

РЕКРЕАЦІЙНА ГЕОГРАФІЯ І ТУРИЗМ

УДК 796.5

Василь БРИЧ, Володимир МАЗУР, Вікторія ДАНИЛЕНКО, Ірина ПРОДАН

УДОСКОНАЛЕННЯ ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ

Термінологія, що застосовується в сфері туризму, вимагає розвитку і доопрацювання. Аналіз проблем розвитку вітчизняного туризму на сучасному етапі дозволяє виділити одну з базових його проблем – відсутність єдиної системи понять і визначень, якими користуються дослідники туризму в науці, представники правової системи держави, які розглядають спірні питання, пов'язані з практикою туризму, туроператори, фірми, підприємства, які безпосередньо надають туристичні послуги на місці їх споживання, туристи, екскурсанти та інші зацікавлені суб'єкти, діяльність яких прямо або опосередковано пов'язана з туризмом. У статті розглянуті елементи туристської інфраструктури, проведено аналіз підходів до визначення і класифікації поняття «інфраструктура туризму», уточнено місце інфраструктури туризму в складі туристичної пропозиції. Дана авторська класифікація економічних та соціальних переваг туризму.

Ключові слова: туризм, інфраструктура, індустрія туризму, відвідувач, переваги туризму.

Постановка проблеми. Будь-яке використання домовленостей, пов'язаних з туризмом і відвідувачами, має будуватися на тому розумінні, що туризм, по суті, являє собою технічну концепцію, вимірювану доступними статистичними даними про переміщення відвідувачів і витрати (попит), а також оцінку кількості широкого кола відвідувачів (пропозиція). Як концепція туризм неминує відкритий для різних інтерпретацій, але в даний час широко визнається, що існує нагальна необхідність посилити або домогтися більшої точності в тому, які ключові терміни туризму використовуються на національному, регіональному та місцевому рівнях та який вплив туризм має на економічний та соціальний розвиток країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку інфраструктури туризму розглянуті в працях вітчизняних і зарубіжних вчених: Александрової А. Ю. [1], Боголюбова В. С. і Орловської В. П. [2], Горішевського П. [3], Зоріна І. В. [4], Любіцевої О. А. [5], Ткаченко Т. І. [6] та ін. Разом з тим, недостатня вивченість і невисокий рівень дослідження питань складу і специфіки інфраструктури туризму визначають актуальність даної статті.

Метою статті є визначення складу та специфіки, а також уточнення класифікації інфраструктури туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туризм – це загальний термін, який вживається для характеристики як попиту, так і пропозиції, прийнятий в різних формах і використовується у всьому світі. Туризм визначається як діяльність осіб, названих відвідувачами.

Відвідувачем вважається особа, яка відвідує основний пункт призначення поза межами свого звичайного середовища на період менше року для задоволення будь-якої власної мети

(включаючи свята, дозвілля і відпочинок, бізнес, охорону здоров'я, освіту тощо). Цей термін набагато ширший, ніж традиційне сприйняття туристів, як тих, хто подорожує виключно для відпочинку.

Відвідувач виступає спільним знаменником, який охоплює всі, зазначені вище, форми туризму для одного і того ж набору цілей. Даний термін охоплює три окремі категорії:

1. Туристи, які перебувають далеко від дому на одну або кілька ночей з будь-якою, зазначеною вище, ціллю (всередині країни або за кордоном).

2. Відвідувачі одного дня, яких також називають відвідувачами туристичного дня, які проводять не менше 3 годин поза домом з метою задоволення загальних дозвіллевих, розважальних і соціальних цілей. Багато з них є місцевими жителями даного регіону.

3. Відвідувачі, що відпочивають на території, яка знаходиться менше, ніж в 3 годинах їзди від дому, але поза своїм звичайним середовищем, з метою задоволення загальних дозвіллевих, розважальних і соціальних цілей. Ці відвідувачі одного дня зазвичай не включені в статистичні дані по туризму, проте вони безпосередньо впливають на місцеву економіку, а отже повинні бути офіційно визнані.

