецькій області розробити туристичний імідж як окремих регіонів, так і краю в цілому, а також здійснити їхній брендінг. Відповідно до наявних туристично-рекреаційних ресурсів і матеріально-технічної бази, здатних забезпечити високі конкурентні позиції на туристичному ринку, на перспективу доцільно визначити туристичний імідж Чернівецької області в цілому кожного туристичного регіону зокрема, його складники та чинники формування.

З метою підвищення ефективності туристичної діяльності важливо створити суб'єкти маркетингових комунікацій Чернівецької області, якими мають стати туристичні інформаційні центри (ТІЦ). Вони повинні знаходитися в обласному центрі й основних туристичних регіонах, принаймні у

Буковинських Карпатах і Подністров'ї. Для цього зону відповідальності існуючого ТЦ у Чернівцях необхідно розширити до території всієї області, а його роботу організувати за формулою Чернівці + Буковина. Відкрити принаймні ще два туристичних інформаційних центри у Вижниці та Хотині, які б працювали скоординовано з Чернівецьким ТЦ.

Пропонується забезпечити фінансування туристичних інформаційних центрів із місцевих і обласного бюджетів і покласти на них коло таких обов'язків: ідентифікація та оцінка цільової аудиторії; розробка звернення, адресованого цільовій аудиторії; добирання засобів розповсюдження звернення та робота з ними; налагодження каналів зворотного зв'язку; аналіз інформації, одержаної каналами зворотного зв'язку та відповідне корегування комунікаційного процесу та ін.

Туристичним інформаційним центрам обґрунтовується необхідність виявити цільові ринки та проводити регулярні дослідження цільової аудиторії, що передбачають визначення фактичної та потенційної кількості відвідувачів Чернівецької області в розрізі туристичних регіонів. Кількісна оцінка має доповнюється дослідженням сегментації туристів за такими характеристиками: країна чи регіон походження, віковий склад, мета відвідування, тривалість перебування та ін.

Для обраних цільових ринків Туристичним інформаційним центрам потрібно розробити комунікаційні канали, кожен з котрих охоплюватиме свою цільову аудиторію: а) фактичних туристів і одноденних відвідувачів, що перебувають у межах Чернівецької області; б) потенційних туристів і одноденних відвідувачів, які перебувають за межами Чернівецької області в межах України; в) потенційних туристів, які перебувають за межами України (іноземних туристів).

УДК 640.41(477)

Непочатенко В.О.

*Викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманського національного університету садівництва*

ОСОБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Основною складовою туристичної галузі України є готельний бізнес. Розвиток внутрішнього та міжнародного туризму значною мірою пов'язаний з рівнем матеріально-технічної бази туристичних підприємств, розгалуженістю та різноманітністю їх мережі, якістю та обсягом послуг, пропонованих готельним господарством [2]. У сучасних умовах розвитку туризму особливої актуальності набуває питання розвитку готельної індустрії, яка виконує одну з

основних функцій у сфері обслуговування туристів – забезпечує їх житлом і побутовими послугами під час подорожі. Значення готельного бізнесу полягає і в тому, що ця галузь формує об'єм робіт для туризму, транспорту, роздрібною торгівлі, суспільного харчування, страхування, культури та мистецтва, архітектури та проектування, екскурсійного обслуговування, рекламної індустрії [3]

Україна може пишатися значним рекреаційним потенціалом, історико-культурною базою, природним багатством територій та традиційно-культурною спадщиною. Але щоб задовольнити всі потреби європейського споживача цього замало, потрібно забезпечити комфортність проживання, високу якість обслуговування та створити такі умови, щоб людям хотілося повертатися на відпочинок до нашої держави.

Щоб справити позитивне враження на відвідувачів України потрібно усунути основні перешкоди розвитку готельного господарства і зробити це в максимально короткі строки.

До основних недоліків готельної індустрії на даний час можна віднести багато економічних і законодавчих чинників [1].

Географічне положення України сприяє розвитку туризму, тому, що Україна розташована на перехресті транспортних та туристичних потоків з Європи в Азію. Будучи європейською державою, вона на заході межує з країнами Центральної і Західної Європи, з якими є значні можливості для розширення всіх зв'язків, а на півночі і сході з Росією, з якою існують історичні, економічні та культурні зв'язки.

Маючи сприятливе географічне положення для розвитку туризму та готельної індустрії на сьогоднішній день Україна займає одне із останніх місць у списку європейських країн по кількості готелів.

В Україні на тисячу мешканців припадає у середньому два готельних номери, тоді як у Європі цей показник складає не менше 14-18[4].

З поглибленням глобалізації та світових інтеграційних процесів вітчизняна готельна галузь стає невід'ємною складовою світового готельного господарства. Однак, варто відзначити відсутність необхідної інфраструктури, відповідних сервісних умов, що, в свою чергу, позначається на рівні якості обслуговування туристів. Стан сфери послуг не відповідає потенційним можливостям держави, яка має необхідні ресурси для розвитку туристичної інфраструктури : природні умови; історико-культурні ресурси; трудові та матеріальні ресурси.

На даний час підприємства готельного бізнесу України розвиваються нестабільно із невисокими темпами щорічного зростання, що спричинено рядом факторів:

–сезонність туристичних послуг;
–недостатнє фінансування закладів готельно-ресторанних господарств;
–висока вартість сфери послуг, що в 2-3 рази перевищує європейські;
–невідповідність законодавства сучасним вимогам та потребам ринку послуг гостинності.

Вказані фактори призводять до невідповідності світовим стандартам надання послуг готельно-ресторанних господарств, що вимагає швидкої реакції для їх усунення від суб'єктів готельного господарювання.

Тому, першочерговим завданням розвитку індустрії гостинності є інтенсифікація використання наявних ресурсів з вдосконаленням чинного законодавства згідно європейських норм із паралельним створенням сучасних підприємств ресторанного господарства, здатних конкурувати з кращими світовими аналогами.

Література

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний і ресторанний бізнес : ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : монографія / Л.Г. Агафонова. – К. : «Знання України», 2002. – 360 с.
2. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент [Текст] навчальний посібник / Л.І. Нечаюк , Н. О.Нечаюк – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 348 с.
3. Опанащук, Ю.Я. Развития гостиничного хозяйства в Украине: тенденции и перспективы [Текст] / Ю.Я. Опанащук // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2004. – №3. – С. 70-72
4. Гостиничная индустрия Украины. Прошлое. Настоящее. Будущее. [Текст] // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. - №3. – С. 10-20

УДК338.486:338.43

Нещадим Л.М.

*к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманського національного університету садівництва*

МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ АГРОТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тенденції туристичної діяльності, поєднані з процесами євроінтеграції та глобалізації, забезпечили трансформацію вітчизняного ринку туристичних послуг із «ринку продавця» у «ринок покупця», що зумовило необхідність орієнтації туристичних підприємств на нові стандарти якості туристичного продукту. За таких умов запорукою ефективності туристичної діяльності підприємств стає оптимізація їхніх витрат з одночасною оптимізацією не тільки прибутку, а й соціального ефекту. Саме тому доречність формування нового

підходу до вирішення поставлених проблем, а також забезпечення економічного ефекту від діяльності підприємств, що утворюють інфраструктуру агротуристичної діяльності, безсумнівна.

Агротуризм у нас започатковано недавно, але він себе зарекомендував з кращої сторони. Сьогодні аграрний туризм дає змогу покращення економічної і соціальної ситуації на селі. Крім того, він використовує надбання культурної спадщини і природні особливості сільської місцевості. Це один із найлегших шляхів позбавлення сільських територій статусу депресивних та досягнення ними економічного зростання [1, 2].

У зв'язку з цим розвиток агротуризму у складі сільського, екологічного туризму належить до пріоритетних напрямів державної підтримки у сфері туризму. В останні роки індустрія туризму зростає стрімкими темпами. Розвиток цього напрямку стимулюється частиною міських жителів, які прагнуть на деякий час відійти від високих емоційних та екологічних навантажень, транспортної втомлюваності, що супроводжують життя у великих мегаполісах, та повернутися до спокійного і затишного сільського життя. Країнами, що займають провідні місця в розвитку сільського туризму у Європі, є Німеччина, Франція, Італія, Нідерланди, Ірландія, Іспанія, Польща, де залучення до діяльності у сфері агротуризму заохочується на національному рівні. Розвиток цього виду туризму стає основним напрямом охорони і відтворення сільських ландшафтів і за популярністю займає друге місце після відпочинку на морському узбережжі [3].

Увагу туристів привертають не всі рекреаційні місця, тому важливо виділити основні види регіонів залежно від розвитку туризму в них: ареали або поселення, що не становлять інтересу для туристів, - це віддалена степова сільська місцевість, яка не має особливих туристично-рекреаційних ресурсів. Та все-таки її можна рекомендувати, використавши рекламу на основі багатства території історичними подіями, місцями. Центри, в яких зацікавлені туристи, - це місця з багатою природою і сприятливими кліматичними умовами, як правило, біля великих міських агломерацій. Центри, що викликають деякий інтерес у туристів, - це місця, де туризм є частковим або додатковим елементом якоїсь іншої значної економічної діяльності [4].

У сфері аграрного туризму, як і в інших видів туризму, є три основні типи передумов інноваційного розвитку:

- природні умови та атракції;
- матеріально-технічний розвиток території (виробнича інфраструктура, сучасні підприємства та виробництва, нові технології);
- соціальні передумови (соціальна інфраструктура, яка включає насамперед людський фактор).

У ринковій економіці при заданому обсязі ресурсів ступінь задоволення потреб у наданні агротуристичних послуг обумовлюватиметься рівнем віддачі цих ресурсів з урахуванням їх собівартості, показників якості та конкурентоздатності послуг на внутрішніх і зовнішніх ринках. Вивчення взаємозв'язків агроресурсного потенціалу з інноваційною стратегією розвитку сільського туризму показує обґрунтованість її дослідження з метою розробки інноваційної стратегії стійкого ефективного функціонування агропромислового комплексу.

Економічні дослідження демонструють, що на основі методу міжгалузевого балансу динаміка функціонування аграрного підприємства, яке надає послуги з агротуризму може бути представлена у вигляді системи диференціальних та алгебраїчних рівнянь.

В підсумку розроблена модель відображає модель аграрного ринку. Вона складається з трьох рівнянь: рівняння попиту, рівняння пропозиції та рівняння реакції ринку на певну продукцію або послуги. В ці рівняння, окрім об'єктів виробництва або послуг і ціни, що нас цікавлять, будуть входити й інші показники. В рівняння попиту увійде дохід споживача, а в рівняння пропозиції – ціна.

Отже, впровадження моделювання агротуризму сприятиме збільшенню доходів населення, оздоровленню та відпочинку рекреантів, підвищенню якості життя в цілому.

Література

1. Кудла Н. Місце агротуризму в активізації розвитку сільських територій // Вісник Львівського державного аграрного університету: Економіка АПК. – Львів: ЛДАУ, 2006. - №13. – С.564-569.
2. Яків І. Щербата І. Диверсифікація виробництва в сільськогосподарських підприємствах // Вісник Львівського державного аграрного університету: Економіка АПК. – Львів: ЛДАУ, 2006. - №13. – С.495-500.
3. Харрис Г., Кац К. Стимулирование международного туризма в XXI веке. - М: Финансы и статистика, 2000. – С. 12-15.
4. Шимечко Г. Агротуристичні ресурси та проблеми їх використання в Україні // Вісник Львівського державного аграрного університету: Економіка АПК. – Львів: ЛДАУ, 2006. - №13. – С. 573-578.

Нусер А. Р.

Студент 5 курсу, ГРС(м)-2 групи

Мукачівського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., ст.викл. Вишиванюк М.М.

СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ, ЯК ЗАСІБ ФІЗИЧНОГО ЗАГАРТУВАННЯ І ОЗДОРОВЛЕННЯ ДІТЕЙ ТА МОЛОДІ

Спортивний туризм поєднує в собі різні види спорту з туристичним напрямком. Отже, спортивним туризмом являється подолання відрізка земної поверхні, що називається маршрутом. Під «земною поверхнею» мається на увазі будь-яка поверхня, ґрунтова, кам'яна чи водна. Основною частиною спортивного туризму є долаття природних перешкод. До прикладу, перевали, гори або річкові пороги.

Для різних видів спортивного туризму існує окрема класифікація складності походів, залежно від складності перешкод, району походу, довжини маршруту, автономності тощо (рис.1.) [1].



Рис.1. Класифікація походів

Залежно від виду туризму кількість категорій складності різна: у гірському, водному, лижному, велосипедному, пішохідному – шість категорій; в автомобільному – п'ять; в кінному – три.

За віково-соціальними ознаками спортивний туризм поділяється на:

- Туризм для людей з обмеженими можливостями;
- Сімейний туризм;
- Дорослий туризм;
- Юнацький туризм;
- Дитячий туризм.

На сьогодні спортивний туризм вдало поєднує в собі всі аспекти

оздоровчо-спортивної та пізнавальної діяльності. В той же час, спортивний туризм є одною з найдоступніших і наймасовіших форм рекреації. Зважаючи на зменшення фізичної активності та рухливості людей у сучасному суспільстві, очевидно, що цей вид туризму набуватиме дедалі ширшого поширення.

Саме активна форма пересування на чистій або умовно чистій в екологічному плані території з гарними краєвидами дає великий оздоровчий ефект. Постійний рух у певному ритмі під навантаженням з часом призводить до відчуття певного виду ейфорії, пов'язаної з виділенням ендорфінів в організмі під час роботи м'язів [2]. А рухаючись по мальовничим ландшафтам оздоровчий ефект значно посилюється через моральне і духовне задоволення, та відпочинок від рутинності. Тобто, людина відпочиває не лише тілом, а й душею.

Україна за своїм унікальним комплексом природних ресурсів та умов володіє значними можливостями для розвитку будь-якого виду активного відпочинку. Чудовим потенціалом володіють Карпати та Поділля для пішохідного, гірськолижного та велосипедного туризму. Значна кількість всіх типів водойм дає можливість розвитку водного туризму.

Вітчизняний спортивно-оздоровчий туризм умовно поділяється на організований та неорганізований.

Організований туризм здійснюється, як правило, на умовах туристичних путівок, що надаються туристичними організаціями і гарантують професійні послуги і персонал, та використання неодноразово перевірених, досліджених та розроблених маршрутів. Цей тип туризму є комфортним і безпечним, оскільки часто пролягає через туристичні бази. В той же час, туристичні організації забезпечують туристів всім необхідним для походу спорядженням, медичним обслуговуванням, харчуванням, транспортом та місцем для ночівлі. В результаті цей туризм є найлегшим і найбільш забезпеченим всім необхідним, тому стає доступним навіть для літніх людей та дітей.

На основі діяльності відповідних об'єднань громадян функціонує самодіяльний спортивний туризм. Такі походи, зазвичай, забезпечуються всім необхідним, проходять по затверджених маршрутах і перебувають під постійним наглядом рятувальних служб.

Неорганізовані походи, які ще називають «дикими», влаштовуються туристами на власний ризик. Туристи самі визначають маршрути, умови, обирають спорядження та повністю забезпечують себе, при цьому розраховують тільки на власні сили.

Участь навіть у найлегших походах дозволяє загартовувати та зміцнювати організм, і в результаті покращувати стан здоров'я. На даний момент в Україні діє велика кількість гуртків різного туристичного

спрямування, на будь-який смак. В той же час, держава намагається інтегрувати туризм в шкільну освітню програму, заохочує туристичну діяльність студентства і сприяє розвитку спортивному туризму, а в результаті розвитку здорової нації.

Література

1. Оздоровчо-спортивна діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : http://pidruchniki.com/15660212/turizm/ozdorovcho-sportivna_diyalnist#586.
2. Філіпов З. І. Спортивний туризм. Організація та методика спортивно-туристичної роботи. Дрогобич: Коло, 2010. – 344с.

УДК 65.01

Олійниченко І.В., Максюта В.В.

Студенти 2 курсу, 21- гр групи

Уманського національного університету садівництва

Науковий керівник: к. е. н., доцент Тимчук С.В.

ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТОК СФЕРИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Сфера ресторанного господарства – велика організаційно-господарська система, підприємства якої виконують важливі соціальні завдання, пов'язані із задоволенням життєвих потреб населення у послугах з організації харчування та відпочинку і дозвілля.

Вивчення численних наукових джерел, у яких так чи інакше йдеться про інноваційний розвиток, дозволили встановити, що нині сформувалося два основних підходи до розуміння цього терміну:

1) предметно-технологічний, або орієнтований на науковий результат, який, зокрема, простежується у працях Й. Шумпетера, П. Завліна, І. Балабанова та ін. та при якому інноваційний розвиток розглядається як кінцевий результат наукової чи науково-технічної діяльності;

2) функціональний, що зустрічається у працях Б. Санто, Б. Твісса та ін., у яких інноваційний розвиток пов'язують із функціями створення, впровадження, поширення нововведень, реалізації інноваційних проектів тощо [1].

Водночас варто наголосити, що в більшості випадків нині як у дослідженнях вітчизняних, так і іноземних науковців термін «інноваційний розвиток» використовується, коли йдеться про відповідний тип розвитку на макрорівні і проводяться дослідження щодо механізму реалізації науково-технічного прогресу в процесі економічного розвитку країни, регіону, формування так званої знаннєвої економіки, пошуку нових джерел економічного зростання, побудови державної інноваційної моделі розвитку

тощо [2].

Таблиця 1

Фактори, що перешкоджають інноваційному розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні [3]

Фактор	Частка підприємств ресторанного господарства вибірки, %
Нульовий рівень інноваційного потенціалу	100
Низький рівень фінансової стійкості, збитковість	96
Відсутність/нестача кваліфікованого персоналу	64
Відсутність вільного доступу до інформації про технології реалізації інновацій	36
Складність пошуку партнерів для виконання завдань, пов'язаних з інноваційною діяльністю	48
Невисокий попит на інноваційну продукцію/послуги ресторанного господарства	72

Примітка. Дослідження проводилося протягом I півріччя 2013 р.: n підприємств ресторанного господарства = 25.

Проведені дослідження дозволили уточнити сутність поняття «інноваційний розвиток підприємства»

У таблиці 1 розглянуті фактори що можуть суттєво перешкоджати інноваціям, а отже, інноваційному розвитку у сфері ресторанного господарства, такі фактори: нульовий рівень інноваційного потенціалу, низький рівень фінансової стійкості, збитковість підприємств, невисокий попит на інноваційну продукцію/послуги ресторанного господарства та відсутність чи нестача кваліфікованого персоналу або тенденція до послаблення інтелектуального потенціалу.

Інновації в системі управління підприємством ресторанного господарства – це сукупність впроваджених новацій, що пов'язані з процесом управління як підрозділами, так і підприємством ресторанного господарства в цілому та які певним чином впливають на видозмінення системи управління цього підприємства.

Література

1. П'ятницька Г. Інноваційний потенціал розвитку підприємств

ресторанного господарства в Україні / Г. П'ятницька, О. Григоренко, В. Найдюк. // Міжнародний науково - практичний журнал «Товари і ринки». -13 грудня – 2013. - С.29-43.

2. Найдюк В.С. Інновації в системі управління підприємствами ресторанного господарства / В.С.Найдюк // Сталий розвиток економіки. – 2012. - №2. - С.228-233.

3. Найдюк В.С. Сутність та передумови інноваційного розвитку підприємств / В.С.Найдюк // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2013. –№3. - С. 251- 263.

УДК 005.33

Осипчук М.В., Поскрипко В.Ю.,

Студенти 3 курсу

Державного університету телекомунікацій

Науковий керівник: д.е.н. доцент Хлівна І.В.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СУЧАСНОМУ ТУРИЗМІ

Створення нових інформаційних технологій має велике значення для розвитку суспільства. Вони активно перетворюють інші технології матеріального і нематеріального виробництва, в кінцевому підсумку формуючи новий стиль роботи, спосіб життя в цілому.

Туристична діяльність і інформація нероздільні. Рішення про поїздку приймається, як правило, на основі інформації. Тур в момент купівлі - теж інформація. Для успішної діяльності туристичної фірми необхідно використовувати постійний потік правдивої і своєчасної інформації для прийняття важливих управлінських рішень з метою досягнення очікуваного кінцевого результату - отримання прибутку. Розвиток інформаційних технологій (ІТ) в туризмі має бути першочерговим.

Хочу зазначити ,які саме інноваційні підходи, технології використовуються у наш час в сфері туризму.

Публічні інформаційні портали та власні сторінки в Інтернеті. Інформаційні портали надають широкий спектр інформації про туристичні фірми, агентства, можливість вибору та замовлення туру, створюють належні умови для того, щоб ознайомитися з новинами туризму, описом курортів, країн, отримати значний обсяг корисної інформації про особливості подорожі та інше.

Електронний довідник-каталогу, до функцій якого входить вибір туристичного продукту, автоматизованих агентств, оформлення замовлення. Висока ефективність каталогу зумовлена надзвичайно високим обсягом інформації на web-сторінках, яку презентують різними мультимедійними

методами з використанням тексту, фото, звуку, відео та інших засобів. Реклама в Інтернеті доступна без обмеження в будь-який час доби широкому колу споживачів[1; с 87]. Впровадження автоматизованих систем управління (АСУ). В умовах жорсткої конкуренції і ринкової економіки жодна успішна туристична фірма не може повноцінно розвиватися й ефективно просуватися без сучасних АСУ. Їх цінність можна розглядати у двох площинах: 1.) у процесах, які автоматизуються; 2.) даних, які акумулюються під час роботи. Однією з новітніх технологій є використання електронного довідника-каталогу, до функцій якого входить вибір туристичного продукту, автоматизованих агентств, оформлення замовлення. Висока ефективність каталогу зумовлена надзвичайно високим обсягом інформації на web-сторінках, яку презентують різними мультимедійними методами з використанням тексту, фото, звуку, відео та інших засобів. Реклама в Інтернеті доступна без обмеження в будь-який час доби широкому колу споживачів. Існують такі рівні автоматизації:

- офісна оргтехніка (телефони, факси, ксерокси);
- комп'ютери із стандартним програмним забезпеченням типу Microsoft Office;
- спеціальне програмне забезпечення - BackOffice та його зв'язок з глобальними системами бронювання;
- наявність власних Інтернет-магазинів.

Використання систем оптимізації прибутку (систем управління тарифами). Підприємства, що активно застосовують такі системи, одержують істотну конкурентну перевагу і досягають суттєвого збільшення доходів. Ця система працює в реальному часі, аналізує отриману від системи управління туристичною фірмою інформацію (бронювання, сезонні коливання, динаміку попередніх періодів тощо), враховує специфіку сегментів ринку і проведені реконструкції по ціноутворенню та управлінню тарифами. Рекомендації стосуються як стратегії комерційної політики турфірми в середній і довгостроковій перспективі, так і щоденних дій її відділів замовлення, продажу і розміщення туристичних послуг [1; с. 43].

В роботі туристичних підприємств використовується різноманітне програмне забезпечення, що дозволяє автоматизувати роботу персоналу та керівництва турфірми. Як приклад можна навести програмне забезпечення для підприємств туристичної сфери, що розробляється компанією "Парус-Запад":

- "Парус-Підприємство" - проста та зручна, потужна повнофункціональна система, що дозволяє автоматизувати усі облікові та управлінські задачі, характерні для підприємств малого та середнього бізнесу;
- "Парус-Консультант" - система, в базі даних якої зібрано ряд нормативних документів, що регламентують порядок оподаткування фізичних та юридичних

осіб, ведення бухгалтерського обліку, зовнішньоекономічної діяльності та стосуються інших аспектів діяльності турпідприємства; - "Парус-Турагентство" - система, що дозволяє вести деталізований облік параметрів клієнта, вести облік особистих даних, враховувати параметри квитків на різні види транспорту, здійснювати візову підтримку, формувати рахунки, угоди та платіжні документи, вести облік розрахунків з клієнтами та здійснювати інші операції;

"Парус-Готель" - система, що полегшує управління номерним фондом, автоматизує процеси бронювання, реєстрації та виїзду клієнтів, формує вартість наданих послуг, здійснює розрахунки з клієнтами, дозволяє формувати актуальну базу даних про номерний фонд, послуги, клієнтів, дозволяє роздрукувати основні форми документів, що використовуються в готельному бізнесі, а також звіти про основні аспекти діяльності готелю;

Вищесказане дозволяє резюмувати, що туристичний бізнес остаточно переходить на технологічні методи роботи, так як автоматизація дозволяє значно прискорити виконання багатьох завдань, що стоять перед турфірмою, економити грошові кошти, підвищити ефективність роботи як кожного туроператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому[2].

Література

1. Коваль П.Ф., Алешугіна Н.О., В'їзний туризм, Навчальний посібник: Ніжин, Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. – 304 с.

2. Рішення для середнього і малого бізнесу [Електронний ресурс] / - Режим доступу: <http://www.parus.ua/ua/140/>

УДК 338.46 : 519.25

Очеретін Д.В.

к.е.н., старший викладач кафедри економічної кібернетики

ДВНЗ "Запорізький національний університет"

СТАН ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ В'їЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНИ

Туристична сфера є важливою складовою економіки будь-якої країни, оскільки є невід'ємною частиною соціально-економічної системи країни та її регіонів. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), починаючи з 2010р., число міжнародних туристичних прибуттів, незважаючи на геополітичні та економічні виклики, зростає у середньому на 5% на рік. Спостерігається перевищення довгострокового прогнозу UNWTO – 3,8% зростання на рік у 2010-2020рр. [1]. Такий тренд сприяє зростанню економіки, експорту та створенню більшої кількості робочих місць.

Україна багата історико-культурними та природними пам'ятками, які складають туристичний потенціал країни та можуть бути цікаві для іноземних туристів. Зокрема, до таких пам'яток відносяться: включені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО від України Київський Софійський собор, Києво-Печерська лавра, ансамбль історичного центру Львова і букові праліси Карпат. У 2013р. ЮНЕСКО включив до списку Світової культурної спадщини дерев'яні церкви Карпатського регіону та Древнє місто Херсонес Таврійський, а Петриківському розпису було надано статус Всесвітньої нематеріальної спадщини. Але питанню розвитку в'їзного туризму в країні приділяється мало уваги. Наприклад, якщо у Європі частка іноземних туристів у загальному потоці прибуттів у 2013р. склала 5% (29 млн. туристів з 563 млн. відвідувачів європейських країн)[2], то в Україні за цей період частка таких відвідувачів склала близько 1% (232,3 тис. іноземних туристів з 24,7 млн. іноземних громадян, що відвідали країну) [3].

У структурі туристичних потоків України у 2011-2013рр. частка іноземних туристів зменшилася з 11% до 8%, що пояснюється значним зростанням частки у туристичному потоці туристів-громадян України, які виїжджали за кордон (з 57% у 2011р до 83% у 2013р.)[3]. Також, спостерігається поступове зростання частки обслуговування іноземних туристів не туроператорами, а турагентами (табл. 1), які надають вже сформований туристичний продукт.

Таблиця 1

Частка іноземних туристів (%), обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, у 2011-2013 рр.(побудовано за даними Державної служби статистики України [4-6])

Суб'єкт туристичної діяльності	2011	2012	2013
Юридичні особи:			
туроператори	91,10	86,11	71,93
турагенти	7,05	11,07	23,32
Фізичні особи-підприємці:			
турагенти	1,85	2,81	4,75

Це свідчить про зростаючу можливість для турагентів представити свій продукт на міжнародному ринку за допомогою розвитку Інтернет-сервісів у сфері туризму.

Розподіл іноземних туристів за метою поїздки представлено на рис.1.

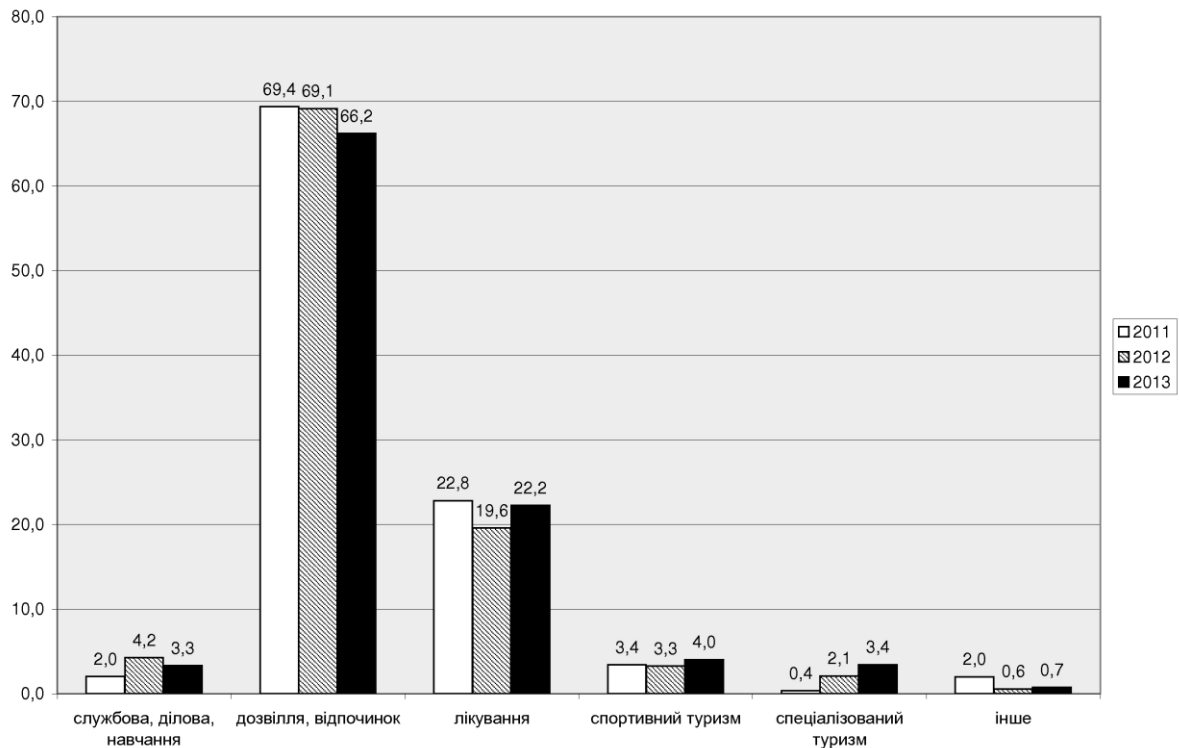


Рис. 1 Частка іноземних туристів (%), обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, у 2011-2013рр. за метою поїздки (побудовано за даними Державної служби статистики України [4-6])

Серед в'їзних (іноземних) туристів основною метою поїздки в Україну є дозвілля, відпочинок та лікування. У 2011-2013рр. спостерігається значне зростання спеціалізованого туризму – туризму, що охоплює групи людей, об'єднаних єдиною метою або професійними інтересами. В цьому випадку туристичні подорожі здійснюються за спеціальними програмами та маршрутами та вимагають особливих вимог до організації турів та наявності певних туристичних ресурсів (налагодження ділових контактів, участь у роботі конференцій, семінарів та інше).

