

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Уманський державний педагогічний університет імені Пала Тичини

Факультет соціальної та психологічної освіти

Кафедра соціальної педагогіки
та соціальної роботи

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
освітній ступінь МАГІСТР

на тему:

СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИЗМУ В УМОВАХ
ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Виконав:

студент I курсу, групи 262
спеціальності 262 Соціальна робота
ОП «Соціальна робота»

Бурлака Денис Володимирович

Керівник:

кандидат педагогічних наук, доцент
Іващенко К.В.

Рецензент:

кандидат педагогічних наук, доцент
Ревнюк Н.І.

Умань 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ.....	9
1.1. Туризм як соціально-економічне та соціокультурне явище	9
1.2. Інфраструктура туризму та її складові.....	27
1.3. Соціокультурний потенціал сфери туризму у сучасному суспільстві.....	37
Висновки до розділу 1.....	41
РОЗДІЛ 2. СОЦІАЛЬНО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ УМОВИ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ НА РІВНІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ	44
2.1. Соціально-технологічний підхід до поліпшення інфраструктури туризму.....	44
2.2 Потенціал культурного туризму як напрямку туристської індустрії на рівні територіальної громади.....	53
2.3 Археологічний туризм як перспективний напрям розвитку регіонального туризму (на прикладі Уманського району).....	63
Висновки до розділу 2.....	72
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТКИ.....	87

ВСТУП

Актуальність теми. Нині туризм починає відігравати все більш значну роль у реалізації цінностей особистості. Трансформація всіх аспектів життя українського суспільства призвела до зміни ситуації у сфері туризму. На зміну статичному стереотипу життя приходять новий, динамічний: зміна обстановки стає в сучасних умовах бурхливого міського ритму вкрай необхідною. Розвиток шляхів сполучення та транспортних засобів дало можливість відвідати практично будь-який куточок світу. Туризм у суспільстві набув масового характеру. Він перейшов із категорії елітного продукту до продукту, доступного широким верствам населення.

Незважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна на даний час не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами.

Загострення кризових явищ у сфері туризму та курортів свідчить про необхідність удосконалення державної політики у зазначеній галузі, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб'єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму та курортів як високорентабельної галузі національної економіки.

Для раціонального і ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт.

Єдиний шлях розв'язання системних проблем у сфері туризму та курортів - це стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу,

інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

Сфера туризму відіграє важливу роль у вирішенні багатьох соціальних проблем. Розвиток туризму сприяє підвищенню рівня освіти, удосконаленню системи медичного обслуговування населення, упровадження нових засобів поширення інформації та ін.

Сучасний стан туризму в Україні характеризується наявністю суперечностей у його організаційній структурі та у спрямованості розвитку. З одного боку, він розцінюється як кризовий, пов'язаний з різким падінням досягнутих раніше обсягів надання туристських послуг та скороченням матеріальної бази туристичної галузі. Попри те, що Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, вона суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг. З іншого боку, відзначаються високі темпи будівництва туристських об'єктів, що відповідають світовим стандартам, значне збільшення виїздів українців у закордонні поїздки, зростання числа туристських організацій на всій території України. У сферу туризму впроваджуються сучасні технології, що призводять до появи нових видів туризму.

Туризм сприяє збільшенню громадського багатства за рахунок відновлення трудових ресурсів. Він постає одним з факторів культурної діяльності людини та розвитку її життєвих сил. Туризм - це найкращий спосіб знайомства з іншою культурою. Він має значні можливості для розвитку особистості, підвищення її творчого потенціалу, розширення горизонту знань. Знайомство з культурою та звичаями іншої країни збагачує духовний світ людини.

Зазначимо, що в сучасній науці превалює підхід, згідно з яким в умовах глобалізації практично будь-який вид туризму так чи інакше має соціокультурну спрямованість і може називатися культурним туризмом, бо він, як правило, виражає все різноманіття культур відвідуваної території та пов'язаний із перетином національних кордонів, тимчасовим проживанням в інших культурних спільнотах, міжкультурною взаємодією та спілкуванням «гостей» та

«господарів», а також з кроскультурною взаємодією самих туристів. Нині, коли йдеться про феномен туризму, все частіше мають на увазі ознайомлення з історико-культурними ресурсами, а також з природним ландшафтом території. Важко сьогодні уявити туриста, якого б не цікавили і не вражали культурні пам'ятки та події, і практично кожен вид туристичної діяльності здійснюється у певних соціальних та культурних умовах, а тому несе певне культурне навантаження. Таким чином, в сучасних умовах одним з найбільш затребуваних і поширених видів туризму, з яким «перетинається» більшість інших, є культурний туризм, який має своє специфіку унікальне світоглядне і пізнавально-виховне значення, що забезпечує взаємодію, діалог культур на рівні особистості - зустріч, взаємодія та взаємозбагачення національної, регіональної чи територіальної культур, які представлені туристу для сприйняття та пізнання та культури, носієм якої він є сам. Тому від рівня та якості розвитку культурно-туристської індустрії залежить формування іміджу, авторитету та привабливості країни, адекватних уявлень про її народ та його історичні перспективи, а отже, і тих культурних установок, які визначають як внутрішні соціальні взаємозв'язки, так і міжнародні відносини, а отже, і загальнолюдську долю.

У силу своїх унікальних якостей культурний туризм є одним із базових засобів пізнання світової цивілізації в цілому та власної країни зокрема. Для внутрішнього споживача культурно-туристської індустрії, враховуючи прагнення сучасної людини усвідомити себе не тільки як учасника загальнолюдської цивілізації, а й представника певної етнічної, релігійної та національної культури, даний вид туризму має найважливіше значення, оскільки сприяє самоідентифікації особистості, її самовизначенню, формуванню національної та етнічної самосвідомості, подолання різноманітних упереджень та страхів як щодо чужої, і щодо власної культури. Однак для того, щоб культурний туризм був ефективним ресурсом економічного та соціально-культурного розвитку країни, його потенціал має бути адекватно оцінюваним та використовуваним насамперед на конкретному територіальному рівні – регіональному. Саме регіонально-територіальний рівень управління туристичною індустрією дозволяє «окреслити» відповідний туристичний

кластер, «виділити» його унікальні культурні, природні та історичні риси, забезпечити креативне, своєчасне та ефективне вирішення відповідних проблем.

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

Розв'язання зазначених питань потребує нових концептуальних підходів до проблеми залучення соціокультурного потенціалу туризму на рівні територіальних громад, що зумовлює актуальність теми нашого дослідження **«Соціокультурний потенціал туризму в умовах територіальної громади»**.

Метою дослідження є обґрунтування концепції соціально-культурного потенціалу сучасного туризму як значущого явища у житті суспільства та практичного його використання в умовах територіальної громади.

Відповідно до мети були визначені такі **завдання дослідження**:

1. Дослідити поняття туризму як соціально-економічного та соціокультурного явища та визначити його інфраструктуру.

2. Окреслити сутність туризму як специфічної форми процесів організації та освоєння соціокультурного простору, соціалізації, дозвіллевої та пізнавальної активності людини.

3. Виявити резерви підвищення якості туристської інфраструктури і створити модель вірогідних технологій її оптимального використання.

4. Визначити потенціал культурного туризму як напрямку туристської індустрії та апробувати його вплив на споживача із залученням навчально-виховних інституцій на рівні територіальної громади.

Об'єкт дослідження – туризм як багатовимірне інтегративне явище у сфері соціокультурного конструювання середовища життя індивіда, дозвіллевої та пізнавальної активності сучасної людини в умовах процесів глобалізації та регіоналізації.

Предметом дослідження є визначення потенціалу туризму у соціокультурному континуумі та його практичне використання у межах територіальної громади.

Для досягнення мети дослідження та розв'язання поставлених завдань було використано комплекс **методів**: порівняльно-історичний аналіз традицій та тенденцій вітчизняного туризму, стратегій та технологій соціокультурного проектування, актуальних для розвитку туризму як феномену культури; метод моделювання у сфері організації туризму як соціокультурного явища; метод прогностного соціокультурного проектування туристичної діяльності з позицій соціалізації та інкультурації учасників туристських програм.

Експериментальна база: дослідно-експериментальна робота виконувалася в адміністративно-територіальних межах Уманської територіальної громади з її центром – м. Умань із залученням навчально-виховних інститутів, зокрема, Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини, Уманської міської гімназії №7 Уманської міської ради. У дослідженні брали участь учні 7 класу Уманської міської гімназії №7 та учителі історії цього ж навчального закладу.

Теоретичне значення дослідження полягає у теоретичному узагальненні практики туристської справи, уточненню понятійного апарату туризму в його сучасній інтерпретації, у дослідженні організованого туризму як феномену культури та у виявленні можливостей соціокультурного проектування, що сприяє вирішенню культуротворчих завдань засобами туристичної діяльності в умовах територіальної громади.

Практичне значення дослідження. Практика організації туристських програм, що склалася нині, здійснюється переважно на основі економічних критеріїв і показників, що істотно обмежує можливості соціалізації та інкультурації особистості. Проведене дослідження дозволило виявити сучасний

культуротворчий потенціал організованого туризму та можливості його реалізації в умовах територіальної громади. Було окреслено можливості організації та регулювання соціокультурного континууму регіону, що дозволяють організовувати та спрямовувати регіональну політику у сфері туризму, яка є методологічною базою та необхідною передумовою реформування та розвитку туристичної галузі регіону.

Апробація результатів дослідження. Основні положення і результати дослідження обговорювалися на кафедрі соціальної педагогіки та соціальної роботи Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини та на семінарах і конференціях різного рівня.

Публікації автора. Результати дослідження висвітлено в 1 одноосібній публікації.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до розділів, висновків, списку використаних джерел (82 найменування) та 3 додатків. Загальний обсяг роботи становить 94 сторінки, із них 87 сторінок основного тексту. Робота містить 2 рисунки.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ

1.1 Туризм як соціально-економічне та соціокультурне явище

На початку ХХІ століття перехід до постіндустріального та інформаційного суспільства, активізація світогосподарських зв'язків, розвиток освіти, зростання динамічності населення сприяють інтернаціоналізації духовного життя, реалізації прагнення народів до взаємного спілкування. В цих умовах високо підіймається роль туризму, що покликаний задовольняти рекреаційні та інтелектуальні потреби людей різних країн. Виконуючи свої комунікативні завдання, туризм став складовою світових економічних відносин та міжнародного співробітництва людей. Сприяючи розвитку процесу інтеграції, він допомагає залученню до скарбниць світової культури і досягнень сучасної цивілізації народів усього світу.

У феномені міжнародного туризму спостерігаються різні аспекти – культурний, економічний, духовний та політичний. В основі міжнародних правових документів знаходить відображення значення туризму як багатоаспектного соціального явища. Так, важливу роль у розвитку туризму відіграла Манільська декларація зі світового туризму, яка проголосила, що “туризм розуміють як діяльність, що має велике значення в житті народів завдяки безпосередньому впливу на соціальну, культурну, освітню й економічну сферу життя держав та їх міжнародні відносини” [81].

Низку важливих теоретико-правових положень сформульовано в Хартії туризму, прийнятій Всесвітньою туристською організацією (ВТО) у 1985 р. [75]. У Хартії знайшли відображення основні права людини на відпочинок і дозвілля, включаючи право на розумне обмеження робочого дня та оплачувану періодичну відпустку, а також право вільно пересуватися без обмежень. Для реалізації цих прав, як говориться в Хартії туризму, держави повинні розробляти й проводити політику, спрямовану на забезпечення гармонійного розвитку внутрішнього й міжнародного туризму, а також займатися організацією відпочинку на благо усіх

тих, хто ним користується. Серед усіх намірів, що мають гуманістичну спрямованість слід звернути увагу на такі:

- сприяти здійсненню заходів, які дають змогу кожному брати участь у внутрішньому та міжнародному туризмі;
- захищати в інтересах нинішнього і майбутнього поколінь туристське середовище, яке включає в себе людину, природу, суспільні відносини, культуру, є надбанням усього людства;
- сприяти зростанню туристської свідомості й підтримувати контакти відвідувачів з місцевим населенням з метою поліпшення взаєморозуміння та взаємного збагачення;
- сприяти інформуванню туристів з метою створення умов для розуміння звичок місцевого населення в місцях транзиту та тимчасового перебування.

Частина статей Хартії стосується взаємовідносин туристів і місцевого населення. Частково йдеться про те, що місцеве населення має право очікувати від туристів розуміння й поваги до їхніх звичок, релігії та інших сторін культури, які є частиною спадщини людства.

У Кодексі туриста [75] подорожуючого зобов'язують:

- а) виявляти найповніше розуміння відносно звичок, вірувань та вчинків місцевого населення і найбільшу увагу щодо природного й культурного його надбань;
- б) утримуватись від увиразнення економічних, соціальних і культурних відмінностей, що існують між ним та місцевим населенням;
- в) бути сприйнятливим до культури місцевого населення, яка є невід'ємною частиною загального надбання людства.

Ці ідеї були розвинуті в Монреальській декларації “До гуманного і соціального бачення туризму”, прийнятій Генеральною асамблеєю БІТС (Міжнародне бюро соціального туризму) 12 вересня 1996 р. [76]. У цій декларації розглядається сутність соціального туризму, критерії його визначення і переваги в майбутньому. Його розглядають як важливу складову частину соціальної сфери, як політику держави із соціальною ринковою економікою.

Декларацією знову стверджуються гуманні цілі туризму: право людини на відпочинок, вільний час, обмеження тривалості робочого дня та оплачувану відпустку. У статті 2 говориться: “Усі ініціативи з розвитку туризму повинні бути спрямовані на реалізацію потенціалу кожної людини як особистості і громадянина”.

У цілому Монреальська декларація стала важливим етапом у розвитку міжнародного туризму.

Слід зазначити, що теоретичне осмислення такого багатобічного суспільного явища, як туризм, є справою, що потребує копіткої роботи. Певні результати такого узгодження продемонструвала Міжнародна науково-практична конференція “Туризм на порозі ХХІ століття: культура, освіта, екологія”, яка відбулася в Україні 19–20 жовтня 1999 р. на базі Київського інституту туризму, економіки і права [67]. Матеріали конференції висвітлюють, зокрема, загальну характеристику туризму напередодні нового тисячоліття, стан інформаційного забезпечення туристської сфери, місце туризму в структурі сучасної “народної дипломатії”, комунікативну, інтегративну місію туризму, інтернаціоналізацію суб’єктів туристської діяльності за умов глобалізації туристського простору, можливості туризму гуманізувати суспільство, використовуючи при цьому історичні, національні, культурні чинники.

На нашу думку, туризм як наукове поняття має подвійний статус. З одного боку, коли йдеться про господарські стосунки “хазяїв” і “гостей”, – це економічне явище. З іншого, коли до уваги береться змістовна сторона туризму, покликана задовольняти певні культурні потреби і запити людей, – це й соціокультурне явище. Туризм як економічне, господарське явище є предметом економіки туризму. Економіка туризму вивчає господарську діяльність, пов’язану із забезпеченням туристських подорожей та розваг, а також проживання, різноманітних послуг, що потребують вартісних оцінок і розрахунків. На відміну від економіки туризму, соціологія туризму має ширше предметне поле вивчення й дослідження. Передусім вона вивчає туризм як соціальне, соціокультурне явище і, отже, всю сукупність дій, поведінку та стосунків суб’єктів туризму відносно виконання останнім своїх соціально-

культурних функцій. Водночас до предметного поля соціології туризму входять соціальні явища, які безпосередньо пов'язані з господарською діяльністю та економічними чинниками туризму і детермінують їх або ж виступають як соціально-особистісні механізми цієї діяльності (настанови, орієнтації, мотиви діяльності, соціально-економічна поведінка працівників сфери туризму). Між економічними, господарськими та соціальними, соціокультурними чинниками туризму існує пряма кореляція та взаємовплив. Чим повнішою мірою задовольняються соціокультурні потреби туристів ("гостей"), тим більшого соціального та культурного значення набуває сфера культури. І, разом з тим, чим вища культура обслуговування, чим вищий рівень професійності, обізнаності та ділової етики, тим привабливішою стає вся сфера національного туризму і ефективнішою її господарсько-виробнича діяльність.

Оскільки в сучасній вітчизняній науці більш опрацьованими є економічні аспекти туризму ("індустрії туризму"), варто звернути увагу на соціокультурну сутність туризму. З цього погляду туризм є інституціоналізованою формою розважально-пізнавального подорожування, що створюється завдяки функціональній гостинності з боку сторони, яка приймає. Отже, специфічними ознаками туризму як соціокультурного феномену є розважально-пізнавальне подорожування та гостинність, яка його забезпечує.

Подорожування, як форма пізнання, розваги та рекреації, як соціокультурне явище за сучасних умов світової цивілізації (нормованого характеру праці, стилю життя, усіляких стереотипів, що обмежують природний і соціокультурний простір соціального буття та спілкування) все частіше стає нагальною потребою багатьох людей і постає своєрідною реакцією на стереотипність, рутинність і монотонність людського життя зі всіма його нормованими атрибутами. Саме подорожування створює ефект різноманітності, зміну вражень, сприйняття й пізнання нових явищ природного й соціокультурного світу у чуттєвій, емпіричній формі, що не лише збагачує емоційну та інтелектуальну культуру людини, не лише відновлює її сили, а й духовно, психологічно омолоджує її, надає їй життєдайного імпульсу.