Поняття «індустрія туризму» є міжнародно визнаним терміном UNWTO / OECD дванадцяти стандартних галузевих класифікацій галузей економіки, які надають продукти / послуги, що споживаються відвідувачами. Обіг, пов'язаний з туризмом в кожному з цих секторів, вимірюється за допомогою дослідження витрат відвідувачів, тобто, враховує головним чином продукти / послуги приватного сектора, однак включає і деякі продукти / послуги державного сектора.

Економіка відвідувачів – це термін, який широко використовується в галузі туризму у

всьому світі, хоча й не визначений ще офіційно. Дане поняття характеризує загальний попит і пропозицію у всіх секторах, в яких відбувається діяльність відвідувача та прямі і непрямі наслідки цієї діяльності для економіки. Термін «економіка відвідувачів» є ширшим, ніж визначення індустрії туризму, і охоплює всіх постійних і тимчасових відвідувачів. Цей термін охоплює діяльність та витрати, пов'язані з поставкою товарів і послуг для відвідувачів як приватними, так і державними секторами. Він також включає в себе діяльність державного сектору і значні витрати на створення, підтримку і розвиток державної сфери та інфраструктури, в межах якої і через яку відбувається діяльність відвідувача. Економіка відвідувачів може використовуватися щодо міжнародних, національних і субнаціональних географічних напрямків або районів і не обов'язково повинна обмежуватися існуючими історичними кордонами. Таким чином, «індустрія туризму» є складовою частиною економіки відвідувачів.

Пріоритети відвідувачів – це місця, яким надають перевагу відвідувачі, і для яких можна виміряти показники попиту і пропозиції туристичних послуг в певних межах.

Термін «призначення відвідувача» є ширшим «туристичного призначення», оскільки стосується всіх категорій відвідувачів. Як правило, такі пункти призначення мають певну форму організації державного і приватного секторів; вони рекламуються як місця для відвідування і мають певну форму управління для цілей, пов'язаних з відвідувачами.

Управління призначеннями є відносно недавньою концепцією, яка все ще знаходиться в процесі встановлення формального визначення. Це узгоджений організаційний процес для керівництва, впливу і координації управління ключовими аспектами призначення, які сприяють сприйняттю відвідувача, враховуючи також потреби місцевих жителів, підприємств і навколишнього середовища. Ефективне управління вимагає вимірювання, планування і процесів розвитку для економіки відвідувача пункту призначення в рамках загальних планів місцевих органів влади. Хоча участь приватного сектора має важливе значення, ефективне управління цільовим призначенням також вимагає активної участі місцевих органів влади і відповідних органів державного сектора. Організації, пов'язані з економікою відвідувачів, зазвичай називаються організаціями управління призначеннями. Хоча аспекти управління важливі для оптимізації потенційних вигод в економіці відвідувачів, більшість організацій

управління призначенням історично були сформовані як маркетингові організації, а деякі з них, можливо, не прагнуть або не хочуть включати в себе елементи управління, зазначені вище.

Індустрія туризму (також звана туристичною діяльністю) – це заходи, які зазвичай направлені на вироблення туристичних продуктів.

Характерними для туризму продуктами є ті, які відповідають одному або двом з наступних критеріїв:

(1) Витрати на туризм по продукту повинні складати значну частку загальних витрат на туризм (співвідношення витрат / потреб);

(2) Туристичні витрати на продукт повинні становити значну частку пропозиції продукту в економіці (стан пропозиції). Цей критерій має на увазі, що поставка туристичного характерного продукту перестане існувати в значній кількості за відсутності відвідувачів.

Залежно від набору застосовуваних критеріїв, можна розрізняти різні форми туризму. До таких критеріїв, зокрема, можуть належати: мета і тривалість відвідування, характер поїздки, пройдена відстань, тип місця призначення і виконані дії там, і природа самих туристів. Незалежно від його форми явище туризму:

- швидко і послідовно розширюється;
- все частіше розглядається як необхідність, а не як розкіш;
- включає в себе безліч різноманітних компонентів, таких як туристичні агенти, організатори і посередники, ефективна співпраця яких є передумовою для успіху туризму.

Призначення туризму як однієї з основних галузей промисловості світу вказує, а також і пояснює його величезний безперечний вплив на економічне зростання, платіжний баланс, зайнятість та врегулювання регіональних балансів в окремих країнах і регіонах.

