

# ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

УДК 338.48

**Беднарський В.Д., студ., гр. ТЗ-5**  
**Науковий керівник – Мілінчук О.В., к.е.н., доц.**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## ІНСЕНТИВ-ТУРИ ЯК СКЛАДОВА МІСЕ-ТУРИЗМУ

Інсенсив-тури – це поїздки, якими комерційні фірми нагороджують своїх співробітників за високі показники в роботі чи мотивують їх до більш продуктивної праці в майбутньому. Особливістю інсенсив-програм є те, що вони розробляються під конкретного замовника. Інсенсив або тематичні поїздки є складовою частиною МІСЕ або ділового туризму. Аббревіатура «МІСЕ» туризму включає перші літери наступних слів:

- М (Meetings) або ділові зустрічі, ділові поїздки, корпоративні семінари, річні збори-програми, що поєднують оптимальне планування робочих зустрічей та охоплюють пропозиції щодо заповнення вільного часу.

- І (Incentive) або інсенсив-поїздки – це тематичні програми, метою яких є заохочення та стимулювання працівників, партнерів, клієнтів, дистриб'юторів й ін. До цього ж розділу можна віднести і тимблдинг-програми, що дозволяють згуртувати колектив, підвищити вміння співробітників працювати в команді.

- С (Conferences) – відвідування або участь у внутрішніх, локальних, міжнародних та інших конференціях, конгресах, симпозиумах, виставках.

- Е (Events) – події різного формату, наприклад: свята, знаменні дати компанії, дні здоров'я, сімейні або дитячі свята, що організовуються для працівників компанії, партнерів, дилерів.

Проаналізувавши інсенсив-тури, як окремий вид подорожей, можна зазначити, що:

1. На інсенсив-тури припадає лише 8 % ділового туризму, а в загальному потоці туристів, що відвідують, наприклад, Іспанію і Францію, «преміювані» туристи становлять не більше 5–7 %. Однак частка прибутків від цього виду туризму є вищою, що пояснюється більш високою ціною заохочувальних програм порівняно зі звичайними турами. Наприклад, щорічний оборот інсенсив-туризму у Швейцарії перевищує 460 млн. дол. США, хоча інсенсивом у цій країні активно займаються не більше 20 туроператорів і близько 230 агентств. Загальний річний оборот європейського інсенсив-туризму сягає 4,5 млрд дол.

2. Поїздки як форма заохочення працівників почали використовуватися у 60-х роках ХХ ст. у США. Відтоді географія інсенсив-туризму не змінилася. США залишаються основним «постачальником» премійованих туристів – на них припадає 60 % груп, які прибувають в Європу по лінії інсенсиву. Про популярність інсенсив-турів у США свідчить випереджальне зростання витрат американських компаній на заохочувальний туризм порівняно з витратами на матеріальне стимулювання праці. Подовжується тривалість інсенсив-турів. Заохочувальні тури спрямовуються переважно в Мексику, Велику Британію, країни Азії та Тихоокеанського басейну.

3. В інсенсив-туризмі близько 80 % поїздок припадає на Європу, 10 % – на США, 6 % – на країни Південно-Східної Азії, 4 % – на інші регіони. Рейтинг напрямків інсенсиву європейських туристів очолюють Франція, Іспанія, Швейцарія, Австрія, Кіпр, США (Нью-Йорк, Флорида, Західне узбережжя), а також острови Карибського басейну.

4. Нагородження поїздкою набуває все більшої популярності в Європі. Практика підтверджує, що інсенсив-тури стимулюють до праці краще за будь-який споживчий товар. У Великій Британії на них припадає 2/5 усіх витрат фірм на нагородження своїх працівників, у Франції та Німеччині – майже половина. Вартість інсенсив-турів коливається від 500 до 1500 дол. США на особу, а тривалість – від трьох до семи днів.

5. За даними європейської асоціації з інсенсив-туризму SITE, серед основних країн — постачальників премійованих туристів, як і раніше, лідирують США (близько 60%), Велика Британія (20%), Німеччина (11 %). Останнім часом стало більше інсенсив-відвідувачів з Японії.

6. Відрізняють два види інсенсив-турів:

- 1) індивідуальні тури;
- 2) групові тури.

7. Цілі організації під час проведення інсенсив-турів та інсенсив-програм дуже різноманітні та залежно від цілей виділяють 3 види інсенсив-програм:

- 1) заохочувальні програми (екскурсійна поїздка кращого відділу компанії за підсумками року);
- 2) мотиваційні програми (з'їзд регіональних дилерів компанії для презентації та просування нових можливостей, товарів чи послуг, комбіновано з розважальною програмою);
- 3) тури з метою побудови команди (корпоративний виїзд на природу з командоутворюючим квест-тренінгом).

8. Сьогодні в Україні найбільшим попитом серед МІСЕ-продуктів користується поєднання конференцій з інсенсив-програмою. Такий вид програми замовляє близько 40 % клієнтів, згідно з опитуваннями членів Асоціації ділового туризму. У той час як організацію конференцій замовляють близько 15 % клієнтів фірм-респондентів, частка інсенсив-туризму в структурі МІСЕ-туризму складає близько 30 %. Лідерами зі замовлень ділових поїздок і інсенсив-програм є підприємства харчової промисловості, консалтингові компанії, ІТ-компанії, фармацевтичні, фінансові організації.

**Воробей Т.О., студ., IV курс, гр. ТЗ-2, ФЕМ**  
**Ярмолюк Д.І., асист. каф. менеджменту і туризму**  
*Житомирський державний технологічний університет*

### РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Постійне розширення міжнародного туристичного обміну зумовлює необхідність його міжнародної правової регламентації: розробки різноманітних правових інститутів та створення спеціалізованих туристичних організацій. Співробітництво України з міжнародними туристичними організаціями сприяє розвитку туристичного потенціалу та підвищення значення туристичної сфери в економіці держави.

Із зростанням обсягів туризму та розширенням його географії, а також з розвитком засобів транспорту і включенням у маршрути декількох країн одночасно до спрощення туристичних поїздок залучають міжнародні організації. Міжнародні організації, які працюють на постійній основі, відіграють важливу роль у розвитку міжнародної співпраці в сфері туризму. Міжнародні туристичні організації створюються на засадах добровільного членства і роботи в них представників туристичної галузі різних країн. Такі організації діють постійно відповідно до ухвалених статутів і є дуже ефективною формою міжнародної співпраці.

Міжнародні туристичні організації створюються на засадах добровільного членства і роботи в них представників туристичної галузі різних країн. Такі організації діють постійно відповідно до ухвалених статутів і є дуже ефективною формою міжнародної співпраці (рис. 1).



Рис. 1 Класифікація міжнародних туристичних організацій

Відповідно, кожна міжнародна туристична організація здійснює свій вплив на туристичну сферу в Україні. Серед найбільш вагомих можна зазначити наступні.

Всесвітня туристична організація – WTO (World Tourism organization – WTO). Це міжурядова організація, до складу якої входять близько 160 країн і територій, декілька асоційованих членів і понад 350 членів, які мають статус приєднаних і представляють турфірми, авіакомпанії тощо приватного сектору, навчальні інституції, туристичні асоціації та місцеві органи управління туризмом. WTO є спеціалізованою агенцією ООН і провідною міжнародною організацією у сфері туризму. Вона діє як глобальний форум з питань туристичної політики і практичне джерело туристичних ноу-хау.

Всесвітня рада з подорожей і туризму (WTTC) – громадська організація лідерів глобальної індустрії туризму, яка об'єднує президентів, глав і директорів понад 100 найбільших туристських компаній світу, груп готелів, фінансових груп, авіаліній та інших ключових секторів туристичної індустрії світу. У завдання WTTC входять вивчення та аналіз туристського потенціалу країн і міст світу, сприяння розвитку співпраці в найбільш перспективних напрямках міжнародного туризму.

Міжнародний союз офіційних туристських організацій (International Union of Official Travel Organisations, IUOTO) – неурядова міжнародна організація, членами якої є міністерства по туризму, генеральні комісаріати, генеральні директорати або міністерські служби, а також офіційні національні туристські організації 104 країн та 5 територій. Крім того, він об'єднує 89 членів, що приєдналися.

Міжнародне бюро виставок (МБЧ) – міжурядова організація, створена для спостереження міжнародних виставок під юрисдикцією конвенції щодо міжнародних виставок. У завдання Конвенції входить встановлення порядку організації офіційних всесвітніх виставок з тим, щоб усунути можливі розбіжності між різними країнами-учасниками, класифікація виставок, визначення прав та обов'язків країн, які організують і беруть участь в них. В даний час членами Бюро є 169 держав.

Міжнародна асоціація конгресів і конференцій – група туристичних агентств створена з метою об'єднати діяльність туристичної галузі та зростаючої середовища організаторів міжнародних зустрічей для створення можливості обміну інформацією між організаціями. Вона являє собою єдину асоціацію, до складу якої входять найбільші компанії з професійного обслуговування організації заходів міжнародного масштабу. ІССА включає в себе більше 950 членів в 88 країнах світу. Штаб-квартира знаходиться в Амстердамі, інші бюро організації розташовані в Малайзії, Уругваї та США.

Цілями і завданнями світових міжнародних туристичних організацій загального характеру є представництво і захист інтересів організацій та компаній туристичної індустрії; визначення політики в сфері туризму; формування основних напрямів розвитку світового туризму; забезпечення взаємовигідного співробітництва між країнами - членами цих організацій і практичне сприяння їм у рішенні проблем розвитку туристичної й економічного зростання країни.

Метою і завданнями світових міжнародних туристичних організацій галузевого характеру є: представництво і захист інтересів своєї галузі на міжнародному рівні і визначення тенденцій і шляхів її розвитку; розвиток і координація співробітництва організацій і компаній галузі між собою і з організаціями і компаніями інших галузей туристичної індустрії; розробка і впровадження єдиних принципів, норм і стандартів якості обслуговування у своїй галузі, підготовка для неї фахівців, а також вирішення актуальних проблем її розвитку; інформаційна, видавнича і маркетингова діяльність.

Також, значну роль у розвитку співробітництва у галузі міжнародного туризму відіграють регіональні туристичні організації. Вони покликані сприяти налагодженню спільної діяльності туристичних організацій регіону, відстоювати їхні інтереси в інших міжнародних туристичних організаціях або на міжнародних туристичних форумах.

Цілями і завданнями регіональних міжнародних туристичних організацій загального характеру є: представництво і захист інтересів туристичної індустрії свого регіону на міжнародному рівні; визначення тенденцій і шляхів розвитку туризму; просування в'їзного туризму; маркетингова діяльність, сприяння об'єднанню і координації зусиль усіх секторів і компаній туристичної індустрії; фінансування цільових програм розвитку туризму в регіоні; впровадження нових технологій; розробка єдиних норм і стандартів туристичного обслуговування, інформаційна і видавнича діяльність.

Туристські організації можна класифікувати за такими ознаками:

- національно-територіальному: міжнародні, регіональні та національні організації. Їх діяльність має світовий, регіональний та національний характер;
- суспільно-державному: урядові, громадські, приватні;
- за видом діяльності: регулюючі, постачальники, ринкові агенти, розробники, консультанти, проектні організації, навчальні організації, видавці, професійні асоціації, торгові і споживчі організації;
- за сферою діяльності: транспортні (автобусні, авіаційні залізничні, автомобільні та круїзні), туристичні агенти, туроператори, локальні профспілки.

Постійне розширення міжнародного туристського обміну зумовило необхідність його міжнародно-правової регламентації: вироблення різних правових інститутів і створення спеціалізованих міжнародних туристських організацій.

Отже, міжнародні туристичні організації є вкрай важливими для розвитку туристичної галузі українських підприємств, сприяє підвищенню економічних показників. Співробітництво України з організаціями сприяє розвитку туристичної галузі держави, допомагаючи залучити новий досвід в туристичній діяльності. Україна в міжнародних організаціях має туристичний потенціал та підтримку туристичної сфери ззовні.