Розвиток в'їзного туризму має стати пріоритетним напрямком державної політики у туристичній сфері. Взаємодія органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, суб'єктів туристичної діяльності забезпечить гармонійний розвиток пріоритетних видів туризму на умовах державно-приватного партнерства. В першу чергу, це створення умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури та забезпечення комплексного розвитку територій. Також, важливими напрямками розвитку в'їзного туризму є забезпечення поширення інформації про Україну та її туристичні можливості, підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів туристичної діяльності на міжнародному туристичному ринку, підвищення рівня безпеки туристів та інші заходи, спрямовані на розвиток туристичної сфери України.

Література

1. International tourism up by 5% in the first half of the year [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <http://media.unwto.org/press-release/2014-09-15/international-tourism-5-first-half-year>
2. UNWTO Annual Report 2013 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2013_0.pdf
3. Туристичні потоки [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України // Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
4. Туристична діяльність в Україні у 2011р. Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України. – 2012. – 76с.
5. Туристична діяльність в Україні у 2012р. Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України. – 2013. – 272с.
6. Туристична діяльність в Україні у 2013р. Статистичний бюлетень.
7. Державна служба статистики України. – 2014. – 272с.

УДК 65.01:659.4

Павленко Н.А.

Студентка 3 курсу, групи МНД-31

Державного університету телекомунікацій

Науковий керівник: д.е.н. доц. Хлівна І.В.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

На сьогоднішній день сфера туризму та готельно-ресторанного бізнесу відіграє важливу роль в розвитку економіки багатьох країн світу. Високі темпи її розвитку, великі обсяги валютних надходжень активно впливають на різні сектори економіки, що сприяє формуванню власної туристичної індустрії [1]. Саме тому багато держав створюють спеціальні національні організації для просування різного роду інновацій в туризмі - ОМТН (організації, що займаються маркетингом туристських напрямків за термінологією Всесвітньої туристської організації: Visit Britain, Tourespana, Polska Organizacja Turystyczna та ін. [4].

Діяльність у даній сфері орієнтована на задоволення потреб людини у відпочинку, тому, для досягнення максимальної ефективності, повинна ґрунтуватись не лише на теоретичних знаннях і практичних навичках, але й

вмінню тісно співпрацювати з людьми, враховувати їх індивідуальні особливості та вимоги. Маркетинг, як філософія бізнесу, яка визначає стратегію і тактику підприємства в умовах конкуренції, повинен враховувати та адекватно реагувати на нові потреби ринку. Інноваційний маркетинг в туристичній та готельно-ресторанній діяльності має певні особливості. Вони пов'язані з тим, що жодне туристичне бюро чи готельно-ресторанний комплекс не може запропонувати споживачеві товар, який можна було б запатентувати. Саме тому, у даній сфері, «інновації» є поняттям організаційно-економічним, що полягає у здатності фірм запропонувати клієнтам новий пакет послуг із вже відомими компонентами, однак вдосконаленими якісними характеристиками. Щоб фірма, застосовуючи інноваційну стратегію, отримала успіх, часто достатньо виконати незначне вдосконалення (наприклад, спростити можливість доступу до послуг, змінити години роботи комплексу, надати необхідне технічне забезпечення для бронювання авіаквитків чи номерів в готелі за допомогою мережі Інтернет, ввести гнучку систему оплати та ін.), що забезпечить збільшення зацікавлення послугами, які пропонуються на туристичному ринку.

Стратегія інноваційного маркетингу забезпечує не тільки ефективне задоволення потреб ринку, але й успіх підприємства в конкурентній боротьбі [1]. У багатьох країнах відбувається також еволюція організаційних форм управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом, а також введення інноваційних підходів менеджменту в данні сфери [4]. Багато авторів приділяють увагу інноваційному менеджменту і розглядають його як один з різновидів функціонального менеджменту, безпосереднім об'єктом якого є інноваційні процеси в усіх сферах економіки. Функціональний інноваційний менеджмент націлений, головним чином, на ефективне управління процесом розроблення, упровадження, виробництва та комерціалізації інновації [2]. Інноваційний менеджмент у сфері туристичного та готельно-ресторанного бізнесу відзначається поєднанням традиційних підходів до управління з новаторськими ідеями [3]. Складовою частиною менеджменту туристичного підприємства є управління персоналом організації. Саме тут відбувається реалізація інновацій, оскільки значна частка уваги приділяється процесу підбору, професійній орієнтації, підвищенню кваліфікації та іншим подібним елементам кадрового менеджменту, а меншою мірою - аналізу потреб і в цілому плануванню функціональних обов'язків персоналу [5]. Прикладом інноваційного менеджменту є створення атмосфери творчості та невимушеності в колективі, що стимулює пошук і освоєння нових способів збільшення частки фірми на ринку. Оскільки для розвитку компанії повинні бути мобілізовані всі творчі можливості колективу, то слід використовувати

знання, інтелект та досвід усіх співробітників. У цьому й полягає завдання менеджменту. Не повинно бути поділу співробітників на "генераторів ідей" і простих виконавців. Нововведення повинні негайно ставати надбанням кожного працівника [4].

Отже, специфічний характер інноваційного маркетингу в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі визначається особливостями і відмінними характеристиками продукту. Застосування інноваційних методів маркетингу та менеджменту відкриває для підприємства широкі горизонти можливостей розвитку, а вивчення інноваційних процесів, причин появи нововведень, розробка методів їх впровадження представляє значний і практичний науковий інтерес.

Література

1. Квартальнов В.А. Туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_tourism/zorin01.htm.
 2. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2003. — 504 с.
 3. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навч. посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2003. - 346 с.
 4. Новіков В.С. Інновації в туризмі, М.: ВЦ "Академія", 2007. - 208
- Школа І.М. Навчальний посібник / За ред. проф. І.М.Школи. - Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. - 662 с.

УДК 332.1:338.48

Павлюк Т.Д.

Аспірант кафедри економічної кібернетики

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНИМ СЕКТОРОМ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ

Розвиток туризму – це процес, що залежить від цілей та активності зацікавлених сторін, які створюють туристичну продукцію даної місцевості. Їх поєднує географічно й адміністративно визначені фактичний та інформаційний туристичний простір. У цьому просторі здійснюється певна цілеспрямована діяльність інших зацікавлених сторін – держави та її регіональних утворень, власників готелів, лижних станцій, власне самих мешканців цих регіонів. Їх конкурентна орієнтація в управлінні окремими організаціями, які включають місцевих жителів та туристів, безпосередньо впливає на можливості розвитку

туристичної місцевості. До традиційної конкурентної боротьби між фірмами останнім часом активно долучилися територіальні устрої. Відтак утворилися дві конкурентні площини: фірм та самих територіальних устроїв.

На сьогодні проблему конкуренції значною мірою опрацьовано в економічній науці, зокрема досліджується поняття конкуренції територіальних устроїв, що зумовлено розвитком процесів глобалізації, регіоналізації та локалізації [1-4]. Разом з тим досі розроблення проблеми конкуренції регіонів та їх ролі в управлінні туризмом носить описовий характер, відсутнє комплексне чітке уявлення про детермінанти її виникнення й потенціал розвитку.

Конкурентоспроможність туристичного підприємства / територіального устрою – це здатність до конкуренції, тобто до участі в ринковій грі, яка виникає з вміння композиціювати фактори його конкурентного потенціалу (конкурентність *ex ante*). Конкурентна позиція підприємства на ринку є результатом управління його конкурентоспроможністю, отже є підсумковою конкурентоспроможністю, або *ex post*.

Поняття конкурентоспроможності можна віднести до територіального устрою, а отже, конкурентоспроможність існує і на рівнях регіонів, міст, селищ [3] і повинна бути врахована у системі управління туризмом через органи місцевого та регіонального самоврядування. У формуванні туристичної конкурентоспроможності у регіонах, яку також називають туристичною регіональною привабливістю, повинні бути враховані не лише усі складові туристичного потенціалу даного регіону [5], а й джерела конкурентних тобто унікальні, неповторні фактори, на основі яких будується конкурентна позиція на глобальному туристичному ринку. У сучасному розумінні регіонів цими джерелами повинні бути загальні підвалини побудови туристичної економіки, яка базується на інформації.

Відтак, поняття конкурентоспроможності *ex ante* у практиці управління конкурентоспроможністю туристичних регіонів застосовується у формуванні туристичної політики в регіонах, містах та селищах. Поняття конкурентоспроможності *ex post* (з огляду на конкурентну позицію) у практиці управління конкурентоспроможністю регіонів, міст та селищ має широке застосування, наприклад, при створенні туристичних рейтингів. Варто зауважити, що у практиці стратегічного управління конкурентоспроможністю поділ двох аналітичних перспектив має умовне значення, однак на рівні оперативному воно є досить вагомим [4].

Конкурентоспроможність фірм є вже традиційним дослідницьким полем економічних наук. Схему спрощеної оцінки конкурентоспроможної ситуації

підприємства, регіону, міста, селища (територіального устрою) на ринку туристичних послуг наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Схема спрощеної оцінки конкурентоспроможної ситуації підприємства територіального устрою на ринку туристичних послуг

Об'єкт оцінки	Характеристика
I. Розпізнавання конкурентної ситуації	1. Характеристика підприємства/територіального устрою 2. Прерогатива підприємства/територіального устрою (поточна та майбутня) у сфері туристичних послуг: <ul style="list-style-type: none"> – Що пропонуємо клієнтам? – Кому? (визначення стратегічних клієнтів) 3. Бачення та місія підприємства/територіального устрою 4. Стратегічні цілі
II. Аналіз здатності до конкурування	1. Аналіз конкурентного середовища підприємства/територіального устрою: <ul style="list-style-type: none"> – Ідентифікація конкурентів 2. Критерії аналізу та оцінки актуальної та потенційної сили конкурентоспроможності підприємства/територіального устрою <ul style="list-style-type: none"> – Аналіз та ідентифікація ключових факторів успіху/факторів туристичної привабливості місця – Оцінка конкурентних переваг 3. Окреслення конкурентного профілю підприємства/територіального устрою
III. Аналіз та оцінка конкурентоспроможності підприємства/територіального устрою	1. Оцінка актуальної та окреслення потенційної конкурентної позиції 2. Ідентифікація та оцінка стратегії конкурування/розвитку територіального устрою 3. Джерела зростання конкурентоспроможності 4. Рекомендації щодо покращення конкурентоспроможності туристичного підприємства/територіального устрою

Представлена в табл. 1 схема оцінки є типовою та характерною для аналізу конкурентоспроможності, застосовуваного до підприємств. Її також можна застосувати для оцінки конкурентоспроможності територіального устрою, а отже, регіону, міста, селища. Специфіка такої екстраполяції буде однак вимагати розширеного визначення деяких категорій, як наприклад, «клієнтів» (туристи, відвідувачі, мешканці), окреслення критеріїв оцінки – «факторів туристичної привабливості даного територіального устрою».

Література

1. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М.: Международные отношения, 1993. – 780 с.

2. Regional Competition / P.W.J. Batey, P. Friedrich (Eds.), Springer, 2000. <http://link.springer.com/book/10.1007/978-3-662-04234-2>.

3.Благу́н І.С. Просторова інтерпретація потенціалу регіональної конкурентоспроможності на основі гравітаційної моделі / І.С. Благу́н, Л.І. Дмитришин, А.В. Кацедан // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 8 (158). – С. 411-418.

4.Stankievicz M.J., Konkurencyjnosc przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjnosci przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji, Wyd. Dom Organizatora, TNOiK, Torun 2002.

5.Doolin B., Burgess L., Cooper J., Evaluating the use of the Web for tourism marketing: a case study from New Zealand, «Tourism Management» 2002, vol. 23.

УДК 448.38.

Паламарчук І.О.

Студентка 1 курсу, 7 групи

Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кожухівська Р. Б.

ІСТОРИЯ, СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Сучасна стратегія соціально-економічного розвитку України дає стимул до поживлення всіх сфер життєдіяльності. Перехід регіонів на самоврядність і самозабезпечення стимулює пошук шляхів підвищення ефективності економічного розвитку на місцевих ресурсах. На перший план висуваються соціально орієнтовані програми, сприяючі просуванню нових стратегічних завдань, перспективних інноваційних галузей, зокрема, туризму.

Туризм – серйозний соціально-економічний та географічний процес, тому його організація вимагає ретельного наукового обґрунтування.

Економічні дослідження суті туризму відрізняються комплексністю, системністю і точністю. Вивчення і підвищення ефективності використання туристсько-рекреаційного потенціалу території для багатьох регіонів може стати важливим кроком на шляху оптимізації регіональної структури природокористування. Туризм може скласти гідну альтернативу іншим галузям господарства.

У більшості регіонів України розвитку туризму приділяється пильна увага. У процесі починають брати участь господарюючі суб'єкти, які ніколи не розглядали його як галузь економіки, здатну приносити значний дохід. Карпатський регіон є одним із лідерів розвитку туризму в Україні; він представлений Чернівецькою, Львівською, Закарпатською та Івано-Франківською областями. Це області, в яких туристична галузь ніколи не була основною, але потенціал її розвитку тут високий, що підтверджується

створенням останніми роками правової бази і концепцій розвитку туризму в регіоні.

В цілому, у всьому світі спостерігається спрямованість на розвиток природно-орієнтованого туризму, що спричинено двома факторами: глобалізацією та екологізацією. Нині попитом користуються альтернативні види туризму, а саме: екологічний, активний, природний, спортивний та інші. Для Карпатського регіону притаманно виникнення такого виду туризму, як сільський зелений туризм.

Зелений туризм – це відпочинок у приватних господарствах сільської місцевості, цікавої туристичними об'єктами. Основне, що приваблює у сільському зеленому туризмі - це комплекс чинників, що сприятливо впливають на людину: оздоровчий, естетичний, пізнавальний.

Сільський зелений туризм нині стає все більш популярним у світі . Цей вид туризму, давно відомий як сільським господарям, так і відпочиваючим, відроджується в Україні на нових засадах.

Сьогодні понад 400 сільських господарів в Карпатському регіоні готові прийняти гостей у своїх садибах, а по Україні цей показник досягає значення близько 1000 садиб. Туристів приваблює до них зручна система поселення, сучасне обладнання приватних пансіонатів, близькість до природи, співвідношення ціна/якість, гостинність та домашня атмосфера при організації відпочинку.

Цей вид відпочинку має найдемократичнішу цінову політику. Цінові пропозиції умовно можна поділити на п'ять категорій, залежно від таких умов:

- побутові;
- інфраструктура ;
- додаткові пропозиції ;
- сезон;
- цінність регіону;

У селах під впливом високого безробіття активізуються процеси пошуку зайнятості селян. Розвиток сільського зеленого туризму в умовах безробіття сільських жителів може певною мірою забезпечити робочі місця для них, підвищити рівень їх зайнятості. Це сприятиме розширенню сфери послуг, зокрема торгівлі, громадського харчування.

Україна на сучасному етапі в наданні туристичних послуг поступається перед багатьма країнами, хоча в сільському господарстві, зеленому туризмі як в обсягах.

Потенційні можливості розвитку зеленого туризму, практично у всіх регіонах України безмежні як щодо іноземних туристів, так і щодо вітчизняних - жителів урбанізованих міст.

У нашій державі є ентузіасти в кожному регіоні, які можуть організувати туристичні центри там, де їх немає. В окремих містах обласного упорядкування, де є потенційні можливості для зеленого туризму, необхідно створити тільки управління чи відділи, які сприятимуть розвитку даного виду туризму та надаватимуть консультаційні послуги.

Водночас ринок послуг зеленого туризму в Україні має низку недоліків, які доведеться вирішувати вже найближчим часом, якщо Україна планує подальшу євроінтеграцію.

Для того щоб сільський зелений туризм в Україні дійсно розвивався, необхідно звернути увагу на відсутність спрощеного обліку, звітності і оподаткування.

Діюча податкова політика не завжди є послідовною в змінах форм оподаткування. Єдиний податок ставки 6 і 10 відсотків від усіх надходжень є найоптимальнішим варіантом як для малих підприємств, так і для податкових органів.

Вважаємо за доцільне впровадження на підприємствах зеленого туризму ведення оперативно-аналітичного обліку, який не потребує спеціальної бухгалтерської підготовки. Для цього відкривається книга аналітичного обліку предметів матеріально-технічного забезпечення

З метою прискореного розвитку такої важливої ділянки надання послуг, як сільський зелений туризм, пропонується:

- розробити у централізованому порядку методичне забезпечення віднесення підприємств зеленого туризму до відповідної категорії (за десятибальною системою оцінки). Присвоєння категорії необхідне для обов'язкового матеріально-технічного оснащення підприємств, відповідних умов надання послуг і розцінок у розрахунку на один день відпочинку;

- розробити рецептурні довідники і меню для харчування туристів відповідно до категорії підприємства;

- розробити розрахунок (калькуляцію) відрахувань від доходів підприємства на утримання Центру зеленого туризму і відрахувань місцевим органам управління туристичного збору, на розвиток благоустрою території в місцях відпочинку туристів;

- розробити методичні рекомендації з ведення спрощеного оперативно-аналітичного обліку і звітності підприємств зеленого туризму;

- внести зміни в систему оподаткування і контролю підприємств зеленого туризму.

Проаналізована динаміка розвитку сільського зеленого туризму дає змогу чітко усвідомити всі недоліки та питання, які потребують розвитку.

Панюкова О.С.

Студентка I курсу, 11 групи

ПВНЗ «Європейський університет» Уманська філія

Науковий керівник: ст. викладач Школенко О.Б.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИСОКОГО РІВНЯ ПРОФЕСІЙНОСТІ КАДРІВ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

Сучасний туризм – це перспективна та інтенсивна галузь світової економіки, яка характеризується стійкими тенденціями ефективного і швидкого розвитку. Туристичні підприємства сьогодні потребують висококваліфікованих фахівців, які володіють професійними знаннями з конкретної туристської спеціальності.

С. Шмельцер характеризує туризм та індустрію гостинності як галузь з найвищим рівнем кваліфікованих фахівців та плинністю кадрів [4, с. 32]. П. Браун розглядає професійну підготовку як критичний чинник успіху для індустрії гостинності, фактор, який вважається дорогим і трудомістким [3, с. 68].

У процесі формування національного ринку туристичних послуг та інтеграції його в світову економіку Україна відчула гострий брак фахівців з туризму. Вищі навчальні заклади нашої держави досить оперативно відреагували на дефіцит кадрів у туристичній сфері зі спеціальною вищою освітою. Один за одним, заклади III та IV рівнів акредитації почали здійснювати підготовку фахівців з туризму.

Наразі існує два напрями підготовки фахівців з туризму у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра 6.030601 «Менеджмент» (галузь знань 0306 «Менеджмент і адміністрування»), де спеціалізація визначається за видами економічної діяльності, наприклад «Менеджмент туристичної індустрії», та 6.140103 «Туризм» (галузь знань 1401 «Сфера обслуговування») [2].

Станом на 2012-2013 навчальний рік 36 ВНЗ (у тому числі 6 приватної форми власності) займались підготовкою спеціалістів за спеціальністю 7.14010301 «Туризмознавство» (за видами) та 27 (у тому числі 3 приватної форми власності) – підготовкою магістрів 8.14010301 «Туризмознавство» (за видами). У зазначений період навчання розпочали 1639 спеціалістів (368 (22 %) за рахунок державного бюджету) та 523 магістра (206 (39 %) за кошти держбюджету). Завершили ж навчання 1750 осіб за освітньо-кваліфікаційним рівнем спеціаліста та 376 осіб за освітньо-кваліфікаційним рівнем магістра. Таким чином, у 2012-2013 навчальному році базову освіту у сфері туризму

отримало 2845 осіб та повну вищу освіту – 2126 осіб. Загалом ринок праці поповнився 3059 (933 бакалавра та 2126 спеціалістів і магістрів) фахівцями у сфері туризму [2]. Але з кожним днем все більше молоді прагне отримати економічну освіту за кордоном, таким чином цей вид освітньої підготовки активно розвивається та збільшується. Здобуття вищої освіти в іншій країні може мати певні переваги [1]:

- отримання новітніх знань від їх безпосередніх продуцентів, якими можуть бути викладачі тих установ, де людина проходить навчання (чи стажування)
- – доступ до сучасної науково-дослідної бази і технологій у відповідній сфері діяльності, що дає змогу набути цінного досвіду проведення наукових досліджень, певних практичних навичок роботи на сучасному обладнанні;
- доступ до світових культурних досягнень;
- отримання диплома міжнародного визнання;
- можливість вивчити декілька іноземних мов;
- можливість кращого працевлаштування, в тому числі в інших країнах
- здатність розглядати і бачити проблеми глобально після завершення навчання.

Тому українські вищі навчальні заклади повинні удосконалювати систему навчання за відповідними напрямками підготовки, зацікавлювати молодь навчатися на Україні, а стажуватися за кордоном.

Основними завданнями сучасної професійної освіти в галузі туризму можна вважати: забезпечення фундаментальної наукової, професійної і практичної підготовки у сфері туристської діяльності; здобуття студентами знань і вмінь освітньо-кваліфікаційних рівнів відповідно до їх покликання, інтересів і здібностей; удосконалення наукової і професійної підготовки кадрів для сфери туризму. Забезпечення сфери туризму та діяльності курортів кваліфікованими, фахово-орієнтованими кадрами підвищить якість обслуговування туристів, створить передумови для збільшення туристичного потоку, поліпшення туристичного іміджу держави.

Література

1. Вища освіта за кордоном [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vyvchay.com/uk/higher-education#higher%20education%20usa>
2. Основні показники діяльності вищих навчальних закладів України початок 2012/13 навчального року: Статистичний бюллетень / Відповідальний за випуск І.В. Калачова. – Київ: Державна служба статистики України, 2013. — 188 с.

3. Braun P., Hollick M. Tourism skills delivery: Sharing tourism knowledge online. Education + Training // TESL Reporter. – 2001. – 37 (5). – p. 67-72.

4. Schmelzer C. Just-in-time education: Tools for hospitality managers of the future // International Journal of Contemporary Hospitality Management. – 2000. – p. 31-37.

УДК 379.85.06.076:726(477.87)

Паскал В. О.

Студентка 2 курсу, 21-тм групи

Уманського національного університету садівництва

Науковий керівник: д.н.е., професор Транченко Л. В.

РОЗВИТОК ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Екскурсійна діяльність – це надзвичайно складна і проблемна сфера сучасної туристської галузі України. Перетворення, які відбуваються в суспільстві, формуються на міцному історичному підґрунті, визначають інтерес до набутого досвіду, дають змогу аргументовано визначити основні завдання сьогодення. Краєзнавчо-екскурсійна справа є важливим фактором освіти та виховання українського суспільства, його культурного розвитку, екологічного оздоровлення та економічного зростання країни. Краєзнавчо-екскурсійна справа виконує відповідальні науково-пізнавальні функції, якнайтісніше взаємодіє з краєзнавством, пам'ятко-охоронною, природоохоронною та музейною роботою. Відродження кращих традицій вітчизняного екскурсознавства, особливо в навчальних закладах, має важливе значення для національно-культурного піднесення України. Вирішення стратегічних завдань розвитку краєзнавчо-екскурсійної справи, які повинні підняти її на якісно-новий рівень, можливе тільки з урахуванням історичної практики і досвіду. Отже, актуального значення набуває вивчення та осмислення загальних закономірностей і складових частин культурного будівництва, серед яких чільне місце займає краєзнавчо-екскурсійна справа.

Головні проблеми довгострокової стратегії розвитку туризму в Україні повинні вирішуватися в рамках національної програми розвитку туризму, що дало б можливість розв'язання проблем туристичної галузі. Деякі з них безпосередньо пов'язані з розвитком туристичного продукту, інші стосуються загальних умов розвитку туризму. Цю програму слід реалізувати в наступних сферах: розвиток першорядних продуктів; відродження курортних зон; якість туристичних послуг; розвиток статистики туризму; розвиток підприємництва та організаційних форм; підготовка кадрів; розвиток транспорту; туристична інформація; маркетинг; імпрези.

Екскурсія являє собою наочний процес пізнання людиною навколишнього світу, побудований на заздалегідь підібраних об'єктах, що знаходяться в природних умовах або розташованих у приміщеннях підприємств, лабораторій, науково-дослідних інститутів. Результат екскурсійно-рекреаційного використання природних ресурсів – оздоровчий ефект, що проявляється в підвищенні працездатності, зниження захворюваності, смертності, інших соціальних показників, тобто якщо в сільськогосподарському та інших видах використання ресурсів ми отримуємо економічний ефект безпосередньо у сфері їх застосування, то в рекреаційному використанні соціальний ефект перетворюється на економічну в інших сферах. Складність збору інформації, пов'язана з віддаленістю результатів оздоровлення від місця його отримання (як у часі, так і територіально), відсутність чітких методик визначення економічного ефекту від оздоровлення не дозволяють достовірно визначити економічну ефективність природних ресурсів в рекреаційному використанні.

Обґрунтування і реалізація в Україні власних довгострокових проектів розвитку туристично-екскурсійних комплексів визначає доцільність ознайомлення із світовим досвідом організації туристично-екскурсійної діяльності. Одним із шляхів підвищення ефективності функціонування екскурсійної діяльності є використання нових сучасних форм стимулювання господарської діяльності суб'єктів підприємництва, в тому числі через реалізацію нетрадиційних ринкових механізмів у формі спеціальних (вільних) економічних зон та територій пріоритетного розвитку.

УДК 379.85

Петрова А.М.

Студентка I курсу, II групи

ПВНЗ «Європейський університет» Уманська філія

Науковий керівник: ст. викладач Школенко О.Б.

СТАН ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Сьогодні туризм у всьому світі є однією з найбільш високодохідних галузей господарювання, яка в сучасних умовах постійно й динамічно розвивається, сприяючи вирішенню цілого комплексу життєво важливих соціально-економічних проблем. Саме туризм часто є каталізатором, що спричиняє як активний розвиток окремих галузей економіки, так і соціально-економічний розвиток цілих країн. Пріоритетний напрям розвитку в'їзного та внутрішнього туризму є важливим чинником підвищення якості життя в Україні, утворення додаткових робочих місць, поповнення валютних запасів

держави та підвищення її авторитету на міжнародній арені [2, с.26].

Дослідження туризму набуває усе більшої гостроти й актуальності і є предметом наукових досліджень вітчизняних науковців А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, І.М. Школи, Л.М.Шульгіної, В.І. Чужикова та ін.

Основними задачами розвитку туризму в Україні є: формування сучасної маркетингової стратегії просування туристичного продукту на внутрішньому і міжнародному ринках; створення організаційно - правових і економічних умов для стимулювання розвитку внутрішнього туризму; зміцнення і подальший розвиток міжгалузевої і міжрегіональної координації з метою підвищення ефективності вітчизняної туристичної індустрії, покращення якості обслуговування у сфері туризму [3].

Глобалізацію в туризмі можна визначити як процес різкого посилення туристичних потоків, а також потоків послуг, капіталу, інформації і технологій, національних урядів, що зазвичай не потрапляють під регулювання. Глобалізація має довготривалий характер, а її рушійною силою є, перш за все, революція у сфері інформаційно - комунікаційних технологій, лібералізація ринків і загострення міжнародної конкуренції.

Сучасна індустрія туризму – одна з прибуткових і динамічних галузей світового господарства та регіонального розвитку економіки. Частка туризму становить 10% світового валового національного продукту, 7% загального обсягу інвестицій, 11% споживчих витрат, 5% усіх податкових надходжень і третину світової торгівлі послугами [1].

В умовах процесу глобалізації світовий процес розвитку туризму не міг оминати Україну, хоча індустрія туризму нашої держави дотепер розвивалась значно повільнішими за середньосвітові темпами. Згідно з даними Всесвітньої ради подорожей і туризму (WTTC) у 2012 році туристичний сектор економіки України налічував 386,0 тис. робочих місць (1,9 % від усіх зайнятих), та сформував 29,0 млрд. грн. ВВП (2,2 % від загального ВВП країни), обсяг експортних послуг в туризмі становив 44,9 млрд. грн. (6,2 % від загального експорту держави), Україну відвідало понад 23 млн. іноземних громадян (включно з одноденними відвідувачами). Прогнози WTTC щодо розвитку індустрії туризму України мають позитивний характер. Очікується, що у 2023 році внесок сфери туризму у ВВП України досягне 49,2 млрд. грн. (за цінами 2012 року), кількість робочих місць налічуватиме 389,0 тис., зростатиме і кількість іноземних туристичних прибуттів [4].