На рис. 1 і 2 показано економічні та соціальні переваги туризму.

Стійкий туризм має три взаємозв'язкових аспекти: екологічний, соціально-культурний та економічний. Стійкість передбачає постійність, тому стабільний туризм включає в себе оптимальне використання ресурсів, включаючи біологічне різноманіття; мінімізація екологічних, культурних та соціальних наслідків і максимізація вигод для збереження і місцевих спільнот. Це також відноситься до структур управління, які необхідні для досягнення цієї мети.

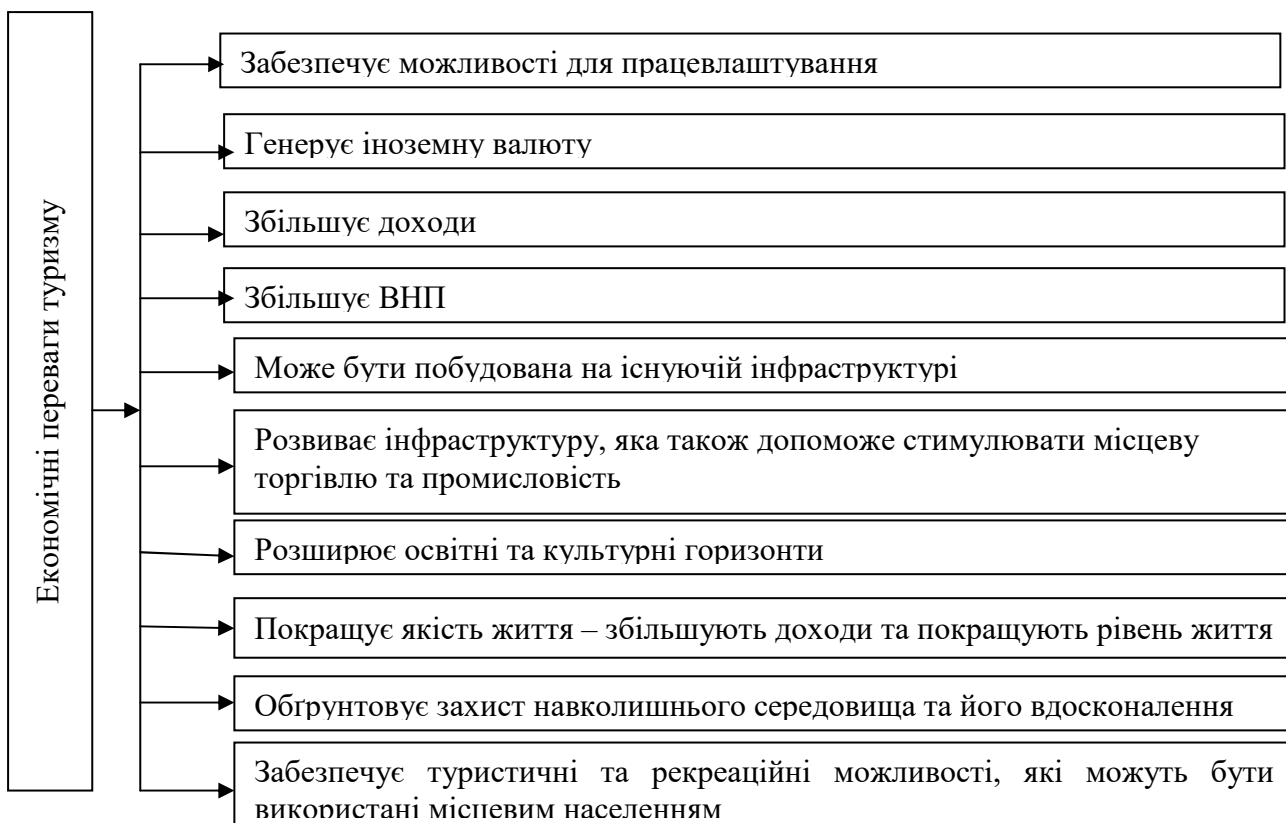


Рис. 1. Економічні переваги туризму