**Вишневецький В.М., студент, гр. ТЗ-4, ФЕМ**  
**Науковий керівник – Давидюк Ю.В., к.е.н., доц.**  
*Житомирський державний технологічний університет*

### **УМОВИ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ – ВИЗНАЧНИЙ ФАКТОР РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОТРЕБ**

В сучасному суспільстві стало «нормою» виглядати виснаженими. Робота з добровільного вибору перетворилась на фактично обов'язковий атрибут успішного кар'єриста. Капіталістичний устрій суспільства диктує свої правила для потенційних конкурентів – висококваліфіковані і віддані працівники займають високі посади і отримують більші заробітні плати, інші ж будуть отримувати менше коштів, виконувати «брудну» роботу, а то і взагалі можуть бути звільнені. Це, в свою чергу, змушує людей працювати більше інтенсивніше, підштовхує людей до межі їх можливостей і підриває їх здоров'я. Роботодавцям також є над чим задуматись. Не можна допустити того, щоб настільки цінні та незамінні працівники проводили весь свій час у лікарняних відпустках. Вони потрібні їм здоровими і повними енергії та ентузіазму для виконання їх службових обов'язків. Від цього залежить ефективність підприємства в цілому. В таких умовах різко постає питання про відновлення життєвих сил, повернення фізичних і психологічних кондицій до норми. Саме таку роль відіграє рекреація.

Для індивіда важливо усвідомлювати його рекреаційні потреби. Багато хто вважає, що рекреаційні потреби закінчуються пасивним відпочинком на дивані біля телевізора з чимось смачненьким. Проте такий екстенсивний підхід є скоріше пережитком минулого, коли велика роль приділялась саме фізичній праці. Тоді виснаженим тяжкою роботою людям для відновлення життєвих сил дійсно необхідні були сон та багато висококалорійної їжі. Та ні для кого не секрет, що після науково-технічної революції основною тенденцією залишається зменшення об'єму фізичних навантажень, збільшення кількості вільного часу, виникає акцент на клопіткій інтелектуальній праці. Така праця викликає потребу у психологічній релаксації та певних видів фізичних навантажень (тренування, ранкова гімнастика, спорт). Таким чином рід діяльності людини впливає на рекреаційні потреби. Формування рекреаційних потреб відбувається також під дією культурно-освітніх особливостей, рівня щільності заселення, економічного розвитку країни, соціальних факторів.

Основним фактором у формуванні рекреаційних потреб є соціально-економічний рівень розвитку країни проживання. Рекреація не входить до першочергових потреб населення. Тому як предмет другої категорії необхідності або навіть як предмет розкоші рекреаційні потреби значно залежать від рівня доходів громадян, рівня освіченості, культури населення. Чим вище доходи населення, тим більше рекреанти готові витратити на рекреаційну діяльність, що в сумі впливає на середню дальність переміщення та виборі видів транспорту (пішки, велосипедом, автомобілем, літаком, лайнером на ін.) Пропорційно також збільшуються вимоги щодо обслуговування і змістовного наповнення відпочинку.

За рівнем економічної розвиненості всі країни світу умовно можна поділити на: високорозвинені, середньорозвинені та країни що розвиваються. До першої групи належать США, Канада, Австралія, Японія, Південна Корея, Сінгапур, країни Західної Європи. Всього – близько 30 держав. Саме в них формується основний масив попиту на рекреаційні послуги, вони формують межу на певні рекреаційні території, засоби та ресурси. Цей попит підкріплений високою купівельною спроможністю та диверсифікацією потреб.

Група середньорозвинених країн значно менш однорідна і відхилення в рівні доходів доволі значне. Тому виділяють підгрупи з дещо вищим та дещо нижчим за середній рівень доходів на одну особу. До першої підгрупи належать Угорщина, Чехія, Бразилія, Аргентина, Чилі та ін. Ці країни впевнено наближаються до групи високорозвинутих. Рекреаційні потреби цих країн постійно диверсифікуються. Відносно відставання цих держав пояснюється багаторічними військовою диктатурою, комуністичними режимами, залежністю від країн-домініонів, тощо. Другу підгрупу характеризується політичною нестабільністю, поширена корупція, існують злочинні угруповання. До них належать Білорусь, Україна, Болгарія, Росія, Молдова, Латвія. Тут задовольняються потреби лише привілейованих верств населення.

Більшість населення нашої планети належить до третьої групи. В основному це країни Африки, Азії, Океанії. Через бідність, засилля криміналу та ролі сировинних додатків люди не мають волі до будь-яких змін. У такому випадку існують величезні рекреаційні потреби, які хронічно не задовольняються, відпочинок не заходить далі стін власної оселі.

Неусвідомлення власних рекреаційних потреб, невміння відпочивати "по-новому" призводять до зростання специфічних захворювань, пов'язаних з порушенням природної рівноваги між витратами життєвих сил на роботі та їх відновленням. Якщо у людини немає можливості реалізувати свої рекреаційні потреби, вона або хворіє (втрачає працездатність), або намагається зняти внутрішнє напруження за допомогою алкоголю і наркотиків, в обох випадках деградує як особа і спеціаліст, тому для людей і держави в цілому дуже важливо усвідомлювати власні рекреаційні потреби.

Владика А.К., студ., IV курсу, гр. ТЗ-4К, ФЕМ  
Ярмолюк Д.І., асист. каф. менеджменту і туризму  
Житомирський державний технологічний університет

## ПОНЯТТЯ ТА ВИДИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

Мета гастрономічних турів – насолодитися особливостями кухні тієї чи іншої країни. При цьому дана мета не зводиться до того, щоб спробувати якусь рідкісну, екзотичну страву або перепробувати незліченну кількість страв. Важливо насолодитися місцевою рецептурою, яка століттями вбирала в себе традиції і звичаї місцевих жителів, їх культуру приготування їжі. Їжа відкриває таємницю духу народу, допомагає зрозуміти його менталітет. Гастрономічний туризм – це подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою покуштувати унікальні, для приїжджкої людини, блюдо або продукт. Однак гастрономічний тур, як послуга – це щось більше, ніж просто подорож, оскільки він є добре продуманим комплексом заходів для дегустації традиційних в певній місцевості страв, а також окремих інгредієнтів, які не зустрічаються більше ніде в світі.

До специфічних рис гастрономічного туризму відносять: умови для розвитку кулінарного туризму мають абсолютно всі країни; гастрономічний туризм не носить сезонного характеру відпочинку; кулінарний туризм в тій чи іншій мірі є складовим елементом всіх турів. Але метою та елементом гастрономічної подорожі стає знайомство з національною кухнею; просування місцевих господарств та виробників продовольчих товарів. Гастрономічні тури розподіляють на тури по сільській місцевості; ресторанні тури; освітні тури; екологічні тури; подієві тури; комбіновані тури.

1. Тур по сільській місцевості передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації місцевої кухні і продуктів, вироблених в цьому регіоні, а також може включати участь у сільськогосподарських роботах. Так в «зелених» гастрономічних турах пропонується збирання дикорослих ягід в лісі, овочів і фруктів на фермах, полювання на трюфеля або прогулянка по виноробних стежках. Обов'язкова умова: засоби розміщення туристів, індивідуальні або спеціалізовані, повинні перебувати в сільській місцевості або малих містах без багатоповерхової забудови. Такі тури цікаві не тільки своєю кулінарною складовою, а й можливістю зануритися в повсякденне життя місцевих людей, дізнатися їхні звичаї, порядки та інші тонкощі.

2. Ресторанний тур включає відвідування найбільш відомих і популярних ресторанів, що відрізняються високою якістю, ексклюзивністю кухні, а також національною спрямованістю. На першому місці серед «ресторанних» міст, звичайно, Париж – столиця моди і в кулінарному сенсі теж.

3. Метою освітнього туру є навчання в спеціальних освітніх установах з кулінарною спеціалізацією, а також курсів і майстер-класів. Наприклад, відома французька кулінарна школа «Le Cordon Bleu» спільно з готелем «Four Seasons Hotel George V» пропонує програму під назвою «Відкриття французької кухні» – 5 ночей в паризькому палаці з п'ятиденними кулінарними курсами в самій школі.

4. Екологічний тур включає відвідування екологічно чистих господарств і виробництв, знайомство органічними продуктами і їх виробництвом. Екологічний напрям отримав особливого розвитку у Франції, Німеччині, Англії, Швейцарії та США.

5. Подієвий тур орієнтований на відвідування місцевості в певний час з метою участі в громадських і культурних заходах з гастрономічної тематики: виставки, ярмарки, шоу, фестивалі, свята. Наприклад, липневий фестиваль дині «Cavaillon» у Франції, місті Кавайон і серпнева «Tomatina» в Іспанії, місті Буньолі.

6. Комбінований тур містить кілька перерахованих вище напрямів. Комбіновані тури підходять для туристів «зі стажем» тих, хто вже знайомий з гастрономією тієї або іншої країни. Приклад об'єднаного туру в тій самій Франції: перші декілька днів туристи відвідують паризькі ресторани, потім ще пару днів навчаються в кулінарній школі у кращих кухарів, а потім їдуть знайомитися з вирощуванням трав в Провансі або з виробництвом сидру в Нормандії.

Але, існують і інші гастрономічні тури, в яких пропонується знайомство лише з одним блюдом в різних місцевостях. Гастрономічний туризм є синтезом екології, культури та виробництва. Піонерами в генеруванні ідей гастрономічних турів вважаються італійці, які вміло поєднали налагодження торговельних і технологічних виробництв із залученням туристів під знаком смачної і здорової їжі. Ідеальним напрямком для винно-гастрономічних турів фахівці найчастіше називають Францію. Адже винний туризм вчить не тільки пити правильно, але і відповідно споживати їжу. Сирні тури орієнтують туристів в Голландію, Швейцарію, Італію, де можна покуштувати сорти кращих сирів, відвідати сирну ярмарок. Пивні тури по Німеччині, Австрії, Чехії, Бельгії запам'ятаються любителям пінного напою не тільки його різноманітністю, але і відвідуванням пивоварень, знаменитих пивних барів і фестивалів.

Слід зазначити, що практично будь-яка країна має потенціал для розвитку у себе гастрономічного туризму, адже в кожній країні своя неповторна національна кухня, свої традиції гостинності.

Горшкова Л.О., ст. викл.  
Гаврилюк А.В., 2 курс, гр. ТЗ-4, ФЕМ  
Житомирський державний технологічний університет

### ЗАРУБІЖНА «ФОРМУЛА УСПІХУ» СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Пріоритетність започаткування сільського туризму як складової міжнародного туризму приписують собі Франція та Швейцарія. Справді, ще з початку XVIII ст. у французьких і швейцарських Альпах (околиці Монблану та інших найвищих альпійських піків Європи) з'являються перші гостьові будиночки – шале для обслуговування експедицій британських туристів-природолюбів.

Сільський зелений туризм набув масового розвитку в світі з другої половини XX ст. Саме тоді у США і Великобританії поширюється концепція «Bed & Breakfast» – тимчасове проживання в порожніх кімнатах будинків, незалежно від місця їхнього розташування. З часом зі спектру нічліжних закладів типу «B & B» виокремлюється відпочинок власне у сільських будинках та міні-готелях, розташованих у сільській місцевості.

Нині до сектора сільського зеленого туризму прийнято відносити такі окремі категорії нічліжних закладів типу «B & B»:

– V&V cottage – це тимчасове проживання (здебільшого 6-7 днів) у повністю винайнятому котеджі, що знаходиться в курортно-рекреаційній зоні на території, яка має статус сільської місцевості (необов'язкова умова, тобто котеджі можуть бути і в курортних містах та передмістях). У світі такі котеджі, як правило, здаються на узбережжях морів, озер чи в горах.

– V&V farm vacation – заклади, зорієнтовані на обслуговування родинного відпочинку з дітьми в мальовничій сільській місцевості з цінними рекреаційними ресурсами. Цільове сезонне перебування у них передбачено для міських дітей різних вікових груп під час шкільних канікул, де є можливість спілкуватися з ровесниками, пізнавати природу і відпочивати в «домашній» атмосфері окремо від батьків.