Важливою умовою розвитку індустрії туризму є політико-правове середовище, що передбачає наявність певної правової основи, гарантування екологічної стійкості та охорони навколишнього середовища, забезпечення належного рівня безпеки та охорони, розвиток системи охорони здоров'я та

гігієни, визнані на державному рівні пріоритети розвитку сфери туризму. Політико-правове середовище країни має забезпечувати належні умови для ведення бізнесу, відповідати системі регулювання міжнародного та внутрішнього туризму з урахуванням наявних міжнародних норм, сприяти спрощенню візових, митних, прикордонних формальностей; забезпечувати належні конкурентні умови.

Туризм може бути не лише чинником економічного зростання і виходу країни на світовий туристичний ринок, а й засобом усебічної інтеграції у світовий економічний простір на засадах реалізації його комунікативно-інтеграційної складової. Стабільний розвиток туристичної індустрії є можливим за умов співробітництва держави та бізнесу.

Література

1. Гейць В.М. Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів: монографія. У 2 ч. – Ч. 2 / за ред. В.М. Гейця, А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 273 с.
2. Модернізація та суспільний розвиток економіки країни : Збірник матеріалів Міжнародної науково - практичної конференції, (м. Сімферополь, 25-26 січня 2013 року) / Наукове об'єднання «Economics». – Сімферополь: НО «Economics», 2013. – 172 с
3. Остапюк Н.І. Модель стратегічного планування розвитку туризму./ Н.І. Остапюк. // Вісник Хмельницького національного університету – Х.: ХНУ, 2010, –№ 4, –Т. 1: Економічні науки– С. 47–51.
4. Travel and Tourism. Economic impact 2013 Ukraine / The authority on World Travel and Tourism council. – Rezhym dostupu: <http://www.wttc.org/>

УДК: 379.85 (075.8)

Подольчук М.В.

Студентка 2 курсу, 21- ТМ групи

Уманського національного університету садівництва

Науковий керівник: д.е.н., професор Транченко Л.В.

СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ, ЯК ЗАСІБ ФІЗИЧНОГО ЗАГАРТУВАННЯ ТА ОЗДОРОВЛЕННЯ

В умовах розвитку української державності, демократизації суспільства та гуманітаризації освіти підвищується попит дітей та їхніх батьків на додаткові освітні послуги, які можуть бути задоволені в результаті використання можливостей позашкільної освіти. Одним з ефективних напрямів позашкільної освіти, що дає змогу поєднувати навчання і виховання дітей та підлітків, є дитячо-юнацькій туризм і краєзнавство. Саме туризм і краєзнавство

дають виняткову можливість на власні очі побачити красу рідної землі, ознайомся з історією, культурою, традиціями свого народу, загартуватися як фізично, так і морально. Нині в Україні діє 96 центрів туризму і краєзнавства учнівської молоді та станцій юних туристів, які є базовими організаційно-методичними осередками розвитку дитячо-юнацького туризму. Головними напрямками діяльності центрів туризму є здійснення навчально-виховної, організаційно-масової, інформаційно-методичної роботи та підвищення кваліфікації педагогічних туристських кадрів. Інформаційно-методичне забезпечення центрів туризму і станцій юних туристів України та проведення всеукраїнських очно-заочних масових заходів здійснює Український державний центр туризму і краєзнавства учнівської молоді, який працює з 1930 року. Найбільш масовим в Україні є пішохідний туризм. Серед гуртків туристсько-спортивного напрямку переважають ті, які працюють за програмами «Юні туристи» та «Пішохідний туризм». Друге місце за чисельністю посідають дитячі об'єднання, що працюють за програмами «Спортивний туризм» і «Спортивне орієнтування». Крім того, в Україні працюють гуртки велосипедного, гірського, водного, лижного, спелеотуризму, гуртки туристського багатоборства тощо. Дбаючи про подальший розвиток спортивного туризму, наші колеги на місцях організують роботу гуртків молодших інструкторів туризму і туристів-провідників. Важливим чинником розвитку дитячо-юнацького спортивного туризму є проведення змагань, під час яких юні туристи мають змогу продемонструвати свої знання і вміння, набуті під час навчання у гуртках.

Минуло не одне тисячоліття з того часу, як людство довідалося про цілющу силу трьох великих лікарів природи: сонця, повітря і води. Саме вони – вода, повітря і сонце — залишаються і досі основними загартовуючими чинниками. До того ж, використані людиною у сполученні з фізичною культурою та правильно поставленою руховою активністю, ці чинники є певним гарантом вашого здоров'я, які можуть запобігти багатьом хворобам. Особливо цінним є загартовування в дитячі роки. Адже чим раніше починають застосовувати природні загартовуючі фактори, тим стійкішим стає організм до дії несприятливих умов довкілля.

Загартовування повітрям

Під дією повітряних ванн поліпшується склад крові, загальний обмін речовин, тонізується мускулатура, відбувається посилене "згорання" жиру. Враховуючи такий активний вплив повітряних ванн на організм людини, приступати до них слід обережно. Так, загартовування повітрям дітей молодшого дошкільного віку найкраще починати при температурі, не нижчій 19 — 20°C, при слабкому вітрі, у тіні. Старшим дітям можна дозволити цю

процедуру і при температурі повітря + 18°C. Тривалість першої процедури не має перевищувати 15 — 20 хв. Надалі, залежно від індивідуальних особливостей кожного, тривалість повітряного "купання" можна поступово збільшувати до кількох годин. Повітряні ванни найкраще приймати у ранкові та вечірні години, але в жодному разі людина не повинна переохолоджуватись або перегріватись.

Загартовування сонцем

Вплив сонця на організм багатогранний. Його проміння посилює обмін речовин, стимулює діяльність ендокринних залоз, тонізує нервову систему, що дуже важливо для нормального розвитку молодого організму. Крім того, ультрафіолетове випромінювання вбиває бактерії, сприяє виробленню вітаміну D. Ось чому особи, які загартовуються сонцем, менше хворіють на інфекційні хвороби. Якщо розумно користуватися сонячними ваннами, в крові збільшується кількість гемоглобіну, дихання стає повільнішим, але глибшим, що сприяє насиченню організму киснем. Усе це разом зміцнює здоров'я.

Загартовування водою

Загартування водою слід починати з обтирань. При цьому спочатку температура води має бути не нижчою від + 26°C. Знижуючи щодня приблизно на 1° С, її доводять до + 22°C для дітей молодшого віку і до + 18—20°C — для старшого. Обтираються губкою або мокрим рушником, починаючи з рук, шиї, тулуба. Купання посилює апетит, поліпшує травлення та обмін речовин, тренує терморегуляторні механізми. Якщо ж методика купання неправильна, можуть з'явитися безсоння, головний біль, розлад шлунку, збуджений стан і навіть підвищення температури. Однак усі ці ознаки, як правило, короткочасні. Якщо ж вони не зникають і наступного дня, то слід тимчасово припинити купатися. У жодному разі не можна дозволяти купатися дітям, якщо вони нездужають. Діти, що за станом здоров'я зараховані до спеціальної медичної групи, можуть купатися тільки з дозволу лікаря.

Ходіння босоніж

Дуже ефективний спосіб загартовування — ходити і бігати босоніж. А щоб уникнути можливого переохолодження, слід привчатися на ніч мити ноги холодною водою. Ходьба босоніж як засіб загартовувати та зміцнювати здоров'я і навіть лікування деяких захворювань використовувалася з давніх часів.

Отже, на сьогоднішній день дитячо-юнацький туризм знаходиться на досить непоганому рівні організації. Тому, що функціонує достатня кількість організацій, які займаються питаннями організації туристичних походів. Туризм досить добре впливає на стан організму і цілому, несе в собі оздоровче спрямування. Змістом загартовування є те, що під впливом зовнішніх

подразників організм пристосовується до різних умов життя, до дощу, вітру, снігу, коливань зовнішньої температури тощо. Загартована людина значно легше переносить негоду та відзначається високою працездатністю. Саме тому почати загартовування ніколи не пізно, бо саме завдяки загартуванню людина зможе повністю відновити свої сили та поліпшити своє здоров'я .

Література

1.Абаскалова Н.П. Теорія і практика формування здорового способу життя учнів і студентів у системі «школа-вуз»: Автореф. докт. дис. Барнаул, 2000. — 48 с.

2.Даценко І.І. Гігієна і екологія людини: Навчальний посібник. – Львів: Афіша, 2000. – 248 с.

3.Єрмолаєва В. Виховання фізично здорових дітей природними засобами загартування. // Початкова школа. – 2004. - № 5. – С. 56 – 57.

УДК 338.487:659.113.2

Пуздерко А. О.

студентка 62-зм групи

Уманського національного університету садівництва

Науковий керівник: к.е.н., доцент Нецадим Л.М.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

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

Подальший розвиток туризму в Україні стримується відсутністю належної інфраструктури, відповідних сервісних умов, що, у свою чергу, позначається на якості обслуговування туристів. Стан розвитку галузі не відповідає потенційним можливостям держави, яка має все необхідне для розвитку туристичної індустрії: природні умови, історико - культурні та матеріальні ресурси.

Туристичний бізнес – одна з галузей сучасного світового господарства, які найшвидше розвиваються. Цей напрям діяльності завжди викликав інтерес із боку громадськості і підприємців. Передбачається, що цей інтерес підкріплюється такими чинниками:

- він вимагає відносно невеликих стартових інвестицій;
- у міру зростання рівня життя постійно зростає попит на туристичні

послуги;

- у цій галузі високий рівень прибутку (близько 20 річних);

- у туристичному бізнесі низький термін окупності витрат (всього кілька років);

- у цьому бізнесі використовуються практично невичерпні «природодані» ресурси (теплий клімат, історичні пам'ятки), що дають так звану туристичну ренту.

Сьогодні туризм виступає важливою частиною світової економіки. За даними Міжнародної туристичної організації у сучасному світі на міжнародний і внутрішній туризм припадає близько 10 світового валового внутрішнього продукту. В галузі туризму працює більш ніж 235 млн. осіб або кожний 12 працівник. Крім значної статті доходу туризм є ще й одним із могутніх чинників поліпшення престижу країни, зростання її значення в очах світової спільноти і пересічних громадян.

За оцінками Світової ради з туризму та подорожей непрямий дохід туристичної галузі в 2013 році склав 3,0 трильйонів дол. США, а опосередкований дохід становив 22,8 трильйонів дол. США. Доходи від туристичної галузі в 2013 році перевищили доходи від автомобільної промисловості.

В 2013 році за даними UNWTO у світі подорожувало більш ніж трильйон осіб. Всі зазначені фактори зробили туристичну сферу однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки. Відповідно зросла увага до туризму з боку світових організацій.

Лідери країн G20 в декларації за підсумками щорічної зустрічі, що відбулася 18-19 червня 2012 року в Лос-Кабос (Мексика), визнали «важливість індустрії подорожей і туризму як засобу створення робочих місць, забезпечення економічного зростання та розвитку» та взяли на себе зобов'язання «розробляти ініціативи для полегшення поїздок, що сприятиме створенню робочих місць, забезпечення гідної роботи, скорочення масштабів бідності та забезпечення глобального економічного зростання»

Створенню привабливого для туристів іміджу країни сприяє реклама: публікації у засобах масової інформації, видання рекламно-інформаційних матеріалів, буклетів, туристичних журналів, участь у виставках, ярмарках, конференціях, проведення презентацій тощо. Недаром кажуть: «Той заробляє на туризмі, хто не шкодує на рекламу». Це підтверджують дані про витрати коштів на поліпшення рекламно-пропагандистської роботи в багатьох країнах світу. Наприклад, Японія витрачає на рекламу своєї країни майже 300 млн. дол. США, Австралія – 106 млн. дол., Франція та Туреччина – 65 млн. дол., Нідерланди – майже 50 млн. дол., Австрія - понад 30 млн. дол., Угорщина – 7

млн. дол., Росія – близько 4 млн. дол. В Іспанії, Сінгапурі, Таїланді, Тунісі, Польщі та багатьох інших країнах реклама національного тур продукту ведуться виключно за рахунок держави.

Загалом за прогнозами у структурі міжнародного туризму найближчим часом буде відмічатися зростання обсягу ділових поїздок, що дещо перевищить приріст поїздок із рекреаційно-туристичними цілями. Такі диспропорції у структурі міжнародного туризму будуть характерні для Європи, Північної Америки, Японії, ряду нових індустріальних країн. У регіоні Східної Азії та Океанії, а також Південної Азії питома вага поїздок із туристичними цілями у період відпустки буде вища за частку ділового туризму. Слід підкреслити, що, незважаючи на нерівномірне зростання міжнародного туризму в різних макрорегіонах світу, основними туристичними регіонами світу залишаться Європа і Північна Америка.

Значення туризму в світі постійно зростає, що пов'язано з впливом на економіку окремої країни: туризм збільшує внески в платіжний баланс країни, забезпечує зайнятість населення, сприяє диверсифікації економіки, а також раціональному використанню рекреаційних ресурсів.

За останній час в сфері туризму відбуваються серйозні позитивні зміни: розробляються нові маршрути, розвивається готельна інфраструктура, підвищується рівень обслуговування туристів і поліпшується відвідуваність туристичних об'єктів. Туристично-рекреаційні можливості України викликають велику зацікавленість у представників міжнародної туристичної індустрії. Всі ті фактори впливають на динамічне зростання туристичних потоків та надходжень від туристичної діяльності.

Але попри всі позитивні зміни за останні роки, туристична сфера України має цілий ряд проблем, що гальмують розвиток туризму: відсутність цілісної системи державного управління туризмом у регіонах; недостатність методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави; невідповідність переважної більшості туристичних закладів міжнародним стандартам; незадовільний стан туристичної, сервісної та інформаційної інфраструктури в зонах автомобільних доріг та міжнародних транспортних коридорів; недостатня забезпеченість туристичної галузі висококваліфікованими спеціалістами; недосконалість бази даних стосовно об'єктів туристичної сфери.

Очікуються позитивні тенденції на ринку освітнього туризму. Можливість скомбінувати зарубіжну поїздку з освітою, вивченням мови, підвищенням кваліфікації споживачі розглядатимуть як вигідну інвестицію для підвищення власного рівня, для успішного працевлаштування, просування кар'єрними сходами. Вибираючи між звичайним відпочинком і освітніми програмами за

кордоном, в умовах економічної нестабільності споживачі віддаватимуть перевагу саме програмам навчання.

Таким чином, значення туризму у світі постійно зростає, що пов'язано з впливом туризму на економіку окремої країни: туризм розширює внески в платіжний баланс країни, забезпечує зайнятість населення, сприяє диверсифікації економіки, а також раціональному використанню рекреаційних ресурсів.

Проте індустрія туризму несе з собою і певні небезпеки: вплив валюти за кордон, екологічні і техногенні небезпеки; втрату культурних цінностей.

У сучасних умовах туризм являє собою одну з найбільш розвинених галузей світового господарства, а також одну з форм міжнародної торгівлі послугами, які найдинамічніше розвиваються.

УДК 338.48.

Поворознюк І.М.

*к. екон. н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЄВРОПИ

Європейський ринок туристичних послуг є найпопулярнішим та найпотужнішим у світі. Щороку, завдяки наявності інфраструктури та сфери гостинності, розгорнутій маркетинговій діяльності він приваблює мільйони туристів. Завдяки значним прибуткам від туристичної діяльності велика частка країн Європейського регіону підтримує свою економічну стабільність та розвивається. Передові позиції Європейського регіону пояснюються певними чинниками.

По-перше, потужний і багатоманітний туристичний природний і культурно-історичний потенціал: тисячі кілометрів морських пляжів, освоєні гірські системи, мозаїчність і різноманітність ландшафтів, рясна річкова й озерна мережа, багаті бальнеологічні ресурси, багатство різноманітних історичних, архітектурних і археологічних пам'яток, значна кількість культурних, сакральних і техногенних атракцій (мегаліти, монастирі, церкви, музеї, тематичні парки, аквапарки, розважальні заклади тощо), численні події, які використовуються у туристичній індустрії і формують значні туристичні потоки.

По-друге, сприятливі соціально-економічні та суспільно-географічні чинники: високий рівень економічного розвитку більшості країн регіону, якісна транспортна і соціальна інфраструктура, тісне сусідство держав, давні та багаті культурні традиції, у тому числі напрацьована культура відпочинку і подорожі,

релігійна й етнічна толерантність, притаманна населенню більшості країн Європи, відносно низький рівень злочинності і висока безпека життя, якісні трудові ресурси, традиційно високий рівень розвитку туристичної індустрії та якості обслуговування.

По-третє, сприятливий політичний клімат: давні демократичні традиції суспільно-політичних устроїв, стабільність політичної ситуації в більшості європейських країн, функціонування Європейського Союзу, формування єдиної єврозони і спрощення процедур в'їзду-виїзду туристів, що дозволяє безперешкодно відвідувати ряд країн.

Проте зниження частки європейського ринку в міжнародному туризмі відбувається на тлі збільшення прибуттів у регіон і надходжень від туризму. Туристичні потоки в основному спрямовані в центрах відпочинку Західної і Південної Європи. Ці зони нараховують 67% усіх прибуттів у Європу (рис.1). Така туристська концентрація – результат звички проводити літні канікули на пляжах.

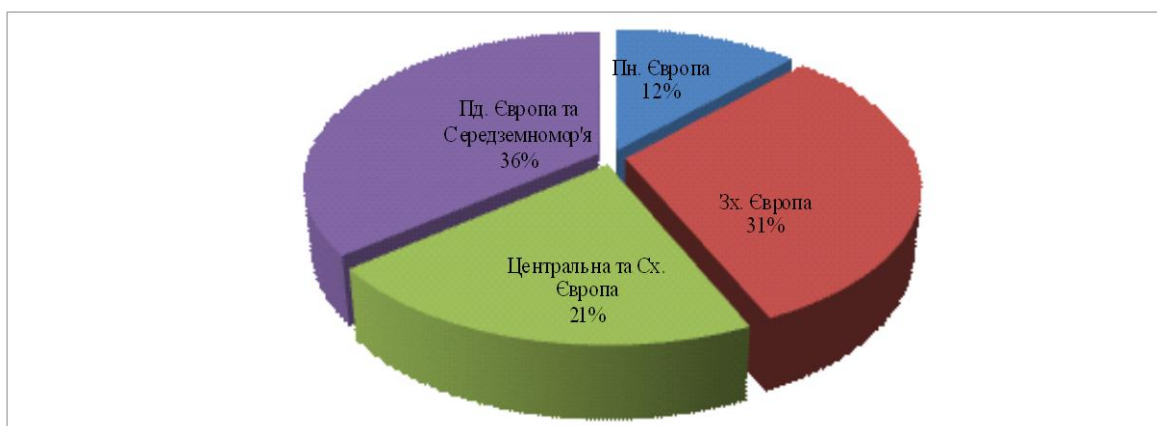


Рис. 1. Розподіл туристичних прибуттів Європейського регіону за 2012р. (розроблено автором за даними [1]).

Хоча Європейський регіон відзначається найбільшою популярністю серед туристів, та за показниками ВТО приріст туристичних прибуттів у 2010 – 2013 рр. зменшився в середньому на 3%. Дана тенденція зумовлена розвитком нових туристичних напрямків, основним конкурентом є Азіатсько-Тихоокеанський регіон та Американський. Має місце в даному падінні популярності регіону висока цінова політики, яка за умов економічної кризи 2008 р. відіграла велику роль [1].

Для підвищення конкурентоздатності Європейського регіону потрібно вжити заходи спрямовані на: розширенні участі населення в міжнародному туризмі, особливо в країнах, що розвиваються; лібералізації міжнародної торгівлі туристичними послугами; впровадженні нових технологій у сферу туристського обслуговування; впровадженні єдиних стандартів і правил функціонування підприємств туристичного обслуговування; підтримці, в тому

числі і фінансовій, національних туристичних секторів міжнародними організаціями та відповідними органами інтеграційних угруповань; розширенні можливості участі великих корпорацій у національних туристичних ринках.

Література

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/>.

УДК 338.48:640.43

Полянська А.В.

Студентка 2 курсу, 21 т-м групи

Уманського національного університету садівництва

Науковий керівник: д.е.н., професор Транченко Л.В.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Туризм – одне з важливих соціально-економічних явищ сучасності, що підпорядковане дії об'єктивних законів розвитку людського суспільства. Як вид людської діяльності й галузь економіки, туризм активно розвивається, і в майбутньому його значення безсумнівно зростатиме. Готельно-ресторанна сфера – це основна складова туристичної індустрії за обсягом матеріальних і фінансових ресурсів, кількістю зайнятих працівників, обсягом доходів у туризмі. Готельно-рестораний сервіс містить цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму.

Глобалізація світової економіки суттєво вплинула на розвиток туристичного сектору. Розповсюджене використання найновітніших технологічних рішень призвело до зародження феномену міжнародного масового туризму. Сучасний туризм відкриває особливості масового туристичного продукту разом із його стандартизацією та серійним виробництвом, спеціалізацією та різноманітністю його пропозицій, а також із сучасним продажем та рекламою [2]. Розвиток світової економіки туризму є результатом задоволення людських потреб, починаючи з потреби на відпочинок та дозвілля, відновлення фізичних сил, споживацьких потреб і закінчуючи розумовими потребами: новий досвід, сприйняття та пізнання. З огляду на те, що туристичний рух набуває масового характеру і охоплює всі вікові й соціальні групи населення, досить актуальним є визначення тенденцій розвитку світового туризму. До основних тенденцій розвитку світового туризму в ХХІ столітті належать інтенсивний розвиток політичного, культурно-пізнавального, ділового, тематичного та пригодницького туризму і круїзи; посилення конкуренції, що вимагає від туристичної галузі підвищення якості наданих

послуг; концентрації інвестицій і кооперації учасників ринку туристичних послуг; збільшення частки витрат на подорожі, зростання популярності індивідуального туризму тощо.

Всесвітня туристична організація ООН опублікувала свою доповідь, з матеріалів якої можна зробити висновок, що в сучасних умовах глобалізації світовий туристичний потік постійно зростає [1]. У 2012 р. туристи віддавали перевагу Європі й Азіатсько-Тихоокеанському регіону. В умовах глобалізації розвиток туристичного та готельно-ресторанного бізнесу чітко між собою переплітається. Це простежується, в тому що з'явилися нові види туризму, такі як: гастрономічний туризм, дегустаційні тури, дієтичні, шопінг-тури, тури-детокс, серф-тури та інші. На сучасному етапі, з розвитком інформаційних технологій працюють міжнародні готельні мережі на світовому туристичному ринку, що обумовлює високу рентабельність готельного бізнесу.

Отже, сьогодні туристичний та готельно-ресторанний бізнес суттєво впливає на такі ключові галузі економіки, як транспорт і зв'язок, торгівля, діяльність готелів і ресторанів, охорона здоров'я, сільське господарство. Ця сфера послуг тісно пов'язана з використанням історичної та природної спадщини. Розвиток готельного господарства набуває масштабності, її мета – створення конкурентного готельного продукту, що дасть змогу забезпечити пропозицію широкого спектра послуг, збільшення обсягів в'їзного і внутрішнього туризму, зростання бюджетних надходжень. Ця тенденція поширюється на всі готельні підприємства незалежно від організаційно-правової форми власності і відомчого підпорядкування. Розвиток туризму та готельно-ресторанного бізнесу відіграє важливу роль в економічному, соціальному та культурному житті.

Література

1. UNWTO World Tourism Barometer, February 2011, Volume 9, Issue 1. – [електронний ресурс] – Режим доступу: www.unwto.org;
2. Толочко А.О. Глобалізація світового ринку туристичних послуг: сучасні особливості прояву /А.О. Толочко //Економічна глобалізація: сучасні тенденції розвитку світового господарства: Зб. матеріалів науково-практичної конференції (13–14 листопада 2008 р.). – К.: КНУ ім. Т. Шевченка, 2009. – С. 49–58;

Прихідько Д.О.

Студентка 3 курсу групи ВТ-12-1 факультету міжнародної економіки

Редько В.Є.

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту та туристичного бізнесу
Дніпропетровського національного університету імені О.Гончара*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Прискорене зростання міжнародних туристських потоків в світі вимагає постійного розвитку туристичної індустрії. І хоча харчування не є обов'язковою складовою туристичного продукту, все-таки заклади ресторанного господарства різних типів і класів є найвідвідуванішими об'єктами серед туристів і найприбутковішими серед постачальників туристичних послуг. У країнах Західної Європи, США і Японії зафіксовано збільшення витрат клієнтів на проведення дозвілля саме в ресторанах. За статистикою, середній обіг коштів, вкладених у ресторан, відбувається в 5-6 разів швидше, ніж інвестиції, вкладені, наприклад, у магазин одягу [2]. Отже, підприємства ресторанного господарства не тільки задовольняють потреби туристів в їжі, а й організують її прийом та дозвілля, що сприяє залученню до обігу частки доходів туристів із різних регіонів і виступає невід'ємною складовою туристичної подорожі. Основним завданням цієї роботи стало визначення сучасних тенденцій розвитку підприємств ресторанного господарства.

Останнім часом поряд із традиційними повносервісними ресторанами з'являється все більше спеціалізованих підприємств із обмеженим набором послуг і страв. Особливою увагою користуються ресторани національної кухні. Так серед споживачів послуг закладів ресторанного господарства України 36,8% надають перевагу харчуванню українськими стравами, стравами французької кухні – 21%; італійськими, кавказькими, японськими по 7,9%, іншими – 18,5% [2, 4]. Популярності також набувають тематичні ресторани, основним завданням яких є формування настрою та певної атмосфери, а поглиблення їхньої спеціалізації стало результатом створення міжнародних ланцюгів, що вимагають впровадження високих стандартів обслуговування. Величезну популярність у всьому світі набули ресторани швидкого обслуговування, що спеціалізуються на гамбургерах і смаженій картоплі (McDonald's), піці (Pizza Hut, Domino, Little Geasar), біфштексах (Sizzler), морепродуктах (Redlobster), сендвічах (Subway) [4]. В Україні в 1997 році компанія «McDonald's» відкрила свій перший заклад в Києві. Проте інші світові франчайзингові мережі закладів ресторанного господарства не квапляться

розширювати свій бізнес в нашій країні. Основними перешкодами виступають недостатнє визнання прав інтелектуальної власності, незадовільний діловий клімат, включаючи бюрократію і складну систему оподаткування. Але ж, поява міжнародних мереж ресторанів, хоча й може зашкодити місцевим мережам ресторанів, ускладнюючи конкурентну боротьбу, з іншого боку, може виступити дієвим стимулом українського бізнесу в галузі швидкого харчування до активного піднесення стандартів на якісно новий рівень.

Ще однією сучасною тенденцією у системі громадського харчування України став кейтеринг, під яким розуміється обслуговування поза приміщеннями підприємства ресторанного господарства з приготуванням їжі, сервірівкою столу, наданням допомоги у проведенні заходу. Основний канал просування послуг – це Інтернет, адресні поштові розсилки, різноманітна рекламні заходи та якісне обслуговування в межах невеликої конкуренція на українському ринку кейтерингу [3].

Враховуючи різноманітність контингенту гостей закладів ресторанного господарства, розташованих в DESTИНАЦІЯХ та поза ними, необхідно звернути увагу на особливості їхньої роботи. Так, для підприємств харчування, що працюють в DESTИНАЦІЯХ, вираженою є сезонність, яка вимагає у високий сезон збільшення пропускної спроможності залів для прийому їжі, використання змішаної форми обслуговування, надання послуг дозвілля, якщо це передбачено концепцією закладу. Асортимент страв, що пропонуються закладами ресторанного господарства, розташованих при туристичних комплексах, є заздалегідь визначеним, а всіх інших (загальнодоступних і призначених переважно для харчування туристів) потребує чіткого планування виробничої програми виходячи зі споживчого попиту, наявності сировини та технічного оснащення закладу.

Кожного року в Україні з'являються нові форми та види громадського харчування: від фаст-фудів до високо елітних ресторанів. Тому слід приділяти увагу особливостям розвитку сфери ресторанного господарства, його темпам та динаміці росту, попиту з боку споживачів у контексті їх уподобань.

Отже, до тенденцій розвитку підприємств ресторанного господарства, що набули актуальності за останні десятиліття, належать: поглиблення спеціалізації ресторанної пропозиції, утворення міжнародних ресторанних ланцюгів, розвиток мережі малих підприємств ресторанного господарства, впровадження в індустрію гостинності нових комп'ютерних технологій.

Література

1. Організація послуг харчування. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://generation.at.ua/load/knigi/organizacija_poslug_kharchuvannja/organizacija_poslug_kharchuvannja_lviv_2006/124-1-0-212.

2. Скавронська І.В. Пріоритетні напрямки розвитку ресторанної справи України в контексті світового досвіду / І.В. Скавронська // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2009. – Вип. 2. – С. 232-244. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/skavronska 2.htm.

3. Вишневська О.О. Словник ресторанних термінів / О.О. Вишневська. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. – 40 с.

4. Завадинська О.Ю. Організація ресторанного харчування за кордоном : навч. посібник / О.Ю. Завадинська, Т.Є. Литвиненко – К. : КНТЕУ, 2003. – 200 с.

УДК 334.02:37

Проценко С.И.

Студентка 6 курса, 68 группы

Одесского национального экономического университета

Продан Т.В.