Джерело: побудовано авторами

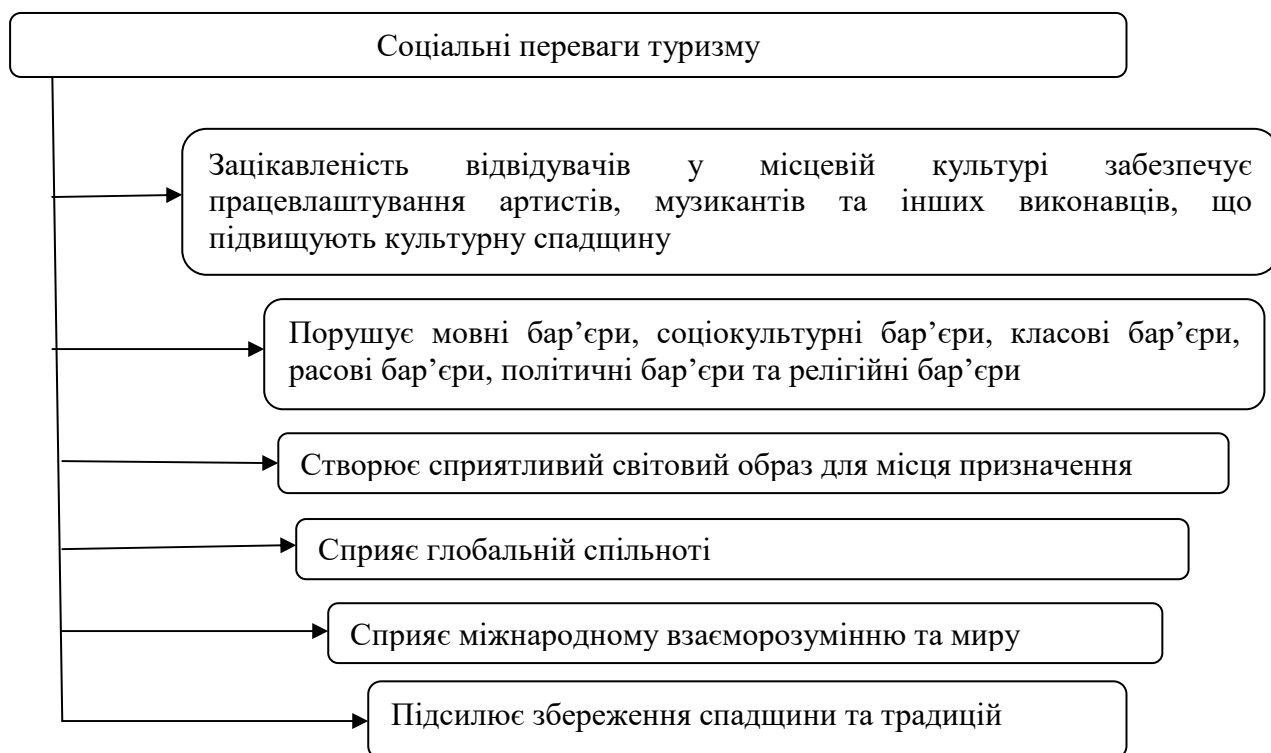


Рис. 2. Соціальні переваги туризму

Джерело: побудовано авторами.

Незапланований та неконтрольований ріст туризму може призвести до такого погіршення

стану навколишнього середовища, що зростання туризму може бути скомпрометованим.

Тому охорона навколишнього середовища, що є основним джерелом туристичного продукту, повинна бути захищена для подальшого зростання туризму та економічного розвитку в майбутньому. Це особливо вірно у відношенні туризму, заснованому на природному середовищі, а також на історико-культурному надбанні.