– V&V homestay – тимчасове проживання (здебільшого 5-7 днів) в оселі сільського господаря спільно з його родиною у спеціально відведених для гостей кімнатах. Перебування в агрооселі супроводжується залученням гостя до традиційної життєдіяльності сільської родини, її побуту та духовної культури.

– V&V farmstay – це тимчасове проживання (здебільшого 5-7 днів) в оселі фермера або у кемпінгу на території фермерського господарства. Гості фермера мають можливість купувати й споживати його продовольчу продукцію та брати участь в окремих сільськогосподарських роботах на фермі.

Французький досвід організації рекреаційного сервісу в сільській місцевості представлений Національною організацією будинків відпочинку і зеленого туризму (Maison des Gites de France et du Tourisme Vert). Ця організація пропонує агрооселі на будь-який смак і вид відпочинку, сертифіковані за високими національними стандартами сервісу. Загалом агрооселі Франції з особливим національним шармом і багатими гастрономічними традиціями виглядають набагато комфортніше, ніж будиночки Північної Європи.

Аналізуючи, можемо сказати, що оселі аграрних районів Франції різняться не лише зірковістю (від простих сільських будиночків до вілл і приватних історичних замків (chateaux)). Враховано також етногеографічні ознаки: оселі Шампані, Провансу, Гасконі, Нормандії, Савойї мають свій особливий шарм, якого не знайдеш більше ніде в Європі. У Франції паралельно реалізуються різні концепції агротуризму:

- приморські агрооселі;
- кінні ферми;
- винні агросадиби;
- гірськолижні шале;
- замки у сільській місцевості;
- рибацькі оселі.

Великою популярністю серед самих французів та іноземних туристів користуються відпочинкові програми проживання в замках, розташованих посеред мальовничих агроландшафтів рівнинної та передгірної Франції. У Франції налічується понад 700 замків і палаців вишуканих архітектурних стилів, сертифікованих для прийому агротуристів. Їх інтер'єри, залежно від заможності господарів, прикрашені багатьма картинами, скульптурами, керамікою, антикварними та сучасними меблями.

Отже, результатом розвитку сільського зеленого туризму є розширення можливостей реалізації продукції особистого підсобного господарства, покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, в цілому сіл; стимулює розвиток соціальної інфраструктури; підвищення культурно-освітнього рівня сільського населення.

**Горшкова Л.О., ст. викл.  
Рудзей Р.М., 1 курс, гр. МОМ-18, ФЕМ**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## **ВПЛИВ ЛЮДСЬКОГО РЕСУРСУ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

У процесі функціонування туристичного підприємства використовуються всі його засоби, але особливість цього виду діяльності полягає у тому, що людський чинник відіграє в ньому основну роль. Працівників туристичного підприємства можна вважати ключовим ресурсом.

У готельній, гастрономічній, посередницькій діяльності, а також центрах туристичної інформації, пасажирських перевезеннях, а отже, в туризмі загалом простежуємо велику частку участі у процесі надання туристичних послуг людського ресурсу. Працівники є ініціаторами виконання роботи відповідно до реалізації цілей підприємства та задоволення потреб і сподівань споживачів.

Виходячи з цього, не можна оминати проблему впливу зміни умов діяльності туристичних підприємств (посилення конкуренції у туристичному секторі та ролі якості у здобутті клієнтів) на переоцінку принципів його функціонування. Йдеться про нові підходи до правління людьми на підприємстві. Виявляється, що управління персоналом туристичного підприємства, яке вимагає слухняності, дисципліни і коректного виконання визначених обов'язків на конкретному робочому місці, не завжди пов'язано з ефективністю. Зростає роль якості пропонованих підприємством послуг вимагає від працівників поміркованості, інноваційності, ініціативи, вміння швидко приймати рішення, а також лояльності щодо фірми.

Варто наголосити, що заміна людської праці машинами чи іншою технікою можлива і доцільна лише тоді, коли вона не спричинить зниження якості пропонованих послуг. Цю межу не можна переходити у туристичному підприємстві, аби не порушити стандарти якості.

Очевидним є також те, що в процесі надання туристичних послуг можуть виникнути проблематичні обставини, які неможливо було передбачити. Від знань, кваліфікації, умінь, досвіду та винахідливості працівників залежать результати діяльності, яка виявляється у ступені задоволеності потреб туристів. Дуже часто в процесі реалізації туристичного заходу ці працівники покладаються на власні сили та вміння (наприклад, провідник, екскурсовод). Окрім знань і кваліфікації, вони мають володіти певними особистісними ознаками, такими як креативність, комунікабельність, особиста культура та культура обслуговування, здатність ризикувати, творчо підходити до вирішення проблем.

Одночасно широкий спектр дій з надання туристичних послуг вимагає від персоналу формування позитивних стосунків з багатьма працюючими колегами з готельної, гастрономічної, транспортної сфери, туристичними агенціями, центрами туристичної інформації тощо. Кожен із них має бути налаштованим на реалізацію сподівань клієнтів, якісне їх обслуговування, надання відповідної інформації, бути порадиником і помічником, наприклад, учасникам екскурсії, гостям готельного об'єкта тощо.

Можемо сказати, що специфіка діяльності туристичних підприємств полягає також у тому, що праця, котра пов'язана з обслуговуванням туристів (наприклад, гостей готельних об'єктів), має тривалий, багатозмінний, цілодобовий характер, незважаючи на вихідні й святкові дні, часто виконується довше за звичайний восьмигодинний робочий день. Окрім цього, під час туристичного сезону додатково збільшується навантаження на працівників, які займаються обслуговуванням туристичного руху.

Отже, робота на туристичних підприємствах висуває перед працюючими вимоги, які стосуються не лише знань і практичного досвіду, а й певних психічних і фізичних схильностей. Психічні схильності охоплюють, зокрема, темперамент, риси характеру, здібності.

Аналізуючи, можемо стверджувати, що для працівників туристичних підприємств, які мають безпосередній контакт з клієнтами, найбільш прийнятний тип темпераменту - сангвінік. На практиці це означає, що працівники мають бути активні, оптимістично налаштовані, врівноважені, розважливі й відкриті для інших людей (клієнтів).

Одночасно низка дій, які виконуються на різних робочих місцях, вимагає повторюваності. Вони можуть здійснюватися повільніше, а їх виконавці зазвичай не мають безпосереднього контакту з клієнтом. На цих посадах (наприклад, працівники виробничого блоку гастрономії, покоївки у готельних об'єктах) можуть бути задіяні особи, які мають флегматичний тип характеру. Однак це жодним чином не заперечує той факт, що на кожному робочому місці всі обов'язки мають виконуватися сумлінно. Добір працівників з відповідними ознаками і здібностями має принципове значення для ефективного функціонування підприємств, проявом якого буде висока частка клієнтів, задоволених пропонованими послугами.

Давидюк Ю.В., к.е.н., доц.  
Ткачук А.Ю., студ., II курс, гр. ТЗ-4, ФЕМ  
Житомирський державний технологічний університет

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Рекреація являє собою комплекс заходів спрямованих на відновлення психо-фізіологічного здоров'я людини. На сучасному етапі суспільного розвитку роль рекреації зростає в процесі відновлення сил та набуває популярності через те, що виступає необхідним елементом життя сучасної людини.

Основними факторами, що впливають на підвищення ролі рекреації та перетворення її в одну з найважливіших складових відтворення робочої сили є зростанням урбанізації, висока територіальна концентрація промислових підприємств, забруднення навколишнього середовища, науково-технічна революція, інтелектуалізація праці та переважання розумово-психологічних навантажень працюючих людей. В свою чергу, варто зазначити, що відновлення нервово-психічних затрат праці є більш складнішим процесом на відміну від фізичних. Всі ці фактори призводять до підвищення ризику захворюваності та падіння працездатності. Саме тому рекреаційна діяльність набуває популярності як з точки зору невід'ємної умови життєдіяльності людини, так і розвитку спеціалізованої галузі економіки.

До сучасних тенденцій розвитку рекреації можна віднести:

1. Популярність короткочасного відпочинку. Поїздки стали коротшими і частішими. Тепер не потрібно чекати відпустки, адже вихідні та святкові дні дозволяють ефективно відпочивати впродовж року. Посткризове переосмислення мало вплив на «легких на підйом» рекреантів. Вони «багаті грошима, але бідні часом». Виділений на відпочинок час в сучасних умовах буде і надалі скорочуватися. В результаті актуальними стають туристичні продукти, що здатні забезпечити формування яскравих вражень в мінімальний період часу.

2. Підвищення попиту на зелений туризм. На фоні погіршення стану навколишнього середовища та урбаністичних процесів виникла потреба у відпочинку в місцях, пов'язаних з гарними ландшафтами та відповідними природними ресурсами. Внаслідок цього популярністю користуються лісо- та гідропарки для активного відпочинку на природі.

3. Орієнтованість відпочинку на пізнання нового. Для більшості рекреантів важливою стала пізнавальна складова відпочинку, отримання позитивних емоцій та вражень, таких як огляд пам'яток культури, ознайомлення з природними явищами і т.д.

4. Виникнення та розвиток нових форм та видів рекреаційних занять: відпочинок дикуном, трудотерапія (відпочинок на дачі), пригодницький туризм (рафтинг, альпінізм, серфінг), круїзи, екстремальний спорт: купання з акулами-людоджерерами, зорбінг (спускання зі схилу пагорба всередині прозорої кулі), бейсджампінг (стрибки з парашутом у спеціальному костюмі, який дає змогу довго залишатися в повітрі), слеклайнінг (перехід над прірвою по натягнутій мотузці).

5. Збільшення видів рекреаційної діяльності, направлених на оздоровлення людей з метою запобігання виникнення гострих захворювань. До них відносять: прогулянки, купання, сонячні і повітряні ванни, ігри, пасивний відпочинок, аматорські заняття (збір грибів та ягід, рибальство і т.п.).

6. Прагнення людей до раціонального використання вільного часу, що поєднується зі змістовним проведенням дозвілля, ознайомленням з історико-культурною спадщиною, природним середовищем, організацією оздоровлення населення

7. Відпочинок не обтяжений сезонністю. Рекреаційні підприємства створюють можливості для цілорічного задоволення різноманітних рекреаційних потреб людей.

8. Підвищення інтересу до активного відпочинку. В умовах малоактивного проведення трудової діяльності все більше людей надають перевагу активним видам рекреаційних занять.

9. Поява нових та адаптація існуючих рекреаційних територій, що раніше не були задіяні в рекреаційній діяльності: екзотичні місця, унікальні природні та культурно-історичні парки, малонаселені куточки Землі та, навіть Антарктида.

Відпочинок, як і праця, є невід'ємними складовими життєдіяльності людини. Робоча сила та її якість – головні фактори суспільного прогресу.

Сучасна рекреаційна діяльність відіграє провідну роль у відновленні психічно-фізіологічного стану людини та забезпечує зростання ефективності праці. Завдяки рекреації підвищується життєвий тонус, відбувається запобігання та скорочення захворюваності, підтримується працездатність.

У нинішніх умовах, де вільний час являється дефіцитом, важливим є вміння правильно розпоряджатися ним. Цьому сприяють короткочасні відпустки протягом року та виникнення принципово нових видів та форм відпочинку. Крім того, рекреаційна діяльність не лише є засобом фізичного і духовного збагачення, а й приносить прибуток, ставши потужним сектором туристичної індустрії.