Студентка 6 курса, 68 группы

Одесского национального экономического университета

Научный руководитель: д.э.н., профессор Гродзинская И.А.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРАТЕГИИ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ САНАТОРИЯ «ЛЕРМОНТОВСКИЙ»

В условиях усиленной конкурентной борьбы и насыщенности курортного рынка Одессы данная тема является особенно актуальной. Целью работы является оценка эффективности деятельности санаторно-курортного учреждения на основе статистических данных за 2013-2014 гг., в условиях экономического кризиса и поиск путей для ее улучшения. Основной задачей развития санатория «Лермонтовский» является формирование конкурентоспособных на мировом и национальном рынках санаторно-курортного и туристического продуктов на основе рекреационного потенциала.

Санаторий «Лермонтовский» рассчитан на 350 коек, в начале 2013 г. в среднем использовалось приблизительно 9% его возможностей. А обслуживающий персонал составлял 160 человек, вынужденных работать на мизерные ставки. Но к середине года в санатории отдыхало уже 200 человек, т.есть регулярная загрузка составляла около 57%. Санаторий увеличил также количество койко-дней в шесть раз. А самое главное – новое начальство санатория обеспечило санаторию возможность участвовать в тендере на поставку путевок, так как ранее санаторий не мог выполнить базовые тендерные условия: были задолженности по заработной плате, по выплатам в пенсионный фонд и по НДС.

А уже в дальнейшем, выиграв тендер и получив заказ на поставку

путевок, санаторий получил средства, жизненно необходимые для реконструкции и полноценной работы коллектива. Санаторию оказала большую помощь Одесская облгосадминистрация, выделив 300 тысяч гривен на оздоровление одесситов-чернобыльцев. В санатории накоплен большой опыт в сфере лечения и реабилитации таких пациентов. Санаторий находит полное понимание и поддержку со стороны как «Укрпрофздравниці», так и Одесской облгосадминистрации.

С 2013 года возобновилась круглогодичная работа санатория, как это было практически всегда – ведь санаторий не привязан к морю. В 2014 г. опять разворачивается полноценная структура, то есть в санатории снова есть четыре основных отделения: постинфарктное восстановление и вся кардиогруппа; постинсультное и вся неврологическая группа; посттравматическое отделение и отделение реабилитации беременных. В дополнение к этому также планируется открытие отделение общей терапии, где будут принимать людей с общетерапевтической патологией, потому что и в этой сфере специалисты санатория имеют большой профессиональный опыт. Кроме того, у санатория уже есть договор с рядом спортивных федераций Молдовы и России о том, что к ним будут приезжать на оздоровление спортсмены, в том числе олимпийцы. [5]. Определим конкурентоспособность санатория «Лермонтовский» и его ближайшего конкурента, методом взвешенных оценок по десяти предложенным нами показателям по семибальной шкале (табл.1) и отобразим таблицу наочно методом построения графического профиля двух санаториев (рис.1)

Таблица 1

Конкурентоспособность санатория
«Лермонтовский» по сравнению с его ближайшим конкурентом

Показатели	Весовой коэффициент	Санаторий "Лермонтовский"		Клинический санаторий им. В.П. Чкалова	
		Оценка	Взвешенная оценка	Оценка	Взвешенная оценка
1.Месторасположение	0,1	7	0,7	7	0,7
2.Благоустроенность территории	0,05	6	0,3	4	0,2
3.Виды лечения, специализация	0,15	6	0,9	6	0,9
4.Проживание	0,1	5	0,5	4	0,4
5.Питание	0,1	6	0,6	4	0,4
6.Разнообразие процедур	0,1	6	0,6	4	0,4

Продовження табл.1

7.Дополнительные услуги	0,05	6	0,3	4	0,2
8.Стоимость путевок, доп.услуг	0,1	4	0,4	6	0,6
9.Персонал	0,1	6	0,6	6	0,6
10.Состояние материально-технической базы, инфраструктура	0,15	5	0,75	3	0,45
ВСЕГО	1	-	5,65	-	4,85

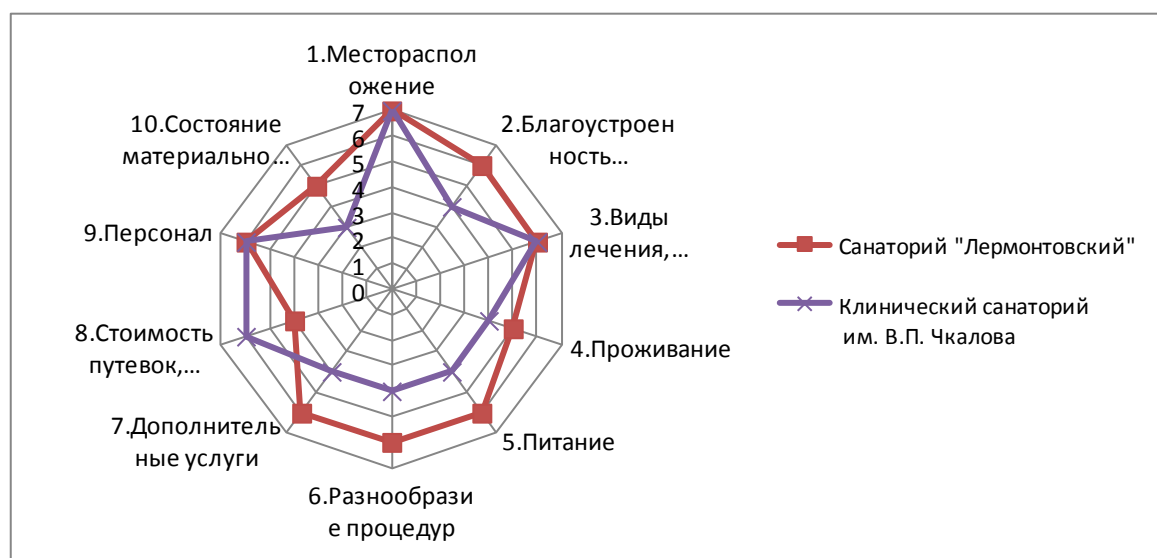


Рисунок 1. Графический профиль конкурентоспособности санатория «Лермонтовский»

Для того чтобы определить популярность санатория «Лермонтовский» в Одессе проведем анализ оценок посетителей санатория согласно данным двух информационных сайтов. Для анализа используем отзывы посетителей за последние 2 года (2013 и 2014гг.) Также проанализируем оценки главных конкурентов санатория «Лермонтовский» для того чтобы определить конкурентоспособность санатория (табл. 2)



Рисунок 2. Оценка санаториев Одессы (согласно данным сайта uahotels.info) [6]



Рисунок 3. Оценка санаториев Одессы (согласно данным сайта eastbooking.ua) [7]

Согласно данным изображенным на рисунках можно сделать вывод, что санаторий «Лермонтовский» не пользуется особой популярностью у посетителей и имеет серьезных конкурентов, в частности это санаторий им. Чкалова. На наш взгляд это объясняется в первую очередь тем, что в конце 2011 вначале 2012 года санаторий практически считался банкротом, потерпел от рейдерских захватов, что существенно оказалось на результатах работы санатория и ухудшило его имидж.

Таким образом, анализ основных финансово-экономических показателей санатория показал, что количество отдохнувших в нем ежегодно сокращается. Это стало следствием повышения цен на предоставляемые услуги, а ввиду того, что страна переживает экономический кризис, отдыхающие стремятся сэкономить деньги на качестве своего отдыха или же откладывают отдых на следующий год, отчего бюджет не пополняется новыми денежными средствами, а коммерческие сервисные организации претерпевают большие убытки. То есть необходимо планомерно снижать цены на путевки, которые туроператоры покупают у здравницы. С целью выхода из сложившейся ситуации разумно привлечь курортников дисконтной системой.

Вследствие проведенного анализа, разумно предпринять следующие меры по повышению эффективности деятельности исследуемого нами предприятия:

- Поддержание высокого уровня сильных сторон (высокой квалификации персонала, хорошей репутации санатория у потребителя, и многопрофильности деятельности) и всестороннее их развитие.

- Изменение тарифов на более гибкие, введение сезонных скидок, программ лояльности.

- Внедрение и расширение рекламы, налаживание работы отдела маркетинга.

- Обновление материально-технической базы.

- Проведение ремонта основных корпусов санатория. Благоустройство территории санатория.

- Создание доп. услуг в санатории (организация экскурсий, тематических вечеров, услуги аниматоров, детская площадка)

— Осуществление практики молодых специалистов на базе санатория (заключение договоров с учебными заведениями)

— Создание мини-аквапарка на территории санатория. Строительство спортивной площадки.

В заключение можно отметить, что с целью повышения эффективности деятельности санатория «Лермонтовский», обеспечения конкурентоспособности рекреационных услуг, необходимо использовать финансово-инвестиционную стратегию. Бизнес в санатории будет успешным только в том случае, если будет развиваться комплексно (сотрудничество и поддержка всех заинтересованных в развитии туризма сторон (органов управления, турагентств и туроператоров, транспортных компаний, банков и т. д)). Среди перспектив предприятия – выход на новые рынки, обретение стабильности в рыночной системе, конкурентный уровень качества предоставляемых услуг, увеличение доходов.

Литература

1. Решетняк О. Сучасні методи управління підприємством сфери послуг.- Х.: Фактор, 2008. - 544 с.

2. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. - Центр учбової літератури, 2007. - 224 с.

3. Янік В. Ефективність формування і розвитку підприємництва в умовах трансформації економіки пост-соціалістичних країн: Монографія. - Львів: Видавничий дім «Панорама», 2001.- 304 с.

4. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р. Управление и организация в сфере услуг.- СПб, 2002. - 752 с.

5. Официальный сайт санатория «Лермонтовский»// <http://sanlermontov.com.ua/>

6. Новости гостиниц и санаториев Украины// www.uahotels.info/hotel/

7. Бронирование по Украине// www.eastbooking.ua/hotel/odessa

УДК 338.486.1.02

Редько В.Є.

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту та туристичного бізнесу
Дніпропетровського національного університету імені О.Гончара*

Недря Т.С.

*Студентка 3 курсу групи ВТ-12-1 факультету міжнародної економіки
Дніпропетровського національного університету імені О.Гончара*

ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ТЕМАТИЧНИХ ПАРКІВ ЯК ОБ'ЄКТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ

Глобалізація економічних процесів у світі вимагає прискореного розвитку

різних видів і форм туризму, який є однією зі складових сучасної інноваційної моделі сталого розвитку країни. Важливий аспект управління інноваційною діяльністю – створення інноваційної інфраструктури, покликаної забезпечити передумови для подальшого її розвитку. Туристична сфера, як жодна інша в світі, потребує постійного удосконалення та розвитку за рахунок інновацій, оскільки спрямована на забезпечення туриста все новими враженнями від придбаного турпродукту. Отже, результатом туризму є емоція, яку запам'ятає турист після подорожі.

З огляду на психологічну теорію, відомо, що однакова емоція не здатна постійно вражати, тому є необхідність розвитку інноваційних видів туризму, які могли б надавати споживачам туристичних послуг досі не пережиті враження. Такими складовими туристичної подорожі є розваги, що мають постійно змінюватися відповідно до вимог і вподобань туристів. Одними з таких інноваційних об'єктів, здатних задовольнити попит туристів та покращити економічну ситуацію туристичного регіону, є тематичні парки.

Тематичний парк – це центр сімейного відпочинку та розваг, що має чітку тематичну спрямованість і зазвичай включає великий комплекс розважальних об'єктів [1]. Такими об'єктами найчастіше є атракціони, магазини і сувенірні лавки; ресторани, кафе і кінотеатри; готелі, зручні під'їзди для громадського транспорту і великі автопарковки, побудовані й оформлені відповідно до певної тематики. Завдання тематичного парку – об'єднання людей різного віку, не лише засобами розважального, а й інформаційно-пізнавального характеру.

Ідея тематичних парків з'явилася в Європі та була реалізована у вигляді парків розваг. Серед найперших парків варто згадати Сади Тіволі в Копенгагені, Парк Пратера у Відні та інші. Сучасна модель тематичних парків вперше з'явилася в Європі, проте її творцем вважають Уолта Діснея, хоча в 1952 році, за три роки до відкриття «Діснейленду», корпорація «Де Ефтелінг» збудувала парк за мотивами європейських казок на південному заході Нідерландів [2].

В Україні поки що не існує жодного тематичного парку, який відповідав би світовому рівню за технічними вимогами та мав би спеціалізовану тематику. Серед парків розваг нашої країни наявні лише невеликі парки, що мають назву луна-парків та не є тематичними. Крім того, якість надання послуг у таких парках низька, а технічний стан атракціонів потребує негайного ремонту. За користування кожним атракціоном вноситься своя плата, коли в тематичних парках у вартість вхідного квитка включено безкоштовне відвідування всіх атракціонів.

Іноземний досвід свідчить про економічні, соціальні та екологічні вигоди від створення тематичних парків на території України. Економічні вигоди

проявляються в отриманні доходу та прибутку, соціальні – у створенні робочих місць та залученні людей до активного використання вільного часу, проведення дозвілля всією родиною, екологічні – спрямовані на раціональне використання неродючих земель, озеленення території.

Всесвітньовідомі тематичні парки («Діснейленд», «ЮніверсалСтьюдіоз», «ПортАventura», «Леголенд» та ін.) приваблюють туристів з усієї земної кулі, що піднімає індустрію розваг на якісно новий рівень, сприяє створенню нових туристичних маршрутів, зростанню туристських потоків та розвитку туристичної сфери й суміжних з нею галузей.

Слід відзначити, що за відсутності всесвітньо популярних тематичних парків в Україні, доцільно спроектувати тематичний український парк розваг у Дніпропетровській області, яка тісно пов'язана з історією козацтва. Такий парк має стати унікальним за рахунок національного колориту, який проявлятиметься в організації майстер-класів Петриківського розпису, різьби по дереву, плетіння з соломи; влаштуванні гулянь в українському стилі; проведенні традиційних народних ярмарків. Утриматися на туристичному ринку і досягти успіху інноваційний тематичний парк України зможе завдяки комплексному підходу до управління, спрямованому на створення асортименту доступних та різноманітних послуг, забезпечення високої якості туристичного сервісу, запровадження стабільної роботи парку за рахунок подолання сезонності, підбір кваліфікованого персоналу та керівної команди, забезпечення та підтримку чистоти у парку та морального спокою.

Отже, тематичний парк як об'єкт інноваційної діяльності й туристичної привабливості дестинації виступає перспективним напрямом розвитку туристичної індустрії України, успішна реалізація якого дозволить досягти соціально-економічного ефекту й забезпечить додаткові конкурентні переваги. Проектування тематичного національного українського парку вимагає подальших досліджень та обґрунтувань.

Література

1. Артёмова Е.Н. Тематические парки / Е.Н. Артёмова, В.А. Козлова // Основы гостеприимства и туризма: учеб. пособие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/artemova10-2.htm. – Загл. с экрана.
2. Александрова А.Ю. Сектор развлечений / А.Ю. Александрова // Международный туризм: учеб. пособие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/aleks54.htm. – Загл. с экрана.

Редько В.Є.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та туристичного бізнесу

Бабенкова В. В.

Студентка 3 курсу групи ВТ-12-2

Дніпропетровського національного університету імені О. Гончара

НЕОБХІДНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ У ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Швидкий розвиток туристичного бізнесу обумовив підвищення вимог до діяльності підприємств туристичної галузі та створив велике конкурентне середовище. Прагнучи пристосуватися до цих змін, туристичні підприємства почали активно застосовувати маркетинг, а з розвитком інформаційних технологій – Інтернет - маркетинг.

Сучасний Інтернет-маркетинг включає всі складові класичного маркетингу: аналіз маркетингової інформації, ціноутворення, просування турів, брендінг, організацію збуту, роботу з посередниками. Мережа Інтернет володіє унікальними характеристиками, що значно відрізняються від характеристик традиційних інструментів маркетингу: інтерактивність, ефект присутності та інформаційна насиченість. За п'ять років з початку існування Інтернету кількість користувачів в світі досягла 100 мільйонів, а на червень 2013 року складала 2,5 мільярдів осіб [3]. Спостерігається позитивна тенденція до збільшення користувачів мережею Інтернет і в Україні. Так у 2010 році Інтернет-аудиторія нашої країни налічувала 13,3 млн осіб, а в 2013 р. зросла на 35,3%, що становило 18 млн. осіб. За прогнозами Інтернет-аудиторія в Україні продовжить зростати і до кінця 2014 року складатиме більше 20 млн за рахунок зростання частки користувачів Інтернету в невеликих містах і селах, а також серед людей старшої вікової категорії [7]. Таким чином, перехід громадян України на віртуальну інформатизацію вимагає від підприємств туристичної індустрії використання новітніх технологій просування на ринок та реалізації товарів й послуг підприємств туристичної індустрії.

Слід відзначити, що Інтернет-маркетинг має як переваги, так і недоліки. Серед переваг виділяються низька витратність, висока якість, відсутність психологічного тиску на користувача, доступність, гнучка маркетингова компанія, охоплення аудиторії через сайт, електронну пошту, контекстну рекламу, соціальні мережі тощо. Основними недоліками є ризики щодо гарантії надання якісного обслуговування підприємствами туристичної індустрії, недостовірність інформації.

Ще до поширення мережі Інтернет маркетингова діяльність українських туристичних підприємств у багатьох випадках обмежувалася лише рекламою,

якої було недостатньо для просування туристичного продукту. Ефективне позиціонування туристичних пропозицій вимагає використання сучасних ринкових інструментів. Одним із основних інформаційних інструментів виступає сайт підприємства туристичної індустрії, основними завданнями якого є: рекламування, просування та продаж турів, залучення більшої аудиторії, створення позитивного іміджу підприємства, надання необхідної інформації про роботу підприємства. Головними характеристиками туристичного сайту є динамічність і гнучкість в усьому, що стосується зміни даних. Оскільки сайт є візитною карткою підприємства, він повинен мати особливе оформлення, а вся інформація у ньому має бути унікальною, зрозумілою та доступною. Наявність сайту значно спрощує роботу підприємства. Так саме Інтернет-маркетинг дозволяє проводити віртуальні маркетингові дослідження діяльності конкурентів, нових туристичних напрямів й тенденцій, вивчати попит. Як показала практика, неабиякою популярністю користуються соціальні мережі, які являють собою вже не тільки засіб для безпосереднього спілкування однодумців, колег, однокласників, а й виступають великим плацдармом для інформування, просування й реалізації різних товарів та послуг, в тому числі й туристичних. Такий засіб є більш ефективним та менш витратним, у порівнянні з класичним маркетингом.

Отже, поява мережі Інтернет та швидкий темп розвитку інформаційних технологій обумовив появу нового напрямку у сучасній маркетинговій діяльності – Інтернет - маркетингу. Завдяки особливим характеристикам, він має ряд переваг у порівнянні зі звичайним маркетингом, серед яких: надання більш точної інформації клієнтам, постійний контакт зі споживачем, невелика вартість, тощо. Окрім цього, Інтернет - маркетинг дуже легко піддається оцінці ефективності, дозволяє швидко реагувати на запити споживачів та оновлювати статистику. Однак, не зважаючи на ряд переваг, використання лише Інтернет - маркетингу є недостатньо ефективним для функціонування та розвитку підприємств, тому він використовується наряду з традиційними засобами маркетингової діяльності.

Література

1. Квартальнов В.А. - Туризм [Електронне джерело]. - Режим доступу: http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism13.htm
2. Маркетинг в туризме – [Електронне джерело]. - Режим доступу: <http://library.if.ua/book/5/537.html>
3. Интернет как инструмент маркетинга в туризме – [Електронне джерело]. - Режим доступу: <http://kraevedenie.net/2011/02/26/internet-marketing-turizm/>
4. Преимущества и недостатки интернет-маркетинга – [Електронне

джерело]. - Режим доступу: <http://analytika.org/?p=980>

5. Миронов Ю. Б Економіка: проблеми теорії та практики. / Ю. Б Миронов// Збірник наукових праць.- 2004. – 300 с. – С. 457-464

6. Internet in Ukraine – [Електронне джерело]. - Режим доступу: https://ru.wikipedia.org/wiki/Internet_in_Ukraine

Новости Украины от LB.ua – [Електронне джерело]. - Режим доступу: <http://lb.ua>.

УДК 65.01:65.012

Редько В.Є.

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту та туристичного бізнесу
Дніпропетровського національного університету імені О.Гончара*

Думніч К.Ю.

Студентка 3 курсу групи ВТ-12-2

Дніпропетровського національного університету імені О. Гончара

РЕГУЛЮВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В умовах урбанізації та напруженого ритму міського життя дедалі популярнішим стає сільський зелений туризм, невідкладний елемент якого - єднання людини з природою. Згідно з європейською статистикою, 35% міських жителів Євросоюзу обирають відпочинок у сільській місцевості [1]. Україна, яка багата на природні та рекреаційні ресурси, має всі передумови для успішного розвитку сільського зеленого туризму. У нашій країні налічується близько 150 тис. потенційних учасників сільського зеленого туризму, а офіційно запрошують на відпочинок у сільську місцевість 37 садіб у семи регіонах, найпопулярнішими з яких є «Ластівка» (Львівська обл.), «Олеся» (Закарпатська обл.), «Козацький стан» (Полтавська обл.), «Звенигород» (Київська обл.), «Лісова легенда» (Черкаська обл.), «Перлина степу» (Дніпропетровська обл.) [2].

У наш час сільський зелений туризм відіграє важливу роль не тільки в організації дозвілля та відпочинку, але й складає значну частку в туристичній галузі, тим самим розширюючи межі національної економіки. Варто відзначити, що позитивний соціально-економічний вплив сільського зеленого туризму гальмується важким життям сільського населення та урбанізацією. Так, за даними Державної служби статистики України в сільській місцевості спостерігається щорічне зменшення населення на 9 %. Вирішення цих проблем потребує підтримки з боку державної влади та громадськості.

Першим і поки що єдиним спеціальним програмним відомчим документом щодо сільського зеленого туризму є наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України «Про затвердження Плану заходів

Мінагрополітики України щодо розвитку сільського зеленого туризму на період до 2015 року» № 24 від 18.01.2013 р., яким передбачено виконання ряду заходів: організація вивчення туристичного ресурсу регіонів з метою розроблення методичних рекомендацій щодо розвитку сільського зеленого туризму, його популяризація через засоби масової інформації та мережу Інтернет; участь у розробці та запровадженні спеціальних регіональних програм з підтримки розвитку цього виду туризму; підготовка фахівців для роботи у сфері сільського зеленого туризму, участь у проведенні презентації продукту сільського зеленого туризму в регіонах серед населення з метою формування попиту; залучення фермерських та особистих селянських господарств до надання послуг у сфері сільського зеленого туризму; розробка дорожньої карти щодо функціонування сільського зеленого туризму в Україні та інші [3].

Слід зауважити, що значну підтримку сільському зеленому туризму надає Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, основною метою якої є задоволення суспільних економічних, соціальних, культурних та екологічних інтересів шляхом сприяння сільського зеленого туризму шляхом популяризація звичаїв сільської гостинності і пов'язаної з нею культурної спадщини; сприяння підвищенню зайнятості сільського населення, надання дорадчих послуг у сфері сільського зеленого туризму [4]. Одним із напрямів діяльності Спілки є проведення добровільної категоризації у сфері сільського зеленого туризму «Українська гостинна садиба», яка вимагає надання якісного туристичного сервісу в селах.

За останні роки сільський зелений туризм набув поширення у Дніпропетровській області. На жаль, поки що не розроблено цільових індикативних планів і програм щодо розвитку цього виду туризму, але велика увага сільському зеленому туризму приділена в Програмі розвитку туризму у Дніпропетровській області на 2014-2022 роки. У межах Програми планується поступове вирішення таких питань: залучення приватного сектору, особливо в сільській місцевості, до рекреаційно-туристичного підприємництва та діяльності у напрямі сільського зеленого туризму; проведення фестивалів сільського зеленого туризму [5]. Проблемами сільського зеленого туризму переймається Центр зеленого туризму та народних ремесел Дніпропетровщини, який поставив собі за мету підвищити статус Дніпропетровської області як центру туризму шляхом комплексного використання туристичних та природних можливостей регіону з метою розвитку індустрії сільського туризму, сприянню на цій основі розвитку міст і районів області при збереженні екологічної рівноваги та культурної спадщини [6].

Отже, в умовах економічної кризи сільський зелений туризм в Україні стає чудовою альтернативою дорогим закордонним курортам та

розрекламованим маршрутам, адже чимало громадян нашої країни обиратимуть для активного відпочинку сільські садиби Українських Карпат, Подільського чи Наддніпрянського регіонів.

Література

1. Как Евросоюз помогает Украине развивать "зеленый" туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.business-resurs.com.ua/index.php?option=com_articles&task=view&id=1622
2. Кузик С.П. Географія туризму: навчальний посібник / С.П.Кузик. – К. : Знання, 2011. – 271 с.
3. Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України «Про затвердження Плану заходів Мінагрополітики України щодо розвитку сільського зеленого туризму на період до 2015 року» № 24 від 18.01.2013 р.
4. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua>
5. Програма розвитку туризму у Дніпропетровській області на 2014 – 2022 роки (від 20.06.2014 №532-26/VI).
6. Центр зеленого туризму та народних ремесел Дніпропетровщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://darunok.jimdo.com>.

УДК 38.48:339.137.2.

Редько В.Є.

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту та туристичного бізнесу
Дніпропетровського національного університету імені О.Гончара*

Радзівіл Ю.В.

Студентка 2 курсу, групи ВТ-13-2

Дніпропетровського національного університету імені О. Гончара

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Урбанізація, інтенсивний ритм життя населення негативно впливають на стан психічного здоров'я кожного мешканця великих міст, що зумовлює гостру потребу у швидкій психологічній, емоційній та фізичній реабілітації значної кількості людей. Найефективнішим вирішенням даної проблеми став зелений туризм, який протягом останніх 10 років розповсюдився по всій Україні й продовжує набирати обертів.

Учені виділяють декілька форм розвитку сучасного зеленого туризму – сільський зелений туризм і агротуризм. У повсякденні про перший кажуть також «життя в сільській родині». Він передбачає відпочинок у приватних господарствах сільської місцевості, яка являє собою інтерес для відвідувачів.

Агротуризм відрізняється від сільського тим, що туристи мають змогу безпосередньо брати участь у трудовій діяльності сім'ї з відповідними компенсаціями.

В Україні найбільшу увагу приділяють розвитку саме сільського зеленого туризму, розвитком якого опікується «Спілка сприяння розвитку зеленого туризму в Україні». Дана організація збирає відомості про зелений туризм у різних регіонах країни, просуває його на міжнародний туристичний ринок, організовує проведення конференцій, тематичних виставок [1].

Так, за сприяння Спілки в 2014 році проведено конференцію, в якій взяли участь 37 учасників з 16 областей України – власники садиб, активісти громадських організацій, представники місцевих органів влади та ЗМІ. Результатами стала розробка рекомендацій щодо головних засад державної політики й удосконалення систем якості послуг у сфері сільського туризму, оскільки законодавчої посади, що регулювала б сільський зелений туризм в Україні, поки що немає [2].

Зелений туризм в Україні відрізняється розмаїттям послуг, які пропонуються туристам. Це пов'язано з досить великою територією України та різноманітними етнокультурними особливостями її регіонів. Навіть у Закарпатті дуже сильно виражені відмінності між гірськими та рівнинними регіонами.

Найактивнішими регіонами, що розвивають зелений туризм, є Закарпатська, Івано-Франківська, Вінницька, Київська, Львівська та Полтавська області. Західний регіон займає переважне місце за пропозицією та попитом. Сюди приїжджають не тільки заради можливості покататися на лижах, а й насолодитися свіжим повітрям, чистою водою гірських річок, надзвичайними ландшафтами, збагатити свій духовний світ, взяти участь у господарській діяльності – вирощуванні фруктів та овочів, виноробстві. Регіон має досить розвинену інфраструктуру. До популярних центрів можна віднести Яремче, Татарів, Косів, Рахів, Ворохта та ін.

Поділля вирізняється своїм ландшафтом: невеликими горами Товтрами, Вороняками, Кременецькими, глибокими каньйонами Дністра, Південного Бугу. Крім того тут зосереджена велика кількість архітектурних пам'яток, зокрема Хотинська та Кам'янець-Подільська фортеці, печери із найбільшою в Європі «Оптимістичною». Дуже популярними районами прийому туристів є околиці Кременця та Почаєва, села каньйону Дністра, центр відпочинку «Подоланка», де можна покращити здоров'я та зайнятися хліборобством.

Центральний та Східний регіони можуть потішити туриста активним відпочинком верхи на конях або на берегах річок Сіверський Донець, Псел чи Сули, можливістю зануритися в козацьке життя, косити сіно й навіть спати на

ньому, ловити раків, збирати лікарські рослини. Головні туристичні центри – Великі Сорочинці, Деканька та гончарське село Опишня.

Сільський відпочинок в Україні має набути національного значення, оскільки він дає поштовх для відродження й розвитку національної традиційної культури, надає можливості мешканцям урбанізованих територій зняти психологічне та емоційне напруження через сільський відпочинок, етнокультура села репрезентує Україну світові й приваблює також іноземних туристів.