Розвиток туристичної та курортної галузей протягом останніх трьох років характеризується позитивною та постійною динамікою. Створення нового іміджу українського турпродукту, конкурентоспроможного в нашій державі та за кордоном, комплексний підхід до ринку туризму та курортів на регіональному рівні, підтримка розвитку малого та середнього бізнесу в туристичній сфері, зокрема сільського зеленого туризму, обумовили зростання кількості туристів та обсягів наданих їм послуг.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Забезпечення високого рівня

задоволення запитів споживачів туристичного продукту, ефективності функціонування і розвитку суб'єктів господарювання на туристичному ринку вимагають високого рівня взаємодії всіх елементів індустрії та інфраструктури туризму. Інфраструктура туризму є комплексом взаємопов'язаних видів діяльності та інституційних структур, що забезпечують умови для здійснення туристичної діяльності. В сукупності з природними та трудовими ресурсами, інфраструктура туризму визначає туристський потенціал держави і регіону, місткість ринку туристичних послуг, його здатність приймати туристів і надавати послуги, розвивати додаткові види послуг в процесі туристського обслуговування. Значною мірою це залежить від наявності резерву потужностей інфраструктури. Стан інфраструктури туризму – один з вагомих факторів, що визначають результати роботи галузі і ступінь досягнення стратегічних цілей її розвитку.

Література:

1. Александрова А. Ю. Международный туризм: Учебник. М.: Аспект Пресс, 2002. 470 с.
2. Боголюбов В. С., Орловская В. П. Экономика туризма. М.: Академия, 2005. 192 с.
3. Горішевський П., Васильєв В., Зінко Ю. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. 148 с.
4. Зорин И. В., Каверина Т. П., Квартальнов В. А. Туризм как вид деятельности. М.: Финансы и статистика, 2005. 288 с.
5. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: «Альтерпрес», 2002. 436 с.
6. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 537 с.

References:

1. Aleksandrova A. Yu. Mezhdunarodnyi turizm: Uchebnik. M.: Aspekt Press, 2002. 470 s.
2. Boholiubov V. S., Orlovskaya V. P. Ekonomika turizma. M.: Akademiia, 2005. 192 s.
3. Horishevskiy P., Vasyliiev V., Zinko Yu. Sil'skiy zeleniy turizm: orhanizatsiia nadannia posluh hostynnosti. Ivano-Frankivsk: Misto NV, 2003. 148 s.
4. Zorin I. V., Kaverina T. P., Kvartalnov V. A. Turizm kak vid deiatel'nosti. M.: Finansy i statistika, 2005. 288 s.
5. Liubitseva O. O. Rynok turystychnykh posluh (heoprostorovi aspekty). K.: «Alterpress», 2002. 436 s.
6. Tkachenko T. I. Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu: Monohrafiia. K.: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2006. 537 s.

Аннотация:

Брыч В., Мазур В., Даныленко В., Продан И. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА.

Терминология в сфере туризма требует развития и доработки. Анализ проблем развития отечественного туризма на современном этапе свидетельствует об отсутствии единой системы понятий, которыми пользуются исследователи туризма в науке, представители правовой системы государства, какие рассматривают спорные вопросы, связанные с практикой туризма, туроператоры и фирмы, предприятия, непосредственно оказывающих туристические услуги на месте их потребления, туристы, экскурсанты и другие заинтересованные субъекты, деятельность которых прямо или косвенно связана с туризмом.

Статья посвящена ключевым терминам туризма, которые используются на национальном, региональном и местном уровнях, воздействию туризма на экономическое и социальное развитие страны.

Определена сущность понятий туризм, посетитель, экономика туризма, индустрия туризма, экономика посетителей, приоритеты посетителей, назначение посетителя, туристическое назначение, управление назначениями. Рассмотрены элементы туристской инфраструктуры. Проведен анализ подходов к определению и классификации понятия «инфраструктура туризма». Уточнено место инфраструктуры туризма в составе туристического предложения. Выделены критерии для определения формы туризма, в частности: цель и продолжительность посещения, характер поездки, пройденное расстояние, тип места назначения и выполнены действия там, природа самих туристов. Отмечено, что развитие туризма влияет на экономический рост, платежный баланс, занятость и урегулирования региональных балансов в отдельных странах и регионах. Предложенная авторская классификация экономических и социальных преимуществ туризма.

Ключевые слова: туризм, инфраструктура, индустрия туризма, посетитель, преимущества туризма.

Abstract:

Brych V., Mazur V., Danylenko V., Prodan I. IMPROVEMENT OF TOURISM INFRASTRUCTURE CONCEPTS.