Кирилюк Д.Р., студ., гр. ТЗ-5  
Кирилюк М.Р., студ., гр. ТЗ-5  
Науковий керівник – Мілінчук О.В., к.е.н., доц.  
Житомирський державний технологічний університет

## ЕТНІЧНІ РЕГІОНИ УКРАЇНИ ТА ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ЕТНОТУРИЗМУ В ЇХ МЕЖАХ

Туризм є важливим фактором, який впливає на розвиток економіки, задовольняє духовні, моральні потреби людей. Сьогодні люди подорожують з найрізноманітнішими цілями, такими як: заняття спортом, відпочинок, участь у спортивних походах, ознайомлення з місцевими пам'ятками культури, відвідування рідних місць. Так виникають нові види туризму. Метою даного дослідження є вивчення ролі етнічного туризму у розвитку туристичної індустрії України в цілому.

У класичному розумінні етнічний туризм або етнотуризм, ностальгійний туризм, етнографічний туризм – це різновид туристичних подорожей, що здійснюються туристами до місць свого історичного проживання. Завдяки такому нововведенню в туристичних фірмах багато хто навіть знаходив своїх далеких родичів на чужих землях. Іноді люди відвідували місця, де проживали їхні батьки, діди або вони самі в далекій молодості були виселені з цих територій. Учасники етнічного туризму в основному люди похилого віку, що раніше проживали в цій місцевості. Основна частина програм і мета приїзду – індивідуальне (або невеликими сімейними групами) відвідування різних регіонів.

Сучасний етнічний туризм може бути як внутрішнім (наприклад, відвідування сільської місцевості міськими жителями з метою ознайомлення з архаїчними діалектами, фольклором, побутом, культурою і мовами автохтонних народів), так і зовнішнім, який пов'язаний з відвідуванням історичної батьківщини.

В Україні етнічний туризм ще не набув значної популярності. Це пов'язано з тим, що учасниками відповідних турів є люди третього віку, тобто пенсіонери. Оскільки у нашій державі ця категорія туристів подорожує набагато менше, аніж представники інших вікових груп, то етнотуризм не є таким поширеним. Етнічний туризм часто називають ностальгійним, який пов'язаний з відвідуванням місця народження або деякого періоду зі життя учасника подорожі. Такі тури переважно організуються для іноземців, що походять із територій, що зараз перебувають у складі України.

В Україні є етнографічні музеї, які вивчають і експонують етнографічні колекції та знайомлять сучасників із процесами етногенезу, побутом і культурою різних етнічних спільнот та історичних періодів. Більшість етнографічних музеїв країни презентують відвідувачам тематичні експозиції традиційної культури українського народу (ужитково-побутові й мистецькі предмети XVIII - початку XX ст.) та її локальних варіантів, зібраних з усіх етнографічних земель України (Лемківщина, Бойківщина, Гуцульщина, Буковина, низинне Закарпаття, Західне і Східне Поділля, Волинь і Центрально-Східне Полісся, Середня Наддніпрянина, Слобожанщина, Донеччина, Надчорномор'я). Серед них Коломийський музей народного мистецтва Гуцульщини та Покуття ім. Й. Кобринського, Косівський музей народного мистецтва та побуту Гуцульщини на Івано-Франківщині, Музей етнографії та художнього промислу Інституту народознавства НАНУ у Львові, Печенізький краєзнавчий музей та етнографічний музей «Українська слобода» у Харківській області, Музей культури та побуту Уманщини. Останнім часом почали з'являтися унікальні «живі музеї» або «скансени». Це музеї з анімаційною програмою відтворення етнічної культури. Тут вражають не тільки спеціальні споруди, речі старовини, а й працівники-аніматори з професійними вміннями відтворювати середовище минулих епох. Скансени цікаві тим, що вони реконструюють стару техніку і використовують її для діяльності музею, так, наприклад, транспортні засоби минулих епох. Ці музеї відрізняються від звичайних наявністю анімаційного елемента. Особливою ознакою «живих музеїв» є традиційна кухня краю. Страви готуються за участю туристів. Першим таким музеєм в Україні став Національний історико-етнічний заповідник «Переяслав», який був створений у 1951 році на основі краєзнавчого музею.

Передумовою розвитку етнотуризму в Україні є також багата різноманітність діаспор: російської, польської, грецької, білоруської, молдавської, єврейської, угорської, румунської, циганської, гагаузької вірменської. У Криму проживає значна кількість татарського населення. Прибуття родичів та друзів татарських сімей, ознайомлення з місцевою культурою, дегустація національної кухні – все це донедавна сприяло розвитку і збільшувало попит на тематичні екскурсії півостровом.

Для Карпатського регіону характерна етнічна самобутність лемків, гуцулів, бойків. Ці етнічні групи приваблюють як вітчизняних, так і закордонних туристів своєю унікальною культурою, а саме народною архітектурою, звичаями, фольклором, кухнею. Спираючись на багатий етнічний потенціал гуцулів, туристичні фірми, розробляють етнічні маршрути такі, як «Гуцульські коломийки». Це ознайомчі тури, які проводяться з метою відвідування гуцульських місцевостей, ознайомлення з карпатською самобутністю.

Для залучення іноземних та вітчизняних туристів з української етнічної культури проводяться фольклорні свята, фестивалі. Наприклад, міжнародний фестиваль «Поліське літо з фольклором», міжнародний фестиваль «Калинове літо на Дніпрі», міжнародний фестиваль «Етновир».

Отже, розвиток етнічного туризму стає новим цікавим напрямком діяльності, попит на етнічні тури постійно зростає, туристичні фірми розробляють нові краєзнавчі маршрути для того, щоб зацікавити шанувальників саме етнічного туризму.

**Ковальчук О.А., аспір. каф. менеджменту і туризму  
Науковий керівник – Тарасюк Г.М., д.е.н., проф.  
Житомирський державний технологічний університет**

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

Міжнародний туризм відіграє важливу роль в умовах глобалізації та має велике значення для міжнародних відносин та світового господарства. Сьогодні туристична індустрія сприяє розвитку держави та розширенню між країнами та націями світу економічних, політичних, наукових, культурних зв'язків, комунікаційних засобів та транспортної системи.

Туризм приносить вагомий внесок у створення робочих місць, забезпечення зростання ВВП країни, він є джерелом валютних надходжень та покращує імідж країни на міжнародній арені. Тому, туристична індустрія безпосередньо впливає на вирішення економічних проблем, розвитку багатьох галузей господарства.

Питаннями вивчення суб'єктів туристичної діяльності займалися велика кількість вчених, науковців, серед них В. Абрамов, Т.Г. Сокол, М.П. Мальський, І.В. Кравчук, Р. Драпушко, О. Карамзіна та інші. Перспективи розвитку туризму досліджували Т. Ткаченко, В. Гуляев та інші. Роботи даних діячів зображають основу в дослідженнях різноманітних тенденцій та проблем розвитку міжнародного туризму в світі та в Україні. Але, незважаючи на значну кількість праць, постійні зміни глобалізаційних процесів вимагають моніторингу розвитку міжнародного туризму в Україні.

Сьогодні міжнародний туризм є одним із важливих видів економічної діяльності, який впливає на світову економіку в цілому. Скорочення робочого та збільшення тривалості вільного часу, зростання добробуту населення, необхідність відновлення здоров'я, а також потреба в розширенні знань про світ сприяють зростанню туристичних поїздок за кордон.

На міжнародний туризм в 2018 році доводилося 10,4% світового ВВП, 6,5% експорту товарів і послуг, і кожне 10 робоче місце в світі було пов'язано з туристичним бізнесом [1]. Розвиток туризму в ряді країн і регіонів світу приносить основний дохід в їх економіку.

Для України міжнародний туризм є одним із напрямків максимального використання туристичних ресурсів з метою успішного економічного розвитку країни. Сприятливі природно-кліматичні умови, велика кількість недоцінених історико-культурних пам'яток, традицій, що постійно розвиваються та багато іншого роблять територію України привабливою для туристів.

Міжнародний туризм істотно впливає на стан туризму в середині країни, тому для ефективного функціонування даної індустрії, обсяги в'їзного туризму мають переважати втричі обсяги виїзного [2]. До 2013 року, в Україні спостерігався постійний наплив туристів. Ситуація змінилася з початку 2014 років, коли воєнно-політичний та соціально-економічний стан країни погіршився. В той час, в'їзний туризм зменшився майже в 2 рази (без урахування Криму і частини Луганської та Донецької областей). У 2018 році, територію України відвідали 14,2 мільйони осіб з інших країн.

В даний час, обсяги виїзного туризму значно перевищують обсяги в'їзного. При цьому діяльність тур-агентів і туроператорів в обслуговуванні іноземних клієнтів слабшає. У 2000 роках частка організованих іноземних туристів становила 5,9% від загального потоку в'їзних туристів, в 2018 році - 0,3% [3]. Це можна пояснити рядом причин: недостатнє іміджеве просування України на світовому туристичному ринку; стало більше туристів, які самі розробляють маршрути, бронюють готелі, квитки на транспорт, екскурсії та інші розваги; в деяких країнах не радять відвідувати Україну з точки зору безпеки перебування в країні. Тому виникає потреба в посиленні розвитку залучення туристів. На розвиток туристичної сфери в більшості випадків несприятливо впливають чинники управлінського, військово-політичного, соціально економічного, екологічного і культурного характеру [4].

Сфера туризму в Україні важлива для економічного зросту країни, тому залучення інвестицій в туристичну галузь залишається важливим завданням. Перспективи розвитку туристичної сфери в Україні відображені в національній «Стратегії розвитку туризму і курортів на період до 2026 р.», яка була прийнята в 2017 році. В основу покладені 5 базових напрямків її реалізації: інфраструктура, людські ресурси, маркетинг, безпека туристів та нормативно-правова база. Розвиток сфери туризму та курортів має стати одним з основних пріоритетів державної політики.

Відповідно до даної стратегії, маркетингова діяльність повинна бути системною і бути спрямована на позиціонування різноманітних туристичних продуктів, що відповідають очікуванням і вимогам споживачів, забезпечення ефективного використання туристичних і курортно-рекреаційних ресурсів з метою охорони навколишнього середовища, розвитку туристичних територій та брендингу територій.

Розвиток інфраструктури курортів і рекреаційних територій має на увазі її системне підвищення якості. Для цього має бути комплексне вдосконалення матеріально-технічної бази, використовуючи можливості кластерів державно-приватного партнерства, а також соціального замовлення. Необхідна

модифікація інформаційної туристичної інфраструктури шляхом відкриття центрів туристичної інформації, популяризації тур-продуктів під час проведення ярмарків, фестивалів і виставок.

Необхідно направити на формування системи якісної підготовки, підвищення кваліфікації фахівців із туристичного супроводу та обслуговування інших професій даної сфери. Забезпечення безпеки туристам, надання невідкладної допомоги, захист їх прав та інтересів в рамках закону сприятиме підвищенню якості туристичних послуг. Правова сфера повинна бути спрямована на гармонізацію національного і європейського законодавства, дотримання мети і принципів, відображених в стратегічних документах розвитку держави.

Формування зазначених в стратегії базових складових передбачає спільні зусилля органів державної влади і місцевого самоврядування, а також представників туристичного бізнесу та інших галузей економіки, інститутів громадянського суспільства з метою популяризації України на міжнародному ринку туризму і формування привабливого туристичного іміджу України. В результаті виконання намічених завдань кількість іноземних туристів до 2026 р порівнянні з 2015 р збільшиться в 2,5 рази, внутрішніх - в 5 разів, екскурсантів - в 2,5 рази, а витрати туристів під час подорожей по Україні - до 80 млрд. грн [5].

Отже, у багатьох країнах світу туризм є прибутковою сферою і вносить істотний внесок в їх ВВП. Україна сьогодні не займає лідируючих позицій на світовому туристичному ринку, відстає від середньосвітових і європейських економічних показників розвитку туризму. В результаті погіршення соціально-економічної ситуації, військових дій в країні обсяг туристичних потоків зменшився, різко знизилася кількість іноземних гостей. Однак, сьогодні, туризм в Україні визначено як пріоритетний напрямок у розвитку економіки країни, який позитивно впливає на динаміку суміжних галузей. Основний акцент зроблений на розвитку маркетингової діяльності, інфраструктури, людських ресурсів, правової бази та безпеки туристів.