Для того, щоб окреслити можливості та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні, було проведено його SWOT-аналіз, результатами якого стало визначення сильних сторін (багатство регіонів історико-культурними пам'ятками, гарні краєвиди, багатство флори та фауни, порівняно невелика ціна на проживання та харчування, збережені сільські традиції) та слабких сторін (відсутність достатньої практичної та реальної інформації про регіон, низька якість посліг розміщення, незнання господарями іноземних мов, слабкий імідж України в очах іноземців, недостатнє знакування туристичних атракцій та маршрутів). Виходячи з цього, підприємцям з сільського зеленого туризму в Україні за підтримки громадських організацій й органів влади необхідно:

- розширювати асортимент своїх послуг за рахунок розробки тематичних заходів, анімаційних програм, створення нових маршрутів і удосконалення вже існуючих і т.д.;

- покращувати якість туристичного обслуговування, підґрунтям якої є проведення добровільної категоризації садиб;

- використовувати адекватну цінову політику в межах «ціна-якість»;

- підтримувати інформованість внутрішніх й іноземних туристів шляхом створення інформаційних центрів, дороговказів і т.д.;

- просувати на міжнародний ринок регіональний туристичний продукт сільського зеленого туризму з використанням інструментів інтернет-маркетингу [3].

Література

1. Підмогильний С., Підмогильна С. Сільський зелений туризм в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_tourism/podmogilnye.htm

2. Сільський зелений туризм, спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/ukrainian>

3. Кудінова І.П. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні / Кудінова І.П. // Науковий вісник Національного університету

біоресурсів і природокористування України. - 2011. - Вип. 163.1 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/kudinova.htm

УДК 65.01:65.012

Редько В.Є.

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту та туристичного бізнесу
Дніпропетровського національного університету імені О. Гончара*

Савченко К.С.

Студентка 3 курсу групи ВТ-12-1 факультету міжнародної економіки

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ

Глобалізація світогосподарських процесів та інформатизація суспільства чинять позитивний і негативний вплив на розвиток всіх сфер діяльності й галузей економіки. Туристична сфера не є виключенням, оскільки формування, просування на ринок та реалізація туристичного продукту й окремих послуг вимагають постійного пошуку актуальної, достовірної, безпечної інформації про світові тенденції та напрями туристських потоків.

У звіті Всесвітньої туристичної організації щодо загальних тенденцій розвитку туризму до 2020 року особливу увагу приділено застосуванню інформаційних технологій при виборі пунктів призначення туристських маршрутів, використанню атласів на CD-ROM і Інтернет-екскурсій у номери готелів з метою вибору місця подорожі [1]. Отже, інформація виступає підґрунтям успішного розвитку (невдалого існування) кожного підприємства туристичної індустрії й визначає успіх та популярність туризму як соціально-економічної системи і подорожі.

На відміну від товарів тривалого користування, нематеріальні послуги туризму не можуть бути фізично відображені та перевірені у точці продажу послуги. Своєчасна і точна інформація, яка призначена для туриста, є важливим засобом для задоволення туристського попиту. Тому слід забезпечити інформаційну основу, що полегшує роботу в туристичній сфері.

Революція в інформаційних технологіях має глибокі наслідки для управління туристичною галуззю, які створюють оптимальні умови для переходу туризму в епоху глобалізації. Технології сприяють реінжинірингу усієї галузі задля ефективного розвитку.

Глобальний розвиток інформаційних технологій надає виробникам туристичних послуг нові можливості для активної діяльності. Інтерактивне телебачення, Інтернет, а також мережі мобільного зв'язку стають основними

носіями маркетингової інформації, а віддалення місць споживання від місць закупівлі безперечно пов'язано з необхідністю переміщення туристів в цікаві для них напрями, призводить до того, що туристична галузь стає одним з найбільших учасників технологічної революції і сучасних технологій передачі інформації. Завдяки цим технологіям навіть невеликий туристичний регіон може не тільки отримати велику популярність, а й популяризувати та забезпечити ефективну реалізацію всіх характерних і супутніх послуг, а також товарів туристичного призначення: готелі, музеї, фестивалі, народні гуляння, конгреси та інші елементи туристської оферти потенційним туристам з усього світу.

Розвиток Інтернету надає можливість продажу туристичних послуг безпосередньо від виробника цих послуг, оминаючи посередників туристичного ринку. Відкриттям такого ринку стало використання електронних авіаквитків, що являють собою лише електронний запис і використовується не тільки великими корпораціями, а й дрібними європейськими фірмами.

Незважаючи на такі обмеження, як повільна робота комунікаційних мереж або відсутність (в основному з точки зору клієнтів) повної безпеки інформації, Інтернет використовується в кожному секторі сфери туризму, як постачальниками туристичних послуг, так і самими клієнтами.

Активізація міжнародних туристських потоків обумовила необхідність створення і використання комп'ютерних систем бронювання, які суттєво покращили якість обслуговування клієнтів за рахунок скорочення часу на оформлення квитків, забезпечили їх бронювання, підвищили якість і ефективність роботи персоналу.

Автоматизовані системи бронювання не обмежуються роботою лише з квитками на транспортні засоби, вони дозволяють бронювати номери в готелях, доставляють квитки у театр, замовлення трансферу, таксі, квітів та інших додаткових послуг. У сучасному світі існують 4 глобальних системи бронювання і резервування, а саме: Sabre, Amadeus, Galileo, Worldspan. Разом ці системи нараховують близько 500 тисяч терміналів, встановлених у готелях по всьому світу, що складає більш 90% ринку [2].

Ці платформи мають унікальні особливості та функціональні переваги, серед яких виділяються можливість роботи на різноманітних мобільних пристроях, паралельна робота з декількома бронюваннями, наявність на одному екрані результатів пошуку найменшого тарифу регулярних перевізників, простота бронювання додаткових платних сервісів авіакомпаній у графіку та перехід з режиму роботи в командному рядку до графіки [3].

Отже, використання інформаційних технологій в туризмі отримує імпульс для свого подальшого розвитку в умовах зростання і складності

міжнародного туристичного попиту, спрямованого на різні сегменти ринку туристичних послуг. Оперативна ідентифікація потреб клієнтів і розширення клієнтської бази за допомогою індивідуалізованої та актуальної інформації виступають запорукою успіху організації туристичного сервісу.

Література

1. World tourism organization // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://pub.unwto.org/epages/Store.sf/?ObjectPath=/Shops/Infoshop/Products/1239/SubProducts/1239-1>.

2. Автоматизовані системи бронювання і резервування в туризмі // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://5fan.info/jgemerujgrnaqasqas.html>.

3. Amadeus / Додаток до журналу Український туризм // Український туризм - журнал для професіоналів. – 2014. - №5. – С. 8

УДК 379.85(477)

Рижовська Я. Ю., Царікова Е. А.

Студенти 1 курсу, 11 ГР групи

Уманський національний університет садівництва

Науковий керівник : викладач Непочатенко В.О.

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Для України сільський зелений туризм – нове поняття, хоча відпочинок на селі використовувався відомими українськими письменниками, художниками, артистами і політиками з давніх часів. Досить помітним цей вид туристичного бізнесу став в ХХ столітті. Основними центрами розвитку зеленого туризму стали Прикарпаття і Крим. У 1997 р. в Києві був створений Союз підтримки сільського зеленого туризму в Україні, а нині розробляється спеціальна програма з розвитку цього виду туризму. Форвардами у розвитку даного виду туристичного бізнесу в Україні по праву є Львівська (Розточчя), Івано-Франківська (Косівський, Надвірнянський, Калуський, Рогатинський райони), Полтавська (Михайлівка, Диканька) і, звичайно ж, Республіка Крим (Алушта, Форос, Мухалатка, Коктебель, Партеніт, Рибальське, Межиріччя, Чорнопілля (Білогірський район), Олександрівка (Красногвардейських район), Лобанівка (Джанкойський район) та інші.

У сучасних умовах зелений туризм розвивається переважно в районах, що мають дві головні передумови: незайняте населення та приватний житловий сектор. Найбільш перспективними вважаються Карпатський регіон і Крим. Скільки всього в країні об'єктів зеленого туризму, не знає навіть Держкомстат,

бо офіційно їх ніхто не рахує. За даними профільного союзу, їх приблизно 950, хоча потенційно приймати туристів можуть не менше 1 млн. будинків з 6 - 7 млн. домогосподарств у сільській місцевості [2].

Центральним суб'єктом в організації відпочинку на селі виступає сільська родина, яка проживає в селі, здійснює основну діяльність, пов'язану з веденням особистого селянського господарства, та побічну, – з використанням майна цього господарства для надання послуг у сфері зеленого туризму, а саме: забезпечення відпочиваючих житлом, харчуванням, ознайомленням з місцевою культурою та традиціями [1].

Україна має чудові можливості для розвитку сільського туризму – в усіх її регіонах є пам'ятки історії та культури світового рівня, унікальні природні заповідники. Але слід також зазначити, що в різних регіонах України зелений туризм розвивається по-різному.

Якщо розглядати Україну з точки зору привабливості регіонів зеленого туризму, можна виділити чотири зони привабливості:

До першої зони (володіє найвищою туристичною привабливістю) відноситься ПБК і м. Севастополь. Дана зона забезпечує більше 50% доходу в туристській сфері України головним чином за рахунок зовнішнього туризму, прийому туристів з Росії, Білорусії, Польщі.

Друга зона - Прикарпаття і Закарпаття забезпечує більше 30% доходу від туризму, структура доходів даної зони також у більшій частині забезпечується за рахунок зовнішнього туризму (прикордонні райони Закарпатської області).

Третя полоса - південь України, регіони володіють виходом до Чорного або Азовського моря, структура доходів в більшій частині представлена внутрішнім туризмом, головним чином завдяки тому, що відпочинок тут дешевше ніж у двох попередніх зонах.

Інші регіони України розташувалися в четвертій зоні, їх привабливість не велика, але кожен з регіонів має на своїй території рекреаційний та оздоровчий комплекс і порівнювати їх у своєму розвитку не можна, оскільки їх туристський потенціал і фактори визначають рівень конкурентоспроможності туристського регіону різні, вимагають більш детального і комплексного аналізу як регіону в цілому, так і кожного туристичного об'єкту зокрема [3].

Сільський зелений туризм – корисний як для відпочиваючих, так і для господарів – селян, сільських громад, регіонів і держави в цілому, сприяє розвитку багатьох пов'язаних з ним галузей економіки. Його розвиток також сприятиме збереженню селянства як носія української ідентичності, культури і духовності, це додаткові можливості для популяризації української культури,

поширення знань та інформації про історичні, природні, етнографічні особливості України, що заслуговує на всіляку підтримку з боку держави [4].

Література

1. „Сільський зелений туризм – пріоритетна сфера розвитку туризму у період економічної кризи” // <http://uzhgorod.net.ua/news/34499>
2. Писаревский И.М., Петрова Н.Б. Предпосылки анализа уровня развития туристиче-ской сферы регионов Украины– // *Електронний ресурс* - [Режим доступу] : http://www.confcontact.com/2008dec/4_pisarev.php
3. Биркович В. І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України Стратегічні пріоритети // *Електронний ресурс* - [Режим доступу]: <http://old.niss.gov.ua/book/StrPryor/6/19.pdf>

УДК 338.48(477.87)

Рошко В.В.

Студентки 5 курсу, групи ГРС-2(м)

Мукачівського державного університету

Науковий керівник: д.е.н, професор Мілашовська О.І.

СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Актуальність теми полягає в аналізі стану готельного господарства Закарпатської області, оскільки дана сфера на сьогодні виступає основною складовою туристичної галузі. Стан готельної сфери впливає на розвиток індустрії туризму загалом.

Мета дослідження ґрунтується на безпосередньому вивченні значення і ролі готельного бізнесу в туристичній інфраструктурі, та полягає у визначенні певних шляхів його розвитку в закарпатській області.

З року в рік туристичний потенціал Закарпатської області нарощується. На сьогодні мережа санаторно-курортних, туристично-рекреаційних та готельних закладів області нараховує 356 об'єктів, в яких одночасно можна розмістити близько 20 тис. осіб.

Оздоровчі заклади області нараховують 32 об'єкти, що складає 9 % від загальної кількості об'єктів туристично-рекреаційної галузі області. Найбільш розвинута мережа закладів даного профілю у Свалявському, Мукачівському, Хустському та Тячівському районах (24 об'єкти), які забезпечують 50% ліжкового фонду області.

Рекреаційні заклади області нараховують 103 об'єкти, що складає 29 % від загальної кількості об'єктів туристично-рекреаційної галузі області. Найбільш розвинута мережа закладів даного профілю у Тячівському,

Міжгірському, Свалявському та Перечинському районах (69 об'єктів), які забезпечують 34% ліжкового фонду області.

Туристичні заклади області нараховують 221 об'єкт, що складає 62% від загальної кількості об'єктів туристично-рекреаційної галузі області. Найбільш розвинута мережа закладів даного профілю у Рахівському, Свалявському районах та місті Ужгород (105 об'єктів), які забезпечують 43% ліжкового фонду області [2].

Спостерігається на сьогодні певна активізація процесів саме розбудови туристичної інфраструктури області. Так, в останні роки було збудовано такі сучасні, відомі санаторні комплекси «Теплиця», «Термал-Стар», «Карпатія», «Квелле Поляна», «Сузір'я», «Боржава», «Гірська Тиса», «Синяк», також такі чудові туристично - рекреаційні та готельно - ресторанні комплекси «Reikartz Карпати», «Ренесанс», «Червона рута», «Богольвар», «Восводино», а також і «Водограй», «Карпатський мисливець», «Континент», «Унгварський», які на даний час користуються значним попитом серед відпочиваючих [1, с.31].

Дуже активно розвивається туристична інфраструктура вздовж наявних основних транспортних магістралей починаючи з існуючих пунктів перетину державного кордону та до кордонів із іншими областями України. Серед об'єктів, які входять до даної інфраструктури найкраще вирізняються готельні та ресторанні комплекси: «Chalet» (Свалявський район) та «Наталі» (Воловецький район), «Червона гора», «Магнат», «Weekend» (Мукачівський район) також «Європа» (Ужгородський район), «Гелікон», «Фемелі» (Берегівський район) [36,с.32]. В інфраструктурі туризму нашого рідного краю одне із найважливіших місць займають готелі, мотелі, інші місця для короткотривалого проживання. Відповідно до функціональної структури підприємств готельного комплексу, найбільш розповсюдженими є готелі-60% від всієї кількості закладів розміщення (табл. 1.) [3].

Таблиця 1

Готелі та інші місця для тимчасового проживання

	Кількість готелів	Кількість номерів	Житлова площа тис. м ²	Одноразова місткість, місць	Обслуговування працівників тис. осіб
2005	38	1462	27,8	3152	99,2
2006	39	1651	31,6	3496	121,0
2007	45	1821	38,3	3801	127,0
2008	61	2523	61,8	5367	130,7
2009	69	2621	63,3	5554	104,4
2010	67	2512	63,6	5380	101,5

Динаміка розвитку готельної галузі області в останні роки була не дуже висока (рис.1.).

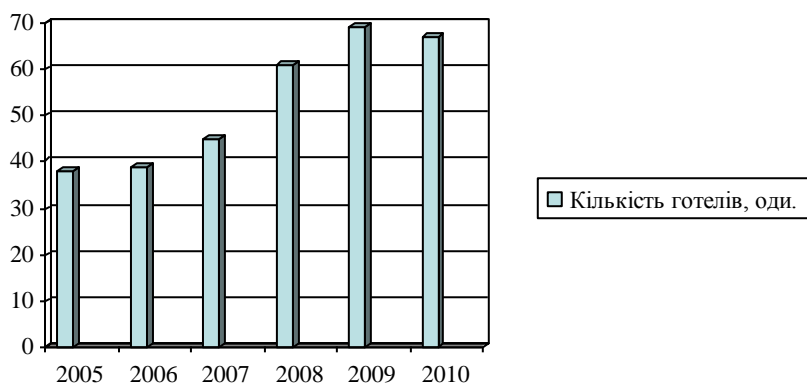


Рис 1. Кількість підприємств готельного господарства

На сьогодні готельна база Закарпатської області містить 284 заклади розміщення із одноразовою кількістю 16947 місць (табл. 2).

Таблиця 2

Кількість колективних закладів розміщення в Закарпатській області

Роки	Кількість КЗР, одиниць			Кількість місць, одиниць		
	усього	У тому числі		усього	У тому числі	
		юридичні особи	фізичні особи-підприємці		юридичні особи	фізичні особи-підприємці
2011	216	80	136	13471	9536	3935
2012	208	84	124	12821	9507	3314
2013	284	92	192	16947	10786	6161

Дуже важливо також відмітити, що останнім часом на Закарпатті збільшуються заклади ділового призначення. Недавнім закладом який підписав угоду про співпрацю із мережею «Прем'єр Інтернешнл» став готель «Прага». Наразі до вітчизняної мережі готелів ділового класу належать 17 готелів, серед яких, окрім «Праги» і мукачівська «Зірка». Готель «Інтурист-Закарпаття» планують трансформувати у перший сучасний IT-комплекс на Закарпатті.

На сьогодні Закарпатська область одна з найперспективніших для розвитку туристичної індустрії та має велику кількість необхідних ресурсів.

Література

1. Головка О.М., Кампов Н.С., Махленець С.С., Симочко Г.В. Організація готельного господарства / За ред. О.М Головка. – К. : Кондор. 2012.-338с
2. Електроний ресурс: Закарпатська обласна рада zakarpat-rada.gov.ua
3. Електроний ресурс: Головне управління статистики у Закарпатській області www.stat.uz.ua, www.uz.ukrstat.gov.ua/

Савич А.А.

Студентка 2 курсу, 7 групи

Уманського державного педагогічного університету ім. Павла Тичини

Науковий керівник: к.е.н., доцент Удовенко І.О.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Зелений туризм, або агротуризм, є одним з видів екологічного туризму, який останнім часом набуває поширення і продовжує активно розвиватися в багатьох європейських країнах. В розвинених країнах світу такий вид відпочинку користується попитом не лише у заможної частини населення, а й у людей середнього достатку. Агротуризм дає можливість міським жителям відпочити в сільській місцевості єднаючись з природою, позбутися стресів, відвідати місцеві пам'ятки, ознайомитися з побутом сучасних сільських мешканців та народними традиціями.

Українське село має надзвичайно багату історико-архітектурну спадщину, культуру, самобутній побут, даровані природою мальовничі ландшафти, а також лікувально-рекреаційні ресурси. Українські села багаті індивідуальним житловим фондом та якісними трудовими ресурсами. Водночас гострою проблемою багатьох сіл є зростаючий надлишок робочої сили. Враховуючи відсутність суттєвих капіталовкладень на створення нових робочих місць у сільській місцевості, на загальнодержавному рівні більше уваги варто приділяти таким видам туризму, які не потребують капіталоємних вкладень. До таких видів належить сільський туризм, який давно практикується в Україні, адже в селах з відповідною рекреаційною базою завжди було багато відпочиваючих. Найбільше це стосується сіл, що розташовані на берегах річок, морів та в гірській місцевості.

За даними офіційної статистики, нині в Україні залишилося близько 28600 сіл. Переважну частину населення цих сіл складають особи пенсійного або працездатного передпенсійного віку, при цьому, у 8,5 тис. сіл упродовж останніх трьох років не народилася жодна дитина. Такі поселення приречені на зникнення, а це спричинює втрату сільських традицій, які є колискою національної культури.

Велика кількість мешканців сільської місцевості перебувають за межею бідності. За таких умов селянин змушений шукати інші сфери діяльності, які забезпечували б досягнення прожиткового мінімуму. Розвиток сільського зеленого туризму міг би зупинити таку сумну тенденцію в українських селах, підвищити матеріальний добробут та частково вирішити проблеми зайнятості

сільського населення. Отже, розглянута сфера туристичних послуг потребує державного регулювання і підтримки, в тому числі, і на регіональному рівні.

Турист, який приїжджає відпочити у сільську місцевість, бажає гарно відпочити. В обов'язки громади українського села входить: дотримання санітарно-гігієнічних умов проживання, усунення сміттєзвалищ, естетизація вигляду будинків, вулиць, садів, громадських закладів. Однією з головних складових рекреаційних послуг є умови проживання. Умови проживання повинні гарантувати можливість зручної ночівлі, дотримання особистої гігієни, наявність повноцінного харчування, що відображено в рекомендаціях з категоризації сільського житла Української спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Присвоєння категорії житлу, що надається у користування відпочиваючим, дає право господареві оселі повідомляти про відповідну якість житлових умов у рекламних засобах Спілки, що сприятиме збільшенню відпочинкового попиту та доходів господаря.

Серед проблем розвитку сільського туризму найголовнішою є визначення правового статусу цього виду діяльності. На спільному засіданні Колегії Держкомтуризму та Комітету Верховної Ради України з питань молодіжної політики, фізичної культури, спорту і туризму (16 жовтня 1999 р., Ужгород) розглядалося питання розробки важелів стимулювання розвитку зеленого туризму в Україні. Було прийнято рішення про опрацювання спільно з Міністерством аграрної політики України та Спілкою сприяння розвитку зеленого туризму пропозицій до проекту Закону України "Про особисте селянське господарство" [2, с. 232].

Зелений туризм може стати візитною карткою держави на міжнародному туристському ринку, про що свідчить бажання іноземців познайомитись з історичним та природним потенціалом України.

Розвиток зеленого туризму в Україні в сучасних умовах господарювання обмежують такі фактори:

- політико-економічна нестабільність у державі;
- відсутність належного правового забезпечення розвитку сільського зеленого туризму;
- відсутність механізму раціонального та екологічно збалансованого використання природного та історико-культурного потенціалу для потреб туризму;
- низький рівень інфраструктури та комунікацій;
- недостатній рівень кадрового та рекламно-інформаційного забезпечення.

Ці негативні фактори можна подолати за рахунок проведення виваженої політики державного регулювання розвитку сільського зеленого туризму, зокрема і на регіональному рівні, з використанням наявних важелів прямого і

непрямого впливу [4, с. 187].

Велику роль у становленні та розвитку сільського зеленого туризму відіграє неприбуткова громадська організація – Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, яка збирає і концентрує дані з різних регіонів країни, проводить конференції та тематичні виставки з метою популяризації відпочинку в українському селі, сприяє розвитку сільської інфраструктури, самозайнятості сільського населення, виховання поваги до краси рідного краю, гостинних мешканців сільської місцевості, збереженню існуючого культурного та історичного надбання Українського народу. За її ініціативою створені й успішно функціонують осередки сільського туризму у більшості областей України [5].

Зелений туризм у сучасних економіко-демографічних умовах здатний реально допомогти малим поселенням України «вижити», адже саме малі села своєю специфічністю притягують відвідувачів. З цією метою можна застосовувати екскурсії. Тематика й види екскурсій, які можна проводити і в сільській місцевості, дуже різноманітні. До найпоширеніших видів екскурсійної діяльності в сільській місцевості належать краєзнавчі екскурсії. Вони охоплюють визначні місця навколишнього середовища: історичні, етнографічні, архітектурні пам'ятки та ін.

Розвиток зеленого туризму в Україні відбувається досить спонтанно. Але Союз просування розвитку зеленого туризму, який створений в Україні в 1996 році, проводить інформаційну роботу, всіляко сприяє, допомагає в просуванні зеленого туризму в Україні на ринок туристичних послуг. Найактивнішими регіонами, що розвивають зелений туризм на своїй території, вважається Закарпатський, Івано-франківський, Вінницький, Київський, Львівський, Полтавський і Кримський. З кожним роком до цього списку додається все більша кількість регіонів, які роблять все можливе, аби зелений туризм досяг максимального розвитку на їх території.

З цією метою восени 1999 р. було видано перший каталог "Сільські садиби Гуцульщини", яким скористалися сотні сімей (українців та іноземних громадян, які працюють в Україні), що на новорічні та різдвяні свята обрали різні види відпочинку. На початку 2000 р. вийшов у світ довідник-каталог "Відпочивайте в українському селі", де зібрано адреси господарств з різних регіонів України, які готові прийняти гостей.

Основою для підготовки екскурсій у сільській місцевості можуть стати матеріали музеїв, як державних, так і тих, що працюють на громадських засадах (у школах або при клубах). Саме працівники й активісти цих осередків організовують і проводять пошукову, методичну та екскурсійну роботу в сільській місцевості.

Отже, сільський (зелений) туризм в Україні набуває дедалі більшого поширення.

Література

1. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 року №324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1995. - №31. - С. 241.

2. «Про особисте селянське господарство»: Закон України від 15 травня 2003 року № 742-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. - № 29. – 232 с.

3. Розвиток сільського туризму в Україні. <http://www.greentour.com.ua/ua/news/>

4. Биркович В. І. Державне регулювання сфери туризму на регіональному рівні. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук з державного управління 25.00.02 – механізм державного управління. – Гуманітарний університет «Запорізький інститут державного та муніципального управління». – Запоріжжя. – 2007.

5. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. – <http://www.greentour.com.ua>

УДК 448.38.

Саквенко Т. М.

*Старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини*

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Сьогодні в умовах інтенсифікації господарського життя і поглиблення економічних та соціальних зв'язків між країнами на світовій арені з'являється все більше держав, здатних конкурувати в різноманітних галузях. Найбільш гостро проявляється боротьба на ринку міжнародних туристичних послуг. Передумови цього слід вбачати, по-перше, в появі нових компаній, по-друге, в постійному зростанні асортименту послуг, в тому числі нових, оригінальних, по-третє, активізації ролі країн світового співтовариства у розвитку національних туристичних ринків з метою підвищення своєї конкурентоспроможності в цій сфері.

Україна володіє значними ресурсами для розширення і розвитку туристичної галузі та підвищення ефективності міжнародних послуг. Ефективність туристичних послуг представляє собою систему використання наявних природних та надбаних ресурсів, можливостей, досвіду, технологій, яка дозволяє надавати послуги конкурентоспроможного характеру. Попит на ці послуги, в свою чергу, має забезпечувати стабільний зростаючий прибуток для

туристичної компанії або країни в цілому.

Ефективність туристичного бізнесу доцільно розглядати у двох напрямках: економічна та соціальна. Економічну ефективність туристичного бізнесу слід аналізувати за допомогою показників конкурентоспроможності та рентабельності, оскільки вони демонструють ефект від надання туристичних послуг, дають змогу оцінити позитивні зрушення у розвитку галузі, дозволяють робити висновки щодо доцільності вкладення інвестицій в дану сферу.

В індустрії туризму результативність праці залежить:

- від державної підтримки туризму;
- умов життя і добробуту населення;
- забезпечення нормального економічного розвитку фірм-туроператорів, турагентств, готелів і ресторанів (зокрема, потреба у персоналі — економістах, менеджерах, спеціалістах з маркетингу);
- відкритості держави міжнародній спільноті;
- управління налагодженою економічною структурою (адміністративним персоналом, керуючими службами, турфірмами, готелями, ресторанами);
- забезпечення роботою сервісних служб у контактній зоні з туристами;
- забезпечення і підтримки необхідної якості надання рекламних, туристичних та готельних послуг, а також безпеки подорожей туристів і екскурсантів (робота управлінського та виробничого персоналу);
- ефективності рекламної діяльності компаній.

Важливу роль у забезпеченні ефективного розвитку туристичної сфери відіграє також соціальна складова. В цьому аспекті ефективність в галузі забезпечується за рахунок розвитку наступних напрямів:

1. Налагодження соціальних та культурних зв'язків між країнами. Цьому значною мірою сприяє участь України у міжнародних туристичних виставках та ярмарках. Це дозволяє проводити попередні переговори щодо двосторонньої взаємодії в сфері туризму, налагоджувати нові контакти, які сприяють у просуванні національного туристичного продукту на нові ринки.

2. Розвиток дитячих та молодіжних туристичних програм. Функціонування галузі в цьому напрямку є показником високого ступеня розвитку економіки та суспільства в цілому. Тут першочергове значення мають питання відкриття можливостей отримання освіти за кордоном для дітей та юнацтва та створення умов для зручного і відносно дешевого розміщення молоді, яка подорожує.

3. Обмін досвідом роботи в галузі. Забезпечується за рахунок участі України у міжнародних семінарах та конференціях, присвячених питанням розвитку галузі. Окрім соціального значення, яке проявляється у поглибленні взаємовідносин між країнами, діяльність в цьому напрямку дозволяє обмінятися досвідом туроператорської та турагентської діяльності; розробити перспективи

розвитку туристичних потенціалів окремих регіонів, які представляють інтерес, в першу чергу, для іноземних туристів; визначити нові форми та джерела залучення інвестицій в галузь.

Кількісним вираженням ефективності вважають продуктивність. Цей показник включають до звітів, різних типів аналізу діяльності організації. У широкому значенні продуктивність – це відношення кількості одиниць на виході до кількості одиниць на вході. Наприклад, готель, який надає ліжко-місце за 1000 грн за добу є більш продуктивним, ніж готель, який надає послуги того самого рівня за 1250 грн за добу. Однак, якщо при збільшенні обсягу продукції вона має нижчу якість, то констатують зниження продуктивності, наслідки якої підсилюються зростанням конкуренції, що набуває глобального характеру.

Отже, найважливішим складником продуктивності є якість. Від менеджерів у цьому випадку залежить, які мають бути цілі у сфері продуктивності організації, які методи будуть використані для їх реалізації, які форми стимулювання праці будуть застосовані.

Література

1. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. — К.: Альтерпрес, 2011.— 436 с.
2. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: [навч. посіб.] / І.М. Школа [та ін.] / за ред. проф. І.М. Школи. — Чернівці: ЦТЕІКНТЕУ, 2012. — 662 с.

УДК 65.01:65.012

Самоїщенко О. В.

Студентка 3 курсу, групи ВТ-12

Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара

Науковий керівник: к.психол.н. Крупський О.П.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

Гносеологічні першооснови екологічного туризму сягають корінням у часи античності. Вже в той час організовувались подорожі з метою пізнання культури та природи інших країн та народів. Так, в VI ст. до н.е. давні греки та римляни здійснювали подорожі до Єгипту, де їх приваблювала історія, культура, архітектура, своєрідні природні умови. В епоху Просвітництва (XVII ст.) у працях Ж.-Ж. Руссо, Г. Ліббіл вперше виокремлюється роль та значення туристичних походів як засобу патріотичного виховання, формується вчення «Про пізнання природи та прагнення до вироблення норм поведінки у

природному середовищі».