Характеризуючи таким чином туристське подорожування як соціокультурне явище, варто підкреслити, що не кожна з відомих нам форм подорожування підпадає під його поняття як соціокультурного феномену. Видів подорожувань існує багато: це й відомі всім відрядження, ділові поїздки, “човникові рейди”, переїзди з одного місця в інше з різних, передусім вимушених причин тощо. У більшості з цих випадків подорожування є лише способом вирішення різних завдань чи проблем і аж ніяк не є самоціллю. Туристське подорожування, як інституціоналізована форма розважально-пізнавального подорожування, навпаки, є саме самоцінністю й самоціллю.

Гостинність – інша ознака туризму як соціокультурного явища. Вона доповнює соціально-психологічний та культурний ефект подорожування, надаючи йому привабливості, комфортності, змістовності та раціональності щодо використання обмеженого часу. Водночас, як і подорожування, гостинність у сфері туризму має інституціоналізований характер. Точніше, це функціональна гостинність, на відміну від звичної людської гостинності. Остання, як відомо, залежить від характеру, темпераменту, моральних якостей та звичаїв людей, які випадково чи систематично спілкуються на неформальній основі, і, отже, має вибірковий характер. На відміну від неї функціональна гостинність не є і не може бути вибірковою: в усіх випадках “господарі” повинні піклуватись про високий професійний та морально-етичний рівень обслуговування “гостей”, завжди бути ввічливими, доброзичливими і старанними, не зважаючи на те, чи подобається чи не подобається гість працівникам готелю.

Отже, соціологічне поняття туризму поєднує в собі соціальні аспекти господарської, соціально-інституціональної, соціокультурної та соціально-психологічної діяльності із забезпечення туристського подорожування зі всіма його формами, різновидами та функціями.

Розробка теорії туризму має здійснюватися на стику осмислення світового та вітчизняного досвіду. Визначення специфіки туризму в Україні, його історії та можливостей сьогодення – одне з центральних завдань вітчизняних фахівців. У цьому аспекті актуальним є дослідження туризму як важливого фактора

інтеграції України до європейської та світової спільноти, з'ясування ролі туризму в процесі адаптації української нормативно-економічної бази до європейських стандартів, розробка принципів державної політики розвитку туризму, вивчення інфраструктурного потенціалу України та його використання у справах туризму, ресурсів національної рекреації, туризму тощо.

У структурі “туризмології” (теорія туризму) [68], звичайно, мають бути відображені складові туристської практики: можливості готельного господарства, рекреаційні ресурси та питання екологічної безпеки, кадри туристської сфери тощо.

Актуальною темою подальших теоретичних розробок, що мають велике практичне значення, є проблема поєднання економічної й соціальної ефективності туризму, забезпечення необхідної пропорції елітарних і демократичних форм туризму. В останньому аспекті привертає до себе увагу проблематика соціального туризму, що знаходить відбиття і в працях українських дослідників [49].

Однак поза увагою дослідників лишається вирішення питання про посилення ролі й значення туризму на макрорівні суспільного розвитку. Йдеться фактично про “соціальну філософію” туризму, про його роль за межами ринкових, економічних відносин, незважаючи на те, що власне економічні аспекти цього явища набувають за сучасних умов все більшого значення.

Туризм як спосіб плідної з усіх поглядів рекреації та задоволення потреб естетичного споглядання, має всі ознаки “незацікавленого” (непрагматичного) ставлення людини до світу, і в міру того, як усе більша кількість людей різних країн світу, вирішивши належним чином питання матеріального самозабезпечення, прагне до елітарних, величних форм задоволення своїх культурних потреб і стає туристом, посилюється соціальна роль і впливове значення туризму у світовому розвитку. Саме туризм є досить своєрідною формою глобалізації (інтеграції) сучасного світу. Ця інтегровальна його роль має свою специфіку, а саме:

- туризм як спосіб інтеграції країн і держав має винятково пацифістський, доброзичливий характер, на відміну від жорстких мілітаристських способів

або економічних етикцій, у результаті яких інтеграція (асиміляція) відбувається примусовим чином;

- він не лише не насаджує норм і стандартів життя наддержав, що панують у світі, а навпаки, зорієнтований на етнокультурну мультиплікацію, на збереження “строкатої мозаїки культур”, за висловом Ж. Фурастьє, тобто спрямований проти асиміляції та нівелювання;

- виконуючи економічні функції, він разом з тим спрямований на інтеграцію країн і народів на духовній, непрагматичній, людській основі.

Звичайно, не можна переоцінювати інтегруючі можливості туризму.

Політичні й економічні чинники, звичайно, відіграють вирішальну роль у процесі глобалізації світу, характері та напрямках його інтеграції. Однак не слід недооцінювати й соціально-культурної ролі туризму як перспективного інтегратора в міру його розвитку і поширення.

Плідною в концептуальному плані є класифікація різновидів туризму, сукупність яких визначає його онтологічну сутність. Нині існує багато класифікацій туризму за різними його ознаками. Вони різняться самим розумінням цього феномену, принципами побудови, прикладними завданнями класифікації тощо. Згідно з “Рекомендаціями щодо статистики туризму”, підготовленими Всесвітньою туристською організацією (ВТО) [67], туризм поділяють на три основних види.

Внутрішній туризм – подорожі жителів будь-якої країни по своїй власній території.

В’їзний туризм – подорожі по будь-якій країні осіб, які не є її жителями.

Виїзний туризм – подорожі жителів будь-якої країни в іншу країну.

Ці три основні види туризму можуть об’єднуватись, утворюючи такі різновиди категорій туризму:

а) туризм у межах країни, який включає внутрішній і в’їзний туризм;

б) національний туризм, який охоплює внутрішній і виїзний туризм;

в) міжнародний туризм, що складається з в’їзного і виїзного туризму.

Туризм у межах країни відповідає сукупному внутрішньому туристському споживанню, тобто сумарним витратам внутрішніх та іноземних туристів.

Національний туризм співвідноситься з категорією національного виробництва (валового національного продукту).

Міжнародний туризм охоплює поїздки подорожуючих осіб з туристською метою за межі країни постійного проживання. Перетинання державного кордону пов'язаний для них з певними формальностями: оформленням закордонних паспортів і віз, проходженням митних процедур, валютним та медичним контролем. Ці правила вводяться державою з метою боротьби з незаконною міграцією, міжнародним тероризмом, торгівлею наркотиками, проституцією тощо і забезпечують установлений порядок в'їзду в країну та виїзду з неї [3].

Зважаючи на існування цілої низки підходів до питань класифікації туризму за метою подорожі, ми віддаємо перевагу класифікації, розробленій Науковим центром розвитку туризму при Київському інституті туризму, економіки і права, яка повнішою мірою відповідає реаліям сьогодення і є першою спробою уніфікації існуючих класифікацій. Згідно з цією класифікацією розрізняють: форми організації туризму; види туризму; типи туризму за метою подорожі; типи туристських маршрутів і типи туристських маршрутів за способом пересування (рис. 1.1).

Форми організації туризму передбачають розподіл його на три групи: організований, неорганізований, самодіяльний. Найбільш точні визначення кожної з форм туризму дали дослідники І.В. Зорін і В.О. Квартальнов [68]:

- Організований туризм – це подорожі за турами й маршрутами, які організовують туристські фірми або клуби.

Рисунок 1.1

Класифікація туризму



- Неорганізований туризм – це зазвичай спонтанні подорожі, які організують самі туристи без участі організації-посередника.

- Самодіяльний туризм, має ще назву кваліфікаційного туризму і являє собою подорож з використанням активних засобів пересування, яку туристи організують самостійно. Пріоритетними видами самодіяльного туризму є пішохідний, водний, гірський, лижний, автотуризм, кінний туризм та ін.

Виділяють дві форми міжнародного туризму – в'їзний і виїзний, які різняться за напрямком туристського потоку. Один і той самий турист може бути класифікований одночасно як такий, що в'їжджає і такий, що виїжджає залежно від того, відносно якої країни відбувається його переміщення [7].

Внутрішній туризм, на відміну від міжнародного, не пов'язаний з перетином державного кордону і, відповідно, не потребує дотримання туристських формальностей. Він являє собою міграційні потоки людей у межах країни постійного проживання з туристською метою. Національна грошова одиниця, що використовується щодня, продовжує залишатися засобом обігу, а рідна туристу мова – засобом спілкування.

Незважаючи на істотні відмінності, міжнародний і внутрішній типи туризму виступають свого роду каталізатором міжнародного туризму. Він сприяє освоєнню нових рекреаційних ресурсів і районів, створенню інфраструктури туризму, підготовці фахівців і тим самим сприяє інтеграційним процесам та формуванню єдиного світового туристського простору.

Концепції міжнародного, національного туризму і туризму в межах країни, запропоновано ВТО [67], можуть бути використані на всіх чотирьох рівнях: глобальному (у масштабах планети), регіональному (стосовно групи країн) і місцевому (в межах окремо взятого району будь-якої країни).

В основі іншої класифікації туризму лежить мета подорожі. Ця класифікація нині має дискусійний характер. Дослідники розходяться в поглядах стосовно галузевої структури туризму. Більшість авторів єдині в головному і розрізняють подорожі з метою розваг і відпочинку, з одного боку, і діловий туризм – з другого, яким притаманні різні моделі поведінки відвідувачів.

У зв'язку із розвитком освіти сучасні дослідники пропонують акцентувати увагу на поглибленому вивченні культури країни відвідування в різних формах. Рекомендують організувати лекції до приїзду туристів або під час їх

перебування в країні, художні виставки, зустрічі за “круглим столом”, екскурсії у супроводі гідів вищої кваліфікації, демонстрації документальних фільмів [48].

Складовою теоретичної рефлексії практики туризму є з’ясування функцій, які він виконує. Багатогранність туризму адекватно відбивається в його економічній, соціальній, культурній, рекреаційній, естетичній, комунікаційній, інтеграційній, гедоністичній та інших функціях.

Економічна функція туризму. Індустрія туризму є однією з найбільш динамічніших форм міжнародної торгівлі послугами. За останні 20 років середньорічні темпи зростання кількості прибутків від іноземних туристів у світі становили 5,1%, валютних надходжень – 14% [66]¹. Туризм часто називають “невидимим експортом”. Особливістю цього соціального інституту є те, що туристські послуги, які виготовляють на експорт, не вивозяться з країни; споживач сам долає відстань, що віддаляє його від товару, який є предметом його інтересу.

Соціальна функція туризму виявляється в кількох аспектах, серед яких, на нашу думку, слід виділити:

- адаптацію та інтеграцію індивідуумів у соціальну тканину суспільства, їх підготовку до численних культурних, соціальних і економічних змін, що відбуваються в суспільстві;
- рекреаційні аспекти організації дозвілля. Промислово розвинене суспільство несумісне з неорганізованістю навіть у вільний час. Воно бере на себе відповідальність за відпочинок і організацію дозвілля громадян, використовуючи для цього відповідні соціальні й культурні ресурси, фахівців цієї сфери;
- освітню функцію. В окремих випадках спеціальна організація рекреаційного обслуговування дає змогу доповнити освіту і акцентувати увагу на певних культурних аспектах;
- “критичну” функцію. Поряд з функцією соціального упорядкування відповідна туристська організація може сприяти формуванню критичного

¹ [66] Туризм в Україні. Стат. бюлетень. – К.: Держкоммолодьспорттуризм України, 1999. – С. 12

погляду на речі, виникненню нових зв'язків і відносин між окремими людьми та групами [48].

Культурна функція туризму виявляється у сприянні поширенню культурних цінностей, тобто є ефективним засобом популяризації творів мистецтва. Туризм також робить свій внесок у розвиток народної культури, творцем якої є широкі верстви населення. При цьому право вибору має належати самим індивідуумам, однак саме фахівець туризму може сприяти формуванню критичного підходу до культурних цінностей, що споживаються.

Слід зауважити, що організація туризму і налагодження контактів між туристами та місцевим населенням є досить складними проблемами. Як свідчить досвід дослідження соціальних і культурних аспектів впливу туристських подорожей, обидві сторони заявляють взаємні докори і претензії [46]. Представники місцевого населення докоряють туристам у відсутності бережливого ставлення до природи, неповаги до місцевих традицій. Туристи, в свою чергу, скаржаться на заборони, відсутність гостинності, незважаючи на те, що вони роблять вагомий внесок у розвиток економіки регіону.

Рекреаційна функція туризму полягає в тому, що він сприяє оздоровленню людини, відновленню її фізичних та духовних сил. З нею безпосередньо пов'язана соціальна функція, адже в результаті споживання туристських послуг відбувається процес відтворення робочої сили, що веде до зростання продуктивності праці, а відтак – до підвищення ефективності виробництва. Сьогодні не менш важливим є й те, що розвиток туристської інфраструктури забезпечує зайнятість населення і таким чином слугує важливим фактором зниження соціальної напруги в суспільстві, спричиненої безробіттям.

Крім зазначених традиційних функцій туризму дисертант вважає слід виділити і не менш важливі соціальні та соціокультурні функції туризму, які до останнього часу випадали з поля зору дослідників (естетична, комунікативна та гедоністична, тобто функція насолоди, естетики).

Естетична функція розкриває гуманістичний і художній зміст туризму як засобу духовного збагачення людини через пізнання історії, культури, природи свого краю та інших країн тощо. Залучення до духовних цінностей та ідеалів

культури різних народів сприяє естетичному й моральному розвитку людини, стабілізує психічне здоров'я людей, громадських і соціальних відносин загалом.

Виконуючи комунікативну функцію, туризм виступає важливою ланкою процесу взаєморозуміння, що, в свою чергу, забезпечує суспільну солідарність. У цьому відношенні туризм має чимало переваг щодо інших способів людських контактів. У політиці чи, скажімо, в бізнесі наміри учасників зустрічі визначені заздалегідь, вони цілераціональні, зумовлені законами конкуренції, суперництва, правилами “три”, вимогами певних процедур. Людські стосунки, що здійснюються завдяки туризму, ґрунтуються на зовсім інших підставах. Вони, як правило, незапрограмовані, відкриті, в них значно більше людської теплоти, безпосередності.

Розкриваючи гедоністичну функцію туризму, слід відмітити, що сучасна культурна комунікація базується на соціально значущій інформації, котра впливає на суспільну свідомість через засоби масової комунікації, особливо радіо та телебачення, національні та міжнародні спортивні змагання тощо. Але справді глибокі й соціально значущі культурні контакти, котрі впливають на ключові життєві цінності та орієнтації індивідів та їх груп відбуваються тоді, коли індивіди як туристи стануть власною ногою на землю іншого регіону або іншої країни, зануряться у нове природно-географічне та культурне середовище, відмінне від того, де вони мешкають. Це якісно збагачує життєвий досвід людей, відкриваючи для них не тільки щось нове у зовнішньому світі, але й нові, досі невідомі для них сторони власного глибинного внутрішнього єства. Гедоністичний характер туризму можна визначити як пошук стану задоволення, насолоди, щастя й радості. Коли цей стан не приносить задоволення або тьмянішає, то індивід має тенденцію припиняти цей вид діяльності. Особистісний характер туризму надає можливість людині звільнитися від фізичної або нервової втоми, щоденної нудьги та стереотипів, розкриваючи перед ним реальний або надуманий світ розваг, звільняючи творчі сили.

В останні роки по-новому проявила себе інтеграційна функція туризму як важливого засобу консолідації нації, зближення регіонів, становлення

державності, а також розмивання кордонів, особливо економічних, між територіальними зонами, регіонами та країнами.

У цьому аспекті, на нашу думку, слід назвати, характерні ознаки гуманітарної складової культури в сфері туризму:

- Міжнародний туризм завдяки своєму масовому характеру сприяє загалом підвищенню якості життя, доступності для все більшої кількості людей культурних цінностей світового значення.
- Гуманітарна спрямованість туризму яскраво виявляється в розвитку соціального туризму [70]. Заохочується залучення до туризму молоді, школярів і студентів з метою розширення їх кругозору. Розширюються можливості подорожей для сімейних пар, осіб похилого віку та людей з фізичними вадами.
- Виконуються рекреаційні завдання, тобто відновлення і оздоровлення. Використовується зміна середовища, умови сприятливого клімату, яскраві враження, спілкування з новими людьми для зняття стресової напруги. Відновлюється саме туристське середовище, що є органічним поєднанням природи, культури і людини.

Аналіз функцій туризму свідчить, що ця галузь за наявності необхідних передумов вже не може бути другорядною сферою державних інтересів та інтересів суспільства. Тим більше, що за своєю економічною сутністю туристська інфраструктура легко адаптується до ринкових умов господарювання. Результатом туристського “виробництва” є послуги, які спрямовані на задоволення певних людських потреб. Отже, туристські послуги мають споживчу вартість, яка відображає одночасно і процес виробництва цих послуг, і їх споживання. Відповідно, туризм є вагомою складовою суспільного багатства і здатний реально збільшувати валовий суспільний продукт держави.

Якщо в поняття “послуги” закладено здебільше економічний, вартісний смисл і саме з ними пов’язаний процес отримання прибутку й зниження собівартості витрат, то соціологічним еквівалентом цього суто економічного поняття має бути “обслуговування”. Послуги здійснюються людьми, і їх вартісний смисл має заздалегідь визначений, стандартизований характер. Однак

якість, морально-етична та соціально-психологічна значущість надання послуг залежить від суб'єктивних, особистісних чинників, рис їх виконавців. Одну й ту ж послугу в однім і тім самім готелі можна надати на високому рівні морально-психологічної культури й людяності, а можна – на досить низькому рівні або на рівні байдужого виконавського автоматизму. За різним соціокультурним ефектом наданої послуги її споживча вартість залишається однаковою і незмінною, тоді як обслуговування при цьому є різним. Отже, обслуговування – це більше соціологічне, ніж економічне поняття, яке означає соціально-культурну поведінку суб'єктів здійснення (надання) послуг і відображає сукупність морально-етичних, психологічних та характерологічних рис цих суб'єктів при виконанні ними своїх службових функцій. Якщо послуги, як економічний чинник, вимірюються вартістю (ціни на послуги), то обслуговування, як соціокультурне явище, вимірюється рівнем їх якості (якість обслуговування).