Когут А.В., студ., IV курс, гр. ТЗ-2, ФЕМ  
Ярмолюк Д.І., асист. каф. менеджменту і туризму  
Житомирський державний технологічний університет

### ГОТЕЛЬНА АНІМАЦІЯ: СУТНІСТЬ, ФУНКЦІЇ ТА ВИДИ

Сьогодні анімація активно розвивається в різних сферах, в тому числі і в готельному бізнесі, де передумовами її появи стали: бажання людей виїхати з міста, урізноманітнити життєві враження, усунути фізичну і психічну втому, пізнати нове, провести вільний час серед своїх рідних в обстановці відпочинку та розваг. При цьому, туристи, які збираються в подорож, все частіше цікавляться не тільки умовами проживання та харчування в готелі, а й наявністю і рівнем анімації. У зв'язку з цим у багатьох готельних підприємствах стали з'являтися цілі анімаційні команди, головним завданням яких є організація дозвілля гостей. Це дозволило розширити асортимент готельних послуг, залучити більшу кількість туристів, і, як наслідок, отримати додатковий прибуток.

Термін «анімація» має латинське походження (anima – вітер, повітря, душа; animatus – одухотворення) і означає наснагу, одухотворення, стимулювання життєвих сил, залучення в активність. Різні сторони анімаційної діяльності висвітлені в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних науковців.

Анімація – це діяльність, головною метою якої є цілеспрямоване створення гарного настрою людей під час відпочинку, а також організація їх особистої участі у різноманітних розважальних заходах. Це явище у туризмі породжено конкуренцією між однаковими за рівнем комфорту і сервісу курортами. На сьогодні, анімаційна діяльність широко практикується засобами розміщення туристів, закладами харчування, круїзними компаніями тощо.

Анімація має такі характерні риси:

- відрізняється свободою вибору, добровільністю, активністю, ініціативою як однієї людини, так і різних соціальних груп;
- здійснюється у вільний час;
- обумовлена національними, релігійними, регіональними особливостями і традиціями;
- характеризується різноманітністю видів на підставі різних інтересів дорослих, молоді та дітей;
- виконує гуманістичну, культурологічну, оздоровчу і виховну роль.

Готельна анімація – це готельна послуга, яка заснована на особистих контактах аніматора з гостями готелю, на спільну участь їх в розвагах, пропонувані анімаційною програмою готельного підприємства. Вона має на меті реалізацію нової філософії готельного обслуговування – підвищення якості послуг і рівня задоволеності гостя відпочинком тощо. Готельна анімація є одним з ефективних засобів залучення гостей в готель.

Значення готельної анімації полягає у підвищенні якості, різноманітності та привабливості готельного продукту, збільшенні кількості постійних клієнтів, збільшенні попиту на готельний продукт, підвищенні навантаження на матеріальну базу підприємства, отже і підвищенні ефективності її використання і нарешті, в підвищенні прибутковості і рентабельності готельної діяльності. Кінцевою метою готельної анімації є задоволеність клієнта відпочинком, його гарний настрій, позитивні враження, відновлення моральних і фізичних сил. У цьому полягають найважливіші рекреаційні функції готельної анімації. Крім цього, основними функціями анімації в готельних підприємствах є:

- адаптаційна функція, що дозволяє перейти від повсякденної обстановки до вільної, дозвільної;
- компенсаційна функція, яка звільняє людину від фізичної і психічної втоми у повсякденному житті;
- стабілізуюча функція, що створює позитивні емоції та стимулює психічну стабільність;
- оздоровча функція, спрямована на відновлення і розвиток фізичних сил людини, ослаблених в повсякденному трудовому житті;
- рекламна функція, що дає можливість через анімаційні програми зробити відпочиваючого носієм реклами про країну, регіони, готелі, турфірми тощо.

Для того щоб задовольнити потреби гостей різних національностей, статі, віку, статків і можливостей (фізичних, інтелектуальних тощо), програми анімації повинні мінятися протягом усього сезону по змісту, інтенсивності, часу проведення й по інших параметрах. Для створення умов комфортного, різноманітного, цікавого відпочинку, забезпечення високоякісного обслуговування дозвілля в готелях аніматорами розробляються програми міжнародних акцій, наукових конференцій, симпозіумів, пропонуються спортивні заходи (кінні прогулянки, парусний спорт, гірський туризм, екскурсії), азартні ігри, відвідування історичних пам'яток. Різноманітність форм проведення дозвілля є запорукою успішного функціонування всього готельного комплексу.

Анімаційні програми значною мірою залежать від розміру готелю, його місця розташування, функціональної орієнтації, наявних можливостей (у тому числі по спектрі надаваних додаткових послуг), а також від професіоналізму й ступеня універсальності тураніматорів, від їхнього таланту.

Якість й обсяг виконуваних анімаційних програм у туркомплексах, готелях визначаються ступенем компетентності, обізнаності, наявністю необхідного персоналу та його професіоналізмом, й у цілому – ефективністю анімаційного менеджменту. У малому готелі анімаційними програмами може займатися одна людина – менеджер анімації, середнього розміру – відділ (служба) анімації, а у великих готельних комплексах – спеціалізовані анімаційні центри (центри дозвілля).

У даний час анімаційна діяльність в готелях стає все більш популярною і затребуваною, що зумовило появу її різних форм, видів і типів. Типи готельної анімації:

- анімаційні заходи (свята, кінофестивалі, конкурсні програми, шоу-маскаради, карнавальні ходи);
- анімаційні театральні дії (лицарські турніри, гумористичні шоу-клоунади, гладіаторські бої, костюмовані бали);
- спортивна анімація (колективні та індивідуальні спортивні ігри, змагання, аеробіка, шейпінг, йога, танцювальні вечори тощо).

Узагальнено анімаційні послуги полягають у створенні різноманітних анімаційних програм, найпоширенішими з яких є такі:

- спортивно-оздоровчі програми – розраховані на туристів, любителів спорту й активного відпочинку, яких цікавить можливість відновлення сил і здоров'я через активне фізичне навантаження в умовах первозданної природи і чистого повітря;
- спортивно-розважальні програми – орієнтовані на людей будь-якого віку та створюються для залучення туристів до активного руху через привабливі, захоплюючі, веселі конкурси та змагання;
- спортивно-пізнавальні програми – будуються на залученні туристів до духовно-моральних цінностей у процесі активного відпочинку (походи, пішохідні екскурсії);
- культурно-пізнавальні програми – орієнтовані на залучення туристів до культурно-історичних цінностей нації, країни, місцевого населення і включають у себе відвідування музеїв, театрів, національних фольклорних заходів, концертів народної творчості, вечорів поезії, зустрічей з видатними діячами культури;
- пригодницько-ігрові програми – організуються для участі туристів у чомусь незвичайному (відвідування печер, «піратська вилазка», вечір народних переказів і легенд, нічний похід, нічний спуск на гірськолижному курорті, тематичний пікнік);
- аматорські (творчо-трудова) програми – орієнтовані на залученні туристів до творчості, співтворчості, змагання у виготовленні виробів, що викликає у них інтерес до національних особливостей місцевого населення.

Участь у подібній програмі дає туристові змогу ознайомитися з національними музикальними інструментами, танцями, кухнею тощо. Форми проведення цих програм можуть бути різноманітними, наприклад: аукціон виробів з природних матеріалів, конкурс аматорської фотографії, фестиваль авторських віршів і пісень, концерт вокальних та інструментальних виконавців, виставка дитячого малюнку, пісочної скульптури тощо; видовишно-розважальні програми – включають у себе святкові заходи, конкурси, фестивалі, карнавали, тематичні дні, ярмарки, дискотеки, танцювальні вечори, концерти художньої самодіяльності тощо.

В умовах сьогодення назріла необхідність в нових формах і методах організації дозвілля і в українських засобах розміщення.

Для того щоб гідно конкурувати з зарубіжними готельними підприємствами, потрібно брати до уваги закордонний досвід, в якому пріоритетами є:

- зацікавленість і підтримка держави;
- створення повноцінної матеріальної та інформаційної бази;
- кваліфіковані фахівці.

Таким чином, значення готельної анімації полягає в підвищенні якості, різноманітності та привабливості готельних послуг; збільшенні кількості постійних клієнтів і попиту на готельний продукт; підвищенні навантаження на матеріальну базу підприємства, а отже, і в підвищенні ефективності її використання, прибутковості та рентабельності готельної діяльності. Підтримка держави повинна виражатися в розробленні національної та регіональних програм розвитку готельного бізнесу, виділенні коштів на модернізацію загальної та туристичної інфраструктури, поліпшенні інвестиційного клімату, удосконаленні податкового законодавства, сприянні підвищенню кваліфікації кадрів тощо. Це найголовніші фактори, без яких неможливий розвиток сфери гостинності.

**Колотиріна О.О., магістрант, V курс, гр. ТЗ-2М, ФЕМ  
Науковий керівник – Давидюк Ю.В., к.е.н., доц.  
Житомирський державний технологічний університет**

## **ОБ'ЄКТИ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В ЖИТОМИРСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Житомирщина відноситься до потенційно привабливих для розвитку туризму територій. За рівнем наявності рекреаційних ресурсів область посідає одне з провідних місць у державі. Найцінніші ділянки оголошені об'єктами природно-заповідного фонду. На сьогодні їх налічується 222 об'єкти, загальною площею 136,75 тис.га, відсоток заповідності становить 4,5%. Станом на 01.01.2018 р. на території області розташовано два природні заповідники: Поліський природний заповідник та природний заповідник «Древлянський». Поліський природний заповідник площею 20104 га створено у 1968 р. на території Овруцького і Олевського районів. Найбільш типовий ландшафт представлений великими болотними масивами, сосновими лісами, унікальними водно-болотними угрупованнями. Указом Президента України від 11.12.2009 р. №1038/2009 на території Народицького району створено природний заповідник «Древлянський», площею –30872,84 га.

Верхівнянський парк – парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення в Україні. Розташований у селі Верхівня Ружинського району Житомирської області. Площа 33,75 га. Тут насажені дуби, ясени, липи, тополі, яким по півтора сотні, а то й більше років.

Городницький парк – розташований у селищі міського типу Городниця Новоград-Волинського району Житомирської області. Загальна площа Городницького парку – 21 гектар. На правобережній стороні парку зростають листяні породи дерев, вік яких становить 90-130 років. Ялини, модрина європейські, насаження сосни звичайної та деякі листяні породи переважають на лівобережній частині парку. На території парку зростає 20 чагарникових порід та 42 деревні породи.

Івницький парк – розташовується в селі Івниця Андрушівського району Житомирської області у 82 кварталі Івницького лісництва. Знаходиться у підпорядкуванні ДП «Коростишівське лісове господарство». Загальна площа природоохоронної території становить 14 гектарів. Природоохоронна територія містить ставки. Струмки поєднують ці водні об'єкти з р. Ів'янкою.

Новочорторійський парк – парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення (більше ніж 32 га). Розташовується на території Житомирської області у селі Нова Чорторія Любарського району. До території Новочорторійського парку прилягають ліси, болота та луки. Доріжки та майданчики займають 5,0%. Будівлі розташовані на 1,1% від загальної площі і на 0,4% території містяться водойми. Територія парку на заході на південному сході оточена полями, луками, болотами та лісовими масивами. На парковій території розташований ставок, утворений на березі річки Случ. Парк розташовується на пологому схилі, який прилягає до річки Случ.

Трощанський парк – розташований у селі Троща Чуднівського району Житомирської області. Розташований у кварталі 25 Чуднівського лісництва, на території Трощанської сільської ради, на висоті 269 м. над рівнем моря.

Ботанічний сад Житомирського національного агроекологічного університету – природоохоронна територія загальнодержавного значення (35,4 га), що розташована у м. Житомир на берегах р. Путятинки – притоки Тетерева, і є структурним підрозділом Житомирського національного агроекологічного університету. Об'єкт засновано у навчальних цілях та як науково-дослідну базу. На території ботанічного саду живуть два чорних лебеді та зростає більше п'ятисот видів, форм та сортів деревних рослин і більше ніж тисяча видів трав'янистих рослин. Представлено ягідні, овочеві, технічні лікарські, декоративні, та інші види дерев. Зростають, тюльпани, магнолії та фруктові дерева. Задля збереження рідкісних видів рослин, об'єкт закритий для вільного відвідування.