The terminology in the field of tourism there is a need of development. Today the analysis of problems of the development of domestic tourism testifies about absence of the unified system of concepts that are being used by tourism scientists, representatives of the legal state system, tour operators and firms, enterprises, tourists and others interested subjects.

The article is devoted the key terms of tourism that are being used at the national, regional and local levels, the impact of tourism on the state economic and social development.

The essence of tourism, visitor, tourism economy, tourism industry, visitor economy, visitor priorities, visitor destination, tourism destination, destination management is determined. The elements of tourism infrastructure are considered. Approaches to definition and classification of the concept «tourism infrastructure» are analyzed. The position of the tourism infrastructure in the tourism offer is specified. Criteria for determining the form of tourism are highlighted. There are the purpose and duration of the visit, the nature of the trip, the distance traveled, the type of destination and the actions taken there, the nature of the tourists. The impact of tourism development on economic growth, balance of payments, employment and the regulation of regional balances in individual states and regions is emphasized. The author's classification of tourism economic and social advantages is proposed.

Key words: tourism, infrastructure, tourism industry, visitor, tourism advantages.

Надійшла 24.05.2018р.

УДК 911

Михайло МЕЛЬНИЧУК, Віталій ЗЕЙКО

ВІКОВІ ТА СОЦІАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ АКТИВНОСТІ ШКОЛЯРІВ ТА МОЛОДІ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Стаття присвячена вивченню вікових особливостей школярів та молоді, що можуть безпосередньо впливати на організацію рекреації. Наведено та охарактеризовано підходи до організації туристичної діяльності школярів та молоді Волинської області, враховуючи періоди їх зрілості. Опрацьовано статистичні дані про кількість та напрями туристичних та екскурсійних поїздок у різних вікових категоріях туристів.

Ключові слова: вік, шкільний туризм, молодіжний туризм, вікова категорія, туристичні маршрути, туристичні місця.

Постановка наукової проблеми та її значення. Сучасна освіта в Україні не можлива без позакласної та краєзнавчої роботи у школі. Одним з найкращих та найпопулярніших видів такої діяльності є туризм. Подорожі та екскурсії можуть використовуватись як важливий педагогічний інструмент для різностороннього впливу на учнів. Під час подорожі вчитель має змогу побачити весь побут школярів, їх виховання, ментальність, комунікабельність, емоційність. У звичайному шкільному житті таких можливостей не виникає.

Під час вибору маршруту та тривалості подорожі для дітей вчителі та батьки повинні враховувати не лише краєзнавчі та пізнавальні фактори, але й фінансові та транспортні обмеження, зумовлені віком учнів. Це ж стосується і молоді, проте тут також враховується сімейний та фінансовий стан.

Врахування вікових особливостей туристів дуже важливе під час організації краєзнавчої діяльності. Воно дає змогу вчителям, тур-агентам, гідам розробити найбільш сприятливий розпорядок дня, графік походу, обмежувати навантаження в дорозі чи на туристичних об'єктах, визначити норми екскурсій, відпочинку, харчування, тощо. Вікові та сімейні особливості туристів зобов'язали ретельно

підходити до питання вибору форми і методів краєзнавчої та пізнавальної діяльності, маршруту поїздки та розкладу її проведення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченню загальних питань і досліджень шкільного та молодіжного туризму присвячено праці багатьох учених, зокрема О.В. Колотухи, В.М. Кулікова, В.К. Федорченка, В.В. Обозного, І.Я. Коцана, О.О. Остапця, та ін. Класифікували та систематизували різні туристичні категорії у своїх працях такі науковці, як С.П. Кузик, Ю.А. Грабовський, О.О. Бейдик, О.О. Любіцева, Г.П. Горбань, О.В. Скалій, В.К. Кіптенко, М.П. Крачило, Т.Г. Сокол, М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор.

Метою і завданням статті є комплексне дослідження особливостей організації та проведення туристичних чи екскурсійних поїздок різними віковими категоріями дітей та молоді у Волинській області.

Матеріалами для аналізу та узагальнень були фондові матеріали Управління освіти і науки Волинської облдержадміністрації, міських та районних Управлінь освіти.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування результатів дослідження. Вік у психології та педагогіці – це категорія, яка відображає специфічну щабель онтогенетичного