Туристські послуги, на думку фахівців, мають разом з тим дві специфічні ознаки. Перша полягає в стрімкому процесі їх диверсифікації. Вона має чисто ринкову природу: щоб заволодіти туристським ринком, життя потребує від фірм нових форм туризму, таких як екологічний, науковий, подійний тощо. Друга специфічна ознака туристських послуг – їх статичність. Це означає, що вони не можуть бути транспортовані в район наявного попиту на них і спожиті там. Навпаки, збут туристської продукції здійснюється на місці її виробництва. А звідси безпосередньо впливає економічний аспект питання: туризм є ефективним тоді, коли держава приймає більше туристів, ніж відправляє їх в інші країни [52, 54, 63].

Відповідно до цього обслуговування також має свої специфічні ознаки. На відміну від послуг, що мають тенденцію до диверсифікації (подрібнення і “спеціалізації”) і, отже, до утворення нових різних за цінами послуг, обслуговування не підлягає диверсифікації в соціокультурному його вимірі (за виключенням функціонально-технологічного його змісту). Чи йдеться мова про науковий, чи екологічний або якийсь інший туризм, рівень якості обслуговування не залежить від цілей і характеру туризму. Щодо статичності,

то ця ознака однаково притаманна як послугам, так і обслуговуванню, національно-етнічна самобутність якого зберігається на всіх рівнях його якості і не може бути “транспортована” поза межі об’єкта туризму, як і власне послуги.

Високий рівень туристських послуг і наявність попиту на них автоматично не гарантують економічне та соціальне процвітання країни. Між цими двома сторонами туристського процесу існує проміжна визначальна ланка – реальний (на конкретний період часу) рівень споживання послуг, зумовлений факторами, що спричинюють особливості розвитку й територіальну організацію інфраструктурних об’єктів туризму.

До цих важливих факторів, погоджуючись з думкою дослідників туризму та міжнародних документів [41], можна віднести економічні, соціальні, демографічні, природно-географічні, соціально-психологічні, політичні.

Серед економічних факторів першочергове значення має рівень розвитку промисловості, пропорції й структура капіталовкладень у виробничу та невиробничу сферу, розміри громадських фондів споживання, транспортна забезпеченість території, протяжність доріг з твердим покриттям та ін.

Соціальні фактори, що впливають на розвиток туристської індустрії, це, насамперед, зростання добробуту населення країн, що активно беруть участь у туристському обміні, збільшення тривалості оплачуваних відпусток і скорочення робочого тижня.

Слід також зазначити, що індустріалізація сучасного суспільства створює значні стресові навантаження на населення і відповідно зумовлює потребу у відпочинку, рекреації, відновній активності, у тому числі за допомогою туризму.

Територіальна організація інфраструктурних об’єктів туризму значною мірою залежить від демографічної ситуації (кількості населення, його статеві-вікового складу, рівня освіти, режиму відтворення – рівня народжуваності, смертності, міграцій, стану здоров’я). Отже, демографічна ситуація визначає доцільні масштаби розвитку інфраструктури туризму її територіальну організацію. Існує і зворотний зв’язок: рівень розвитку інфраструктури туризму впливає на тип відтворення населення, тривалість життя тощо, тобто має значний вплив на формування демографічної ситуації.

Об'єкти інфраструктури туризму функціонують не самі по собі, а завдяки людям – трудовим ресурсам у їх кількісному та якісному вимірах.

Чисельність і структура населення зумовлюють об'єм і структуру його потреб, отже визначають і склад інфраструктурного потенціалу територій. Таким чином, особливості туристів, що різняться територіальною мобільністю, соціальною активністю, динамізмом потреб, а звідси – й видами обслуговування, які задовольняють ці потреби, визначаються особливостями локалізації об'єктів туризму.

На територіальну організацію туристської інфраструктури безпосередньо впливають фактори розміщення населення – рівень урбанізації, співвідношення міського і сільського населення, густота населення і населених пунктів, їх віддаленість один від одного, територіально-ієрархічне підпорядкування населених пунктів тощо.

Важливим чинником формування і територіальної організації інфраструктури туризму в сучасних умовах є природно-географічні фактори, які можна розподілити на дві групи:

- фактори, що впливають на розвиток туристської інфраструктури й територіальну організацію закладів туризму безпосередньо;

- фактори, що впливають на розвиток інфраструктури туризму опосередковано (через інші фактори).

До перших слід віднести всі природно-географічні фактори, які визначають інженерно-геологічні умови території, тобто умови, що детермінують доцільність будівництва будь-якого об'єкта інфраструктури туризму на тій чи іншій ділянці в регіоні. До складу цієї групи факторів входять і естетичні пейзажно-ландшафтні фактори, які зумовлюють локалізацію окремих об'єктів туристської інфраструктури. Так, саме від цієї групи факторів значною мірою залежить розміщення літніх підприємств харчування, танцювальних майданчиків, кінотеатрів тощо.

До других можна віднести рельєф місцевості, кліматичні умови, гідрологічні ресурси, рослинний і тваринний світ тощо. Так, рельєф впливає на розміщення, концентрацію населення, локалізацію різних за величиною

населених пунктів, що в свою чергу визначає територіальну організацію закладів туризму, місткість окремих інфраструктурних систем тощо.

Національні традиції, звичаї та обряди, стандарти поведінки й споживання, мода і навіть стан соціально-культурного середовища (особливо в сфері оцінки політичних переконань населення, яке проживає на цій території, характеру ідеологічного впливу), тобто, все, що стосується соціально-психологічних факторів, має тісний зв'язок з розвитком інфраструктури туризму та її територіальною організацією. Ця група факторів, формуючи мотиваційну поведінку населення території, чинить постійний регулювальний вплив на соціальні процеси.

До екологічних факторів розвитку закладів туризму належать стан природного середовища в районі відпочинку туристів та екологічна ситуація в туристських зонах, що відображає реальний вплив на обсяги й форми споживання туристських послуг.

Політичні фактори також мають велике значення. Безпечність місць відвідування, відсутність політичних конфліктів, рівень демократизації суспільства відіграють неабияку роль у розвитку туризму, а звідси і в розвитку туристських об'єктів.

Поряд з факторами, що визначають можливість розвитку інфраструктури туризму, існують лімітуючі фактори (соціально-економічні та природні), які впливають на часові параметри розвитку і потребують додаткових інвестицій: незадовільний загальний стан економіки; обмежені фінансові ресурси; дестабілізація грошового обігу (інфляція); відсутність належної правової бази туризму; низький рівень розвитку транспортних послуг тощо.

Інвестиції, як зовнішні чинники впливу на розвиток матеріальної бази, можуть активізувати діяльність об'єктів туризму. Вони можуть бути вкладені як у власне туристську інфраструктуру, так і в об'єкти комфорту та розваг.

Аналіз різних підходів до вивчення проблем туризму передбачає врахування основоположних принципів, розроблених відомим російським дослідником з питань туризму В.О. Квартальновим [28], які будуть використані в роботі: принцип системного підходу, що передбачає впровадження в життя

національної туристської політики; принцип гнучкого реагування, що є безперечною передумовою планування діяльності туристських підприємств; принцип подвійної інтеграції, що означає врахування взаємозв'язку між туристським попитом і пропозицією, а з іншого боку передбачає інтеграцію туристського розвитку з економічними, соціальними, політичними та культурними напрямками національного життя, які мають взаємозалежний характер.

Підсумовуючи сказане зазначимо, що соціологічна теорія туризму та її основні дефініції перебувають у процесі становлення, але чимало складових загальної теоретичної системи туризму вже вимальовуються досить виразно, її фрагментарні концепти дають змогу здійснити необхідну синтезувальну роботу, наслідком якої має стати теорія туризму. Вже нині, на нашу думку, є сенс говорити про двобічний характер туризму, як економічного та соціокультурного явища, і про специфічні взаємозв'язані його ознаки – інституціоналізоване самоцінне подорожування й функціональну гостинність, а також про цілий спектр його різноманітних функцій. Стверджуючи це, ми свідомо наголошуємо саме на соціальному, гуманістичному та економічному значенні туризму в житті цивілізації XXI століття. За нашим переконанням, увага до матеріально-прибуткових можливостей туризму як “індустрії” не послаблює соціального, “людиновимірального” значення туризму, а навпаки, доповнює його. У контексті загальнонаукових змін світоглядних парадигм, переходу до соціальноорієнтованого стилю мислення, що відбувається в сучасній суспільній свідомості, актуалізація проблеми розвитку готельного господарства як елемента соціальної інфраструктури туризму незаперечна.

1.2 Інфраструктура туризму та її складові

Сучасна наука розглядає туризм як складну соціально-економічну систему, в якій матеріально-речову її базу становить **інфраструктура туризму** – сукупність підприємств, що забезпечують реалізацію послуг і товарів у туризмі.

Вона представлена підприємствами, що забезпечують виконання основних послуг щодо розміщення (готелі, пансіонати, турбази, кемпінги, мотелі та ін.); переміщення (транспортні засоби); харчування (ресторани, бари та ін.); екскурсійного обслуговування (турбюро); додаткових послуг: банківських, валютно-фінансових, спортивно-оздоровчих, побутових, торгівельних, культурно-розважальних, а також суміжних, що охоплюють бронювання квитків, комплекс інженерних споруд, які забезпечують функції туристського виробництва.

Перш ніж говорити про інфраструктуру туризму та її складові варто розібратися в самому понятті “інфраструктура”.

У соціології соціальна інфраструктура може виступати предметом досліджень у подвійній площині: як один із сукупних механізмів задоволення, відтворення й розвитку соціальних потреб людей (різних груп, верств, спільнот) та як різновид професійної діяльності, суб’єкт якої дістав традиційну назву – “працівники сфери обслуговування” (сфери послуг, сервісу) [32].

Аналіз генезису ідей про соціальну інфраструктуру дає можливість стверджувати, що цьому аспекту життєдіяльності людей і суспільства приділялась увага ще задовго до визначення самого явища у вигляді поняття. Так, говорячи про передумови становлення і функціонування національного господарства, А.Сміт постійно виділяв матеріальні умови, що створювали можливість раціональної організації виробництва [14]. Проблема умов ефективної виробничої діяльності була поставлена самою логікою історичного розвитку. В міру ускладнення господарських зв’язків підприємці змушені були займатися питаннями організації інфраструктури в рамках національного господарства. З цього часу інфраструктуру почали сприймати як компонент промислового, а потім сільськогосподарського виробництва [13].

Тісне переплетіння об’єктивних закономірностей і економічних інтересів виявилось у поступовому формуванні елементів інфраструктури, насамперед тих, що забезпечували трудову діяльність людини.

Подальший розвиток інфраструктури був пов’язаний із зростаючими потребами у створенні необхідних умов для життєдіяльності не лише самого

працівника, а й його сім'ї. Уявлення про соціальні аспекти інфраструктури ще більше розширились, відобразивши новий рівень розвитку виробництва.

Поступово в процесі пізнання закономірностей суспільного розвитку в науковий обіг були введені поняття виробничої і побутової інфраструктури, вживання яких було пов'язане з необхідністю створення умов для функціонування виробничої та невиробничої сфер. Однак вплив соціальних факторів спричинив зростання вимог до невиробничих аспектів діяльності людей [77]. У результаті сталось так, що умови, які забезпечували їх розвиток, було віднесено до побутової інфраструктури. Відбулося механічне поєднання понять “соціальні фактори” і “побутова інфраструктура”, при цьому останню почали сприймати як частину невиробничої сфери. Таке трактування умов для соціальних аспектів діяльності людини не може бути оправданим, по-перше, тому, що поняття “побутова інфраструктура” охоплює далеко не всі проблеми соціального розвитку; по-друге, умови соціальної діяльності зв'язують воєдино як виробничі, так і невиробничі проблеми, не протиставляючи їх, а навпаки, органічно поєднуючи в одне ціле; по-третє, варто врахувати всі види діяльності, оскільки лише на цій основі можна дати науково обґрунтовану класифікацію елементів соціальної інфраструктури.

Узагальнюючи вищесказане, можна дійти висновку, що соціальна інфраструктура характеризує зв'язки (прямі і зворотні) матеріально-речового середовища і соціального суб'єкта (особистості, групи, класу, суспільства). Вона являє собою стійку сукупність речових елементів, з якими взаємодіє соціальний суб'єкт і які створюють умови для раціональної організації всіх основних видів діяльності – трудової, суспільно-політичної, культурної, сімейно-побутової.

Одним із сучасних трактувань соціальної інфраструктури є визначення, що подане в короткому енциклопедичному словнику за заг. редакцією В.І. Воловича. З цим визначенням, “соціальна інфраструктура” – це цілісна сукупність у певному соціумі установ, закладів, організацій та інших об'єктів користування, діяльність яких покликана забезпечувати умови існування й відтворення населення шляхом всебічного задоволення його соціальних потреб – виробничих, соціально-культурних, побутових тощо [17].

У всіх вищенаведених визначеннях підкреслюється, що соціальна інфраструктура – це умови, які забезпечують ефективну життєдіяльність людини не лише на виробництві, а й в усіх інших основних сферах суспільства. Разом з тим, на нашу думку, соціальна інфраструктура не є механічним зібранням закладів і об'єктів матеріальної бази. У цьому розумінні не можна одні інфраструктурні елементи замінити іншими: вони діють лише в комплексі, взаємодіючи і доповнюючи один одного.

Важливо підкреслити, що соціальну інфраструктуру, на нашу думку, не слід розглядати окремо від установок, ціннісних орієнтацій населення, окремих його груп і колективів. Саме тому в роботі ми не обмежуємося лише нормативним підходом як рецептом, а використовуємо також аналіз смаків, бажань, потреб і прагнень людей, їх намірів та вподобань.

В основі класифікації соціальної інфраструктури лежать умови, що забезпечують життєдіяльність населення [73], тому, на наш погляд, правомірно виділити як складову соціальної інфраструктури саме інфраструктуру туризму.

Визначення інфраструктури туризму має спірний характер, і відомі дослідники туризму трактують його по-різному. Так, “Туристський термінологічний словник” за ред. І.В. Зоріна і В.О. Квартальнова пропонує це визначення в такій редакції: “інфраструктура туризму – сукупність будівель, споруд, систем і служб, необхідних для функціонування туризму”. Таке трактування інфраструктури туризму, на наш погляд, не розкриває соціальної природи цього поняття і обмежується можливостями використання. Цікавим, на наш погляд, є визначення інфраструктури, яка пропонує “Великий енциклопедичний словник” за ред. А.Н. Азріліяна [3]. У цьому разі пропонується визначення “інфраструктури сфери послуг”, яке тлумачиться як комплекс видів діяльності, що обслуговують виробництво та реалізацію послуг.

На наш погляд, найповніше трактування інфраструктури туризму рекомендує Всесвітня туристська організація [28]. До складу інфраструктури туризму, згідно з даними рекомендаціями, відносять: засоби розміщення, такі як готелі, пансіонати, кемпінги і караванінги тощо; транспортний зв'язок і послуги; служби туристської інформації; ресторани; художні салони, банки та обмінні

пункти тощо. Ці складові можна розглядати в рамках внутрішніх і міжнародних туристських ринків та в контексті використання місцевими жителями об'єктів інфраструктури туризму.

Інфраструктурні ресурси представлені елементами соціальної й виробничої інфраструктури, що можуть бути використані для надання як основних, так і додаткових послуг у туризмі. Тією чи іншою мірою до цього процесу залучена місцева соціальна інфраструктура, яка використовується для обслуговування як місцевого населення, так і приїжджих туристів. Причому, чим потужніший туристський потік, тим більше інтегрована місцева соціальна інфраструктура в сферу туризму.

Комунікаційна доступність туристських об'єктів є не стільки елементом благоустрою, скільки умовою розвитку туризму в певному регіоні. Здебільшого ця доступність забезпечується залежно від ступеня розвитку туристського руху.

У системі туристської інфраструктури можна виділити капіталовкладення в комфорт і розваги. До складу першої групи входять, наприклад, гавані для яхт, прогулянкових катерів, посадкові майданчики для гелікоптерів, підвісні дороги, фунікулери.

До типових розважальних закладів належать: клуби, казино, кабаре та нічні ресторани, кафе, танцювальні зали, виставки, ярмарки. Із спортивних об'єктів слід назвати стадіони, іподроми, спускові траси, треки. Їх наявність забезпечує можливість проведення змагань, які приваблюють масу туристів як глядачів.

Елементами системи туристського благоустрою є лікувальні об'єкти бальнеологічних, кліматичних курортів, до складу яких входять об'єкти, які прямо або опосередковано належать до туристського господарства.

На формування туристського регіону значний вплив має і ступінь розвитку будівельної індустрії в цьому регіоні, її концентрація та спеціалізація.

Слід підкреслити, що найбільш повне і оптимальне задоволення туристських потреб може бути здійснене лише через систему готельних підприємств, які мають відповідну матеріальну базу та кваліфікований персонал. Наявність добре обладнаної матеріально-технічної бази – необхідна умова розвитку туризму. Саме матеріальна база визначає можливості участі країни у

виробництві туристських послуг. Свідченням цього є розробка в багатьох країнах спеціальних програм готельного будівництва, які підтримують уряди цих країн. За даними 1969 р., уряд Великобританії спеціальним актом, установив субсидії та пільгові займи, які передбачали покриття урядом до 20% витрат на будівництво або субсидію до 1000 фунтів стерлінгів на кожний готельний номер. У результаті за два роки вдалося побудувати 70000 готельних номерів, що подвоїло їх кількість [18].