Кам'яне село розташоване на Житомирщині в Олевському районі, східніше села Рудня-Замисловецька.. Величезні валуни та скелі, що виглядають з-під землі, розташовуються в лісі, біля села Рудня-Замисловецька. Об'єкт названий завдяки своєму вигляду – деякі камені нагадують будинки, школу чи якусь муніципальну будівлю та навіть церкву. Це породило різні легенди про ніби скам'яніле село. Сюди приїждять туристи, які вірять в особливу енергетику цього місця, заради нових вражень, класних фотографій та прогулянок незвичайною місцевістю. Поблизу урочища протікає р. Перга.

Село Старий Солотвин розташовується неподалік від шосе, що з'єднує Житомир та Бердичів. Особливо цікава річка Тетерів поблизу сіл Дениші та Тригир'я. Тут вона протікає скелястим каньоном, а на віддалі скелясті виступи сягають висоти 25 м. Тому сюди часто проїждять альпіністи. А подалі від села, на іншому березі р. Тетерев стоять залишки палацу Терещенків. Тому прогуляйтесь тут є де, можна й оздоровитись, й природою помилуватись, й зробити кілька вдалих кадрів.

Отже, описані вище об'єкти є цікавими туристичними атракціями. Їх наявність і розміщення на території Житомирської області створює передумови для активізації розвитку екологічного туризму.

Кучинаш В.В., магістрант, V курс, гр. ТЗ-2М, ФЕМ  
Науковий керівник – Романів О.Я., к.г.н., доц.  
Житомирський державний технологічний університет

## ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні економічної рівноваги та історико-культурної спадщини.

Перспективним є і одним із найбільш динамічно розвинених сегментів як туристичного, так і ресторанного видів у сучасних умовах можна назвати «гастрономічний туризм». Цей новий вид туризму має більші перспективи розвитку, а організація «гастрономічних турів» сприяє відродженню національних кулінарних традицій.

З організаційної точки зору гастрономічний туризм передбачає знайомство з особливостями технологій приготування місцевих харчових продуктів, історією і традиціями їх споживання, а також можливу участь туриста в приготуванні національних страв, відвідання кулінарних фестивалів та конкурсів.

За даними Всесвітньої туристської організації, 79% мандрівників вибудовують маршрут, попередньо вивчивши календар гастрономічних подій і особливість місцевої кухні. Кожен третій турист у світі розглядає національну кухню як важливу складову частину мотивації до подорожі, причому на харчування припадає близько 30% загальних витрат у подорожі.

В даний час чимало людей вибирають місце для відпочинку виходячи не тільки з наявності пляжів або кількості історичних пам'яток, а виходячи з гастрономічної привабливості тієї або іншої країни. У список країн які найбільш відповідають запитам мандрівників-гурманів, Британська Асоціація туроператорів включила Італію, Францію, Іспанію, Таїланд, Індію та Китай.

На сьогодні можна зазначити, що гастрономічний туризм має декілька напрямків:

- Тур по сільській місцевості – це перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації місцевої кухні і продуктів, вироблених в цьому регіоні;
- Ресторанний тур – поїздка, що включає відвідування найбільш відомих і популярних ресторанів, що відрізняються високою якістю, ексклюзивністю кухні, а також національною спрямованістю.
- Освітній тур – це тур, метою якого є навчання в спеціальних освітніх установах з кулінарної спеціалізацією, а також курсів і майстер-класів;
- Подієвий тур – орієнтований на відвідування місцевості в певний час з метою участі у громадських та культурних заходах з гастрономічною тематикою.

Неабияку роль у розвитку гастрономічного туризму та його різновидів відіграють гастрономічні свята і винні фестивалі. Традиційно на Україні проходять фестивалі українських вареників, дерунів, меду, кавунів, сала, шоколаду, головним програмним завданням якого є рекламування цієї продукції як особливої страви української національної кухні. Програми таких турів включають демонстрацію процесу створення страв, ознайомлення з секретами майстрів кухарської справи.

Відтак, надалі, дослідження гастрономічного туризму, його функціонально-організаційної структури та регіональних особливостей розвитку є дійовим інструментом для розробки низки його тематичних напрямів.

Для забезпечення ефективного розвитку винного та гастрономічного туризму необхідно розпочати підготовку фахівців на основі бакалаврських та магістерських програм у спеціалізованих вищих навчальних закладах. Підготовка таких фахівців має включати як культурологічні, гастрономічні, технологічні аспекти, так і практичні навички вибору та дегустації кулінарної, вино-горілчаної та гастрономічної продукції, організації гурман-турів.

Вивчення кращого міжнародного досвіду розвитку гастрономічного туризму є основою для співпраці з кращими виробниками Італії, Франції, Швейцарії в галузі виноробної, харчової промисловості, впровадження сучасних екологічно чистих технологій вирощування сільськогосподарської сировини та виготовлення харчової продукції.

Отже, можна з впевненістю сказати, що гастрономічний туризм є одним з перспективних напрямків етнокультурного відродження народів світу, що визначає його сутність і суспільно-значиму роль у світовому розвитку туризму і суспільства в цілому. Адже нині гастрономія стала невід'ємним елементом ознайомлення з культурою та стилем життя відвідуваної території.

Мирончук О.А., студ., IV курс, гр. ТЗ-2, ФЕМ  
Ярмолюк Д.І., асист. каф. менеджменту і туризму  
Житомирський державний технологічний університет

## ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Сучасний туризм стає глобальним чинником розвитку цивілізації, однією зі складових економіки, соціальної сфери, духовної культури. Процеси, що відбуваються в туристичній індустрії світу, позначалися і на розвитку туризму в Україні. З часом культурно-пізнавальна складова стає неодмінним імперативом будь-якої подорожі, а захоплення минулим, “зачарування історією” – характерною ознакою сучасного життя. Культурний туризм розглядається як симбіоз економіки та сфери культури, варто підкреслити, що він передбачає не тільки знайомство з культурною спадщиною туристичної дестинації, а й включення туриста в сучасне культурне середовище – активну участь у культурних подіях і практиках, характерних для певної території.

Культурний туризм охоплює собою відвідини історичних, культурних або географічних визначних пам'яток. Культурний туризм є найпопулярнішим і наймасовішим видом туризму. Основна мета таких подорожей – ознайомлення з туристськими визначними пам'ятками (пам'ятниками історії, архітектури, мистецтва; природними та етнічними особливостями; сучасним життям народу тощо). Напрями культурного туризму: знайомство з різними історичними, архітектурними або культурними епохами шляхом відвідування архітектурних пам'ятників, музеїв, історичних маршрутів; відвідування культурних заходів: відвідування фестивалів (музичних, театральних, кіно), релігійних свят, бою биків, виставок тощо; відвідування лекцій, семінарів, курсів; участь у фольклорних фестивалях.

Культурний туризм – багатогранний феномен: могутній фактор економіки, соціальний інститут і сфера культури. Культурний туризм дає змогу розширити кругозір і поглибити світосприймання особистості, що сприяє естетичному розвитку і духовному збагаченню людини. Саме культурний туризм дає змогу звернутися до вивчення культурної спадщини людства. Без заручення державної підтримки складно втримувати позиції на ринку, тому сьогодні дуже важливим є підтримка культурного туризму з боку держави як одного із найперспективніших напрямків. Наша країна володіє значним культурно-історичним потенціалом, який однак не в повній мірі використовується. Тому сучасний стан культурного туризму в Україні потребує активізації дій суб'єктів туристичної діяльності та держави щодо вирішення його основних проблем з метою раціонального використання ресурсів та подальшого розвитку цього напрямку.

Українська культура має значний об'єднаний потенціал, в ній взаємодіють і розвиваються культури багатьох етнічних груп. Використання комунікативного потенціалу української культури, зокрема внутрішнього туризму, може стати дієвим інструментом формування національної ідентичності.

Культурний туризм не тільки репрезентує національну культуру світовій спільноті, а й конструює національну ідентичність всередині країни. Для України, державна політика якої у гуманітарній сфері сконцентрована на консолідації та розвитку української нації, формуванні її історичної свідомості, традицій та культури, зазначений вимір культурного туризму має важливе суспільно-політичне значення. Особливо це стосується патріотичного виховання молоді. Ознайомлення з історико-культурними досягненнями країни, актуалізованими засобами культурного туризму, дає змогу наочно (поза текстами підручників) зрозуміти місце і роль історії власного народу в сучасному світі. Культурна спадщина, представлена в туристичному просторі країни широкому загалу. Не випадково у багатьох країнах світу виховання громадянської ідентичності ґрунтується на освіті спадщиною (heritage education), що стає можливим через ознайомлення з музейними експозиціями, місцями пам'яті, національними екскурсійними маршрутами. На думку Д. Лоуенталя, спадщина взагалі не є історією, а прославлянням минулого, сповіданням (практикою) віри.

Отже, за умов зростання глобалізації позитивний образ культури, транспортований світовими каналами комунікацій, відіграє вирішальну роль не тільки у розвитку туризму, а й у забезпеченні конкурентоспроможності всієї країни.

Культурний туризм є одним з основних засобів пізнання власної країни, формування гордості за її культурні надбання. Проте, держава не приділяє йому належної уваги як одному із важливих чинників подолання внутрішніх конфліктів та формування загальноукраїнської ідентичності. Національна культурна спадщина пропагується не системно і не ефективно, як в Україні так і за кордоном, що ускладнює її використання для розвитку культурного туризму. Актуалізація і використання національної культурної спадщини зумовлюють необхідність застосування досвіду підтримки культурного туризму в європейських країнах, розвитку міжнародного співробітництва в пам'ятко-охоронній справі.



**Рибачок О.М., магістрант, V курс, гр. ТЗ-2М, ФЕМ  
Науковий керівник – Давидюк Ю.В., к.е.н., доц.  
Житомирський державний технологічний університет**

## **ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

Одним з перспективних видів туризму, що постійно набирає темпів розвитку є екологічний. Чисельність його прихильників в останні роки безперервно зростає в усьому світі, а екологічна діяльність набула динамічного розвитку. Подальший розвиток цього виду туризму пов'язують з досить привабливими перспективами перебудови економіки, що стимулює зростання інших галузей: транспорту, зв'язку, торгівлі, будівництва, сільського господарства, виробництва товарів широкого споживання, тощо.

На сьогодні найбільшій популярності екотуризм набуває серед молоді та частини населення, що ведуть активний спосіб життя, в тому числі серед студентів, які бажають відвідати цікаві місця за умови заощадження коштів. В останні часи прихильниками екотуризму також стають люди похилого віку, які його розглядають з точки зору отримання рекреаційних послуг.

Сутність екологічного туризму полягає в організації відпочинку в екологічно чистих місцях, зокрема недоторканих людиною. Започатковано такий вид туризму з метою ознайомлення та збереження навколишнього середовища, природних багатств. Популяризація екотуризму має за мету привернути увагу людства до проблем пов'язаних з охороною природи. Але відносно молодий вид діяльності, в процесі стрімкого розвитку набув нових забарвлень та швидко перетворився у самостійний вид бізнесу.

Але розвиток екологічного туризму в Україні пов'язаний з рядом проблем, які супроводжують його вже зараз, коли, по суті, цей вид активного відпочинку знаходиться в зародковому стані. Власне кажучи, від успішного вирішення цих проблем, які носять екологічний, соціальний та економічний характер, залежить, чи виправдають вищевказаний вид туризму статус екологічного та розвиватиметься належним чином в контексті загального сталого розвитку (на шлях якого Україна прагне стати), чи, навпаки, залишаться одним з видів туристичних послуг, які, хоч і не так помітно, як промисловість, але робитимуть свій "внесок" в деградацію навколишнього середовища.