Виникненню сучасного поняття «екотуризм» сприяло кілька тенденцій: становлення туризму однією з найбільш глобальних економічних активностей і, як наслідок, виникнення серйозної стурбованості щодо нанесення туристами потенційних збитків природним комплексам; очевидність того, що успіх природоохоронних дій немислимий лише на основі заборонних заходів, особливо якщо вони спрямовані проти інтересів місцевого населення, яке повинно бути партнером в цій діяльності; відбулася зміна пріоритетів у прагненнях туристів.

Основні принципи сучасного екотуризму за Вестерном [1]: 1. Подорожі в природу, головний зміст яких полягає у знайомстві з живою природою. 2. Зведення до мінімуму негативних наслідків екологічного і соціально-культурного характеру. 4. Екологічна освіта. 5. Участь місцевих жителів і отримання ними доходів від туристичної діяльності, що створює для них економічні стимули до охорони природи.

Розвиток екологічного туризму з кожним роком набирає обертів. Згідно з даними ВТО, на частку екотуризму припадає від 7% до 10% щорічного доходу всієї індустрії туризму та близько 10% світового валового національного продукту, світових інвестицій і всіх робочих місць. На потреби екологічного туризму виробляється товарів і послуг понад 55 млрд долларів, тоді як чисельність екотуристів зростає в останні роки середньорічним темпом 10-12%. На екотуризм доводиться 7% всіх міжнародних подорожей, а при загальному щорічному зростанні світового туризму на 4% кількість відвідувань і доходи від екотуризму в різних регіонах світу збільшуються на 10-30% щорічно. Найбільш високі показники характерні для Азіатсько-Тихоокеанського туристського регіону. Від 40 до 60% всіх міжнародних туристів відвідують центри екотуризму, з них 20-40% орієнтовані на туристські ресурси дикої природи. На думку ВТО, екологічний туризм – один з п'яти основних стратегічних напрямків розвитку туризму в період до 2020 р [2].

Відносно новою формою розвитку екотуризму в світі є так звані «зелені маршрути» («Greenways») – багатофункціональні маршрути, що пролягають уздовж природних коридорів, історичних торгових шляхів, річок і залізниць. Такі маршрути координуються місцевими спільнотами з метою спонукання до сталого розвитку та пропаганди здорового способу життя. «Зелені маршрути» є основою для реалізації місцевих ініціатив соціального характеру і проектів, пов'язаних з охороною природи та ландшафтів, збереженням культурної спадщини, екологічним туризмом і транспортом, що не забруднює навколишнє середовище. «Зелені маршрути» мають значну перспективу розвитку [4].

Розвиток екотуризму, в першу чергу, залежить від діяльності

територіальних громад та ініціативи самих мешканців. Існують інформаційно-туристичні центри, де можуть допомогти конкретними порадами щодо розвитку такого специфічного виду бізнесу.

Отже, на зіткненні важливих природоохоронних, економічних і соціальних проблем сучасності виникла концепція екологічного туризму як одного з найважливіших засобів стійкого розвитку природних територій. Глобальне значення екотуризму в тому, що він сприяє охороні рідкісних і зникаючих екосистем, які є резерватами біорізноманіття в регіонах і на Землі; забезпечує свободи вибору для місцевих громад самим визначати шляхи сталого розвитку, отримувати вигоди з надходжень від туризму. Причиною настільки великого інтересу до екологічного туризму є стійке погіршення якості навколишнього середовища, а також значно збільшена останнім часом екологічна свідомість людей. Враховуючи, що в доступному для огляду майбутньому, темпи урбанізації та забруднення природних ландшафтів збільшуватимуться, відповідно, і інтерес до екологічного туризму посилюватиметься. Тому сьогодні вкрай необхідна розробка дієвої регіональної політики в галузі розвитку екологічного та пізнавального туризму з урахуванням специфіки регіонів.

Література

1. Western, D. Defining Ecotourism. A Guide for planners and Managers. The Ecotourism Society, North bennington, Vermont, 1993.
2. Абрамова, И. Экологический туризм как направление развития международного туризма. – Матеріали конференції 29.04.2011 «Туризм як складова сталого розвитку економіки України». – Донецьк, 2011. – Режим доступу: <http://conf-cv.at.ua/forum/60-513-1>.
3. Развитие туристического бизнеса региона: Монография / За ред. доктора экономических наук, профессора Школы И.М. – Чернівці: Книги – XXI, 2007. – 291 с. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/shkola6-1.htm.
4. Свида, І.В. Організаційні аспекти розвитку «зелених екологічних маршрутів» (на прикладі Закарпатської області) / І. В. Свида // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2010. – Вип.4. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/svyda.htm.

Слива Н.О.

Студентка 3 курсу, групи МНД-31

Державного університету телекомунікацій

Науковий керівник: д.е.н., доцент Хлівна І.В.

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

У наш час туризм по праву вважається однією з провідних та швидко прогресуючих галузей світової економіки. Складно знайти людину яка б жодного разу в житті не здійснювала туристичні подорожі.

Перевагами туризму як галузі економіки є стимулювання розвитку елементів інфраструктури (готелів, закладів харчування й торгівлі) та народних промислів, поповнення державного та місцевого бюджетів (за рахунок податків як із заробітної плати працівників галузі, так і з плати за візу, митний та туристичний збір), збільшення валютних надходжень (кошти, витрачені туристами, різного роду інвестиції). При цьому слід пам'ятати, що економічна ефективність будь-якої галузі господарства можлива за умови її розвитку у взаємозв'язку з іншими галузями економіки.

Туризм – інформаційно насичена галузь діяльності. Важко його уявити без використання інформаційних технологій та систем: замовлення туру, бронювання авіаквитків, номерів в готелях здійснюється через електронні бази даних, шляхом онлайн-замовлень в Інтернеті. Специфіка продукту, що його пропонують туристичні фірми, вимагає термінового надання інформації про тури, місця розміщення туристів, транспортні засоби, що забезпечать їх прибуття до місць призначення. Окрім того, споживачі послуг можуть отримати інформацію про місце перебування, круїзні поїздки, курси валют, погодні умови, автобусне і залізничне сполучення.

Усе це можливо за умови широкого використання сучасних комп'ютерних технологій, завдяки яким пришвидшується процес обробки великого обсягу інформації та прийняття рішень. Також вони полегшують розрахунок вартості турів з урахуванням різного роду знижок, курсів валют та інших чинників. При цьому підвищується ефективність роботи, рівень сервісу для клієнтів, здійснюється фінансовий контроль.

В результаті впровадження туристичною фірмою автоматизованої інформаційної системи зменшується тривалість операційного циклу, стає можливою оперативна корекція асортименту послуг, скорочуються витрати на робочу силу, в результаті чого поліпшується якість послуг. Важливими чинниками впровадження інформаційних технологій також є можливість

враховувати індивідуальні потреби клієнтів, підтримувати з кожним з них зворотній зв'язок.

З урахуванням вищезазначеного фахівці висувають ряд вимог щодо інформаційного забезпечення туристичного бізнесу, серед яких:

- 1) простота й доступність у користуванні;
- 2) мінімальні затрати праці та коштів на функціонування, швидка окупність;
- 3) широкі можливості і гнучкістю до розвитку й удосконалення;
- 4) максимальна інформаційність;
- 5) здатність пропонувати альтернативні варіанти туристичних послуг [1; 3].

Високий рівень розвитку туристичного бізнесу посилює економічний потенціал держави. Цьому, безумовно, сприяє маркетинг, за допомогою якого забезпечується ефективне функціонування підприємств галузі. Різні країни по-різному сприяють збільшенню кількості туристів (впроваджують спрощений візовий і паспортний режими, корегують курс валют тощо). Усі елементи туристичного бізнесу тісно пов'язані один з одним. Така інтеграція зумовлює необхідність використання інформаційних технологій в організації та управлінні. Зростання ефективності діяльності туристичних фірм можливе лише за умови удосконалення та розвитку інформаційних технологій, поступового переходу до електронного керування більшістю процесів, які існують в туристичному бізнесі.

Отже, на сьогоднішній день неможливо уявити собі туристичну діяльність без зв'язку із комп'ютерними технологіями. Комп'ютеризація сфери туризму – одна з найбільш необхідних складових, що сприяє успішному розвитку даної галузі. Впровадження інформаційних технологій дає змогу створювати швидку, інформаційно містку, загальнодоступну інформаційну інфраструктуру, що сприятиме зросту продуктивності у сфері туризму. При цьому слід пам'ятати, що обмін інформацією з клієнтом, її оновлення відбувається постійно, тож, виникає необхідність її безперервного опрацювання. Саме тому розвиток інформаційних технологій в галузі туризму має стати першочерговим завданням.

Література

1. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме / В.Г. Гуляев. – М.: «Приор», 1998. – 144 с.
2. Квартальнов В. А. Туризм / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 320 с.

3. Коваль П.Ф. В'їзний туризм / П.Ф. Коваль, Н.О. Алешугіна, Г.П. Андрєєва, О.О. Зеленська та ін. – Ніжин: Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. – 304 с.

4. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти / С.В. Мельниченко // Вісник Запорізького національного університету. – №2(6). –2010. – С.129–138.

5. Плотникова Н.И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса. – М.: Советский спорт, 2000. – 320 с.

УДК 448.38.

Соловійов Ю.Ю.

студент III курсу, 5 групи

Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кожухівська Р. Б.

ФАКТОРИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Сучасний досвід та наукові дослідження засвідчують, що прискорений розвиток сільського зеленого туризму може відіграти роль каталізатора структурної перебудови економіки, забезпечити демографічну стабільність та розв'язання нагальних соціально-економічних проблем у сільській місцевості.

Україна, обравши своїм стратегічним курсом інтеграцію до структур Європейського Союзу, прийняла виклик часу щодо прискореного реформування різних сфер соціально-політичного і економічного життя країни, зокрема, сфери послуг туризму, трансформуючи її до стандартів ЄС. Світовий досвід прогресивного господарювання надає туризму перше місце серед інших галузей економіки за обсягами експорту товарів та послуг. За даними Всесвітньої туристичної організації, у понад 40 державах світу туризм став основним джерелом наповнення бюджету, а у 70 країнах – однією з трьох основних статей [1, с. 230].

Для України сільський зелений туризм – нове поняття, хоча відпочинок на селі використовувався відомими українськими письменниками, художниками, артистами і політиками з давніх часів.

Сільський зелений туризм – це специфічна форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної та етнографічної спадщини регіону.

Сьогодні туристична галузь в Україні є лише п'ятою за значенням

складовою поповнення бюджету і її питома вага має значно зрости з огляду на такі об'єктивні передумови, як вигідне геополітичне розташування, наявність значного туристично-рекреаційного потенціалу, сприятливий клімат, багаті флору і фауну, чисельні культурно-історичні пам'ятки світового рівня.

Пріоритетність розвитку сільського зеленого туризму в Україні зумовлюється нагальною необхідністю невідкладного розв'язання соціально-економічних проблем сучасного села. За роки незалежності України в сільській місцевості спостерігається зменшення населення, зростання безробіття, масова заробітчанська міграція [2, с. 198].

Розвитку сільського зеленого туризму в Україні сприяють такі фактори:

- зростаючий попит мешканців українських міст та іноземців на відпочинок у сільській місцевості;
- унікальна історико-етнографічна спадщина українських сіл;
- багаті рекреаційні ресурси;
- екологічна чистота сільської місцевості;
- відносно вільний сільський житловий фонд для прийому туристів;
- наявність вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів;
- традиційна гостинність господарів та доступна ціна за відпочинок;
- можливість надання комплексу додаткових послуг з екскурсій, риболовлі, збирання ягід і грибів, катання на конях тощо.

Розвиток сільського зеленого туризму зможе забезпечити збільшення реальних доходів селян за рахунок:

- надання послуг з прийому на проживання туристів;
- облаштування туристичних маршрутів та надання екскурсійних послуг;
- транспортного обслуговування туристів;
- егерської діяльності (полювання, аматорське та спортивне рибальство);
- надання послуг з прокату туристичного спорядження;
- виробництва та реалізації туристам екологічно чистих продуктів харчування, надання кулінарних послуг;
- реалізації товарів народних промислів;
- проведення культурно-розважальних заходів з урахуванням історико-етнографічної спадщини (анімації).

Найбільш сприятливі передумови для розвитку сільського зеленого туризму об'єктивно складаються на територіях національних і ландшафтних парків, де існує можливість поєднати в повноцінному відпочинку пізнання природничого, історико-етнографічного та культурного потенціалу регіону [1, с. 221].

Отже, сільський зелений туризм – корисний як для відпочиваючих, так і для господарів, селян, сільських громад, регіонів і держави в цілому, сприяє

розвитку багатьох пов'язаних з ним галузей економіки. Його розвиток також сприятиме збереженню селянства як носія української ідентичності, культури і духовності, це додаткові можливості для популяризації української культури, поширення знань та інформації про історичні, природні, етнографічні особливості України, що заслуговує на всіляку підтримку з боку держави.

Література

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики: Навчальний посібник/ З. С. Варналій – К.: Знання: КОО, 2010. – 277 с.
2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Навчальний посібник/ О. О. Бейдик – К.: Київ ун-т, 2011. – 244 с.

УДК796.5:796.035

Тарасюк М.І.

Студентка 1 курсу, 11-гр групи

Уманського національного університету садівництва

Науковий керівник : викладач Непочатенко В.О.

СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ ФІЗИЧНОГО ЗАГАРТУВАННЯ

Туризм за визначенням Всесвітньої туристської організації це "діяльність людей, які подорожують і зупиняються в місцях поза їх звичайного оточення на період не більше року для дозвілля, бізнесу або з іншими цілями, які не стосуються діяльності, що підлягає винагороді в місці перебування".

Спортивний туризм складає частину фізичної культури і спорту, оскільки він служить проявом здорового способу життя, розвитку, досконалістю і збереженню фізичної працездатності та всебічної підготовки. У туристичній діяльності в центрі уваги знаходяться різні форми планомірних і організованих туристичних походів, вело туризм, подорожей на човнах і лижних походів. Крім того, туризм пов'язаний з культурними цінностями. Особливо важливо значення туризму полягає в організації дозвілля для молоді.

Під час подорожей і походів, як по своїх країнах, так і в інших країнах туристи знайомляться з країною, її людьми, їх життям і національною культурою. Вони розширюють і поглиблюють свої знання в і лісового господарства, історії і культури. Правильно організована подорож або похід здійснює важливий внесок в розвиток загальноосвітньої підготовки. Завдяки постійному переміщенню по місцевості, вмінню користуватися картою і компасом, активній участі у різного роду іграх на місцевості і туристичних

змаганнях розширюють кругозір кожного учасника змагань [3].

Велика різноманітність видів туризму та форм його проведення зумовлює необхідність виділення груп, за якими зручно його класифікувати:

- за характером туристичного маршруту існують такі види туризму: рівнинний, гірський, водний, спелео, повітряний, космічний, змішаний;
- залежно від засобів пересування: пішохідний, лижний, кінний, автомобільний, велосипедний, водний, автобусний, залізничний, авіаційний, комбінований;
- за місцем проведення подорожі розрізняють туризм внутрішній (національний) та зовнішній (міжнародний);
- за діяльністю – туризм з активними (веслові судна, плоти, катамарани, велосипеди та інші) і пасивними (морські та річкові круїзи, подорожі на автобусах, яхтах, тощо) засобами пересування;
- за способом організації подорожі (організований і неорганізований, плановий та самодіяльний);
- за туристичною програмою (традиційний, екзотичний та екологічний);
- за сезонністю (літній, зимовий та міжсезонний туризм);

Спортивний туризм має за мету спортивне удосконалення в подоланні природних перешкод. Це означає удосконалення всього комплексу знань, умінь і навичок, фізичної підготовленості, необхідних для безпечного пересування людини по місцевості [1].

Розвиток нових напрямів спортивного туризму екстремального, пригодницького, вітрильних та інших подорожей, проведення комбінованих за видами туризму подорожей з використанням наявних природно-рекреаційних, історико-культурних та кадрових ресурсів країни, не тільки створює умови для залучення до активних занять спортивним туризмом населення України, а й має стимулюючий вплив на розвиток міжнародного та зарубіжного туризму, сприяє загальному розвитку туристичної галузі України як потенційно високорентабельної галузі економіки та її входженню до світового туристичного ринку.

У самодіяльному туризмі туристичні послуги забезпечуються на основі самодіяльності туристів. Туристи самі обирають маршрути і спосіб пересування, забезпечують собі харчування, нічліг і місце відпочинку, намічають і здійснюють екскурсії.

Головна особливість спортивного туризму полягає у тому, що він, на відміну від більшості інших видів спорту, не потребує відносно великих матеріальних видатків, так як:

По-перше спортивний туризм розвивається в існуючому навколишньому природному середовищі і не вимагає значних капіталовкладень для підготовки

та проведення туристсько-спортивних масових заходів та зведення спеціальних споруд для їх проведення.

По-друге матеріально-технічне та організаційне забезпечення зазначених заходів в значній мірі здійснюється силами та засобами самих туристів.

По-третє вже склалася і діє громадська система підготовки та підвищення кадрів, яка з мінімальними видатками з боку держави може і надалі ефективно функціонувати [2].

Література

1. Грабовський Ю.А. Спортивний туризм. Навчальний посібник / Ю.А. Грабовський, О.В. Скалій, Т.В. Скалій. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2008. – 304 с.

2. Грішнова О.А. Туризм і рекреація як чинники людського розвитку / О.А. Грішнова // Матеріали доповідей учасників другої науково-практичної конференції "Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно-рекреаційною економікою" (15-16 вересня 2006 року, Бердянськ) – Бердянськ: АУІТ "АРІУ", 2006. – С. 39-41

3. Москалец Т.В. Туризм, как рекреационный потенциал страны / Т.В. Москалец // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету ім. Т.Г. Шевченка. Вип. 98., Т.І., Серія: педагогічні науки. Фізичне виховання та спорт. – Чернігів: ЧДПУ, 2012. – С. 262-266.

УДК 338.48:379.85

Теличко М.І.

Студентка групи ГРС м-(2)

Мукачівського державного університету

Науковий керівник к.е.н. Гоблик - Маркович Н. М.

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Розвиток зеленого туризму у більшості країн світу розглядається як невід'ємна складова комплексного соціально-економічного розвитку села. На сьогоднішній день цей вид туризму підіймає роль краєзнавства, поєднує у собі елементи активної діяльності відпочинку, створює життєве середовище, наближене до природи.

Сьогодні у світі спостерігається тенденція до зростання зацікавленості сільським відпочинком у формі проживання і проведення вільного часу. Це актуально й для України, адже він відіграє позитивний вплив на вирішення соціально-економічних проблем села та поліпшення умов і якості життя його мешканців. Адже поряд із сільським зеленим туризмом безперечний шанс для

розвитку отримують й інші галузі – готельно-ресторанний бізнес, торгівля (місцеві ринки, ярмарки, базари), місцевий транспорт (послуги перевізників).

Визначити стан і розвиток сільського зеленого туризму як одного з пріоритетних напрямків туристичної сфери в Україні.

Вивченню даного дослідження були присвячені праці таких вчених: Биркович В.І.[1], Борозняк В.С.[2], Шульгач Р.С.

На сьогоднішній день дуже швидкими темпами розвивається сфера сільського зеленого туризму.

Сільський зелений туризм – це перспективний напрям малого туристичного бізнесу, заснований на активному відпочинку в сільській місцевості з певним розмаїттям циклу занять, таких як риболовля, полювання, збирання грибів, купання у водоймах, заняття фізичною працею, ознайомлення з культурно-історичними, природними та етнографічними цінностями [1].

Розвитку сільського зеленого туризму в Україні сприяють такі фактори: зростаючий попит мешканців українських міст та іноземців на відпочинок у сільській місцевості, унікальна історико - етнографічна спадщина українських сіл, багаті рекреаційні ресурси, традиційна гостинність господарів та доступна ціна за відпочинок. Водночас ринок послуг зеленого туризму в Україні має низку недоліків, на які також потрібно звернути увагу для їх вирішення. Для того, щоб сільський зелений туризм дійсно розвивався, необхідно звернути увагу на проведення виваженої політики державного регулювання розвитку сільського зеленого туризму, зокрема і на регіональному рівні [5].



Рис. 1 Недоліки ринку послуг зеленого туризму в Україні

За визначенням фахівців-дослідників, найбільш пріоритетними районами для розвитку сільського зеленого туризму в Україні є: Західний регіон – Івано-Франківська, Закарпатська, Львівська, Чернівецька області. На прикладі Закарпатської області проведено дослідження розвитку функціонуючих господарств у цій галузі. Де встановлено, що сукупність економічних, екологічних і соціальних особливостей зумовлюють стрімкий розвиток сільського зеленого туризму. За даними соціологічного опитування, всі досліджувані господарства пропонують умови проживання, що відповідають

наявній матеріальній базі (окремий будинок чи спеціально переобладнані кімнати для прийому туристів), та харчування за домовленістю[4]. Отже, на основі результатів проведеного дослідження Закарпатські й області виявлено досить позитивні тенденції щодо збільшення чисельності функціонуючих господарств у сільському (зеленому) туризмі (табл. 1)[3].

Таблиця 1.

*Показники діяльності суб'єктів сільського (зеленого) туризму
в Закарпатській області*

Роки	Кількістьгосп одарств	Кількістьліжко -місць у господар- ствах	Темпи приросту, %	Цінапослуг для однієї особи, грн.		Загальнийдохідвіддіяль ності СЗТ, млн. грн.	Темпи приросту, %
				прожи -вання	харчу- вання		
2010	150	1200	100,0	25	62	1,1	100,0
2011	192	1536	128,0	30	66	1,8	163,6
2012	224	1792	149,3	45	71	3,1	281,8
2013	284	2272	189,3	60	79	5,2	472,7
2014	301	2400	200,0	80	90	7,3	663,6

Отже, здійснивши ряд досліджень можна сказати, що сільський зелений туризм дійсно являється одним з пріоритетних напрямків розвитку туристичної сфери в Україні і є корисний як для відпочиваючих, так і для господарів – селян, сільських громад, регіонів і держави в цілому, сприяє розвитку багатьох пов'язаних з ним галузей економіки.

Література

1. Биркович В.І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України // Стратегічні пріоритети. № 1 (6) – 2008. – С. 138-143.
2. Борозняк В.С. Перспективи розвитку українського туризму // Бізнес. - № 15. – 2007. – С. 15-16.
3. Закарпаття - санаторії та туризм: статист. зб. / головне управління статистики у Закарпатській області; за ред. Г.Д. – Ужгород. 2013.- 103с.
4. http://derazhnia-rda.gov.ua/docum/zelenijturizm_v_detaljakh.pdf-сільський зелений туризм в деталях.
5. <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=34864> – аспекти зеленого туризму в Україні.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В останні десятиріччя у світі все більшого визнання і прихильності набуває концепція багатофункціонального розвитку сільської місцевості та диверсифікації виробничої діяльності і послуг в агробізнесі. Її сутність полягає у необхідності забезпечення належних умов для розвитку села та сільського способу життя у декількох напрямках. При цьому особлива увага звертається на невикористану діяльність, оскільки виключно аграрне виробництво не може забезпечити гармонійного доквілля та матеріальних благ сільським мешканцям. Важливим напрямом реалізації такої стратегії є розвиток сільського та аграрного туризму. Крім того, він забезпечує підвищення рівня зайнятості сільських жителів, зростання трудового потенціалу села, розбудову благоустрою сільських населених пунктів.

Питанням розвитку агротуризму в Україні були присвячені праці вітчизняних науковців Мельниченко О.Б., Рібун Л.В., Стричак Г.В., Мошковська Г.К. та інші [1-4]. Проте в умовах кризових явищ у національній економіці, зростання безробіття у сільській місцевості набуває актуальності пошук шляхів забезпечення добробуту сільського населення.

Сьогоднішній міський турист віддає перевагу активному відпочинку в місцях з екологічно чистим навколишнім середовищем, а також шукає можливостей культурного збагачення, самоосвіти.

Для задоволення таких потреб Україна має надзвичайно великі туристично-рекреаційні можливості. Майже п'ятнадцять відсотків території це курорти, зони відпочинку, гірські та приморські ландшафти, придніпровські зелені зони де прекрасне здорове повітря, чисті ріки, гори, місцевості, де збережені національні традиції, фольклор, музеї, церкви та інші прекрасні архітектурні пам'ятки. Історично склалися більше 500 населених пунктів, які мають унікальну історико-культурну спадщину. Охороняється державою біля 30 національних і регіональних парків та садиб відомих діячів української культури. Визначними є лікувальні ресурси – більш ніж 400 джерел мінеральних вод та понад 100 родовищ цілющих грязей, велика кількість яких є унікальними не тільки для України, але й для Європи.

Значна частина цих ресурсів зосереджена в межах сільської місцевості, площа якої становить 69,3 % території країни, та в межах лісових угідь, площа яких складає 17,2 %. В селах України нараховується 6,3 млн. житлових

будинків, з яких 98 % перебувають у приватній власності.

Середньорічна кількість працездатного населення, що мешкає в селах, становить 6,4 млн. осіб, з них більше 0,5 млн. офіційно зареєстровані як безробітні, 3 млн. осіб відносяться до категорії незайнятого населення [5].

В Україні сільський зелений туризм, екотуризм та аграрний туризм є одним із пріоритетних напрямів забезпечення комплексного розвитку сільських територій, диверсифікації аграрного виробництва. У своєму функціонуванні він орієнтується насамперед на регіони України, де існують відповідні рекреаційні ресурси та соціально-економічна потреба у цьому виді господарювання. Але на сьогодні, на жаль, цей напрям економіки сільськогосподарських підприємств, аграрної сфери, сільської місцевості розвинутий недостатньо.

Сільський туризм, перш за все, слід розглядати як можливість додаткового заробітку для сільського населення, як компонент комплексного розвитку сільських територій та сільської інфраструктури, а також як один з чинників стратегії подолання бідності в сільській місцевості. Другий аспект полягає в популяризації української культури, поширення знань та інформації про історичні, природні, етнографічні особливості України, що є підставою для визначення сільського зеленого туризму суспільною ціною та корисною сферою відносин.

В таких умовах розвиток туристичної діяльності на базі аграрних підприємств з використанням феноменів самотності побуту, народних традицій і промислів, етнокультурних особливостей сільської місцевості, сільського способу життя набуває все більшого економічного та практичного значення.

З огляду на ці реалії, необхідно проводити навчання власників агроосель прийомам обслуговування та іноземним мовам. Це найсуттєвіша проблема, яка стоїть нині на перешкоді виходу сільського зеленого туризму України на міжнародний ринок. У цьому аспекті важливим є також налагодження тіснішої взаємовигідної співпраці з туристичними фірмами, які можуть сприяти активізації руху іноземних туристів у села з метою короткотривалого відпочинку, ознайомлення з традиціями, участі у фестивалях і сільськогосподарських роботах.

Література

1. Мельниченко О.Б. Стан і перспективи розвитку сільського туризму в Україні / О.Б. Мельниченко // Економіка. Управління. Інновації. - 2011. - №1 (5). – С. 45-48.
2. Рібун Л.В. Суть та значення агротуризму / Л.В.Рібун, Г.В.Стричак // Науковий вісник НЛТУ України. - 2013. - Вип.23.3. - С.117-120.
3. Волошенко С.С. Агротуризм як форма підприємництва в сільській

місцевості регіону / С.С.Волошенко // Науковий вісник Ужгородського університету. - 2011. Серія Економіка. Спецвипуск 33. Частина 3. - С.29-35.

4. Мошковська Г.К. Стан та розвиток агротуристичних підприємств Рівненщини / Г.К. Мошковська // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository [Електронний ресурс] Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13863/1/34_225-229_Vis_720_Menegment.pdf

5. Несільськогосподарська зайнятість в сільській місцевості України / Інститут економічних досліджень та політичних консультацій в Україні. – 2005. [Електронний ресурс] Режим доступу: www.ier.kiev.ua

УДК 65.01:65.012

Тищенко О.Л.

викладач дисциплін туристичного спрямування

Черкаського комерційного технікуму

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ У ТУРИСТСЬКОМУ КОМПЛЕКСІ

Для будь-якої держави необхідно мати належний рівень розвитку готельного господарства, адже він сприяє пошвавленню усіх суспільно-економічних контактів та зв'язків, посилює економічний потенціал регіонів, піднімає рейтинг держави, окремих її міст у світовому співтоваристві, і навпаки, нестача готелів гальмує всі ці процеси.

Готельно-туристичне господарство – важлива складова сфери послуг України. Його ефективне функціонування є індикатором позитивних змін в економіці нашої держави, важливою передумовою інтенсифікації міжнародних зв'язків та інтеграції країни у світове співтовариство. Пріоритетним напрямом розвитку сфери туристично-готельних послуг є доведення їх якості до міжнародних стандартів та удосконалення туристичних технологій, впровадження нових видів і форм обслуговування, що дозволить у більш повному обсязі задовольнити потреби клієнтів.

У сучасних умовах функціонування світового ринку характеризується інтенсивним розвитком усіх його складових. Одним із найважливіших, динамічно зростаючих, напрямів, що входять до його структури, є сфера послуг. Оскільки функціонують підприємства, які займаються наданням послуг, що в загальному складають ринок послуг, то, відповідно, створюється конкурентне середовище. Лише те підприємство, яке зуміє належним чином організувати надання послуг, дотримуючись законодавчо-правових актів,

стандартів, і враховуючи специфічні особливості послуг, буде стійким та конкурентоздатним на ринку послуг.