Фонд готельних підприємств може об'єднувати 80% елементів інфраструктури туризму, а саме приміщень і площадок для фізкультурно-оздоровчих заходів (теніс, кегельбан, волейбол, баскетбол, настільний теніс, більярд, басейн, солярій, сауна), для проведення конгресів і семінарів (аудиторії, конференц-зали з приладами для перекладу, відеомагнітофонами, виставковими стендами, міні-телестудії), для відпочинку (фойє, клуби, телевізійні зали, зимові сади, галереї), для культурно-масової та розважальної роботи (кіноконцертні зали, танцювальні майданчики, ігрові кімнати), для розважального харчування та покупок (ресторани, бари, кафе, буфети, банкетні зали, торговельні центри, кіоски), для комунально-побутових послуг (перукарні, майстерні з ремонту взуття та одягу, пункти прання білизни, хімчистки, гаражі, стоянки тощо).

Аналіз чинників, що впливають на стан туризму, та узагальнення зарубіжного досвіду свідчить, що шляхами подальшого розвитку туризму і удосконалення його стану в країні є взаємодія екстенсивних та інтенсивних методів розвитку. Екстенсивний шлях – подальший розвиток кількісних показників матеріально-технічної бази туризму. Якість обслуговування туристів перебуває в прямій залежності від рівня матеріально-технічної бази, головним елементом якої і є готельне господарство.

Інтенсивний шлях розвитку туристської сфери передбачає поліпшення його організації шляхом удосконалення структури туризму; розширення географії подорожей; збільшення обсягу та розширення асортименту додаткових послуг; удосконалення політики цін, тобто можливість гнучкого реагування на зміну попиту тощо.

На жаль, нині ключовою проблемою розвитку інфраструктури туризму в Україні залишається не стільки нарощування потужностей, скільки підвищення якості обслуговування та розширення асортименту туристських послуг. Саме цей факт узятий автором за основу в процесі проведення дослідження.

Готельні підприємства надають споживачу комплекс послуг, серед яких готельному обслуговуванню належить провідне місце. Надання умов для проживання входить до складу будь-якої туристської програми незалежно від її тематичного спрямування й тривалості. В усіх готельних підприємствах передбачається чотири основних види послуг: розміщення, харчування, дозвілля і побутове обслуговування.

Наведені групи послуг свідчать про те, що характер надання послуг, його технологічне рішення мають багатогалузеве походження за видом продукту, що виготовляється, засобами матеріально-технічного забезпечення та за характером споживання. Завдання об'єднання цих продуктів у комплексну послугу, орієнтовану на споживачів з різними перевагами й платоспроможністю, і стоїть перед готельним господарством.

Найдосконалішим серед усіх відомих типів готельних підприємств є готелі замкнутого технологічного циклу обслуговування, в яких передбачається забезпечення всього комплексу готельних послуг. Крім послуг проживання, харчування, заходів дозвілля й побутового обслуговування такі підприємства забезпечують екскурсійне обслуговування, спортивні заходи, курортні програми (залежно від місцезнаходження), транспортні послуги, послуги зв'язку, замовлення квитків тощо.

Слід зазначити, що головним завданням готельних підприємств є надання саме послуг, що обумовлюють особливості їх діяльності. Вище вже йшлося про економічний смисл поняття “послуги” та відповідний йому соціологічний еквівалент “обслуговування”. Розглянемо детальніше перше з цих понять. За визначенням відомого маркетолога Ф. Котлера, “послуги – це об’єкти продажу у вигляді дій, вигод або замовлень” [24]¹. За цим визначенням, послуги не

¹ [24] Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм / Пер. с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 1998. – С. 15

зберігаються і клієнту пропонується те, що не має матеріальної форми. Тобто ринок готельних послуг зовсім не схожий на інші ринки. Це пояснюється тим, що готельна послуга не існує до її надання, тобто продукт створюється в процесі надання послуги, що не дає можливості порівняти пропозиції двох різних продавців, навіть у випадку коли продукти вважаються ідентичними. Як правило, надання послуг потребує спеціальних знань і майстерності, які споживачу важко не лише оцінити, а й зрозуміти.

Особливу увагу, на нашу думку, слід звернути на загальні ознаки готельних послуг, урахування яких є обов'язковим в діяльності готельних підприємств. До них належать *нематеріальний характер послуг*, або “невідчутність”, що означає неможливість їх демонстрації, споглядання, вивчення до моменту отримання. *Невідчутність* готельних послуг ускладнює процес ціноутворення і просування послуг на ринок. Важливою особливістю послуг є також *нерозривність виробництва і споживання послуг*. Надавати послуги можна лише тоді, коли надходить замовлення або з'являється споживач. Наслідком нерозривності виробництва і споживання є *мінливість виконання послуги*. Якість послуг істотно залежить від того, хто, де і коли їх надає, тобто від обслуговування.

Детермінантом сфери готельних послуг, як і всієї сфери послуг взагалі, є гостинність [70]². *Гостинність* (приймання гостей), про яку ми вже згадували, – це комплексна послуга, якій притаманні певні якісні властивості (споживчі): мистецтво створення позитивного образу (місцевості, національних особливостей, підприємства).

Надання послуги, її проектування і сам процес обслуговування мають кінцеву мету – прийняти гостя. Поняття “гість” є ключовим у розумінні концепції гостинності як сфери послуг і має історичні корені. Приймання гостей, гостинність – фундаментальні поняття людської цивілізації. За визначенням відомого французького архітектора Ле Корбюзьє, “будинок – машина для житла”, а англійське прислів'я говорить: “мій дім – моя фортеця”. Прагнення “обладнати”, створити комфортні умови життя виводить людину із “замкненого

² [70] Федорченко В.К., Лук'янова Л.Г., Дорошенко Т.Т., Мініч І.М. Уніфіковані технології готельних послуг. – К.: Вища шк., 2001. – С. 34

просторового поля” у “далеке” для нього поле. Бути допущеним до тимчасового перебування в ньому, одержати підтримку і допомогу в обмін на гарантію такого самого ставлення до себе – це і є гостинність [70].

Отже, *гостинність* – це комплексна послуга, якій притаманні певні споживчі властивості і яка створює позитивний образ підприємства, що означає прояв “вторинного” попиту на послуги. Позитивний образ у сфері гостинності має створюватися за допомогою всебічного використання ресурсів гостинності, комфортного середовища гостинності, стратегії та концепції гостинності. Сукупна взаємодія умов гостинності в єдиному технологічному процесі має бути скоординована розробкою моделі гостинності.

Модель гостинності виявляє взаємовідносини в системі “Гість – послуга – середовище гостинності” (детальніше елементи моделі гостинності буде розглянуто в другому розділі).

З метою зменшення впливу мінливості послуг на якість їх надання розробляють стандарти обслуговування і використовують класифікацію готельних підприємств.

Стандарт обслуговування – це комплекс обов’язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, які мають гарантувати встановлений рівень якості всіх операцій [27].

Класифікація готелів – це система оцінки готельного підприємства за різними ознаками: основним видом діяльності, призначенням, місткістю, поверховістю, режимом експлуатації, місцем розташування, контингентом споживачів, ціновою політикою та рівнем комфорту [22].

Існують різні типи готельних підприємств: туристсько-екскурсійний готель – забезпечує організацію пізнавального і розважального туризму; курортний готель – забезпечує організацію відпочинку в курортних центрах; бальнеоготель – разом з організацією відпочинку виконує низку лікувальних функцій; спортивно-оздоровчий готель – пропонує спортивні та оздоровчі тури; кемпінг – сезонне підприємство для автотуристів; курортний мотель – створюється в курортних зонах і забезпечує достатньо високий рівень благоустрою тощо.

Нині ринок готельних послуг пропонує широкий вибір форм і видів підприємств розміщення. Для всіх цих готелів існують обов'язкові вимоги на період тимчасового проживання клієнтів: наявність умов для розміщення, харчування, побутового обслуговування.

Слід наголосити, що надання послуг, з одного боку, за умов ринкових відносин потребує уніфікації й стандартизації послуг, а з іншого, – оскільки мотивом туристських подорожей є прагнення до ознайомлення і безпосереднього контакту з унікальною, самобутньою культурою певного народу, – воно також має бути неповторним і самобутнім. Стандартизують рівні комфортності, й ті властивості послуг, що мають вартісний характер і, отже можуть бути оцінені за певним грошовим еквівалентом. Всі інші частини та складові обслуговування мають бути унікальними, етнічно, регіонально самобутніми і не припускати їх стандартизації. Абсолютна стандартизація призводить до знецінення туризму, і це варто пам'ятати тоді, коли подекуди виникає потяг до “європеїзації” усіх атрибутів і властивостей готельних послуг.

Єдиної міжнародної класифікації готельних підприємств за рівнем комфорту не існує. Наприклад, існують критерії Міжнародної готельної асоціації, за якими вибірково оцінюють готелі різних країн. Однак у будь-якій країні світу існують місцеві підходи до класифікації готельних підприємств. Загалом систему класифікації готелів можна розділити на дві основні групи: “зіркова” система, на основі *французької* національної класифікації (поширена в більшості країн світу). Розряд у цьому випадку встановлюють присвоєнням певної кількості зірок (від однієї до п'яти); бальна, або індійська, система, в основі якої лежить оцінка готелю експертною комісією.

Відповідно до французької “зіркової” системи класифікації оцінюються такі основні параметри готелю: характеристики номерного фонду (площа номерів, питома вага одномісних номерів, однокімнатних та багатокімнатних, наявність комунальних зручностей у номерах та на поверхах, комфортність номерів); оформлення інтер'єру; інформаційне забезпечення, в тому числі наявність телефонного, телефаксного та телетайпного зв'язку; наявність і характеристики ліфтів; характеристики громадських приміщень, підприємств харчування,

додаткових послуг тощо. Подібні вимоги ставлять до персоналу, який повинен мати відповідну кваліфікацію та володіти іноземними мовами.

1.3. Соціокультурний потенціал сфери туризму у сучасному суспільстві

Для опису можливостей задоволення потреб людини в сфері туризму необхідно розглянути соціокультурний потенціал туризму і його ефективність. Соціокультурний потенціал сфери туризму - це наявність можливостей для задоволення потреб людей в туристських послугах. Соціокультурна ефективність туризму - це ступінь задоволення особистості в результаті реалізації цих потреб. Для більш детального розгляду соціокультурного потенціалу сфери туризму необхідно класифікувати сучасні види туризму, оскільки саме їх різноманіття створює основні умови для задоволення більшості дозвілєвих потреб особистості. Їх реалізація проводиться з урахуванням індивідуальних схильностей різних соціальних суб'єктів, а також їх соціального і матеріального становища. Враховуючи, що туризм багатопланове поняття, складно виділити його форми і види в чистому вигляді, тому єдину класифікацію туризму уявити досить важко. Існуючі, наприклад, В. А. Квартального, Л.П. Шматько, А.Ю. Александрової, Г. А. Карпової, мають деякі розбіжності, але в цілому між собою узгоджуються. На нашу думку, туризм можна класифікувати за такими ознаками: залежно від національної приналежності; мети поїздки; транспортних засобів, що використовуються на туристичному маршруті; способу пересування; засобів розміщення туристів; часу подорожі; тривалості подорожі; складу групи; організаційних форм; принципу формування ціни на продукт. Виходячи з цього, можна виділити наступні види: I. Залежно від національної приналежності: 1. Національний (внутрішній) туризм. Він являє собою тимчасовий виїзд громадян конкретної країни з постійного місця проживання в межах національних кордонів цієї ж країни для відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом і в інших туристських цілях.

2. Міжнародний (зовнішній) туризм. Він, в свою чергу, підрозділяється на активний і пасивний, або інакше в'їзний і виїзний туризм. Виїзний туризм - подорожі осіб, які постійно проживають в будь-якій країні, в іншу країну. В'їзний туризм-подорожі в межах країни осіб, які не проживають постійно в даній країні.

II. Залежно від мети поїздки. 1. Лікувальний (медичний туризм). Даний вид туризму, націлений на лікування різних захворювань. Лікувальний туризм має кілька різновидів, які визначаються відмінністю природних засобів впливу на людський організм, наприклад: кліматолікування, бальнеолікування, морелікування, грязелікування і т. ін. Найчастіше при лікуванні можуть використовуватися кілька засобів впливу на організм відпочиваючого, в таких випадках вид туризму визначає основне з них. 2. Рекреаційний туризм. В основі цього виду туризму лежить пересування людей у вільний час з метою відпочинку, відновлення і розвитку фізичних, психічних і емоційних сил. Рекреаційний туризм умовно можна розділити на оздоровчий і пізнавальний: - оздоровчий вид передбачає профілактику захворювань, відновлення сил, в його основі лежать спеціально розроблені маршрути, що включають відвідування джерел мінеральних вод, лікувальних грязей, гірськолижні маршрути; - пізнавальний вид - даний вид туризму має на меті розширення знань з різних напрямків. Рекреаційний туризм може включати наступні програми: - видовищно-розважальні (театр, кіно, карнавали, ярмарки, дні міста, фестивалі); - заняття за інтересами (полювання і рибна ловля, художня і музична творчість, тури для колекціонерів і т.д.); - навчальні (туризм, інші види спорту, мистецтво, ремесла і т. п.); - «етнічні» і побутові (пов'язані з вивченням національної культури і нетрадиційного побуту); - туристично-оздоровчі (включають маршрути з активними способами пересування, купальні, гірськолижні і т. д.). 3. Екологічний туризм - це туризм, що включає всі форми природного туризму, при яких основною мотивацією туристів є спостереження і залучення до природи. Це яскравий приклад поєднання природи, спорту та екології з метою розвитку духовних, фізичних і пізнавальних початків у людині. Екологічний туризм відноситься до рекреаційного виду туризму, який безпосередньо пов'язаний з використанням природного потенціалу. На нашу думку, екологічний туризм

необхідно розглянути як самостійний вид, так як у зв'язку з урбанізацією екологічні потреби стають одними з переважаючих. У наш час більшість туристів віддають перевагу саме екологічному туризму, про що свідчать зростаюча популярність піших екскурсійних маршрутів і збільшення відвідуваності привабливих в природному і культурному відношенні місць. Для розвитку екологічного туризму потрібні значні і різноманітні ресурси. Ресурсами екологічного туризму є не тільки природно-кліматичні фактори (рельєф, водні об'єкти, флора і фауна, унікальні і просто цікаві природні ділянки), а й історико-культурні пам'ятки, що знаходяться в безпосередньому зв'язку з природним середовищем. Тому до екологічних ресурсів можна зарахувати матеріальну і духовну культуру населення регіону, історичні, археологічні, культурні пам'ятки. Особливо охоронювані природні території є найбільш важливою ланкою в розвитку екологічного туризму, так як мають цілий ряд переваг: розташовуються в найбільш мальовничих, привабливих, цікавих з пізнавальної точки зору місцях; володіють сформованою системою обслуговування туристських груп; розташовують певною інфраструктурою і підготовленим персоналом. Великий розкид цільових установок екологічного туризму обумовлює різноманіття його напрямків. Науковий напрямок-особлива форма екологічного туризму, пов'язана з отриманням необхідної ділової та наукової інформації, наприклад, про рідкісних представників флори і фауни, що знаходяться під загрозою зникнення і занесених до Червоної книги, про природні явища, історичні пам'ятки і т. ін. Пізнавальний напрямок - це ознайомлення туристів з найбільш цікавими природними територіями, флорою і фауною, унікальними ландшафтами, гармонійно вписаними в навколишню місцевість пам'ятками матеріальної культури та історії. Головним інструментом ознайомлення туристів з навколишнім середовищем є навчальні екологічні стежки, розраховані на різний віковий і освітній рівень відпочиваючих. Спортивний напрямок - заняття гірським туризмом, водним сплавом, спортивним орієнтуванням в поєднанні з ознайомленням з гірськими, водними і лісовими ландшафтами, флорою і фауною даної місцевості. До даного напрямку може бути віднесено спортивне рибальство за спеціальними ліцензіями. 4.

Туризм з діловими цілями. В основі цього виду туризму лежать тимчасові відрядження і поїздки зі службовими цілями, включаючи участь у конференціях, конгресах, без отримання доходів у місці відрядження. Дотримуючись думки Е.В. Вавилової, віднесемо до ділового туризму інсентив-туризм (від англ. incentive-спонукальний, заохочувальний), який являє собою поїздку за рахунок фірми, організовану підприємством для своїх працівників за досягнення у праці. На відміну від масових турів інсентивпрограми розробляються під конкретного корпоративного замовника, припускаючи висококласне розміщення і обслуговування на маршруті. Інсентивтуризм зазвичай узгоджується з туристської фірмою за 1-2 роки до початку поїздки, так як програма реалізації заохочень компанією розрахована на тривалий період. Учасник поїздки захищений від всяких проблем, пов'язаних з підготовкою і проведенням туру, до того ж туристи, які подорожують по інтенсив-турам - найбільш вимоглива публіка щодо питань якості обслуговування. Цей тур організовується так, що поїздки, як правило, здійснюються в не сезон — з жовтня по квітень (за винятком різдвяних свят і нового року). 90% співробітників, нагороджених туристської поїздкою, відправляються в неї разом з дружиною (чоловіком). У програму таких поїздок часто включаються ділові заходи, презентації, обмін досвідом, навчання. Одним з різновидів ділового туризму є конгресний туризм - туристичні поїздки з метою участі в різних заходах, в тому числі конференціях, симпозіумах, з'їздах, конгресах і т. д. Інтенсивний розвиток даного виду туризму призвело до створення ряду міжнародних організацій, повністю спеціалізуються на проведенні міжнародних ділових і наукових заходів (наприклад, Міжнародний союз організаторів конгресів). Великою перевагою конгресного туризму є та обставина, що він може реалізовуватися в несезонний період. Витрати учасника Конгресу, як правило, значно перевищують витрати звичайного туриста, отже, при збільшенні вільного часу учасників за рахунок оптимальної організації, а також оплаті ділової частини направляючою установою, можливе комбінування поїздки на конгрес з різними туристичними програмами.