Особливим напрямком екологічного туризму є створення екологічних готелів. Основні відмінності еко-готелів від інших їх видів «полягають у тому, що екологічні готелі в більшості своїй знаходяться в екологічно чистих зонах, функціонують за принципом гармонійного сусідства з природою, не забруднюючи навколишнє середовище продуктами життєдіяльності туристів». Такі готелі є в Україні, знаходяться в більшості в західному та центральному регіонах.

Зростання популярності екологічних готелів пов'язують з тим, що населення відчуває негативний вплив на навколишнє середовище і прагне цього уникнути, або хоча б мінімізувати. З кожним роком важливість і значимість екологічного туризму в житті кожної людини зростає, що, безумовно, радує, і породжує надії на перспективи його розвитку.

Основними проблемами співіснування туризму з навколишнім середовищем є:

- визначення пріоритетних територій розвитку;
- розрахунок антропогенного навантаження на природні території;
- планування туристичної діяльності на природних територіях;
- облаштування туристичних стежин, кемпінгів тощо;
- регулювання туристичної діяльності в межах природно-заповідного фонду;
- екологічна освіта та виховання подорожуючих;
- переробка і видалення з природних територій відходів, пов'язаних з діяльністю туристичного сектору.

З цією метою в сфері економіки природокористування необхідно провести ряд організаційних заходів, а саме:

- розробити нормативно-технічні і правові документи, які б регламентували природоохоронні затрати, необхідні для відвернення негативного впливу на екологічний стан в зонах рекреаційного природокористування ;
- встановити більш жорсткі нормативи викидів шкідливих речовин транспортними засобами, промисловими та комунальними об'єктами, які знаходяться на рекреаційних територіях та поблизу них та ввести систему заходів економічного контролю за їх впливом на навколишнє середовище;
- виконати економічне обґрунтування усіх затрат на природоохоронні заходи, визначити джерела фінансування;
- розпочати практику будівництва та введення в дію заводів з комплексної екологічної переробки сміття (наскільки відомо, на Україні поки що немає жодного).

Поряд із перевагами в соціальній сфері, якими характеризується розвиток екологічних видів туризму (створення нових робочих місць і збільшення доходів населення, забезпечення місцевому населенню доступу до якісних товарів та послуг, що створюються в рамках розвитку туризму, відродження культурних традицій та народних ремесел, оздоровлення суспільства, його психічне відновлення, підвищення освітнього і культурного рівня суспільства, духовного збагачення народу тощо), слід вказати наступні недоліки: завжди існує небезпека культурного конфлікту між туристами та місцевим населенням, відвідування певних територій туристами з різних регіонів сприяє розповсюдженню хвороб та негативних соціальних явищ, залучення великої кількості туристів до культурних, архітектурних, історичних пам'яток може завдати їм непоправної шкоди.

Таким чином, якщо організатори, місцеві громади, самі туристи бажають зберегти за туризмом статус сталого, потрібно розробити ряд заходів з уникнення подібних проблем:

- пропагувати серед туристів і місцевого населення ідею рівності всіх культур та права на існування кожної з них;
- турфірмам пропонувати подорожуючим ознайомитись з інформацією про культуру, традиції, рекомендовані способи поведінки на місці відпочинку (ці заходи актуальні не лише для туристів, що їдуть в азійські чи африканські країни, але й для подорожуючих в різні регіони України);
- серед населення пропагувати ідею відродження місцевих ремесел, традицій, викликати гордість за культуру рідного краю;
- залучати місцевих жителів до туристичного бізнесу, сприяючи створенню малих підприємств;
- зареєструвати пам'ятки, що мають історичну, культурну, пізнавальну цінність, та взяти їх під державну охорону (це практикується в Україні, але не в достатній мірі);
- кошти від туризму повинні надходити до місцевих бюджетів;
- надавати місцевому населенню право самим вирішувати, що пропонувати туристам та як представляти свою культуру.

Розвиток екологічних видів туризму в Україні ускладнюється також проблемами економічного характеру, які, в основному, зводяться до двох головних: відсутності коштів та пошуку джерел їх надходження.

Отже, окреслені проблеми розвитку екологічного туризму в Україні, дають підстави стверджувати, що вкрай актуальними шляхами вирішення цих проблем є залучення до цієї сфери малого і середнього бізнесу, а також вітчизняних та зарубіжних інвесторів. В зв'язку з цим необхідно провести ряд заохочувальних заходів, як-то: введення ряду пільгових податків, зміну форм власності підприємств, задіяних в туристичному секторі, а також пільгове інформаційне забезпечення.

Савельєва Д.В., магістрант, V курс, гр. ТЗ-2М, ФЕМ  
Науковий керівник – Ю.В. Давидюк, к.е.н., доц.  
Житомирський державний технологічний університет

## СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Екологічний туризм є відносно новим явищем у туристичній діяльності. В розвинутих країнах цьому виду туризму приділяється велика увага, оскільки в ньому закладений потужний рекреаційний та екопросвітницький потенціал.

Екотуризм передбачає відпочинок в екологічно чистих регіонах. В Україні таких регіонів достатньо, що робить країну привабливою для таких туристів. Україна багата на різноманітні природні туристичні ресурси, що є важливою передумовою розвитку екологічного туризму. Це – кліматичні, біологічні, гідрологічні, ландшафтні ресурси, джерела мінеральних вод, лікувальні грязі та ін. Найсприятливіший для рекреації клімат характерний для Причорноморської частини України. Завдяки взаємодії сухих степових і теплих вологих морських повітряних мас тут створюється специфічний, корисний для здоров'я мікроклімат. Завдяки цим чинникам вся приморська територія України має великі можливості щодо розвитку екотуризму та й туризму загалом.

Іншим природним туристичним ресурсом нашої країни є її ліси. Загальна площа лісового фонду України становить 10 млн. га (15% усієї території країни). Найбільша лісистість спостерігається на Поліссі і в Карпатах. Основними лісоутворювальними породами є сосна, смерека, дуб, граб, бук. Найціннішими для туристичного використання і оздоровлення є соснові та смерекові ліси. Перебування в них позитивно впливає на дихальну, кровеносну й імунну системи, має заспокійливу дію, підвищує тонус. Великі запаси лікувальних грязей зосереджені на півдні України. На їх базі діють курорти – Куяльницький, Ходжибейський, Кароліно-Бугаз, Євпаторія, Бердянськ. Тут лікують захворювання периферійної нервової системи, деякі шлунково-кишкові та наслідки травм головного і спинного мозку, відновлюють рухливість органів опорно-рухового апарату. Грязеві курорти є також у Немирові, Моршині та Миргороді.

Мінеральні води є по всій території України, та найбільше їх на Закарпатті, в Дніпропетровській, Полтавській, Рівненській областях. У нашій країні є різноманітні види мінеральних лікувальних вод: вуглекислі води – в районі Карпат і Полісся, сірководневі й бромисті – у Передкарпатті і Криму, хлоридно-натрієві – на Закарпатті та на півдні України, родонові – у Житомирській і Вінницькій областях.

По всій території України розташовані різноманітні природоохоронні об'єкти. Це – заповідники, заказники, національні і ландшафтні парки, пам'ятки природи тощо. Є багато природних територій і об'єктів, придатних для відпочинку. Це – річки, озера, окремі скелі, каньйони і просто території з чудовими краєвидами. Великий туристичний потенціал мають Карпати і Кримські гори. Крім прекрасних краєвидів і чистого повітря, які є в Карпатах, тут є можливості для розвитку різноманітних видів гірськолижних видів спорту.

Якщо природа України надає унікальні можливості для розвитку екотуризму, то соціально-економічний потенціал нашої країни для розвитку цього виду туризму дуже незначний. Проблеми щодо перспектив розвитку екотуризму в Україні головним чином у внутрішньому туризмі, тоді як виїзний туризм продовжує розвиватися. Порушення балансу між цими видами туризму призводить до того, що з України вивозиться валюта, що могла б інвестуватися в зміцнення матеріально-технічної складової туристичної індустрії.

Окрім того, варто зазначити, що такий чинник, як низький рівень екологічної свідомості туристів, є причиною багатьох варварських вчинків і свідчить про неготовність населення займатися екологічними видами туризму. Відсутність кваліфікованих кадрів призводить до того, що мало хто з туроператорів хоче займатися цією діяльністю, а якщо хтось і береться, то його дії не зовсім відповідають принципам екологічного туризму.

Ще одним чинником, який не сприяє розвитку екотуризму в Україні, є недосконала законодавча база, яка відштовхує як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів. Державні стандарти з туристично-екскурсійного обслуговування та послуг населенню практично не торкаються питань екології і зменшення негативного впливу туристичних підприємств на довкілля. Також проблемою розвитку екологічного туризму на території України є незначність інвестицій в інфраструктуру екологічного туризму, що позначається на стані готельного та транспортного обслуговування туристів.

Отже, можна зробити висновки, що для стабільного розвитку екотуризму в Україні необхідно: забезпечувати національні природні парки рекреаційно-туристичною інфраструктурою відповідно до міжнародних стандартів, визначити допустимі норми рекреаційного навантаження на природно-заповідні території, а також формувати у туристів інтелектуально-гуманістичне світобачення та патріотичне ставлення до природної та культурної спадщини країни.

Солопій О.В., студ., IV курс, гр. МО-59, ФЕМ  
Ярмолюк Д.І., асист. каф. менеджменту і туризму  
Житомирський державний технологічний університет

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА ЖИТОМИРЩИНІ

Культурно-пізнавальний туризм є основою наукових і науково-популярних досліджень культури, а також способом залучення різних верств населення до її вивчення. У сучасній зарубіжній науковій літературі культурно-пізнавальний туризм має декілька інтерпретацій, таких як найкращий спосіб вивчення природи культурного відтворення та спосіб залучення туристів до мистецтва, історії, художньої спадщини, фольклору. Отже культурно-пізнавальний туризм – це подорожі, що проводяться з метою ознайомлення з історико-культурними пам'ятками, огляду культурних ансамблів, етносу, інженерних споруд, вивчення археологічних пам'яток, відвідування музеїв, театрів, видовищних та спортивних заходів. В основі даного виду туризму є потреба в розширенні особистих знань, котрі слугуватимуть фундаментом для його подальшого розвитку, такі як: історія, культура, природа, мистецтво, традиції та обряди народу. Такі, на перший погляд, прості і всім зрозумілі речі є потенційним ресурсом розвитку регіонального туризму, для більшості українських регіонів орієнтація на культурний туризм стає однією з реальних можливостей економічного, соціального й культурного піднесення.

На сьогоднішній день не розроблено методологічних аспектів аналізу функціонування пам'яток історії та культури екскурсійного туристичного об'єкта. Внаслідок цього складові історико-культурної спадщини залучаються до туристичної галузі безсистемно, а їх пізнавальна функція зводиться до мінімуму. В Україні існують пам'ятки культурної спадщини не лише вітчизняного значення а й світового рівня, що в свою чергу передають розгортання народного духу, а не просто історичних подій на їхньому тлі. Зокрема Житомирщина не є виключенням. У селі Верхівня, Ружинського району зберігся маєток побудований у стилі пізнього класицизму, де зараз розміщено музей великого письменника Оноре де Бальзака котрий одружився з власницею цього маєтку Евеліною Ганською, і створено пейзажний парк. Загалом Житомирщина як туристичний регіон невідомий, адже не володіє жодними фортецями, замками чи належно збереженими палацами, проте існує кілька досить цікавих місць, що користуються популярністю. До маловідомих історичних маєтків можна віднести наступні:

– Костел святої Кларі, що розташований неподалік від Бердичева, в селі Городківка. Його збудували десь в 1910-х роках, однак зовні будівля більш нагадує якийсь середньовічне укріплення. Таких непересічних пам'яток, збудованих в неоготичному стилі, не так багато в Україні. Окраса костелу – це вежа-дзвіниця, а також невеличкі декоративні вежки, що прикрашають дах;

– Острів Кохання, з будиночком та березами розташований посеред ставка в селі Старий Солотвин. Завдяки романтичному та просто неймовірному виглядові туристи приїздять сюди, щоб сфотографуватись та оглянути дивовижу. При цьому, острів не має жодного стосунку до кохання – будиночок тут дерев'яний, рибальський, а до нього прокладений місточок;

– Костел святого Станіслава, який був зведений на початку ХХ століття в селі Лебедівка. Це дерев'яний католицький храм, подібних якому немає в Україні. При цьому, він повністю дерев'яний, з цікаво декорованими вікнами та двома вежами переднього фасаду, які задають форму будівлі.