Щоб досягти найвищої мети ділової активності у сфері гостинності – задоволення потреб клієнта та їх повторного звернення, туристському комплексу необхідно здійснити дуже складний процес організації надання послуг.

Послуги задовольняють найрізноманітніші потреби: суспільні, виробничі, особисті. Відповідно до різнобічного характеру задоволення потреб та особливостей функціонування послуги класифікуються за різними ознаками: за характером праці, направленістю, економічною основою функціонування, формою організації та частотою попиту, місцем та характером споживання тощо.

Серед засобів розміщення, які об'єднують за видом функціональної програми, виділяють туристські комплекси. Основне призначення туристського комплексу – обслуговування туристів, тому складається ця замкнута мережа споруд із бази для ночівлі (готелі, мотелі тощо), закладів харчування (ресторани, кафе, бари тощо), супутніх послуг (обладнані пляжі, оглядові та спортмайданчики, стадіони, басейни, кабаре, дансінги, кінотеатри тощо).

Продуктом кінцевої діяльності будь-якого підприємства гостинності є виробництво готельних послуг. Послуги, що надаються, повинні відповідати вимогам, що передбачають додаткові зручності для споживачів, привабливість і престижність послуг.

Для того, щоб на належному рівні здійснити процес надання послуг, не можливо обійтися без наявності ресурсів, розробки технологічних процесів, їх випробуванням, контролем, прийомом, оцінкою і процесом обслуговування.

З метою здійснення належного контролю за наданням послуг мають обов'язково проводитися вимірювання, випробування, оцінка однієї чи декількох характеристик послуги і порівняння отриманих результатів із встановленими вимогами.

Останніми роками готельний ринок характеризується зростанням пропозиції при одночасному скороченні попиту на готельні послуги, що призводить до посилення конкуренції. Одним з основних напрямів формування стратегічних конкурентних переваг в готельному бізнесі є надання послуг більш високої якості в порівнянні з конкуруючими аналогами. Ключовим тут є надання таких готельних послуг, які задовольняли б і навіть перевершували очікування цільових клієнтів [1, 143].

Проблема впровадження в менеджмент вітчизняних готельних господарств сучасних ефективних моделей менеджменту, що відповідають

світовим стандартам, зумовлена необхідністю надавати високоякісні послуги клієнтам та безпеку їм, а також обслуговуючому персоналу [2, 57].

Серед заходів, що покращують вітчизняний готельний сервіс можна назвати будівництво нових готельних господарств, модернізацію діючих, а також зростання якості обслуговування в них. Важливим у сфері готельного обслуговування є так званий людський чинник, тому слід звертати увагу на менеджмент, структуру та добір персоналу готельного господарства. Успіхи провідних світових готельних структур полягають в наданні високоякісних готельних послуг, в їх швидкому оновленні, в зниженні витрат й інтеграції зусиль персоналу зумовлені тим, що в них створено високоефективні системи менеджменту. Успішне вирішення завдань належної організації надання та підвищення якості послуг українських підприємств сервісу вимагає ефективного управління на основі різнобічного використання факторів як зовнішнього так і внутрішнього середовища.

Отже, щоб бути рентабельним на ринку сфери послуг, туристичний комплекс обов'язково і незаперечно повинен підтримувати якість обслуговування на належному рівні, своєчасно усувати недоліки у наданні готельних послуг та розробляти концепції покращення обслуговування.

Література

1. Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування: Навч. пос. Вид. 2-ге.– К.: Кондор-Видавництво, 2012.–346 с.
2. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Навч. посіб. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.

УДК 338.48

Удовенко І.О.

*к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини*

ВПЛИВ ТЕНДЕНЦІЙ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ТУРИСТИЧНУ ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ

Поступ глобалізації соціально-економічних процесів і світовому господарстві створює можливість для України отримати статус європейської країни з досить потужним економічним потенціалом. Але насамперед подібні перетворення обумовлюють орієнтування усіх галузей господарювання не на удосконалення матеріальної бази виробництва, а саме на людський потенціал, його якість та створення умов для самовдосконалення. Так як лише ефективна реалізація людського потенціалу визначає європейську систему цінностей, яка вже довела свою ефективність завдяки успіху країн Центральної і Східної

Європи, які демонструють динамічний випереджаючий розвиток завдяки інтеграції до європейських політичних, економічних і соціально-орієнтованих структур.

Наприклад, в ЄС, при тому, що сталий розвиток туризму розуміється досить широко, пріоритетними цілями щодо його забезпечення, а відповідно напрямками діяльності організації та держав-членів є забезпечення регулярного обміну інформацією по впливу туризму на навколишнє середовище; підтримка кампаній щодо поліпшення розуміння необхідності дбайливого використання туристських ресурсів; заохочення включення в міжнародні договори там, де це доцільно, аспекту «туризм і довкілля»[3].

Сьогодні в Україні відбувається інтенсивна трансформація індустріальних економічних механізмів. Це впливає не тільки на загальну ситуацію регіонального управління економікою країни, а й відбивається на розвиткові кожної окремої галузі, зокрема і на туристичній галузі також.

Міжнародна практика свідчить про те, що туризм - одна з найбільш динамічних галузей, що розвиваються економіки. Темпи її зростання майже в два рази перевершують темпи росту інших галузей світового господарства. Частка туризму в національній економіці та міжнародній торгівлі перетворила його в важливий показник світового розвитку [1].

Визначенню ролі і місця туристичної індустрії в моделі державної регіональної політики, пошуку оптимальної моделі розміщення туристичних комплексів на окремо взятих територіях, підвищенню ефективності роботи туристичних комплексів, туристичних операторів та агентів, удосконаленню управління сферою туризму, залученню іноземних інвестицій присвячені роботи багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених. І хоча зараз нереально стверджувати, що Україна буде отримувати від туризму дохід, рівнозначний середземноморським країнам, але тим більше, не можна не визнати, що можливості туризму в Україні величезні і рекреаційні ресурси в значній мірі не використовуються [2].

В системі туристичних послуг головним чинником, який визначає успіх, є здатність орієнтуватись на споживача економічної продукції (товарів і послуг). Стратегія орієнтації на споживача означає, що останній перебуває у центрі уваги всієї економічної структури, яка повинна якомога краще зрозуміти тенденції розвитку системи економічних уподобань клієнта.

Задоволення потреб споживачів в нематеріальній сфері не лише не зменшує, а у більшості випадків й збільшує обсяги матеріальних потреб суспільства. Саме в туристичній галузі чітко просліджується основна умова успіху характерна для європейських соціально-орієнтованих систем управління – це концентрування уваги системи управління виробничими процесами на

максимальне задоволення споживача. Особливість туристичних структур пов'язана з опосередкованою власністю на ресурси, управління та їх розподілом.

Бажано було б звернути увагу на той факт, що рівень попиту на туристичні послуги зростає, і зростає навіть в умовах загальної кризи та стагнації матеріального виробництва. Можливість використання приносить споживачу більше задоволення, ніж факт володіння економічним товаром. Тому сфера послуг і набуває свого домінуючого характеру серед виробничих галузей господарювання. При цьому посилюється роль таких товарних характеристик, як комфорт, увага, добродійність як стимуляторів досягнення цілей економічних трансакцій.

На нашу думку, вірне розуміння суті глобалізаційних соціально-орієнтованих процесів, які лежать в основі сучасних моделей розвитку провідних економік світу, а також їхнього місця в цілісній суспільно-економічній системі набуває винятково важливого значення.

Найважливішою умовою переходу до стратегії орієнтації на споживача є уточнення рамкової концепції економічної влади, типу її організації. Створення в регіонах та і в Україні в цілому сучасної та високоефективної туристичної індустрії сприятиме економічному та соціальному розвитку багатьох регіонів, забезпечить створення нових робочих місць та комплексне залучення інвестицій, сприятиме відродженню та збереженню пам'яток культурної спадщини, відповідальному ставленню до навколишнього середовища, корінним чином змінить стиль та якість життя наших громадян. Саме такий комплексний підхід може забезпечити необхідну охорону, збереження і використання історико-культурного та природного середовища та перетворення рекреаційно-туристичної сфери в один з пріоритетних напрямів регіонального розвитку та структурної розбудови національної економіки.

Література

1. Манильская декларация по мировому туризму. – М.: Политиздат, 1980. – 10 октября. – п. 6.
2. Нудельман, М.С. Социально-экономические проблемы рекреационного природопользования /М. С. Нудельман – К.: Наукова думка, 1987. – 132 с.
3. Рамкин, Н.В. Европейское сообщество как субъект международного права / Н. В. Рамкин – М.: МЖМП, 2002.- № 2. – С. 15–16.

Фічора М.В.

Студентка групи ГРС-м(2)

Мукачівського державного університету

Науковий керівник: к.т.н. Головка О.М.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЗАКАРПАТТЯ

Розвиток готельно-ресторанної справи є однією із складових покращення соціально-економічного стану Закарпатської області. Крім того, від ефективного функціонування готельно-ресторанних підприємств, залежить відпочинок і оздоровлення туристів. Зважаючи на це, виникла потреба у дослідженні проблем розвитку готельно-ресторанної справи Закарпаття.

Вивченню проблем розвитку готельно-ресторанного господарства приділена велика увага вітчизняних вчених, науковців, фахівців, а саме: С.Байлика, Г.Башмачнікова, Г.Бонаденко, Т.Дорошенко, Л.Іванової, Ю.Карягіна, І.Мініч, та Н.П'ятницької. На сьогоднішній день питання розвитку готельно-ресторанної справи розглянуто в працях Х.Роглева, [1] О.Любицевої, О.Пашка, та ін. Характерні особливості розвитку готельного господарства описані у працях Л.Негаюк, [2] Н.Негаюк, Е.Баланової та ін.

Готельно-ресторанне господарство є головним фактором і основною складовою туристичної інфраструктури.

Для Закарпатської області, враховуючи її природно-рекреаційний, історико-культурний потенціал та традиційну гостинність місцевого населення, розвиток готельно-ресторанного бізнесу відіграє винятково важливе значення.

На сучасному етапі розвитку готельно-ресторанний бізнес в Закарпатській області має ряд певних проблем, які є перешкодами для становлення європейських стандартів якості послуг в підприємствах готельно-ресторанного господарства. Основними проблемами та перешкодами є: застарілість матеріально-технічної бази підприємств, залишки старих систем обслуговування та низький рівень комп'ютеризації й автоматизації, недостатній розвиток організації відпочинку, низька інформаційна база та низький рівень рекламної компанії, нерозвинений рівень кредитної системи та системи бонусів для заохочення постійних споживачів, недостатня державна підтримка галузі, відсутність належного рівня сервісу та низька якість послуг, недостатня професійна підготовка персоналу, відсутність стратегії розвитку готельного бізнесу на перспективу та ряд інших.

Також однією з головних проблем розвитку готельно-ресторанної сфери є відсутність необхідної інфраструктури, відповідних сервісних умов, що, в свою

чергу, позначається на рівні якості обслуговування. На сьогоднішній день стан сфери послуг не відповідає потенційним можливостям області, яка має все для розвитку туристичної інфраструктури. За січень–вересень 2014р. обсяг послуг, реалізованих споживачам підприємствами сфери послуг, становив 1922,5 млн.грн., або 110,6% (з урахуванням зміни цін) від рівня відповідного періоду минулого року. Обсяг послуг реалізованих населенню у розрахунку на одну особу за січень–вересень становив 414,2 грн. Значення цього показника було найбільшим у містах Ужгород та Мукачево, Свалявському районі (відповідно 1720,3 грн., 540,8 грн. та 495,6 грн.).[4]

Отже, до основних пріоритетів розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Закарпатській області можна віднести наступні (рис. 1):

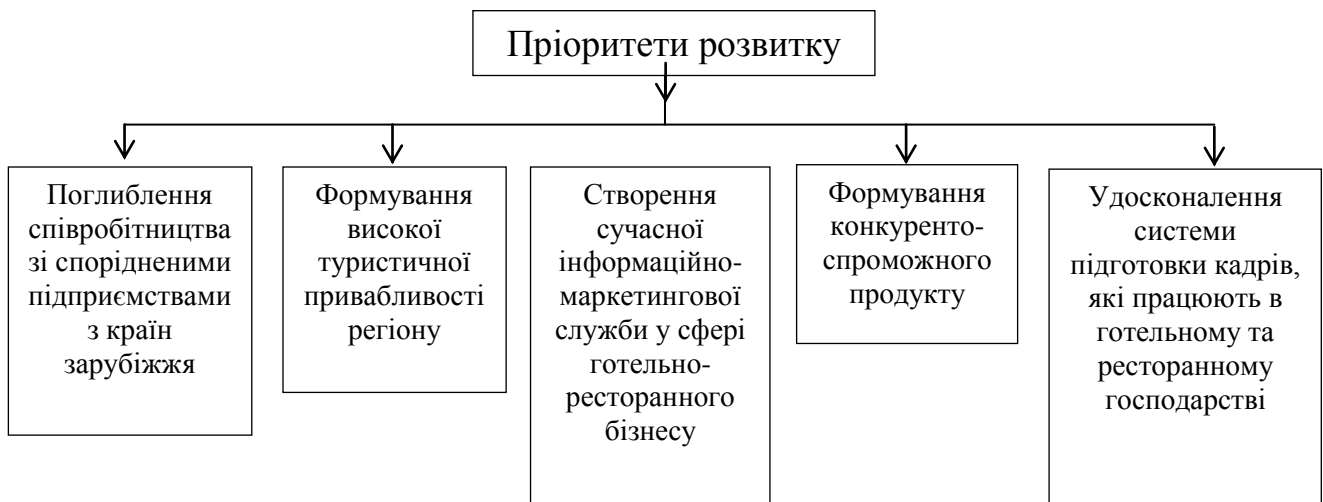


Рисунок 1. Пріоритети розвитку готельно-ресторанного бізнесу Закарпаття

Для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства готельно-ресторанного господарства повинні постійно вводити інновації, щоб залишатись провідними у своєму сегменті та бути на два кроки попереду конкурентів. Однією з найбільших проблем готельно-ресторанного бізнесу Закарпаття є відсутність реклами. Тому потрібно запровадити рекламу на туристичних сайтах, в туристичних агенціях, що певною мірою знизить зовнішню конкуренцію [3].

Отже, здійснивши аналіз основних проблеми розвитку готельно-ресторанного господарства можна сказати, що лише розвиток туризму, рекреації, освіти в галузі готельно-ресторанного бізнесу, мінімальне втручання держави, налагодження системи постачання, транспорту та сфери послуг матиме результатом розвиток готельно-ресторанної галузі, а постійне запровадження інновацій, інвестиції та жорстка конкуренція – збільшення рівня її глобальної та регіональної конкурентоспроможності.

Література

1. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 348 с.;

2. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту Навчальний посібник. - К.: Кондор, 2005. - 408 с.;
3. Прейгер Д., Малярчук І. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів. – К.: Економіка України, 2011. – С. 20-28;
4. http://www.uz.ukrstat.gov.ua/press/2014/expr_v250.pdf

УДК 379.845 (477)

Царинна А.В.

Студентка 2 курсу 21 – тм групи

Уманського національного університету садівництва

Науковий керівник: д.е.н., професор Транченко Л.В.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Дослідити історію розвитку зеленого туризму, його сучасний стан, перспективи для подальшого розвитку у сфері туризму в Україні. З початком ХХІ ст. зелений туризм, за визнанням експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО), є однією з частин туристичної індустрії, що стрімко зростає. [2] Розвиток в Україні туризму сприяє той факт, що в роки незалежності в сільській місцевості зменшується кількість населення, збільшується безробіття, зростає частка міграційних рухів. Розвиток зеленого туризму може розширити зайнятість сільського населення і дати селянам додатковий заробіток, а господар приватної садиби матиме змогу працювати не лише у виробничій сфері, а й у сфері обслуговування.

Серед вчених, які займалися дослідженням сільського зеленого туризму, слід відмітити праці Рутинського М. Й., Зінько Ю. В., де розглядаються «основні поняття та концепції сільського зеленого туризму», Товт М. вивчає «правове регулювання сільського туризму», Прокопишак К. В. обґрунтовує «проблеми розвитку соціальної інфраструктури та відродження сіл Карпатського регіону».

Зелений туризм – явище для України досить неординарне, нове і кожен фахівець його трактує по-різному. Між ними ще й досі тривають дискусії щодо таких термінів як : екотуризм, сільський туризм, агротуризм, фермерський туризм, екологічний туризм, екоагротуризм, але кожен із ним під одним поняття розуміють одне і теж. В останні десятиліття в Україні активно формується розуміння сільського туризму як специфічної форми відпочинку в селі з широкими можливостями використання природного, матеріального і культурного потенціалу певних регіонів. На даному етапі сільський туризм перебуває на початковому етапі розвитку проте в країні вже розпочався процес

активної популяризації цього виду відпочинку як туристичного продукту. Тому дослідження даної теми є надзвичайно актуальним на сьогоднішній день.

Основними перевагами сільського зеленого туризму для господарств, що надають послуги в даній сфері: додатковий дохід у поза аграрній діяльності; активізація підприємницької діяльності селянської родини; особистий розвиток родини (готуючись приймати і обслуговувати відпочивальників, члени селянських родин мимоволі змушені поповнювати свої знання з ведення домашнього господарства, гігієни і санітарії, кулінарії тощо, а спілкування з гостями розширює їх кругозір, дає змогу зав'язати нові знайомства, завести друзів в інших населених пунктах); використання вільних засобів господарства; естетичний і культурний розвиток членів сім'ї.

В той же час, екотуризм туризм несе ряд переваг для сільської громади, на базі якої надаються ці послуги: підвищення рівня зайнятості сільського населення; активізація торгівлі в регіоні; збереження і розвиток культурної та історичної спадщини села; розвиток інфраструктури села; активізація діяльності сільської громади [1]. Сільський зелений туризм чинить позитивний вплив на відродження, збереження і розвиток місцевих народних звичаїв, промислів, пам'яток історико-культурної спадщини. Проявляючи інтерес до цих надбань народної культури, мешканці міст під час відпочинку на селі розкривають місцевим жителям їхню справжню цінність, популяризують їх у своїх краях і, таким чином, допомагають їх збереженню морально, а подекуди й матеріально;

Розвиток сільського зеленого туризму спонукає до покращання благоустрою сільських садиб, вулиць, сіл в цілому; стимулює розвиток соціальної інфраструктури. Звичайно, на перших етапах приймання і обслуговування відпочивальників відбувається на базі існуючого житлового фонду з використанням місцевих рекреаційних та інфраструктурних ресурсів. Але з певним надходженням коштів від цієї діяльності ті, хто нею займається, починають робити вкладення у поліпшення комунального облаштування житла, вулиць; об'єднаними зусиллями досягають зміни на краще сфери обслуговування.

Таким чином, сільський зелений туризм у більшості країн розглядається як невід'ємна складова частина комплексного соціально-економічного розвитку села та як один із засобів вирішення багатьох сільських проблем. Сьогодні в Україні формується розуміння сільського зеленого туризму як специфічної форми відпочинку на селі з можливістю ефективного використання природного, матеріального і культурного потенціалу регіонів. Законодавче врегулювання взаємовідносин у сфері сільського туризму та його популяризація сприятиме подальшому розвитку ринку туристичних послуг і

дозволить зробити його більш прозорим і привабливим. Перспективою подальших досліджень може слугувати розробка основних стратегічних напрямків сільського аграрного туризму в Україні з метою його популяризації та розвитку.

Література

1. Мельниченко, С.В. Соціально-економічне значення та проблеми розвитку сільського зеленого туризму в Україні [Електрон. ресурс] / С.В. Мельниченко, А.Ю. Єременко. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/melnichenko.htm.

2. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.unwto.org.

УДК 338.48

Червона К.О.

Студентка 3 курсу 4 групи

Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кожухівська Р. Б.

МОТИВАЦІЯ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В туристичному бізнесі успіх базується на віддачі вкладених творчих зусиль з боку кожного працівника підприємства. Останнім часом представлення про необхідність мотивації найманих працівників і підвищення продуктивності праці за допомогою цього зазнали неабияких змін.

Довгий час та абсолютно помилково вважалося, що найбільшим стимулом для активізації працівників є матеріальна винагорода. Більш того, багато років поняття мотивації співробітників фірми було відсутнім, оскільки малося на увазі, що спонукальним мотивом гарної роботи є трудова свідомість персоналу, його виробнича совість і наказ керівництва. Інакше кажучи, співробітник повинен був мотивувати себе сам, не маючи до цього ніякого обґрунтування. Жодним чином не приймався до уваги психологічний клімат у колективі, відповідність працівника займаній посаді, особиста зацікавленість в підвищенні власного престижу на тлі відповідної освіти, заробленого авторитету і, як вихідних передумов – тривалого досвіду роботи.

Маркетологи не дарма задумалися про створення системи заохочень, яка сприяє появі мотивів для підвищення особистої професійної ініціативи. Тим більше, така непроста сфера діяльності, як туризм, пов'язана з величезною кількістю побічних факторів, що не залежать від кваліфікації або компетенції

співробітників – починаючи від настрою клієнта і закінчуючи його теперішнім матеріальним становищем. Виходячи зі складності прогнозування вибору клієнта, теоретики прийшли до висновку про необхідність створення мотиваційного менеджменту. Якщо туристична фірма сподівається на високі робочі показники персоналу, необхідно створити належні умови, які формують мотивацію працівників та максимально налаштовують на високі трудові досягнення [1].

Для того щоб підібрати правильні методи мотивації, необхідно спочатку зібрати інформацію про справжні потреби співробітників. І в даному випадку допоможе піраміда потреб Абрахама Маслоу [2]. За її допомоги система нематеріальної мотивації персоналу набуває зрозумілий вигляд та можна чітко визначити, які потреби для ваших співробітників пріоритетні, і розробити відповідні фактори мотивації:

1. Фізіологічні потреби. Якщо для співробітника важлива ця група, то необхідно забезпечити йому комфортний рівень заробітної плати.

2. Потреба захисту і безпеки. Для таких людей важливо організувати доброзичливу атмосферу в колективі. Відповідно повинна бути мінімізована інформація про негативних складових роботи: банкрутство, звільнення.

3. Соціальні потреби. Для співробітників даної категорії важливо отримувати підтримку від колег і керівництва, також їм важливо постійно перебувати в колі людей.

4. Потреба в повазі та самоповазі. Цих працівників треба обдаровувати постійною увагою. Їм важливо усвідомлювати, що їхні дії будуть оцінені по достоїнству.

5. Потреба в самореалізації. Це головна потреба для креативних співробітників. Таким людям важливо займатися творчою роботою. Вони здатні вирішувати самі складні, нестандартні проблеми [2].

Аналізуючи потреби робітників, можна сформулювати декілька діючих способів мотивації персоналу. Одними з яких є:

- мотивуючі нагороди;
- конкурси та змагання;
- поздоровлення із знаменними датами;
- знижки на послуги;
- заохочувальні відрядження;
- оцінки колег;
- інформування про досягнення;
- допомога в сімейних справах.

Зважаючи на вищевикладене слід резюмувати, що мотивування робітників є важливим і перспективним. Головне звертати увагу на потреби

людини і аналізуючи їх, розробляти стратегію мотивування. Адже, психологічні фактори відіграють головну роль у роботі людини і матеріальна винагорода не завжди є найефективнішою винагородою за клопітку працю.

Література

1. Филина Ф. Н. Наиболее эффективные методы мотивации персонала [Електронний ресурс] / Ф. Н. Филина – Режим доступу: <http://www.ubo.ru/articles/?cat=107&pub=3198>.

2. Нематериальная мотивация персонала – система, способы, примеры / журн. «Генеральный директор» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журн.: <http://www.gd.ru/articles/3289-nematerialnaya-motivatsiya-personala>.

УДК 448.38

Чернець І.А.

Студентка I курсу, 7 групи

Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кожухівська Р. Б.

ФІЛОСОФСЬКІ ТА КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Сучасний світовий туризм перетворюється на глобальний чинник розвитку цивілізації, всіх її складових – економіки, соціальної сфери (зайнятість, утворення суспільної інфраструктури - громадянське суспільство), духовної культури. Своїми функціями – світоглядною, культурно-пізнавальною, соціальною, комунікативною, інтегративною, рекреаційною – він істотно впливає на людину, її ціннісні орієнтації, процеси самопізнання і самовдосконалення. Сучасна філософія як стиль мислення прагне якомога щільніше наблизитися до масової свідомості. Феномен туризму не є сталим. Туризм – це процес, що триває. Особливість новітньої філософії пояснює той факт, що діапазон вживання філософських визначень до різноманітних реалій суспільного життя та людської діяльності істотно розширився. Особливо це стосується такої галузі філософської теорії, як соціальна філософія. В цьому контексті цілком правомірна проблема "філософії туризму" (або філософські аспекти туризму). Вона виступає як важлива складова більш загального теоретичного утворення теорії туризму "туризмологія". Одним із чинників, який стимулює створення туризмології, є, за нашим переконанням, необхідність перегляду традиційного розуміння туризму як "індустрії подорожей та відпочинку" та надання даному терміну розуміння "людського виміру". А це, в свою чергу, передбачає наголос на світоглядному, культурному, гуманістичному, пізнавальному, етичному, естетичному,

комунікативному значенні туризму як специфічного соціального інституту і феномена загальнолюдської культури.

Проблематика туризму в теоретичному і методичному аспектах протягом останніх років почала переосмислюватися і розроблятися багатьма науковцями. При цьому слід зазначити, що в полі зору дослідників перебувають точки дотику туризмознавства із політологією, історією, екологією, соціологією, правознавством, культурологією, етикою, релігієзнавством, антропологією, економікою та маркетингом, педагогікою та психологією, географією та країнознавством. Структуру загальної теорії туризму утворюють, зокрема, такі розділи, як "історія туризму", "економіка туризму", "соціологія туризму", "педагогіка та психологія туризму" тощо. Філософія туризму, як і будь-яка інша теоретична рефлексія, прагне насамперед з'ясувати сутність туризму у понятійний спосіб, представити її категоріально, концептуально. Це досить складно, адже туризм настільки багатоаспектне явище суспільного життя, що його неможливо однозначно визначити. За своєю природою туризм є мультидисциплінарним, багатофакторним явищем. Його можна представити як ланцюг, який пов'язує такі поняття, як інфраструктура, гостинність, свобода пересувань, якість турпродукту, – від якості кухні, до якості навколишнього середовища, підготовки кадрів, транспорту, ефективності комунальних служб, служби безпеки туристів. Туризм водночас виступає як галузь господарства, складний міжгалузевий комплекс, де формується і реалізується туристський продукт, як вид економічної діяльності, як самодіяльність людей, їх спосіб життя, своєрідне хобі.

Особливо слід підкреслити, що туризм є суспільною сферою гостинності, яка особливо чітко демонструє його сервісний (гостинний) характер. Гостинність набула широкого розвитку вже в стародавній Греції, у 78 античних державах-полісах право та обов'язок піклуватися про іноземців одержували лише знатні громадяни. З часом гостинність перетворилася на справжню індустрію, де задіяно мільйони працівників, які забезпечують готельний та ресторанний бізнес, побут, відпочинок та розваги туристів, задовольняють їхні різнопланові потреби та інтереси.

Поняття "культурологія туризму" продовжує низку аналогічних понять, що вже отримали певний понятійний статус і змістовне навантаження, зокрема "філософія туризму", "етика туризму", "соціологія туризму" тощо. Культурологія туризму – це вивчення смислів того, що в історії отримує статус культурної події внаслідок її об'єктивізації (пам'ятки, природні зони, культові споруди, мистецькі витвори тощо), до якої спрямований енергетичний потенціал руху особистості з метою отримання певного ціннісного ефекту шляхом здійснення подорожі, а також вивчення форм, засобів і методів такої

подорожі.

У культурологічному сенсі туризм набагато ширшим явищем, ніж просте задоволення потреб людини в опануванні нового простору. Це виявлення сутності людини шляхом побудови цього простору. Отже, культурологія туризму полягає у виокремленні найбільш значущих домінант загального культурологічного та туристського потоків, що наповнюють собою всі можливі вияви людської життєдіяльності.

Література

1. Филип Котлер. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: підручн. /Филип Котлер, Джон Боуэн, Джеймс Мейкенз. – М., 1998.

УДК 379.85

Школенко О.Б.

*К. е. н., ст. викладач кафедри економіки та підприємництва
ПВНЗ «Європейський університет» Уманської філії*

ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ ЗАБЕЗПЕЧИТЬ ВІДКРИТТЯ НОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Туристична сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки у ХХІ ст. стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування цієї галузі на ринок держави, окремих туристичних центрів є сучасна туристична інфраструктура. Діловий туризм формує економіку багатьох держав, регіонів, стає важливим чинником стабільного розвитку світової індустрії гостинності.

Сьогодні тема дослідження розвитку ділового туризму в нашій країні є дуже актуальною. Питанням розвитку ділового туризму присвячені праці вітчизняних та зарубіжних вчених: Нікітенко С.І., Гасієв М., Головка О.М., Пандяк И.Г. та багато інших.

Діловий туризм (Business Travel) тенденція яка розвивається швидким темпом. Дуже часто замість знайомого поняття діловий туризм використовують аббревіатуру MICE, котра розшифровується таким чином:

- M – Meetings (зустрічі)
- I – Incentives (заохочувальні поїздки)
- C – Conferences або Congress (конференції, конгреси)
- E – Exhibitions або Events (виставки, події).