Висновки до розділу 1

Дослідження туризму як соціально-економічного та соціокультурного явища дозволило з'ясувати, що у феномені міжнародного туризму спостерігаються різні аспекти – культурний, економічний, духовний та політичний.

Встановлено, що важливу роль у розвитку туризму відіграла Манільська декларація зі світового туризму, яка визначила туризм як діяльність, що має велике значення в житті народів завдяки безпосередньому впливу на соціальну, культурну, освітню й економічну сферу життя держав та їх міжнародні відносини.

Серед усіх намірів у сфері розвитку туризму, що мають гуманістичну спрямованість найважливішими ми визначили такі: сприяння здійсненню заходів, які дають змогу кожному брати участь у внутрішньому та міжнародному туризмі; захист в інтересах нинішнього і майбутнього поколінь туристського середовища, яке включає в себе людину, природу, суспільні відносини, культуру, є надбанням усього людства; сприяння зростанню туристської свідомості й підтримка контактів відвідувачів з місцевим населенням з метою поліпшення взаєморозуміння та взаємного збагачення; сприяння інформуванню туристів з метою створення умов для розуміння звичок місцевого населення в місцях транзиту та тимчасового перебування.

Обґрунтовано, що до предметного поля соціології туризму входять соціальні явища, які безпосередньо пов'язані з господарською діяльністю та економічними чинниками туризму і детермінують їх або ж виступають як соціально-особистісні механізми цієї діяльності (настанови, орієнтації, мотиви діяльності, соціально-економічна поведінка працівників сфери туризму). Соціологічне поняття туризму поєднує в собі соціальні аспекти господарської, соціально-інституціональної, соціокультурної та соціально-психологічної діяльності із забезпечення туристського подорожування зі всіма його формами, різновидами та функціями.

З'ясовано, що територіальна організація інфраструктурних об'єктів туризму значною мірою залежить від демографічної ситуації (кількості населення, його статеві-вікового складу, рівня освіти, режиму відтворення – рівня народжуваності, смертності, міграцій, стану здоров'я).

Окреслено двобічний характер туризму як економічного та соціокультурного явища, його специфічні взаємозв'язані ознаки – інституціоналізоване самоцінне подорожування й функціональну гостинність, а також широкий спектр його функцій.

Уточнено зміст дефініцій «інфраструктура», що являє собою сукупність підприємств, що забезпечують реалізацію послуг і товарів у туризмі та «соціальна інфраструктура» яка є цілісною сукупністю у певному соціумі установ, закладів, організацій та інших об'єктів користування, діяльність яких покликана забезпечувати умови існування й відтворення населення шляхом всебічного задоволення його соціальних потреб – виробничих, соціально-культурних, побутових тощо. Визначено складові інфраструктури туризму, якими є: засоби розміщення, такі як готелі, пансіонати, кемпінги і караванінги тощо; транспортний зв'язок і послуги; служби туристської інформації; ресторани; художні салони, банки та обмінні пункти тощо.

До соціальної інфраструктури туризму було віднесено комплекс видів діяльності, що обслуговують виробництво й реалізацію туристських послуг. Ядром соціальної інфраструктури туризму виділено готельне господарство, детермінантом якого визначено гостинність.

Гостинність трактуємо як комплексну послугу, якій притаманні визначені споживчі властивості та яка створює позитивний образ підприємства, що означає прояв “вторинного” попиту на послуги. Визначаємо, що позитивний образ у сфері гостинності має створюватися за допомогою всебічного використання ресурсів гостинності, комфортного середовища гостинності, стратегії та концепції гостинності.

Визначено, що надання туристських послуг з одного боку, за умов ринкових відносин, вимагає уніфікації й стандартизації послуг, а з іншого, – оскільки мотивом туристських подорожей є прагнення до знайомства і

безпосереднього контакту з унікальною, самобутньою культурою певного народу, – воно також має бути неповторним і самобутнім. Стандартизувати потрібно рівні комфортності, ті сторони та властивості послуг, що мають вартісний характер і, отже, можуть бути оцінені за певним грошовим еквівалентом. Всі інші частини та складові обслуговування мають бути унікальними, етнічно, регіонально самобутніми і не припускати стандартизації.

Виявлено, що комунікаційна доступність туристських об'єктів є важливою умовою розвитку туризму в певному регіоні. Наявність добре обладнаної матеріально-технічної бази – необхідна умова розвитку туризму.

Встановлено ключову проблему розвитку інфраструктури туризму в Україні, якою нині є не стільки нарощування потужностей, скільки підвищення якості обслуговування та розширення асортименту туристських послуг.

Було з'ясовано, що соціокультурна ефективність туризму - це ступінь задоволення особистості в результаті реалізації цих потреб. Ґрунтовне вивчення соціокультурного потенціалу сфери туризму зумовило необхідність в класифікації сучасних видів туризму, оскільки саме їх різноманіття створює основні умови для задоволення більшості дозвіллевих потреб особистості. Види туризму було класифіковано за такими ознаками: залежно від національної приналежності; мети поїздки; транспортних засобів, що використовуються на туристичному маршруті; способу пересування; засобів розміщення туристів; часу подорожі; тривалості подорожі; складу групи; організаційних форм; принципу формування ціни на продукт.

РОЗДІЛ II

СОЦІАЛЬНО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ УМОВИ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ НА РІВНІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

2.1 Соціально-технологічний підхід до поліпшення інфраструктури туризму

Туризм в Україні як галузь народного господарства не визнається нині суспільством на рівні, що відповідав би його питомій вазі в економічній діяльності. Одна з причин такого становища має статистичний характер. У більшості існуючих статистичних систем неможливо адекватно відобразити весь масштаб і діапазон видів економічної діяльності, пов'язаних з туризмом, у зв'язку з тим, що державним органам і суспільству загалом неможливо мовою фінансових показників пояснити масштаб туризму, його відчутний вплив на економіку, суспільство та міжнародні відносини, відсутній достатній інтерес до розробки відповідної (що ґрунтується на значному обсязі інформації) державної політики в цій галузі.

Недостатня інформація про значення туризму є однією з причин ігнорування цього сектора в національних планах розвитку України. Наявність надійної статистичної інформації на постійній основі сприятиме вирішенню низки принципових проблем. Основні показники, що потребують надійної інформації, можна розподілити на три групи:

- обсяги та розподіл туристських потоків (кількість туристів; кількість туристських ночівель); найбільш відвідувані місця;

- економічне значення туризму: частка у валовому національному доході; зайнятість та прибутковість; податкові надходження; регіональний розвиток

- соціальне значення туризму: освіта й досвід працівників цієї сфери; реалізація соціально-культурних потреб споживачів; взаєморозуміння та соціальна гармонія; вплив на соціальне середовище і культуру; екологія і навколишнє середовище.

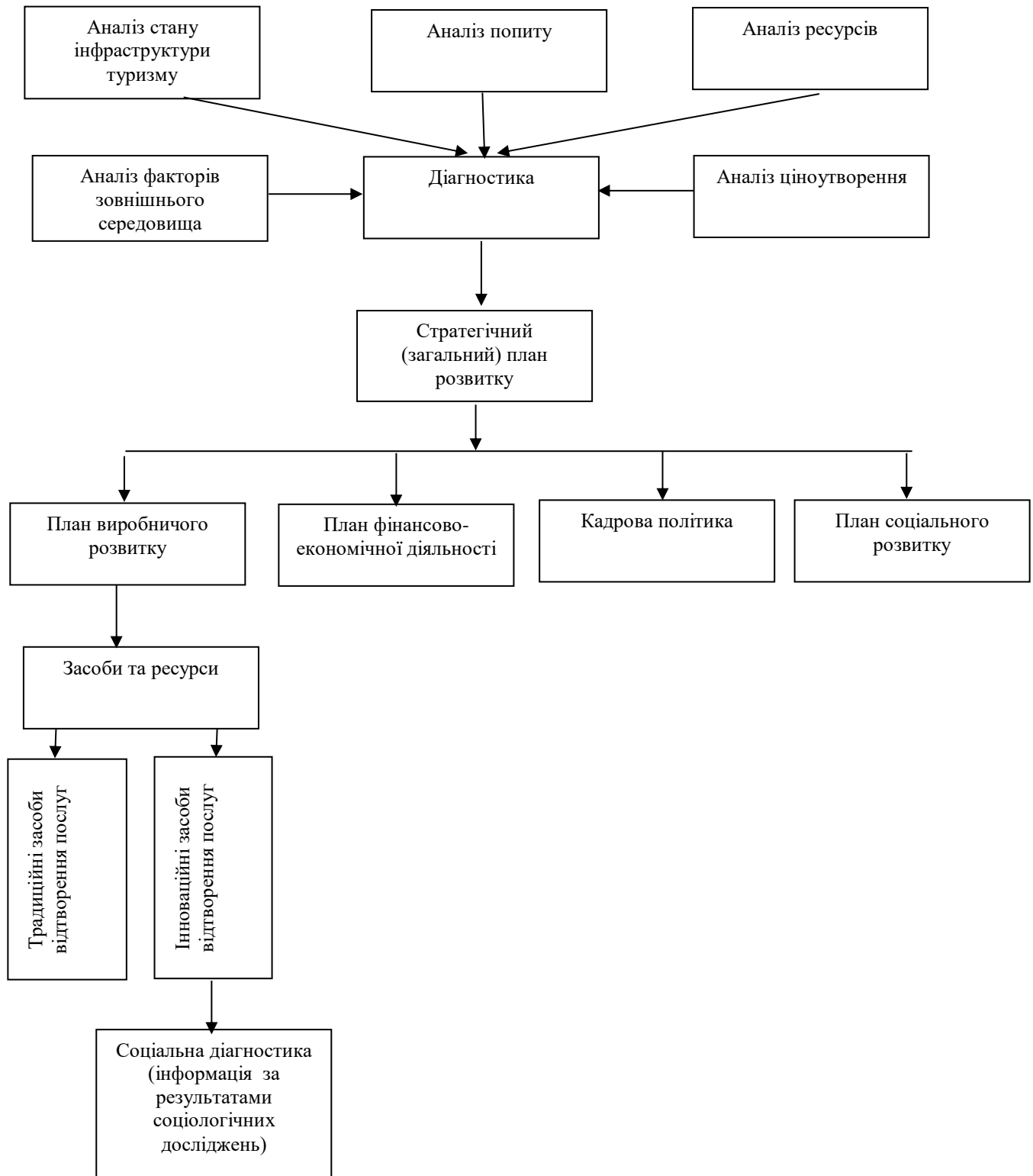
Однак самої інформації про стан інфраструктури туризму, його соціальної діагностики недостатньо для того, щоб можна було адекватним чином її реалізувати. Потрібно мати відомості ще й про те, як перетворити знання про стан об'єкта на певну модель чи засіб його перетворення відповідно до поставлених цілей. Такими відомостями є знання про соціальні технології. Соціальна технологія – це цілісна сукупність здійснюваних поетапно (за фазами) процедур та операцій, завдяки яким відбувається перехід одного соціального стану в інший [35]. Застосування соціальних технологій можливе лише тоді, коли їм передуює соціальна діагностика – отримання необхідних знань про стан перетворюваного об'єкта. Отже, коли ми отримуємо знання про всі складові наявної інфраструктури – виробничі, фінансово-економічні, кадрові, соціально-психологічні, соціокультурні та ін., стає можливою й відповідна розробка соціальної технології.

Першою фазою такої розробки є планування розвитку чи змін існуючої інфраструктури. Спробуємо створити модель соціальної технології відтворення та реконструкції інфраструктури туризму (рис. 2.1).

Основними етапами процесу планування в будь-якому секторі економіки є: визначення цілей і завдань розвитку; аналіз стану та прогнози; розробка напрямів політики та фізичних планів; моніторинг і зворотний зв'язок. Розширена статистична інформація, як уже було сказано, є обов'язковою умовою на кожному етапі планування. Цей процес починається з визначення конкретних завдань та цілей і включає кількісну оцінку розвитку цієї діяльності в перспективі. Завдання розвитку туризму можуть охоплювати економічні, соціальні та релігійні аспекти.

Рисунок 2.1.

Модель соціальної технології відтворення та реконструкції інфраструктури туризму



Аналіз стану і прогнозування включає дослідження факторів попиту та пропозиції, а також вивчення параметрів екологічного чи іншого впливу.

Аналіз попиту розпочинається з визначення продукту. У сфері туризму беруть за основу природні та історичні визначні місця, а також засоби доступу до них та їх використання. У зв'язку з цим попит виникає на групу продуктів, які комбінують самі туристи або комерційні постачальники з метою задоволення потреб туриста. Таким чином, аналіз попиту слід пов'язувати з усіма кінцевими компонентами туристського продукту.

Основним завданням планування розвитку туризму є оптимізація використання туристських ресурсів шляхом устанавлення відповідності змінних попиту та пропозиції. Пропозиція в галузі туризму охоплює транспортні об'єкти, засоби розміщення, пункти громадського харчування, заходи розваг, комерційні об'єкти тощо. У зв'язку з цим статистичні бази даних про наявність цих об'єктів, коефіцієнти їх використання, плани подальшого розвитку тощо є важливими елементами для оцінки відмінностей між попитом і пропозицією та для розробки безпосередніх планів дій.

Як попит, так і пропозиція систематично контролюються у відповідній системі факторами середовища. До них можна віднести: ресурсний потенціал, характеристики місцевого населення, кліматичні умови, соціокультурне середовище та граничні рівні інших факторів. Чітке розуміння цих факторів та їх впливу на розвиток туризму є обов'язковою умовою для ефективного планування туризму.

Аналіз факторів, що впливають на розвиток і економіку туризму, та узагальнення зарубіжного досвіду свідчать про те, що однією з умов раціонального формування матеріальної бази, а також підвищення економічної ефективності підприємств туризму є забезпечення їх комплексності на основі створення системи багатофункціональних підприємств з приймання та обслуговування туристів.

Проекти розвитку туризму і створення туристських комплексів мають ґрунтуватися на розробці сценарних планів подорожей та програм діяльності контингенту туристів, для яких і проектується просторове середовище, що має

відповідати усім видам і формам туристської діяльності. Це середовище включає об'єкти показу, підприємства приймання туристів та їх обслуговування, що складають єдину взаємопов'язану систему “виробництва” вражень та послуг.

При цьому, важливо враховувати, особливо в наших умовах ціноутворення, що основним джерелом прибутку від туризму в національному доході є сфера обслуговування. Транспортні послуги, готелі, мотелі, кемпінги для туристів та ін. становлять тільки частину системи обслуговування і дають дохід з порівняно невисокою нормою прибутку. Значну частину доходів з коротким терміном окупності приносять підприємства та заклади додаткового обслуговування туризму. До їх числа належать підприємства сувенірної промисловості, торгівлі, “цікавого” харчування, заклади відпочинку, ігор та розваг тощо.

Потенційні можливості залучення стійкого потоку туристів визначаються низкою факторів. Вивчення і аналіз цих факторів є основою для розробки планів туристських подорожей у певному регіоні та визначення на цій основі структури туристських підприємств, їх призначення й потужності.

Після освоєння інформації про природні умови, історико-культурні особливості та пам'ятки, про сучасний розвиток регіону потрібно складати плани уточнення цих даних та перелік питань до спеціалізації.

На даному етапі головна увага має бути спрямована на вивчення визначних місць території, що планується для освоєння туризмом, до неї відносяться:

- історія регіону з найдавніших часів до наших днів, пам'ятки історії та культури, ансамблі й пам'ятки архітектури, археології, їх стан і ступінь готовності для показу туристам, пам'ятні місця історичних подій, життя і діяльності видатних людей;
- об'єкти сучасної культури, що становлять інтерес для ознайомлення з вітчизняними досягненнями;
- стан і утримання музеїв, наявність екскурсійних та туристських маршрутів, а також стан матеріальної бази туризму, об'єкти, форми та рівень їх розвитку;

- природно-кліматичні і ландшафтні особливості, як з погляду їх привабливості, так і відносно створення комплексів відпочинку, а також їх оцінки для розвитку спортивно-оздоровчих форм туризму – піших походів, гірських підйомів тощо;

- місцеві національні традиції в народних художніх промислах з урахуванням особливостей, притаманних кожному з пунктів або регіонів. При цьому важливо зібрати дані не лише про існуючі форми виробництва та види виробів а й матеріали про втрачені традиції, які можуть бути відновлені як одна із важливих форм організації виробництва художньої сувенірної продукції;

- дані про місцеві національні традиції в приготуванні страв, які збереглися до нашого часу, які відомі з історичних джерел; ці матеріали дадуть змогу створити в структурі кожного регіону притаманні тільки цій місцевості підприємства харчування, а також врахувати ці традиції під час розробки програм та планування виробництва харчових сувенірів;

- дані про стан і можливості використання фауни для визначення перспектив включення в систему туризму мисливських угідь, рибальських баз, а також з метою використання мисливських продуктів для “цікавого” харчування;

- дані про етнографічні місцеві особливості й традиції в одязі, звичаях, музиці, танцях і піснях як основу для включення в програми діяльності туристських підприємств свят, масових дій та театралізованих показів.