Як бачимо, де подорожувати є, та нажал, відсутня програма розвитку екскурсів, будівлі занепадають, не проводяться реконструкції, лише місцеві жителі знають їх історичну вагу. Та за останні декілька років ситуація покращується: Житомирщина вперше попала до топ-5 лідерів серед регіонів України за кількістю внутрішніх туристів, які відвідали область у 2018 році. Також, за цей рік, Житомирщина вперше посіла четверте місце серед областей України за відвідуванням внутрішніх туристів. Такий високий показник маємо навіть попри те, що зменшилась кількість номерного фонду у готелях на 12%. Незважаючи на це, збільшилась кількість туристів із 72 тисяч до 85,5 тисяч, а це ті люди, які залишились на ночівлю у готелях. Також на 16,2% зріс туристичний збір, який за рік на Житомирщині склав понад півмільйона гривень. Найбільше туристів на Житомирщині з Білорусі, Польщі, Ізраїлю та Італії. Найпопулярнішими туристичними місцями в області в 2018 році стали: Музей космонавтики у м. Житомир; Камінне село в Олевському районі; кляштор Босих Кармелітів у м. Бердичів; замок Радомисль у м. Радомисль; скеледром (каньйон) у с. Дениші Житомирського району.

Через відсутність програм подорожей, але наявний потенціал та попит є можливість створити маршрути та іміджевий бренд за такими напрямками: «Житомирщина екстремальна» - скелелазіння у Денишах та катання на байдарках, гребля по Тетерові; «Житомирщина – контрасти» - включає в себе маршрут по маєтках та костелах, котрі відносяться до різних епох. Таких маршрутів можна сформуванати по всій області за різними напрямками із переліком, відповідних до маршруту, розваг. Головним повинно лишатися лише формування свідомості у відвідувачів до збереження, раціонального використання, оновленні експозицій до історико-культурних пам'яток, створенні відповідної інфраструктури.

**Яковченко В.М., студ., IV курс, гр. ТЗ-2, ФЕМ  
Ярмолюк Д.І., асист. каф. менеджменту і туризму  
Житомирський державний технологічний університет**

### **БОТЕЛЬ ЯК ТИП ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ВОДНОГО ТУРИЗМУ**

Сучасний розвиток готельної справи пропонує клієнтові різноманітний готельний сервіс залежно від цін, що складаються на ринках цих послуг. За міжнародною класифікацією засобів розміщення ботелі належать до групи спеціалізованих закладів, тому що мають яскраво виражену функцію, пов'язану з організацією водних видів туризму. Проте в українських нормативно-правових документах ботелі вважаються одним із типів готельних підприємств, у разі чого повинні відповідати всім нормативам, що застосовуються саме до готелів. За визначенням ДСТУ 4527:2006, ботель – це готель цілорічного функціонування, розміщений на невеликому за розміром плавзасобі, який має умови для швартування і технічного обслуговування засобів водного транспорту. Ботелі (від англ. Boat – човен, hotel – готель) – це сезонні або цілорічні заклади, розташовані на березі річки чи іншої водойми в початкових чи кінцевих зонах маршруту через 150-200 км. Характеризуються високим рівнем комфорту і призначені, насамперед, для занять літнім водним туризмом, байдарковим або вітрильним спортом, а взимку – буєрним спортом. Складаються вони з житлових корпусів готельного типу із системою культурно-побутового обслуговування, стаціонарних споруд і пристроїв технічного обслуговування плавзасобів. Ділянка ботелю повинна мати обладнану гавань.

Ботель – підприємство готельного типу для обслуговування водних туристів. Зазвичай розташовується на березі водойми, що не замерзає. У своєму складі мають споруди та устаткування для технічного обслуговування особистих тур-суден, приміщення для їх зберігання. Ботелі призначені для цілорічного функціонування. Ботелями можуть бути річкові або морські судна, оснащені під готель і пришвартовані до берега. Ботелі є мобільними і можуть оперативнo доставляти туристів у місця проведення олімпіад, фестивалів, ярмарків та інших місць. У холодну пору року ботелі використовують як готелі, будинки рибалок, спортивні бази тощо.

В даний час ботелі починають також з'являтися в Україні. Один з них вже функціонує в столиці – плавучий готель «St. Andre», який стоїть на березі Дніпра (м. Київ, Набережна-Хрещатицька, 10-б), в екологічно-чистій зоні. Проте, не дивлячись на існування терміну «ботель» в українському законодавстві, статистична інформація про такі засоби розміщення не збирається.

Найбільші переваги готелів на воді полягають у наступному:

- близькість до природи і відпочинок від повсякденного міського життя і стресів;
- місце проживання одночасно є і джерелом розваг, що дозволяє зробити суттєву економію;
- навіть короточасне проживання в подібному місці є способом кардинальної зміни обстановки, знаходячись при цьому безпосередньо у великому місті.

Будівництво житла на воді налічує багаторічну історію в багатьох країнах Західної Європи і Америки. Основними причинами, за якими багато хто відмовлявся від наземного способу життя, були висока вартість земельних ділянок або і зовсім відсутність місця для будівництва повноцінного житла на суші у великих містах.

Ботелі – не часте явище в готельному бізнесі, прот е поступово заклади розміщення на воді становитимуться все більш популярними. Заповзятливі власники переобладнають свої власні судна, роблячи їх новим джерелом отримання прибутку. Коли ботелі тільки почали з'являтися, рівень їх сервісу рідко перевищував «три зірки». Каюти були тісними, а можливостей «шикувати» було не багато. Але з часом ця проблема була вирішена, і тепер можна знайти ботелі будь-якого ступеня зірковості. Спектр пропонованих послуг неймовірно широкий, а на борту можна знайти абсолютно все – починаючи від магазину і закінчуючи СПА-салонами.

Ботелем може стати не будь-якийк орабель, а лише спеціальнообладнаний. У ботелі є система зірковості, як і у звичайних готелів. Залежно від кількості зірок постояльцям пропонують різні комплекси послуг. У більшості ботелів є безкоштовні парковки для транспорту. А в деяких дозволено заселення гостей з домашніми тваринами. Засоби розміщення на зразок «ботель» – це значні за обсягом прибережні території зі системою житлових корпусів готельного типу, будівель культурно-побутового обслуговування, стаціонарних споруд і засобів технічного обслуговування плавзасобів. Місткість ботелів залежить від їхнього розташування, особливостей водного простору, зв'язку житлових приміщень на узбережжі з водним простором і може становити 500-5000 осіб.

Нажаль, ботелі отримали поширення більше за кордоном, де вони вважаються спеціалізованими засобами розміщення. В Україні ж спостерігається неузгодженість між деякими нормативно-правовими актами, зокрема, національними стандартами по засобах розміщення, інструкціями щодо заповнення форм статистичної звітності, правилами функціонування готельних підприємств тощо.

## **ПРОГАЛИНИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ**

Готельні заклади є однією із складових туристичної індустрії в Україні. Саме готельні підприємства виконують одну з найважливіших функцій у сфері обслуговування туристів: забезпечують їх сучасним житлом і необхідними послугами, тому що проживання та відповідне обслуговування суттєво впливають на рівень туристичного сервісу. Отже, готельна індустрія стає швидкозростаючим бізнесом, що приносить значні грошові надходження. Розвиток готельного господарства вимагає створення певного сприятливого правового регулювання. Загальновідомо, що в Україні ця сфера розвинена ще недостатньо.

Якість послуг у готелях України регулюється нормативною базою, яка складається із нормативно-правових актів, яку формують кодекси законів, декрети, положення, постанови, накази та інші. Логіка цих Законів спрямована на надання споживачам права вимагати відповідної якості обслуговування, що спонукатиме підприємства, зокрема, готельні підвищувати рівень послуг. З урахуванням міжнародних вимог до якості послуг готельного господарства потребують оновлення численні галузеві нормативні документи.

Важливу роль у поліпшенні роботи готельного господарства повинні відігравати процедури ліцензування і сертифікації. Ліцензування спрямоване на захист прав й інтересів споживачів, забезпечивши певний рівень обслуговування, дотримання екологічних, санітарних та інших норм і правил. Процедура сертифікації повинна забезпечувати документальне підтвердження того, наскільки якість послуг, що надаються, відповідає конкретним стандартам.

Має бути сформована дієздатна система ліцензування щодо визначеності з питань встановлення критеріїв, які вимагають отримання ліцензій та порядок надання ліцензій з повним переліком документів, необхідних для отримання ліцензії. Наявність дозвільного характеру ліцензування певною мірою суперечить ринковим умовам, адже орган ліцензування дістає можливість відмовити або застосувати необґрунтовані санкції. При ліцензуванні важливо передбачити ефективну систему контролю за дотриманням умов, які послужили підставою для надання ліцензії, визначити перелік порушень, що можуть бути підставою для позбавлення ліцензій.

Сертифікація готельних послуг повинна забезпечити відповідність готельних послуг певним вимогам, а саме: безпеки проживання, збереження майна клієнтів, підтримання належного рівня екології навколишнього середовища. Проте особливості готельного обслуговування не дозволяють контролювати ці складові повсякчасно. Тобто логічним за таких умов була б сертифікація не фактичних послуг, а умов функціонування готелів, їх матеріально-технічної бази, технологічних можливостей, що є передумовою певного рівня готельних послуг. Отже, хоч загальна правова база, яка стосується ринку готельних послуг в Україні, уже закладена, конкретного нормативного забезпечення ще бракує. Це стало однією з найбільш вагомих з причин банкрутства готельних підприємств в останні роки.

Розвиток готельної справи значною мірою залежить від можливостей накопичення необхідних для цього фінансових ресурсів, що необхідні для оновлення наявної матеріально-технічної бази, яка, на жаль, зношена більше, ніж на половину. Накопичення коштів можливе за допомогою залучення іноземних інвестицій. Активність іноземних інвесторів залежить від економічної політики, яку здійснює держава. Будь-який інвестор бажає бути впевненим у стабільності і досконалості законодавства. Але ситуація в Україні такого не демонструє, що відлякує потенційних закордонних партнерів. Крім іноземного інвестування, забезпечення рентабельної діяльності готелів є накопичення власних коштів для розвитку. В сучасних економічних умовах цей шлях може бути реалізований лише при застосуванні податкових пільг. У готельному господарстві такі пільги практично відсутні.

Правової регламентації вимагає розвиток малих готелів, спроможних створити неповторний колорит національної гостинності, підтримати атмосферу здорової конкуренції у готельному бізнесі й стати об'єктами впровадження інновацій завдяки використанню приватного капіталу.

Отже, необхідність удосконалення нормативно-правового забезпечення готельного господарства як важливого адміністративного важеля державного регулювання, що обумовлено інтенсифікацією процесів готельної індустрії під впливом численних факторів як внутрішньої, так і зовнішньої природи. Метою регулювання діяльності готелів виступає гармонізація відносин між споживачем і виробником послуг, спрямована на узгодження інтересів споживача, виробника та суспільства і створення сприятливих умов для розвитку підприємств готельного господарства через продукування актуальних нормативно-правових актів. Якість послуг готельного господарства як підсистеми туризму та сфери послуг значною мірою залежить від ефективності державної політики, одним з найважливіших способів реалізації якої в умовах розвитку готельного бізнесу, що склалися на ринку, виступає державна підтримка цієї галузі.