До основних цілей здійснення ділових подорожей відноситься [1]:

- проведення зустрічей і переговорів з партнерами;
- проведення нарад з керівництвом і колегами, представників філій і

дочірніх структур;

- інспекція роботи представництв і філій;
- встановлення і налагодження ділових контактів;
- відвідини професійних заходів (виставок, конференцій і т. ін.);
- навчання співробітників;
- звернення в державні структури різних країн із метою здобуття сертифікатів, ліцензій, дозволів і т. ін. [1].

Бізнесмени все частіше шукають і знаходять ділових партнерів за кордоном. Але, рушаючи в подібну подорож, вони хочуть не просто побувати на виставці, семінарі, конференції – вони їдуть за новими можливостями для свого бізнесу.

Обсяг ділових поїздок (Business Travel & Tourism Spending) по даними Всесвітньої ради подорожей і туризму (World Travel and Tourism Council, WTTC) за 2011 рік у всьому світі складає \$ 8 99 млрд., приватних подорожей (Leisure Travel & Tourism Spending) - \$ 2962000000000. До 2021 року WTTC прогнозує зростання обсягу ділових поїздок в усьому світі до \$ 1, 401 трлн., Приватних подорожей до \$ 4603000000000 [4].

В обсязі в'їзного потоку протягом 2013 року в Україні поїздки з метою міжнародного обміну (туристи з країн: Росія, Молдова, Узбекистан, Туреччина, Румунія та ін.) у порівнянні з 2012 роком збільшилися на 8,1%. Поїздки з організованого туризму зменшилися на 48,0%. Поїздки з службовою метою зменшилися на 52,2%. Найбільше падіння туристичного потоку спостерігається з таких країн: Німеччина, Словаччина, Польща та ін. Виїзний туристичний потік збільшився за рахунок приватних поїздок. В приватних поїздках спостерігається збільшення на 13,2%. Українські туристи виїжджали до: Польщі, Росії, Молдови, Єгипту, ОАЕ, Туреччини. Організовані поїздки зменшилися на 44,7%, службові поїздки - на 24,1%. В структурі в'їзного туристичного потоку у 2013 році частка приватного туризму складає 73,64%, культурний і спортивний обмін – 23,68%, частка організованого туризму - 1,98%, частка службових поїздок - 0,68%, імміграція – 0,02% [3].

Однак в Україні існує ціла низка проблем, які заважають швидкому розвитку туризму взагалі та діловому туризму зокрема, а саме:

- відсутність статистичної інформації про розвиток ділового туризму в Україні;
- нерозвиненість інфраструктури ділового туризму. Менше 20% українських готелів сьогодні відповідають вимогам світових стандартів за рівнем комфорту [2];
- невідповідність ціни та якості наданих послуг;
- нерівномірний розподіл ділових туристів по території України;

- відсутність ефективної маркетингової політики для просування ділового туризму на зарубіжних ринках;
- проблематика підготовки та професійності кадрів для індустрії ділового туризму.

Створення інфраструктури ділового туризму в Україні сприятиме всебічному розвитку міст зокрема і держави загалом. Діловий туризм в Україні буде одним із пріоритетних напрямів у рамках програми розвитку туризму до 2022 р.

Отже, діловий туризм – вважається найперспективнішим напрямом сучасного туризму, що веде безпосередньо до розвитку економіки і стирання кордонів між країнами. Ділові поїздки – це не тільки можливість побувати на виставках, конференціях, побачити світ, а це відкриття нових можливостей для бізнесу.

Література

1. Гасиев М. Основы делового туризма и индустрии МICE в России и за рубежом: сравнение и тенденции / М. Гасиев. – М., 2004. – 145 с
2. Головка О.М. Організація готельного господарства : навч. посіб. / О.М. Головка та ін. – К. : Кондор, 2012. – 338 с.
3. Офіційний сайт асоціації ділового туризму України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mice.com.ua>
4. Travel & Tourism Economic Impact 2011 World, World Travel & Tourism Council, London, 2011 – 17р.

УДК 338.48

Штельмах О. В, Степовий С.В.

Студенти 3 курсу

Вінницького фінансово-економічного університету

Науковий керівник : к.е.н., доцент кафедри Лопатюк Р.І.

СТАНОВЛЕННЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В ході аграрних перетворень виявилася необхідність докорінного перегляду підходів до реформування економіки села. В даний час назріла необхідність розробки кардинальної концептуальної основи розвитку сільської місцевості з конкретизацією у вигляді окремих програм розвитку певних галузей і сільських територій. Туризм на початку ХХІ в. став одним з провідних напрямків соціально-економічного та культурного життя багатьох держав і регіонів світу.

В сучасних умовах потенціал туристично-рекреаційних ресурсів видається не менш важливим, ніж потенціал сировинних, так як спеціалізація

на виробництві послуг туризму забезпечує приплив коштів, розширює сферу докладання праці, стимулює розвиток багатьох ключових галузей народного господарства: будівництва, торгівлі, громадського харчування, транспорту, зв'язку, сільського господарства та ін.

Розвиток туризму веде до поліпшення інфраструктури, відновлення пам'яток історії та архітектури, сприяє охороні навколишнього середовища тощо. Тому сферу туризму необхідно розглядати як важливий фактор соціально-економічного розвитку країн, регіонів і окремих, передусім сільських, територій [2].

Одним з динамічно напрямків сучасного туризму є аграрний (або сільський) туризм. В даний час він успішно розвивається в ряді європейських країн: Італії, Німеччини, Австрії, Швейцарії, Франції, Іспанії.

Сільський туризм отримав визнання громадськості у кінці минулого сторіччя у зв'язку зі зниженням кількості зайнятих в аграрному секторі та необхідністю формування альтернативних видів трудової зайнятості та підприємництва в сільській місцевості – він повинен був зупинити міграцію населення в міста, стати джерелом заробітку сільських сімей .

Агротуризм не можна назвати надприбутковим бізнесом – скоріше, це спосіб зменшити соціальну напруженість у сільській місцевості шляхом створення нових альтернативних робочих місць, дозволивши селянам забезпечити собі гідне життя, а в слаборозвинених країнах знизити рівень бідності. Разом з тим це ефективний вид туристичної діяльності з чітко вираженим мультиплікативним, соціально-економічним і культурно-філософським ефектом, що відповідає запитам клієнта з середнім достатком і враховує особливості його способу життя, психологічні, культурні, духовні потреби і цінності [1].

На думку власників більшої частини господарств, агротуризм приносить непоганий дохід, але, на жаль, потік туристів не постійний, має сезонний характер і обмежений лише літнім періодом, хоча є всі можливості для цілолітнього прийому відпочиваючих.

Сільський туризм для городян асоціюється з чистим повітрям, тишею і натуральними продуктами харчування, отриманням нових вражень і пізнань, комфортними умовами проживання, відчуттями близькості і єднання з природою, можливостями розваги для дітей і проведення дозвілля для дорослих, спокоєм і розміреним сільським життям. Сільський туризм і його різновидність агротуризм мають багато спільного з екотуризмом і часто відповідають багатьом його пріоритетам, зокрема: збереження природничого та культурного середовища, підтримка добробуту місцевої громади, постачання туристам харчів з місцевих продуктів. Деякі власники агротуристичних

господарств, розташованих поблизу природоохоронних територій, підтримують серед туристів екологічні вимоги [4].

Таким чином, потенційний попит на даний різновид туризму, наявність унікальних природно-рекреаційних ресурсів, умов для розміщення туристів, зацікавленість і бажання сільських сімей організувати агротуристичні господарства, створюють базові умови і передумови для розвитку туризму в сільській місцевості.

Література

1. Михайліченко Г. І. Інноваційні зміни в розвитку світового туристичного ринку / Г. І. Михайліченко // Бізнес інформ – №6 –2011.– С. 49 - 52

2. Лопатюк Р.І. Становлення туризму в аграрній сфері України / Р.І. Лопатюк // Актуальні проблеми використання економічного потенціалу: держава, регіон, підприємство: Матеріали III Всеукр. Наук.-практ. конф. студентів та молодих учених (м. Бердянськ, 10-11 квітня 2014 р.) – Донецьк: Донбас, 2014 – С. 24 -29

3. Транченко Л.В. Перспективи розвитку сільського туризму як різновиддя зайнятості населення / Л.В. Транченко // Збірник наукових праць Уманського університету садівництва. –Умань, 2012. – Вип. 80 – С. 31-38

УДК 338.48.

Юрченко О.С.

студентка III курсу, 5 групи

Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кожухівська Р. Б.

ПРОЦЕС РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ СФЕРИ В ТУРИЗМІ

Актуальність даної теми зумовлена тим, що послуги транспорту в туризмі займають одне з основних місць в складі туристичного продукту. Транспортне забезпечення є дуже важливим елементом туристичної інфраструктури і входить в основний комплекс послуг, які включаються в туристичний продукт. Тому дослідження даного питання є особливо актуальними.

Суттєвою ознакою туристичної діяльності є подолання простору від місця постійного проживання до місця відпочинку, ознайомлення з пам'ятками природи, історії та культури тощо. В сучасних умовах стрімкого розвитку транспортних засобів все більше ускладнюється завдання приведення можливостей організаторів відпочинку у відповідність з різноманітними та динамічними вимогами щодо транспортного обслуговування туристів різних вікових, соціальних, мотиваційних та інших категорій.

При плануванні подорожі враховуються такі фактори, як швидкість доставки до цілі подорожі, безпека, вартість переїзду і наявність пільг та знижок, комфортність, можливість перевезення багажу, зупинки, широкого обзору під час поїздки, умови для сну і відпочинку, харчування, рівень шуму і вібрацій, наявність несприятливих екологічних впливів. Чим сприятливіші оцінки має набір таких факторів, тим вища вартість транспортної подорожі. Однак, жодний вид транспорту не задовольняє такому набору вимог повністю.

Розвиток транспорту і туризму — процес, що тісно пов'язаний і взаємозумовлений різними чинниками. Загальноприйнятим є факт, що сучасний туризм досягнув значного рівня розвитку багато в чому завдяки використанню транспорту. Початок кардинальним зміненням у транспортній системі було покладено створенням залізниці та відкриттям регулярного пароплавного сполучення. Автомобільний і авіаційний види транспорту, які з'явилися пізніше, ще більше вплинули на подальший розвиток туристичної галузі [1, с.86].

Високі темпи розвитку туризму в період після Другої світової війни на пряму пов'язані з науково-технічним прогресом в області транспорту. Транспорт дає можливість пересування суходолом, водою чи повітрям. Початок масовому туризму у формі сухопутних подорожей було покладено зі створенням залізниць. Щойно з'явившись, залізниця відразу стала центром формування нової господарської інфраструктури, в якій важливе місце займає індустрія туризму.

Морський і річковий види транспорту характеризуються високою пасажиромісткістю і комфортом, однак мають невисоку мобільність і швидкість сполучення.

Розробка сучасних авіалайнерів і початок їхнього масового використання викликало справжній «бум» у пасажирських перевезеннях. У людей з'явилася можливість побувати в різних куточках планети, переборюючи значну відстань за короткий проміжок часу. Авіатранспорт має високу швидкість доставки, високий рівень сервісу, але і високий рівень тарифів. Автомобільний транспорт має високу мобільність, але невелику пасажиромісткість і низький рівень безпеки.

Використання певного різновиду транспорту при формуванні турпродукту визначається:

- 1) рейтингом популярності;
- 2) ступенем розвитку транспортної системи певної території;
- 3) видом подорожі;
- 4) протяжністю маршруту;
- 5) платоспроможністю туриста;

- 6) туристично-рекреаційними ресурсами території;
- 7) національними традиціями;
- 8) демографічною структурою населення та ін. [2, с.46-50].

Розвиток нових туристичних центрів і районів завжди приводить до здійснення організаційних змін у територіальному перерозподілі маршрутів пасажирського транспорту. Ріст туристопотоку викликав до життя застосування таких форм обслуговування, як комбіновані транспортні послуги по формулах «поїзд + автомобіль», «поїзд + автобус + судно», «літак + автомобіль», «судно + літак» тощо. Почастішало також проведення різних акцій, застосовуваних транспортними компаніями для заохочення туристів? головна мета яких полягає в залученні клієнтів на той або інший вид транспорту, формування нових туристичних потоків або ефективний їхній перерозподіл по напрямках і періодам року [3].

Отже, транспорт є необхідним елементом для формування туристичного продукту та розвитку туристичної індустрії.

Література

1. Аріон, О.В. Організація транспортного обслуговування туристів: Навчальний посібник / О.В. Аріон – К.: Альтерпрес, 2008. – 192 с.
2. Бабарицька, В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник / В.К. Бабарицька, О.Ю. Малиновська – К.: Альтерпрес, 2010. – 288 с.
3. Взаємодія транспорту і туризму [Електронний ресурс]. Режим доступу:<http://subject.com.ua/tourism/journeys/3.html>

УДК 65.01

Ящук Ю.О., Кузьменко О.О.

Студенток 2 курсу, 21-гр групи

Уманського національного університету садівництва

Науковий керівник: к.е.н., доцент Тимчук С.В.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Особливість функціонування сфери ресторанного господарства в економічному та соціальному прояві полягає у забезпеченні якості життя населення засобами задоволення фізіологічних потреб. Динамічний розвиток цієї галузі обумовлює появу підприємств громадського харчування різних типів та цінкових категорій, що дає можливість споживачам обирати таке підприємство ресторанної сфери, яке найбільше підходить для них за всіма критеріями.

Особливості розвитку суб'єктів ресторанного господарства в Україні досліджували у своїх працях вітчизняні науковці: А.О. Аветисова, В.А. Антонова, О.В. Яшина, Т.В. Шталь, О.В. Кот, А.С. Дядін, О.П. Бутенко, І.В. Дядюшкіна та інші [1-6]. Проте адаптація вітчизняних підприємств до європейських стандартів якості обслуговування спонукає до детального дослідження сучасних тенденцій розвитку сфери ресторанного господарства України.

Метою статті є проведення аналізу сучасного стану та тенденцій регіонального розвитку ресторанного господарства України. Основний висновок проведеного аналізу свідчить про тенденції зростання обороту ресторанного господарства за останні роки, що забезпечує підстави до поширення діяльності в цій галузі, а також можливості інвестиційних перспектив розвитку ресторанного господарства України.

Сучасна індустрія ресторанного бізнесу постійно поширюється та видозмінюється під впливом різних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. В якості сфери підприємницької діяльності ресторанного господарства виконує соціальні та економічні функції. Економічні функції сфери ресторанного господарства розглядаються як єдиний комплексний механізм виробництва та обігу продукції, що забезпечує ресторанному бізнесу певні переваги в порівнянні з іншими галузями народного господарства. Перш за все, це перспективна галузь для інвестування капіталу, що гарантує достатньо швидко оберненість вкладених засобів. У теперішній час можна прослідкувати існування різноманітних концепцій організації ресторанного бізнесу на локальному ринку, що забезпечує, з одного боку, підтримку одне одному, а з іншого - створює конкурентне середовище, яке сприяє підвищенню рівня якості, залученню більшої кількості споживачів і, як результат, збільшенню прибутку.

За даними Асоціації франчайзингу України у 2010 р. українські ресторатори заробили близько 2,2 млрд дол - майже на 30% більше, ніж роком раніше. Кількість постійних клієнтів кафе, барів і ресторанів під час фінансової кризи майже не змінилась [5]. За даними компанії «Ресторанний консалтинг» основним драйвером зростання в 2010 р., була інфляція: за рік ціни на продукти, а разом з ними і розмір середнього чеку - збільшилися на 10-20%. Найбільш активно розвиваються ресторани мережі, що забезпечується довгостроковими економічними перевагами, які виражаються в зменшенні витрат, оільш високому обороті, стабільності [5].

За період 2010-2011 рр. кількість ресторанів зросла і на кінець 2011 року вже складала 1460 одиниць, кафе, закусочні та буфети – 9049, які мали роздрібний товарообіг 1815158,5 та 4201807,3 тис. грн. Це свідчить про позитивні тенденції розвитку ресторанного бізнесу. Найбільшу частку

підприємств ресторанного бізнесу формують кафе, які мають найбільший товарооборот [6].

Мережа об'єктів ресторанного господарства України розвивається досить стрімко, однак дещо хаотично, без урахування маркетингової оцінки попиту населення на різні види ресторанних послуг. Передумовами успішного розвитку ресторанного бізнесу є підвищення рівня доходів населення, заходи із нівелювання дисбалансу в розвитку мережі підприємств ресторанного господарства та оптимізація їхньої структури. Також доцільно формувати мережу ресторанних мультикомплексів, закладів здорового харчування (салат-бари, кафе-пекарні, етнічні заклади харчування тощо), а також забезпечувати розширення спектру послуг, що надаються підприємствами ресторанного господарства.

Отже, можна сказати, що з кожним роком в Україні з'являються все нові види громадського харчування, починаючи від фаст-фудів і закінчуючи тематичними і високо елітними ресторанами, тому необхідно значну увагу приділяти особливостям розвитку даної сфери, а особливо темпам та динаміці його розвитку, слідкувати за тим як реагують на той, чи інший тип ресторанного господарства споживачі, розглядати у контексті їх уподобання.

Література

1. Аветисова А.О. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку / А. Аветисова // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2005. - № 28. - С 117-123.

2. Антонова В.А. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства в умовах становлення ринку / В.А. Антонова // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. - 2007. - №1(21). - С 54-57.

3. Ринок ресторанного бізнесу України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://poglyad.com/blog/4/437/>

4. Яшина О.В. Особливості розвитку ресторанного господарства в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/yashyna.htm

5. Шталь Т.В. Сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства України та Харківського регіону / Т.В.Шталь, О.В.Кот, А.С.Дядін // Вісник Львівської комерційної академії. - 2011. Серія Економічна. Випуск 38. - С.137-141.

6. Бутенко О.П. Аналіз ринку ресторанного господарства України та перспективи його розвитку / О.П. Бутенко, І.В. Дядюшкіна // Економічний простір. – № 74, 2013. – С. 73-81.

ЗМІСТ

<i>Л.В. Гранченко</i>	Правова підтримка сільського туризму.....	3
<i>Н.П. Резнік</i>	Окремі аспекти інвестування в туризмі.....	4
<i>С.П. Сонько</i>	Використання географічних баз даних у туризмі	6
<i>Т.В. Гринько</i>	Стратегія як інструмент інноваційного розвитку підприємства.....	10
<i>А.В. Серіков</i>	Синергетичне управління як невідворотній напрям подальшого розвитку теорії та практики менеджменту.....	12
<i>Я.О. Артеменко</i>	Розвиток шкільного туризму в Україні.....	15
<i>И.В. Балынин</i>	Алгоритм комплексної оцінки розвитку туризму в державі.....	17
<i>І.С. Беляєв</i>	Спортивний туризм в соціальній системі держави.....	19
<i>С.А. Бурій</i>	Сучасні інформаційні й комунікативні технології у готельно-ресторанному господарстві	21
<i>А.П.Бурляй,</i> <i>І. Панчук</i>	Рекреаційний потенціал черкаської області для розвитку туристичного бізнесу.....	24
<i>Б.О. Бурляй</i>	Значення органічного виробництва для розвитку сільського туризму.....	27
<i>Н. Василюшина,</i> <i>В. Полицук</i>	Становлення та розвиток релігійного туризму.....	29
<i>Н. Васильківська</i>	Особливості розвитку агротуризму на Україні.....	31
<i>Д.Ю.Веклич</i>	Сучасні інформаційні й комунікативні технології в туризмі та готельно-ресторанній справі.....	33
<i>К.І. Вовченко</i>	Організаційно-економічний механізм управління туристично-рекреаційними комплексами	35
<i>А.В. Волкова</i>	Особливості розвитку готельної індустрії України.....	37
<i>В.В. Гайдук,</i> <i>Н.Ю. Маліновська</i>	Впровадження інноваційних технологій у сучасному туристичному та готельно-ресторанному бізнесі.....	40
<i>В.В. Галицький.,</i> <i>Б.С. Чорний</i>	Регіональний розвиток туристичних підприємств.....	42
<i>А.Ю. Гребенюк</i>	Екологічний аспект розвитку туристичного бізнесу.....	44
<i>К.О. Грибок,</i> <i>Ю.О. Носенко</i>	Проблеми розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.....	46
<i>К.І. Грушова</i>	Спортивний туризм, як засіб оздоровлення населення	49
<i>М. Гуримська</i>	Розвиток туристичного потенціалу гірських районів України.....	51
<i>О.І. Гуцол</i>	Менеджмент готельного бізнесу.....	53

<i>Р.С. Демиденко</i>	Рекреаційний та екологічний аспекти розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.....	55
<i>М.В. Деревецька</i>	Впровадження інноваційних технологій у сучасному туристичному та готельно-ресторанному бізнесі.....	57
<i>Н.М. Дідух</i>	Регіональні проблеми розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.....	60
<i>О.А. Дідух</i>	Стан та перспективи розвитку екскурсійної діяльності в Україні.....	62
<i>Д. Довбик, В. Шлінчук</i>	Стан та перспективи розвитку агротуризму в Україні...	64
<i>В.М. Залевська</i>	Розвиток зеленого туризму в Україні ХХІ столітті.....	66
<i>Я.О. Зубіцька</i>	Стан, проблеми та перспективи розвитку екскурсійної діяльності України.....	68
<i>Н.А. Іванова</i>	Окремі аспекти організації аудиту туристичних організацій.....	70
<i>М.М. Ігнатенко</i>	Організаційно-економічні заходи регіонального розвитку туристичних підприємств та кластерів.....	72
<i>Є.В. Капітан</i>	Стан і перспективи розвитку екскурсійної діяльності в Україні.....	75
<i>М.С. Качапкіна</i>	Стан та перспективи використання маркетингу в туризмі.....	77
<i>Д.В. Кирилюк, А.Ю. Поліщук</i>	Спортивний туризм, як метод рекреації.....	79
<i>Л.Г. Коваленко</i>	Професійна діяльність спеціаліста галузі туризму.....	81
<i>Р.Б. Кожухівська</i>	Економічні аспекти розвитку системи он-лайн бронювання	82
<i>М.Р. Коломієць</i>	Перспективи розвитку зеленого туризму на Черкащині...	85
<i>Я.С.Коробейникова</i>	Екологічна безпека геосистем територій туристичних дестинацій.....	87
<i>М.М. Кошевий</i>	Аналіз територіальних особливостей розвитку наукоємних виробництв.....	89
<i>О.М. Кравченко</i>	Проблема інформативності статистичних даних ресторанного господарства.....	92
<i>В.Я. Крот, В.А. Сичова</i>	Інноваційні технології у сучасному туризмі.....	94
<i>О.П. Крупський, К.Ю. Коломієць</i>	Особливості формування професійної культури менеджера туристичної галузі в Німеччині.....	96
<i>В.П. Кулібаба</i>	Готельно-ресторанний бізнес м. Умань Черкаської області.....	99

<i>Д.Ю. Лебідь</i>	Ресторанний бізнес Європи: сучасні аспекти.....	101
<i>Р.І. Лопатюк</i>	Інвестування туристичної галузі.....	103
<i>О.С. Максимчук</i>	Інноваційний розвиток транспортних підприємств: особливості та порівняння.....	105
<i>І.І. Максименко</i>	Перспективи розвитку сільського туризму.....	108
<i>Л.Ю. Матвійчук,</i> <i>І.В. Тищук</i>	Перспективи розвитку зеленого туризму в Україні.....	109
<i>К.О. Михайлів</i>	Організаційно-економічні механізми використання рекреаційно-туристичних ресурсів.....	112
<i>Т.О. Наконечний</i>	Незвичайні види солей та їх використання в сучасній кулінарії.....	114
<i>І.С. Народова</i> <i>Т.С. Незвещук-</i> <i>Козут,</i>	Інноваційні технології у готельно-ресторанному бізнесі..	116
<i>А.М. Павленко</i>	Регіональні аспекти формування туристичних об'єднань та кластерів.....	118
<i>В.О. Непочатенко</i>	Особливості готельної індустрії в Україні.....	119
<i>Л.М. Нецадим</i>	Моделювання розвитку агротуристичної діяльності.....	121
<i>А. Р. Нусер</i>	Спортивний туризм, як засіб фізичного загартування і оздоровлення дітей та молоді	124
<i>І.В. Олійниченко,</i> <i>В.В. Максюта</i>	Інноваційний напрям розвитку сфери ресторанного господарства.....	126
<i>М.В. Осипчук,</i> <i>В.Ю. Поскрипко</i>	Інноваційні технології у сучасному туризмі.....	128
<i>Д.В. Очеретін</i>	Стан та напрями розвитку в'їзного туризму в Україні.....	130
<i>Н.А. Павленко</i>	Інноваційні підходи менеджменту та маркетингу в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі.....	133
<i>Т.Д. Павлюк</i>	Регіональні особливості в управлінні туристичним сектором в умовах конкуренції.....	135
<i>І.О. Паламарчук</i>	Історія, сучасний стан та перспективи розвитку зеленого туризму.....	138
<i>О.С. Панюкова</i>	Забезпечення високого рівня професійності кадрів в туристичній галузі.....	141
<i>В. О. Паскал</i>	Розвиток екскурсійної діяльності в Україні.....	143
<i>А.М. Петрова</i>	Стан туристичної галузі України в умовах глобальних викликів.....	144
<i>М.В. Подолянчук</i>	Спортивний туризм, як засіб фізичного загартування та оздоровлення.....	146
<i>А.О. Пуздерко</i>	Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні.....	149

<i>І.М. Поворознюк</i>	Ринок туристичних послуг Європи.....	152
<i>А.В. Полянська</i>	Сучасні тенденції та стратегії розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в умовах глобалізації.....	154
<i>Д.О. Прихідько,</i> <i>В.Є. Редько</i>	Сучасні тенденції розвитку підприємств ресторанного господарства.....	156
<i>С.І. Проценко,</i> <i>Т.В. Продан</i>	Определение стратегии для улучшения эффективности деятельности санатория «Лермонтовский».....	158
<i>В.Є. Редько,</i> <i>Т.С. Недря</i>	Перспективи створення тематичних парків як об'єктів інноваційної діяльності в туризмі.....	162
<i>В.Є. Редько,</i> <i>В. В. Бабенкова</i>	Необхідність застосування інтернет-маркетингу у діяльності туристичних підприємств.....	165
<i>В.Є. Редько,</i> <i>К.Ю. Думніч</i>	Регулювання сільського зеленого туризму в Україні.....	167
<i>В.Є. Редько,</i> <i>Ю.В. Радзівіл</i>	Сучасний стан та перспективи розвитку зеленого туризму України.....	169
<i>В.Є. Редько,</i> <i>К.С. Савченко</i>	Вплив глобалізації на інформаційні технології в туризмі.....	172
<i>Я.Ю. Рижовська,</i> <i>Е.А. Царікова</i>	Сільський зелений туризм в регіонах України.....	174
<i>В.В. Рошко</i>	Сучасний розвиток туристичної галузі Закарпатської області.....	176
<i>А.А. Савич</i>	Сучасний стан та перспективи розвитку зеленого туризму.....	179
<i>Т.М. Саквенко</i>	Економічна ефективність індустрії туризму.....	182
<i>О.В. Самоїщенко</i>	Сучасний стан та перспективи розвитку екологічного туризму.....	184
<i>Н.О. Слива</i>	Впровадження інформаційних технологій в туристичному бізнесі.....	187
<i>Ю.Ю. Соловійов</i>	Фактори розвитку сільського зеленого туризму в Україні.....	189
<i>М.І. Тарасюк</i>	Спортивний туризм як засіб фізичного загартування.....	191
<i>М.І. Теличко</i>	Роль та значення розвитку сільського зеленого туризму..	193
<i>С.В. Тимчук</i>	Проблеми розвитку агротуризму в Україні.....	196
<i>О.Л. Тищенко</i>	Підвищення ефективності надання послуг у туристському комплексі.....	198
<i>І.О. Удовенко</i>	Вплив тенденцій глобалізації на туристичну галузь України.....	200
<i>М.В. Фічора</i>	Проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу Закарпаття.....	203

<i>А.В. Царинна</i>	Перспективи розвитку зеленого туризму в Україні.....	205
<i>К.О. Червона</i>	Мотивація як визначальний фактор підвищення результативності діяльності туристичного підприємства.....	207
<i>І.А. Чернець</i>	Філософські та культурологічні аспекти розвитку туристичної сфери.....	209
<i>О.Б. Школенко</i>	Діловий туризм забезпечить відкриття нових можливостей для бізнесу в Україні.....	211
<i>О.В. Штельмах,</i> <i>С.В. Степовий</i>	Становлення сільського туризму в Україні.....	213
<i>О.С. Юрченко</i>	Процес розвитку туристичної сфери в туризмі.....	215
<i>Ю.О. Ящук,</i> <i>О.О. Кузьменко</i>	Сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства України.....	217

Наукове видання

**«Стратегічні перспективи туристичної та
готельно-ресторанної індустрії в Україні:
теорія, практика та інновації розвитку»**

**МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації. Висловлені авторами думки можуть не збігатися з точкою зору редакційної колегії і не покладають на неї ніяких зобов'язань. Переклади і передруки дозволяються лише за згодою автора.

За редакцією редакційної колегії:

Комп'ютерний макет – Транченко Л.В., Тимчук С.В., Парубок Н.В.

Коректор – Парубок Н.В.

Підписано до друку 28.11.2014 р.

Формат 60x84/16.

Папір офсетний. Ум. друк. арк. 13,02

Тираж 300 прим.

Замовлення № 283

Видавничо – поліграфічний центр “Візаві”

(Видавець і виготівник “Сочінський”)

20300, м. Умань, вул. Тищика, 18/19

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 2521 від 08.06.2006.

тел. (04744) 4-64-88, 4-67-77, e-mail: vizavi08@mail.ru