Перелічені фактори, що визначають потенційні можливості розвитку туризму та його тематичну спрямованість, мають бути творчо переосмислені, що сприятиме успішному їх вибору для включення в програму розвитку туризму. Це передусім вибір головних, що мають пізнавальну цінність, об’єктів показу, аналіз природних умов навколишнього середовища, оцінка тематичної та економічної діяльності, включення в систему туристських маршрутів тих чи інших пунктів, оцінка й пошук шляхів використання місцевих національних промислів і традицій тощо. Однак найважливішим в аналізі цих факторів є творчий пошук форм, включення їх у систему туризму, визначення шляхів найповнішого їх розкриття, а в деяких випадках – розширення та доповнення.

Для розрахунку основних параметрів системи туристських підприємств потрібно насамперед визначити попит на подорожі, зовнішні зв'язки та внутрішню перепускную спроможність основних об'єктів відвідування [76].

Визначення потенційного потоку вітчизняних туристів слід проводити з урахуванням потреб населення в туристських подорожах, як короткочасних (подорожі у вихідні дні) для районів, близько розташованих до території, що розглядається, так і довготривалих (під час відпустки), враховуючи розподіл за сезоном, видами та цілями подорожі. У розрахунках слід також брати до уваги дані про темпи росту потоку в цей регіон у минулому та потенційні можливості залучення різних категорій туристів: зі спортивно-пізнавальною метою, для мисливства, рибальства тощо.

Розрахунок потенційних потоків туристів за формулами дає лише приблизні показники, які уможливають визначення укрупнених параметрів наповнення певного регіону.

На розрахунок потенційного потоку іноземних туристів у певний регіон впливає дуже багато факторів, насамперед кон'юнктура міжнародних відносин та зовнішньополітичні зв'язки. Однак існують об'єктивні показники, що впливають на формування потоку іноземних туристів, урахування яких дає можливість визначити основні його параметри. Передусім враховують об'єктивні дані попиту на міжнародний туризм та його зростання.

Для розрахунку потоку туристів у відповідний регіон важливо визначити й частку потенційного потоку інтуристів, яких може привабити регіон. Тут слід врахувати об'єктивні показники росту потоку і дані попиту на відвідування конкретного регіону. Останній показник залежить не лише від об'єктивних потенційних можливостей залучення туристів, а й від низки факторів організації туризму.

Це насамперед:

- можливості показу пам'яток історії, культури, досягнень сучасності, а також природні умови, які розглядаються з урахуванням особливостей потоку;
- рівень комфортності підприємств приймання туристів, гарантування різноманітності вражень і форм відпочинку;
- організація реклами, яка активно впливає на спрямованість потоку і в деяких випадках визначає активність розвитку туризму.

Важливим фактором організації туризму є сезонні коливання туристського потоку впродовж тижня. Сезонні коливання потоку під час довготривалих туристських подорожей залежать від видів і мети подорожі, природно-кліматичних умов території, соціально-демографічного та вікового складу подорожуючих, категорій туристів і становлять, як показує аналіз вітчизняного й зарубіжного досвіду, для вітчизняних туристів – від 60 до 70%, для іноземних туристів – від 70 до 80% у туристський сезон.

Тривалість туристського сезону визначається в кожному конкретному випадку з урахуванням природно-кліматичних умов і коливається від трьох до шести місяців. Сезонні коливання потоків туристів вихідного дня, як показує аналіз статистичних даних, більш стерті і становлять від 50 до 60% у туристський сезон і від 40 до 50% в інший час року, що пояснюється попитом на цей вид подорожі в основному не під час відпускнуго періоду.

З метою визначення потужності й набору туристських підприємств потрібно виявити одночасний потік туристів різних категорій за день туристського сезону.

Розрахункові параметри потоку вітчизняних та іноземних туристів, що включають загальнорічне й одночасне число туристів, його розподіл за категоріями, видами подорожі, сезонами, класом обслуговування, видом транспорту та тривалості перебування, є основними аспектами складання туристських планів, слугують основою для розрахунку необхідного обсягу туристських послуг, визначення раціональної місткості та видів обслуговування підприємств, оцінки економічних показників будівництва й експлуатації проектних туристських підприємств.

Такий підхід дає можливість визначити оптимальні обсяги будівництва першої черги, які можна здійснити в реальні строки, і розрахувати максимальний економічний ефект проектних туристських підприємств.

Не менш важливим при плануванні розвитку туризму є етап вивчення і оцінки необхідних умов для реалізації цих планів. До цих умов належать:

- обсяги та напрямки зовнішніх транспортних зв'язків (авто, залізничних, автобусних, річкових або морських та ін.);
- стан і перспективи будівництва доріг, необхідних для здійснення проектних маршрутів у певному регіоні;
- стан і перспективи розвитку інженерного устаткування міст і пунктів, що входять у систему маршрутів;
- планові та необхідні обсяги реставраційних робіт для пам'яток, що включають у програму показу і пристосовують до об'єктів туризму;
- наявність і розвиненість будівничої та реставраційної бази;
- зайнятість населення та резерви кадрів для залучення в систему туристських підприємств;
- дані про розвиток місцевої промисловості, її можливостей для забезпечення туризму промисловим виробництвом сувенірів та устаткування, а також про інші джерела й форми організації сувенірного господарства в центрах туризму;
- оцінка містобудівної ситуації, стан забудови та облаштування міст, що планується для використання як центрів туризму;
- стан і перспективи розвитку засобів зв'язку (телефон, телеграф) в проєктованих пунктах туризму;
- інші дані про суміжні з туризмом галузі розвитку народного господарства цього регіону.

Плановий обсяг туристів різних категорій з урахуванням сезонних коливань розподіляють на основі часу переміщення, прибуття та всіх видів діяльності в кожному пункті туризму. Це дає можливість визначити потужність необхідної

для приймання та обслуговування системи підприємств у кожному пункті з їх добовим заповненням у піковий період сезону.

Матеріальна база системи туристських підприємств має враховувати всі притаманні туристам види діяльності. При цьому слід прагнути до створення такої системи висококомфортного обслуговування, яка, будучи взаємопов'язаною як у функціонально-планувальному, так і в організаційному та економічному відношенні, зможе забезпечити високорентабельну роботу підприємств індустрії туризму.

Отже, комплексна система туристського обслуговування повинна передбачати такі групи заходів: забезпечення основних видів послуг з приймання та розміщення туристів і будівництво готелів, кемпінгів, турбаз, мотелів, підприємств харчування, транспортних підприємств; розвиток музейних експозицій, організація показу визначних місць; забезпечення додаткових видів обслуговування туристів у вільний час (виробництво та реалізація сувенірів, організація підприємств “розважального” харчування, культурно-видовищних закладів, підприємств відпочинку, спорту, розваг, ігор та ін.); організація господарського обслуговування, створення базових підприємств харчування, комунально-побутового обслуговування, транспорту, інженерне забезпечення підприємств туристського комплексу, будівництво житла для персоналу, організація закладів з підготовки кадрів тощо.

2.2 Потенціал культурного туризму як напрямку туристської індустрії на рівні територіальної громади

Історія була домінуючим рушієм туристичної діяльності протягом найдовшого часу. Подорожувати на великі відстані, щоб дослідити таємниці та чудеса минулого, не є новою концепцією – вона існувала століттями й продовжує залишатися популярною причиною подорожей людей. Дивлячись на сучасні тенденції, можна сказати, що історія ніколи не буває надто старомодною, щоб її

плекати. Культурно-історичний туризм означає подорожі з головною метою - вивчення історії та культурної спадщини місця. Це може означати простий огляд визначних пам'яток історичної архітектури, відвідування місцевих музеїв, які документують минуле через артефакти, мистецтво та літературні залишки, або навіть щось таке химерне, як спроба автентичних історичних рецептів у місці їх походження.

Люди часто поєднують свою любов до історії з іншими туристичними принадами, такими як шопінг, відвідування парків розваг і перебування на курортах. Таким чином, місця, які мають багату спадщину і водночас розробили чудову туристичну інфраструктуру для обслуговування всіх категорій туристів, отримують найвищий рейтинг з точки зору популярності як туристичні напрямки.

Масовий туризм часто називають феноменом ХХ століття. Хоча люди подорожували з давніх-давен з метою освоєння нових земель, у спробах уникнути голоду чи небезпеки, з освітніми або торговельними цілями, але вже з другої половини ХІХ століття подорожі стають радше формою проведення дозвілля, ніж необхідністю. Проте становлення туризму як масового явища у сучасному розумінні можна віднести вже до другої половини ХХ століття, оскільки саме в цей час відбувається стрімкий розвиток транспортних засобів. Крім того, саме у другій половині ХХ століття відбуваються серйозні зміни у суспільно-політичній та економічній сферах. Саме у другій половині ХХ століття туризм стає ще й предметом наукового осмислення. Довгий час він вивчався з позицій економіки, менеджменту, надання та споживання туристських послуг намагалися розкласти на деякі етапи та процедури, тобто розглядали туризм з технологічної точки зору. Згодом до досліджень феномену туризму стали звертатися соціологи, філософи, культурологи, що породило низку нових цікавих підходів до розуміння цього явища. Прагнення туриста до нових емоцій та переживань носить дуже специфічний характер: емоції та враження мають бути яскравими, як можна екзотичнішими. Світ туриста – це світ, сконструйований під потреби та очікування туристів, він покликаний розважати та дарувати задоволення. Світ перетворюється на глобальну сцену, на якій

практично всі нації змагаються у бажанні звернути на себе увагу і привернути якнайбільше туристів. Національна ідентичність тепер дедалі частіше визначається термінами як локальної, так і глобальної сцени. Інтерес до теми національної ідентичності у дослідженнях туризму також цілком зрозумілий: на тлі загальної глобалізації культури все частіше порушуються питання про збереження та відтворення ідентичності, самоідентифікації індивідів, груп, етносів, народів. Міжнародний туризм передбачає міжкультурну комунікацію, зустріч та взаємодію на рівні «свій – чужий». У цьому контексті йдеться про те, що «свій» та «чужий» зберігають значущі відмінності, власну своєрідність та культурні цінності.

З одного боку, практики туризму можуть розглядатися як механізм самоідентифікації людини, з іншого - місцеву ідентичність «чужого», тобто приймаючого туристів співтовариства, можна вважати туристською атракцією, яка є основою мотивації мандрівника. Адже подорож і відбувається заради знайомства з автентичною, «живою» культурою сторони, що приймає. Туристи у своїх поїздках шукають справжності та автентичності. Наявність заднього плану та прагнення туристів наблизитися до знайомства з ним очевидні і для діячів туристичної галузі. Як тільки людина намагається проникнути в область реального життя тієї місцевості, куди вона прибула, вона відразу опиняється в місці, спеціально сконструйованому так, щоб створювати відчуття близькості та досвіду, що може бути визначений як «співучасть».

У минулі часи подорожі завжди передували розповіді про неї, сучасні мас-медіа, особливо Інтернет, докорінно змінили цей порядок. Сьогодні, купуючи готовий турпродукт або плануючи самотійну подорож, турист спочатку визначається з бажаним напрямком поїздки. Часто цей вибір обмежений матеріальними можливостями, але за інших рівних умов вибір буде ухвалено на користь тієї туристичної дестинації, образ якої, сформований оповіданнями знайомих потенційного туриста, користувачів всесвітньої мережі, а також авторами численних телевізійних програм про подорожі, здасться йому найбільш привабливим. При цьому сучасний турист заздалегідь збирає інформацію про пам'ятки та можливі варіанти проведення дозвілля, уважно

вивчає фотографії обраного готелю, а за відгуками та фотографіям його колишніх гостей може навіть ознайомитися з меню готельних ресторанів та вивчити «в обличчя» більшість риб, черепах, мавп та вуличних торговців, що зустрічаються в радіусі кілометра від готелю. Таким чином, турпоїздка стає не стільки способом пізнання нового, скільки способом отримання заздалегідь запланованого, детально прорахованого та обдуманого задоволення. Не можна, однак, заперечувати, що туризм таки відіграє певну роль у побудові власної ідентичності, принаймні якщо розглядати ідентифікацію в соціальному або соціокультурному сенсі, тобто як переживання та усвідомлення своєї приналежності до тих або інших соціальних груп та спільнот. У цьому контексті туризм слід розглядати як явище соціокультурне, що можна у загальному значенні визначити як пересування громадян за межі їхнього звичайного місця проживання, причиною чого є виникнення інтересу до іншої культури. Цей інтерес задовольняється доступом до культурних пам'яток, у тому числі до культурних подій, історико-культурної спадщини, культурної інфраструктури, представленої музеями, театрами, галереями, концертними залами, майданчиками, а також до елементів традиційної та повсякденної місцевої культури. В результаті індивід отримує новий досвід та незабутні враження, задовольняє власні культурні потреби та інтереси. Таким чином культурний туризм виконує економічну, пізнавальну, освітню, комунікаційну та миротворчу функції. Під визначенням «культурний туризм» розуміємо також переміщення людей з метою отримання нових знань та вражень за допомогою долучення до матеріальної та нематеріальної культури регіону перебування.

Таким чином, в сучасних умовах одним з найбільш затребуваних і поширених видів туризму, з яким «перетинається» більшість інших, є культурний туризм, який має свою специфіку, унікальний світоглядний і пізнавально-виховний потенціал, що забезпечує взаємодію, діалог культур на рівні особистості – зустріч, взаємодію та взаємозбагачення національної, регіональної чи територіальної культур, які представлені туристу для сприйняття та пізнання та культури, носієм якої він є сам.

Тому від рівня та якості розвитку культурно-туристської індустрії залежить формування іміджу, авторитету та привабливості країни, адекватних уявлень про її народ та його історичні перспективи, а отже, і тих культурних установок, які визначають як внутрішні соціальні взаємозв'язки, так і міжнародні відносини, а отже, і загальнолюдську долю.

Соціокультурний потенціал сфери туризму - наявність можливостей задоволення соціокультурних потреб людей у туристських послугах.

В силу своїх унікальних якостей культурний туризм є одним з базових засобів пізнання світової цивілізації в цілому та власної країни зокрема. Для внутрішнього споживача культурно-туристської індустрії, враховуючи прагнення сучасної людини усвідомити себе не тільки як учасника загальнолюдської цивілізації, а й представника певної етнічної, релігійної та національної культури, цей вид туризму має найважливіше значення, оскільки сприяє самоідентифікації особистості, її самовизначенню, формуванню національної та етнічної самосвідомості, подолання різноманітних упереджень та страхів як щодо чужої, так і щодо власної культури.

Не випадково формування стратегії розвитку освітнього туризму в Україні – актуальне завдання, яке перш за все постає на державному рівні. Неодноразово порушуються питання впровадження туристичних програм у освітній процес – звертається увага на такі форми, як виїзні лекції, практичні заняття, відвідування музеїв і театрів, екскурсії на тему уроку. Ця взаємодія освіти та культурного туризму необхідна для вирішення проблем соціокультурного розвитку, збереження культурної спадщини регіонів України, зміцнення єдиного соціокультурного простору. Однак для того, щоб культурний туризм був ефективним ресурсом економічного та соціально-культурного розвитку країни, його потенціал має бути адекватно оцінюваним та використовуваним, насамперед, на конкретному територіальному рівні – регіональному. Саме регіонально-територіальний рівень управління туристською індустрією дозволяє окреслити відповідний туристичний кластер, виділити його унікальні культурні, природні та історичні риси, забезпечити креативне, своєчасне та ефективне вирішення відповідних проблем. Цю установку, зокрема, відбито у нормативних

правових документах державного і регіонального рівня України. Так, наприклад, наголошується на необхідності комплексного підходу до розвитку туризму у цілому та культурного туризму зокрема, оскільки саме комплексний підхід здатний залучити та утримати інтерес сучасної споживчої аудиторії і важливо розуміти значення розробки комплексу заходів щодо розвитку цього напрямку (культурно-пізнавального туризму) як найбільш конкурентоспроможного, перспективного виду туризму, що відповідає загальнодержавній політиці та національним інтересам нашої держави [62].

Беручи за основу нашого дослідження комплексний підхід, відзначимо, що він має особливе значення в оцінці потенціалу культурного туризму як напрямку туристичної індустрії та ресурсу регіонального розвитку. В основу цього підходу покладено наукові принципи єдності одиничного та загального, частини та цілого, цілісності відповідного феномену у взаємозв'язку його складових та у взаємозалежності з іншими явищами. Тобто в оцінці та розвитку регіонального потенціалу культурного туризму комплексний підхід передбачає виділення та прояснення його (культурного туризму) основних структурних елементів та розгляд основних аспектів формування та розвитку. Враховуючи все вищевикладене, можна зробити висновок, що ефективне використання культурного туризму як одного з найважливіших ресурсів регіонального розвитку потребує комплексного підходу до нього як найважливішого об'єкта регіонального управління. Це вимагає визначити алгоритм застосування комплексного підходу до аналізу потенціалу культурного туризму як напрямку туристичної індустрії та ресурсу регіонального розвитку.

Спочатку поняття «туристський потенціал регіону» розглядалося вітчизняними та зарубіжними вченими з погляду наявності набору відповідних ресурсів, переважно природних. У подальших роботах поряд із вивченням ресурсного потенціалу активно почали вивчатися фактори, що впливають на зміну та розвиток туризму: сфера економіки та управління, різні аспекти соціального життя суспільства, включаючи мотиви подорожей тощо. Найбільш містким на сьогоднішній день є розуміння туристичного потенціалу як сукупності можливостей регіону з формування та задоволення потреб туристів у

процесі організаційно-економічних відносин при використанні наявних ресурсів. Важливим чинником розвитку туризму є наявність туристського потенціалу територій, знання якого - одна із основних умов для формування туристського продукту. Це знання має бути структуроване та систематизоване, давати загальне комплексне уявлення про туристські можливості та перспективи регіону. Тому, розглядаючи сукупний (комплексний) туристичний потенціал регіону, необхідно виділити ті його складові, використання (а також створення та підтримка) яких може забезпечити ефективний розвиток туризму у регіоні. При цьому сукупний туристичний потенціал розглядається як комплекс взаємопов'язаних та взаємодіючих природно-ресурсних, історико-культурних, економічних та соціальних потенціалів. Повною мірою цей підхід до дослідження туристичного потенціалу можна застосувати і до культурного туризму. При цьому слід зазначити, що якщо економічні та соціальні його складові є спільними для всіх видів туризму, то природно-ресурсний та історико-культурний потенціали розвитку культурного туризму є унікальними для кожного регіону.

З урахуванням зростаючого попиту та пропозиції на туристичні поїздки з культурно-пізнавальними цілями, на основі аналізу іноземних та вітчизняних джерел фахівці зазначають, що сьогодні у практику міжнародного туризму, крім традиційного культурно-пізнавального напрямку, входять такі підвиди культурного туризму, як культурно-історичний, культурно-подійний, культурно-релігійний, культурно-археологічний, культурно-етнографічний, культурно-етнічний, культурно-антропологічний, культурно-екологічний. Можуть бути виділені й інші напрями, що залежить від специфічних та регіональних особливостей відповідного туристичного потенціалу.

Велика кількість територіальних громад України нині розглядає розвиток туризму як одну з пріоритетних цілей. Відповідно до закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» територіальну громаду формують “жителі, об’єднані постійним проживанням у межах села, селища, міста, що є самостійним адміністративно-територіальною одиницею” [49].

На територіях громад розташовані вікові палаци, національні парки та заповідники, маяки та навіть кінні заводи. Переважно такі об'єкти є надзвичайно привабливими для туристів. Хоч великі туристичні об'єкти перебувають в управлінні державою, не варто забувати, що розташовані вони саме на території громад. Завдяки комплексному підходу та синергії зусиль місцевої влади, науковців, представників бізнесу, експертів, із залученням активних мешканців громад та центральних органів виконавчої влади можна розвивати як туристичні продукти, так і супутні послуги навколо цих історичних пам'яток.

Оскільки регіональний туризм є одним із напрямків краєзнавчої діяльності саме в цьому аспекті якнайширше розкривається соціокультурний потенціал на рівні територіальної громади. Взаємодія освітніх та наукових установ із органами місцевого самоврядування створює широкі перспективи для реалізації цих можливостей.

Краєзнавство є комплексною науковою дисципліною та способом реалізації пізнавального інтересу до своєї «малої батьківщини». У вітчизняній освіті та громадському вихованні накопичено значний науково обґрунтований та підкріплений практикою позитивний виховний досвід дитячого туризму, представлений специфічною туристично-краєзнавчою освітньою діяльністю. Туристсько-краєзнавча діяльність – особливе педагогічно організоване соціальне середовище індивідуального особистісного зростання дитини та дорослого; фактор передачі досвіду поколінь, збереження їх культурно-історичної спадкоємності; це середовище, що дозволяє попереджати антисоціальні, аморальні вчинки дітей; зняття з дітей психологічних навантажень від сучасних засобів інформації, стресу від навчального процесу у взаємодії з природою, культурою, людьми різних професій тощо. Туристсько-краєзнавча діяльність у складних сучасних умовах кризи ідеалів, життєвих людських цінностей стає дієвим, гуманістичним засобом формування загальнолюдських соціально-ціннісних орієнтирів, потреб, інтересів, прагнень духовного спрямування; засобом розвитку індивідуальності, унікальності особистості. Багатофакторність, комплексність, цілісний вплив на особистість - специфічна соціально-педагогічна, психологічна характеристика туристично-

краєзнавчої діяльності. Комплексним засобом виступає реальна дійсність у всьому її різноманітті, протиріччях, яку пізнає дитина в туристсько-краєзнавчій діяльності і яка дозволяє дитині усвідомити себе часткою цієї «реалії» і визначити особисте ставлення до людей, подій, фактів, культури, природи. Зміст туристсько-краєзнавчої діяльності багатогранний і різноманітний (туризм, краєзнавство, діяльність пізнавальна, фізична, екологічна, художня, культурологічна, суспільно корисна і т. ін.), що дає змогу враховувати особисті можливості конкретної дитини. Ціннісну основу складає ідея формування основ здорового способу життя у туристично-краєзнавчій діяльності, яка враховує природні прагнення дітей, потреби у спілкуванні з природою.

Важливе державне значення має й соціальна спрямованість туристсько-краєзнавчого руху. Її соціальне завдання полягає в тому, що, по-перше, вона приваблює найбільш соціально незахищені верстви населення, оскільки є найбільш доступною формою відпочинку та діяльності; по-друге, є школою соціальної адаптації населення до стресових ситуацій у житті сучасного суспільства; по-третє, бере участь у вирішенні великого числа прикладних питань, наприклад, у проведенні допрофесійної підготовки молоді.

Отже, у сучасних освітніх закладах повсюдно зберігається і розвивається традиція організації туристсько-краєзнавчої діяльності вихованців. Саме дитячий туризм є активним способом всебічного вивчення культурно-природної спадщини свого району, міста, регіону у взаємодії з навчальними, виховними та розвиваючими завданнями освітнього закладу.

Туризм, з погляду теорії фізичного виховання, поряд з фізичною культурою та спортом є важливим засобом, що виховує дітей та підлітків.

Дитячо-юнацький туризм є засобом гармонійного розвитку підлітків і юнаків, реалізований у вигляді відпочинку і суспільно корисної діяльності, характерним компонентом якого є подорож (екскурсія, прогулянка, похід, експедиція). Це визначення, передусім, свідчить про те, що у туризмі мають інтегруватися такі основні аспекти виховання, як моральний, трудовий, естетичний, фізичний, патріотичний, інтелектуальний.

Об'єктивні умови дійсності створюють реальну можливість формування свідомості та поведінки в їх єдності. Формувати моральні переконання в дітей і підлітків у тому вищому вираженні - єдності інтелекту, емоцій, почуттів, поведінки та діяльності - необхідно шляхом поєднання навчання та виховання з життям, практикою. У пізнанні рідного краю виховуються ідейно-політична зрілість, впевненість, формується думка. Цьому сприяють конкретні приклади, що посилюють емоційне ставлення учнів до традицій свого народу. Туристсько-краєзнавча діяльність вводить підрастаюче покоління у соціальне макросередовище, що значно прискорює процес його виховання. У поході юні туристи знайомляться з багатством рідної природи, історичними та культурними пам'ятками, життям країни. Вони вчаться знаходити нове, прогресивне, бачити відмиряюче. Туризм посилює сприйняття учнями краєзнавчого матеріалу. Активізація сприйняття досягається за рахунок зримості, життєвості об'єктів. У поході відбувається конкретизація теоретичних знань, засвоєних у школі, йде збагачення новими знаннями та його закріплення у практичній діяльності. Краєзнавчий матеріал міцно осідає у свідомості і тому, що туристи тричі його опрацьовують: коли готують похід (екскурсію, подорож), коли проходять маршрут, коли готують звіт про захід.

Основні завдання туристсько-краєзнавчої діяльності полягають у тому, щоб допомогти школі у навчанні й вихованні учнів, відродити духовність, моральність, національну самосвідомість, сформувати в них риси високої громадянськості; прищеплювати любов до праці; залучати їх до проведення в походах пошукової та суспільно-корисної роботи, поповнювати зібраними в походах і подорожах матеріалами краєзнавчі музеї, кабінети та кутки; виховувати міцний і дружний учнівський колектив, установлювати й зміцнювати зв'язки між дітьми різних шкіл, сіл, міст, національностей; загартовувати учнів фізично й морально. У зв'язку з цим, сьогодні необхідна розробка певної системи проведення туристсько-краєзнавчої роботи із залученням соціокультурного потенціалу на рівні територіальних громад, яка б відповідала сучасним вимогам.

2.3 Археологічний туризм як перспективний напрям розвитку регіонального туризму (на прикладі Уманського району)

У наші дні інтерес суспільства до регіональної історії у цілому та археології зокрема дедалі більше виходить за межі академічного середовища. Краєзнавчі дослідження давніх людських спільнот а також їх популяризація стали своєрідним сучасним трендом. Проведення тематичних фестивалів (таких, приміром, як фестиваль «Трипільська толока» в с. Талянки на Умащині), широке висвітлення питань регіональної археології у пресі та на телебаченні, створення громадських організацій з метою проведення досліджень, проведення краєзнавчими музеями масових заходів, екскурсій, як-от інтерактивна екскурсія «Маленький археолог» (Уманський краєзнавчий музей) свідчать на користь висловленої думки. І це, безперечно, цілком позитивна тенденція, адже, як свідчать сучасні науковці, саме «мала історія» створює той психологічний фон, який дає змогу людині усвідомити свою причетність до долі країни і свою частку відповідальності та збереження і примноження її духовних скарбів [64].

Водночас Уманщина наділена багатим потенціалом для регіональних археологічних розвідок. Загальновідомим та добре вивченим є той факт, що територія сучасної Уманщини має давню історію. Територія нашого краю була заселена людьми за первісного ладу - найдавнішого періоду в історії людства. Тут зосереджено численні археологічні пам'ятки – поселення, стоянки, могильники, кургани, городища тощо; матеріали досліджень, проведених на цій території, зберігаються у фондах Інституту археології АН України, Державному історичному музеї, Уманському краєзнавчому музеї. Водночас попри чисельну кількість розвідок, значний суспільний інтерес до указаної теми, вона видається певною мірою абстрактною та далекою від усвідомлення пересічними громадянами, оповитою романтикою незвіданого.

На території сучасного міста та його околиць виявлено залишки поселень пізнього палеоліту, трипільської культури, доби пізньої бронзи, черняхівської культури та періоду Київської Русі. Поблизу Умані є кургани скіфського часу. Загалом тут досліджено біля 50 різноманітних археологічних пам'яток. Наше

дослідження присвячено вивченню історичної спадщини, що залишила по собі епоха бронзи (III–початок I тисячоліття до н.е.), зокрема білогрудівської культури. Вибір теми дослідження не випадковий: у ході попереднього побіжного ознайомлення з археологічними культурами, які у різні часи проживали на Уманщині, ми з'ясували, що саме ця культура була вперше відкрита на околицях міста і увійшла в історію за назвою місця відкриття – Білогрудівського лісу. Більше того, першим дослідником, який виявив пам'ятки цієї культури, що згодом отримала назву білогрудівської, був наш земляк – історик, археолог, громадський діяч П. Курінний.

Територіальними межами нашого дослідження є м. Умань та його околиці як осередок прадавньої культури на території сучасної Уманщини.

У своєму дослідженні ми прагнули розширити інтерес до давньої історії краю серед молоді, якнайширше розкрити особливе місце білогрудівської культури в історії нашого краю, висвітлити історію дослідження пам'яток цієї культури, показати внесок учених-краєзнавців у вивчення давнього періоду історії краю.

Наше дослідження проходило у кілька етапів – перший, початковий - **пошуково-дослідницький**, під час якого ми ознайомилися із загальними історичними фактами досліджуваної нами доби, різноманіттям історико-краєзнавчих джерел. Наше дослідження розпочалося із відвідування Уманського краєзнавчого музею та ознайомлення з його матеріалами та фондами.

Наступний етап – **творчо-пізнавальний** – передбачав творче використання здобутої інформації, формування уміння аналізувати та співставляти досліджені факти та явища, історичного мислення.

Останній етап – **аналітичний** – вимагав узагальнення, підведення підсумків та формування власних висновків з теми дослідження.

Джерелами пошуково-дослідницької роботи виступили:

- архівні джерела (матеріали фондів Уманського краєзнавчого музею);
- друковані джерела (підручники з історії України, довідники, наукові видання з досліджуваної теми тощо);

- археологічні артефакти, що зберігаються в Уманському краєзнавчому музеї.

У краєзнавчо-археологічному дослідженні взяли участь учні 7 класу Уманської міської гімназії № 7. За результатами дослідження було проведено звітну конференцію, у якій представлено узагальнені матеріали розвідки за участю учителів історії та учнів класу.

Вивчаючи давню історію нашого краю в Уманському краєзнавчому музеї ми бачимо кам'яну плиту - непримітну, з нечітким, нерозбірливим на перший погляд викарбованим на ній зображенням, і навіть важко уявити, що саме вона і стала тим першим артефактом, який згодом допоміг дослідникам виявити і описати одну з археологічних культур, носії якої за короткий час досягли високого рівня розвитку виробництва та обміну, залишили після себе численні пам'ятки матеріальної та духовної культури – білогрудівську.

Ще і донині учені не дійшли єдиної думки, стосовно зображення на плиті – давній стелі, яке, на жаль, не зберіг час. Одне з припущень – на ній викарбована людина у верхньому одязі (Додаток Б).

Насправді таких артефактів було знайдено 4. За свідченнями науковця В. Стефановича, у 1915 р. під час викорчовування пнів у Білогрудівському лісі було знайдено 4 антропоморфні кам'яні стели (саме такий термін вживається у науковій літературі). На одній з них рельєфно викарбовано зображення жінки. Одна із стел мала висоту 2,4 м. Проте, на жаль, у роки II Світової війни їх спіткала сумна доля багатьох вітчизняних музейних цінностей - у 1943 р. стели разом з іншими експонатами були вивезені німцями. По закінченню війни музейні цінності частково були повернуті, але до Умані повернулася лише одна стела – та сама, з маловираженими рисами людської фігури, з вивчення якої ми і почали своє дослідження. Другу стелу залишили у фондах Київського історичного музею. Решта - дві інші стели – були втрачені.

Понад 100 років антропоморфні кам'яні стели відомі науці. Невдовзі після відкриття білогрудівських стел було знайдено й інші – загалом район поширення цих пам'яток охоплює півкільцем Причорномор'я від Північного Кавказу на сході до Румунії і Болгарії на заході. Знаходили їх часто поблизу курганів або під

їх насипами, звичайно групами по 2-4 екземпляри. Найчастіше вони використовувалися для перекриття поховальних ям у курганах. Повний облік таких стел, кількість яких з кожним роком зростає, не проведений. Приблизно їх нараховується уже більше 300 екземплярів.

Ще і донині у наукових колах триває дискусія стосовно приналежності цих давніх пам'яток до тієї чи іншої культури. Існує думка, що вони є своєрідними маяками, «межевими стовпами» на рубежі епох міді та бронзи. Проте гідним уваги є те, що уманські стели були знайдені в місцевості, насиченій пам'ятками доби бронзи – білогрудівської культури і саме вони, ймовірно, і допомогли відкрити саму культуру.

Нині у будь-якій науковій праці, присвяченій давній історії нашої держави, підручнику з історії України ми можемо дізнатися про давню білогрудівську культуру – одну з 20 археологічних культур, що існувала на території сучасної України в епоху бронзи (II тис. – I тис. до н.е.) - історичного періоду, що позначився використанням бронзи – першого металу, штучно створеного людиною.

Звичайно, можна позаздрити досліднику, якому пощастило віднайти пам'ятки невідомої донині археологічної культури. Проте, безперечно, у випадку із відкриттям білогрудівської культури йдеться не про везіння. Це результат сумлінної самовідданої праці і багаторічних наукових досліджень нашого земляка Петра Петровича Курінного.

Понад 100 років тому, після закінчення Київського університету св. Володимира молодий учитель чоловічої гімназії. ім Б. Грінченка м. Умані П. Курінний організовує в м. Умані перший краєзнавчий музей (1917 р.), працюючи його директором на громадських засадах координує роботу краєзнавчого гуртка, залучає до збору старовини гімназистів. Протягом 1913 - 1919 рр. діяльність молодого науковця була надзвичайно плідною - педагогічна, наукова робота, археологічні дослідження, розбудова музею, видавнича та пам'яткоохоронна робота.

Ще під час навчання в університеті П. Курінний працював в історичному музеї м. Києва під керівництвом учителів-наставників – В. Хвойки, М.

Біляшівського, Д. Щербаківського, захоплювався археологією, брав активну участь в археологічних розкопках, а згодом став одним із фундаторів Центрального комітету охорони пам'яток старовини і мистецтва в Україні, що наділило майбутнього ученого ґрунтовними знаннями та багатим досвідом в царині археології.

Але повернемося у той час і місце, коли відбулося одне із вагоміших відкриттів для нашого земляка. 1918 рік, розвідки околицями міста, у тому числі у Білогрудівському лісі, місці, яке уже стало відомим історикам у зв'язку із знахідкою білогрудівських стел. Тут у частині лісу, яка нині прилягає до сучасного автобану Київ-Одеса, убік до с. Піківця П. Курінним уперше було виявлено сліди невідомої на той час археологічної культури, яку названо за місцем перших розкопок – білогрудівська.

Залишки поселень, виявлених дослідником, являють собою курганоподібні підвищення із золи (попелу) та інших побутових решток – уламків глиняного посуду, кісток тварин, виробів з кременю – так звані зольники. Зольники виглядають як підвищення від 0,5 до 0,8 м., іноді навіть до 2 м, діаметр насипу - 20 – 24 м, іноді – 40 – 45 м. Зольники розташовані невеликими групами по 2-3-4 насипи. В кожній групі є один зольник великих розмірів. Зольники мають правильну напівсферичну форму і круглу основу. Слідів поховань у зольниках не виявлено [22].

Протягом 1918 – 1927 рр. було розкопано 9 зольників. У них було знайдено крем'яні вкладиші до серпів, кам'яне долото, уламок кам'яної сокири, кістяні шило і долото, багато печини (обгорілої глини) з відбитками лози, з чого видно, що вона є рештками обмазки стін згорілої будівлі [79].

Протягом 1918-1927 рр. та у 1949-1951 рр. тривали дослідження та було виявлено значну кількість поселень білогрудівської культури – у селах Собківка, Краснопілка, Кочержинці, Ятранівка. Відкриття значної кількості цих давніх поселень дало змогу окреслити характерні риси білогрудівської культури.

Для білогрудівської культури характерні неукріплені поселення біля водойм. Найкраще дослідженим вважається поселення с. Собківки. Воно розташоване на північно-східній околиці села, на правому березі річки. На

поселенні знайдені залишки 40 жител. Житла мають вигляд великих прямокутних напівземлянок, глибиною 1 м. Щодо пояснення призначення зольників існує дві версії: вони є місцями розташування житлових будівель і друга – це місця ритуальних обрядів. Посуд виготовлений з глини з домішками граніту (подрібненого) підрозділяється на кухонний, столовий і ритуальний. Значна частина посуду лощена, інша – заглажена, тюльпаноподібної форми. Ритуальні посудини – маленькі посудинки, висотою 2-5 см із світлої глини. Інші глиняні предмети – прясла, катушки, фігурки птахів і тварин, моделі зерен, злаків, мініатюрні сокирки.

Ці знахідки дали можливість ученим окреслити спосіб життя носіїв білогрудівської культури. Основою господарської діяльності племен білогрудівської культури було землеробство, про що свідчать численні знахідки зернотерок, вкладників до серпів, відбитків зерен і полови на посуді. Білогрудівці займалися скотарством – розводили велику рогату худобу, свиней. Важливу роль відігравало конярство. Допоміжні заняття – полювання і рибальство. Розвивалися і ремесла, насамперед бронзоліварне. Про місцеве бронзоліварне виробництво свідчать знахідки в зольниках бронзоліварних форм для відливки кельтів, кинджалів, браслетів. (Форма для відливки кельта представлена в експозиції. Крім того, значного розвитку отримало гончарство, ковальство, ювелірна справа.

Залишки матеріальної культури дозволяють дослідникам зробити висновки щодо господарського життя білогрудівців, значно важче уявити собі духовне життя, про яке залишилося досить мало слідів.

Важливим елементом духовної культури є наявність у давніх племен культів – зокрема, землеробських. Свідченням цьому є знахідки моделей зерен, хлібців. Поховальні обряди теж надають деяке уявлення про вірування білогрудівців – так, зокрема, обряд трупопалення науковці розглядають як свідчення великої ролі вогню у світогляді носіїв культури.

Спадщина білогрудівців перейшла до носіїв чорноліської культури на етапі раннього залізного віку.

Підсумовуючи, хочемо підкреслити визначну роль науковця, патріота, непересічної особистості – П. Курінного у відкритті місцезнаходження центру праслав'янства на території сучасної Уманщини, що перетворює наш край у важливу арену формування однієї зі світових цивілізацій.

Окремі дослідники висловлюють думку про те, що білогрудівські поселення, які знаходилися на невеликій відстані одне від одного, групувалися навколо одного племінного центру, на місці якого зараз знаходиться Умань [69]. Це твердження зацікавило нас і ми вирішили докладніше дослідити це питання.

Відразу зауважимо, що розкопки на території міста не проводилися, проте ряд пам'яток білогрудівської культури, що у різні часи були виявлені тут, дозволяють нам не спростовувати це припущення.

У нашому дослідженні основним «путівником», «настільною книгою» слугувала фундаментальна праця нашого земляка, археолога – В.А. Стефановича, що стала результатом його 60-річних досліджень, збірка «Археології пам'ятки Уманщини».

В.А. Стефанович був одним із засновників Уманського краєзнавчого музею, археологом, краєзнавцем, непересічною особистістю. Незважаючи на те, що вищу освіту він здобув у Київському комерційному інституті, це не завадило йому пов'язати своє життя з археологією та музейною справою. Переїзд у 1918 році В.А. Стефановича до Умані у якості податкового інспектора Уманського повіту, співпав з часом створення краєзнавчого музею, у діяльності якого він брав активну участь на громадських засадах. Під час службових поїздок він збирав етнографічні та археологічні пам'ятки, якими поповнював фонди музею [60]. Протягом 1948-1956 рр. він працював завідувачем фондовою колекцією Уманського краєзнавчого музею та після виходу на пенсію ще майже 30 років до самої смерті у 1984 році він брав активну участь у його діяльності. За цей час В.А. Стефанович передав до музею 861 музейний предмет з історії, археології, етнографії. Та найбільшим захопленням В.А. Стефановича залишалася археологія, яка стала для нього другою професією і в якій він досяг високого рівня і визнання.

Отож, за свідченнями В. Стефановича пам'ятками білогрудівської культури насичена вся територія м. Умані і його околиць [16].

Протягом 1959-1963 рр. під час археологічних розвідок В. Стефановичу вдалося знайти окремі пам'ятки білогрудівської культури. Так, на північно-східному боці галявини біля Китайської альтанки в дендрологічному парку «Софіївка» було знайдено фрагменти кераміки, що належать до пам'яток білогрудівської культури. Нині це місце засіяне травою, проте, під час цієї знахідки, за описами дослідника, земля ще не заросла травою, тому черепки було видно на поверхні. Там само, поблизу Китайської альтанки, на відстані 20-30 м у північному напрямі, на глибині 0,7-0,8 м знайдено невелику ліпну посудину, каміння, яке є, ймовірно, рештками житла.

Уламки ліпного посуду було знайдено також: на правому березі урочища Сухий Яр по дорозі на Карпівку; на правому березі р. Уманки (за Осташівським мостом), трохи нижче греблі; при впадінні струмка Погрібна в р. Уманку; між кар'єром цегельного заводу і річкою Уманкою, в урочищі «Коробанівка» на лівому березі р. Паланка.

Цікавим є той факт, що частина знахідок білогрудівської культури була виявлена випадково, під час земляних або господарських робіт. Так, приміром, у 1956 р. під час копання котловану для машинного відділення ТЕЦ було виявлено два поховання, в яких знайдено бронзові прикраси, ймовірно пам'ятки білогрудівської культури; схожі поховання знайдено під час будівництва кам'яного муру навколо території ТЕЦ; на території залізничної станції у тупику під час копання ями у трьох місцях було знайдено людські кістки і при них невеликі ліпні посудинки.

У липні 1963 р. місцевий житель В. Гаврилов, що проживав на вул. Малофонтанній, 13, під час копання господарської ями у своїй садибі натрапив на археологічну пам'ятку. Там на глибині 0,8 м було знайдено 2 плоских шматка граніту неправильної форми та черепки глиняного ліпного посуду. У фондах Уманського краєзнавчого музею збереглася записка, у якій В. Гаврилов звертається із запрошенням до В. Стефановича та пропозицією дослідити місце знахідки.

Раніше з цієї ж вулиці (Малофонтанної) місцеві жителі здали в музей уламки кам'яної сокири та глиняне пряслице також знайдене випадково.

Під час копання глини у приватній садибі по вулиці Виговського, 71 було знайдено поховання доби бронзи, ймовірно білогрудівської культури. Глибина поховання близько 1 м.

Це, напевно, не повний перелік археологічних пам'яток білогрудівської культури, частина з них, ймовірно, була втрачена, не оприлюднена, або просто не розпізнана, а ще частина – чекає на своїх майбутніх дослідників. Проте уже за наявними свідченнями можемо зробити висновок про те, що археологічна спадщина міста та околиць є однією з найбагатших в регіоні. Крім того, ареал розташування білогрудівських пам'яток на території міста дозволяє прийти до висновку про значне її поширення на цій місцевості і припустити, що саме вона і була одним із значних центрів поширення цієї культури.

Отже, Уманський район та місто Умань зокрема мають значний потенціал і ресурсну базу для розвитку широкого спектру видів туризму. У нашому дослідженні представлено археологічний напрямок туризму. Багато об'єктів археологічної спадщини, що знаходиться під охороною держави, розташовані на території сучасного Уманського району. Ця територія з давніх часів відігравала важливу роль в історичних процесах, які мали світове значення, а народи, що проживали тут, внесли суттєвий внесок у розвиток світової культури.

В результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що археологічний туризм міг би стати перспективним напрямом у розвитку регіону та територіальної громади. Регіон має відповідну інфраструктуру, необхідну для розвитку цього напрямку, значну науково-дослідну базу, а також унікальну археологічну спадщину. Вивчення, збереження та використання об'єктів археологічної спадщини є актуальною проблемою як регіональної історичної науки, так і пам'яткоохоронної діяльності, а розвиток туризму в цьому напрямку може стати новим, перспективним майданчиком у розвитку регіонального туризму.

Висновки до розділу 2

Під час дослідження було встановлено, що недостатня інформація про значення туризму є однією з причин ігнорування цього сектора в національних планах розвитку України. Наявність надійної статистичної інформації на постійній основі сприятиме вирішенню низки принципових проблем. Обґрунтовано необхідність у використанні соціальних технологій. Уточнено поняття «соціальна технологія», що являє собою цілісну сукупність здійснюваних поетапно (за фазами) процедур та операцій, завдяки яким відбувається перехід одного соціального стану в інший.

Розроблено модель соціальної технології відтворення та реконструкції інфраструктури туризму. У ній відображено усі елементи реалізації відповідної технології, зокрема: аналіз попиту; діагностика (аналіз стану інфраструктури туризму, аналіз факторів зовнішнього середовища, аналіз ресурсів, аналіз ціноутворення); стратегічний (загальний) план розвитку (план виробничого розвитку: засоби та ресурси – традиційні засоби відтворення послуг та інноваційні засоби їх відтворення; план фінансово-економічної діяльності, кадрова політика, план соціального розвитку); соціальна діагностика (інформація за результатами соціологічних досліджень).

З'ясовано, що основним завданням планування розвитку туризму є оптимізація використання туристських ресурсів шляхом установа відповідності змінних попиту та пропозиції.

Проаналізовано фактори, що впливають на розвиток і економіку туризму. Визначено, що однією з умов раціонального формування матеріальної бази, а також підвищення економічної ефективності підприємств туризму є забезпечення їх комплексності на основі створення системи багатофункціональних підприємств з приймання та обслуговування туристів.

Підкреслено, що проекти розвитку туризму і створення туристських комплексів мають ґрунтуватися на розробці сценарних планів подорожей та програм діяльності контингенту туристів, для яких і проектується просторове середовище, що має відповідати усім видам і формам туристської діяльності. Це

середовище включає об'єкти показу, підприємства приймання туристів та їх обслуговування, що складають єдину взаємопов'язану систему.

Визначено оптимальні параметри розрахункового потоку туристів, зокрема: сезонні коливання потоку; види і форми пропонувані туристських подорожей; планове співвідношення категорії туристів і класності обслуговування; тривалість подорожі; транспортні можливості доставки потоку; забезпеченість трудовими ресурсами певного регіону; можливості існуючої будівельної бази; розмір капіталовкладень на створення комплексу; прибуток від комплексу туристських підприємств.

З'ясовано, що культурно-історичний туризм означає подорожі з метою вивчення історії та культурної спадщини місця. Розглянуто туризм як явище соціокультурне, що у загальному значенні визначено як пересування громадян за межі їхнього звичайного місця проживання, причиною чого є виникнення інтересу до іншої культури. Цей інтерес задовольняється доступом до культурних пам'яток, у тому числі до культурних подій, історико-культурної спадщини, культурної інфраструктури, представленої музеями, театрами, галереями, концертними залами, майданчиками, а також до елементів традиційної та повсякденної місцевої культури.

Підкреслено, що в сучасних умовах одним з найбільш затребуваних і поширених видів туризму, з яким «перетинається» більшість інших, є культурний туризм, який має свою специфіку, унікальний світоглядний і пізнавально-виховний потенціал, що забезпечує взаємодію, діалог культур на рівні особистості – зустріч, взаємодію та взаємозбагачення національної, регіональної чи територіальної культур, які представлені туристу для сприйняття та пізнання та культури, носієм якої він є сам.

Зазначено, що саме регіонально-територіальний рівень управління туристською індустрією дозволяє окреслити відповідний туристичний кластер, виділити його унікальні культурні, природні та історичні риси, забезпечити креативне, своєчасне та ефективне вирішення відповідних проблем. Обґрунтовано, що регіональний туризм як один із напрямків краєзнавчої діяльності саме в ній якнайширше розкриває соціокультурний потенціал на рівні

територіальної громади. Відзначено, що взаємодія освітніх та наукових установ із органами місцевого самоврядування створює широкі перспективи для реалізації цих можливостей.

Висвітлено, що у сучасних освітніх закладах повсюдно зберігається і розвивається традиція організації туристсько-краєзнавчої діяльності вихованців. Саме дитячий туризм є активним способом всебічного вивчення культурно-природної спадщини свого району, міста, регіону у взаємодії з навчальними, виховними та розвиваючими завданнями освітнього закладу.

Окреслено, що краєзнавчі дослідження давніх людських спільнот, а також їх популяризація стали своєрідним сучасним трендом. Водночас відзначено, що Уманщина наділена багатим потенціалом для регіональних археологічних розвідок, що дозволило здійснити краєзнавчо-археологічне дослідження із залученням учнів міської гімназії №7, територіальні межі якого охоплювали місто Умань та його околиці.

В результаті дослідження було констатовано, що археологічний туризм може стати перспективним напрямом у розвитку регіону та територіальної громади. Регіон має відповідну інфраструктуру, необхідну для розвитку цього напрямку, значну науково-дослідну базу, а також унікальну археологічну спадщину.

ВИСНОВКИ

Аналіз теоретичних розробок соціокультурних аспектів туристської проблематики, дослідження питань економічної та соціальної ефективності розвитку туризму як галузі, теоретичного обґрунтування шляхів перспективного використання туристського потенціалу в умовах територіальної громади та практичних механізмів його реалізації, здійснених під час дослідження дозволили сформулювати такі висновки:

1. У феномені міжнародного туризму спостерігаються різні аспекти – культурний, економічний, духовний та політичний. З'ясовано, що поняття туризму як наукова категорія має подвійний статус. З одного боку, це економічне явище, оскільки характеризує господарські стосунки “хазяїв” і “гостей”. З іншого – це явище соціокультурне, яке акцентує увагу на змістовному боці туризму як засобу задоволення певних культурних потреб і запитів людей. Туризм як економічне, господарське явище є предметом економіки туризму. Соціологія туризму вивчає туризм як соціокультурну реальність і, отже, аналізує всю сукупність дій, поведінки та стосунків суб'єктів туризму у зв'язку з виконанням останнім своїх соціально-культурних функцій.

Визначено, що організований туризм як особливий вид професійної діяльності передбачає поєднання різних груп інтересів його учасників (економічних, соціальних, культурних, рекреаційних тощо).

Виявлено, що в сучасній вітчизняній науці більш опрацьованими є економічні аспекти туризму, тому автор приділяє особливу увагу соціокультурній сутності туризму і визначає, що специфічними рисами туризму як соціокультурного феномену є розважально-пізнавальне подорожування та функціональна гостинність, що його забезпечує.

Уточнено поняття “соціальна інфраструктура”, яке визначається як комплекс видів діяльності щодо створення умов для реалізації туристських послуг. Ядром соціальної інфраструктури туризму є готельне господарство, що матеріально забезпечує функціональну гостинність.

2. З'ясовано, що будь-який вид туризму певною мірою є культурним, оскільки протягом усієї поїздки турист зазнає впливу незвичного соціокультурного середовища. Відзначено, що у сучасних умовах дедалі частіше культурний туризм постає як самостійний напрямок туристичної індустрії, що має специфічні особливості, які вимагають відповідного осмислення та вивчення. Запропоновано визначення поняття «культурного туризму» яке трактується як пересування громадян за межі їхнього звичайного місця проживання, причиною чого є виникнення інтересу до іншої культури.

Встановлено, що в сучасній науці превалює підхід, згідно з яким в умовах глобалізації практично будь-який вид туризму так чи інакше має соціокультурну спрямованість і може називатися культурним туризмом, бо він, як правило, виражає все різноманіття культур відвідуваної території та пов'язаний із перетином національних кордонів, тимчасовим проживанням в інших культурних спільнотах, міжкультурною взаємодією та спілкуванням «гостей» та «господарів», а також з кроскультурною взаємодією самих туристів.

Окреслено, що для внутрішнього споживача культурно-туристської індустрії, враховуючи прагнення сучасної людини усвідомити себе не тільки як учасника загальнолюдської цивілізації, а й представника певної етнічної, релігійної та національної культури, даний вид туризму має найважливіше значення, оскільки сприяє самоідентифікації особистості, її самовизначенню, формуванню національної та етнічної самосвідомості, подоланню різноманітних упереджень та страхів як щодо чужої, так і щодо власної культури.

Аналіз функціонування туризму як соціокультурного явища довів необхідність доповнення добре відомих в теорії туризму таких його функцій, як економічна, рекреаційна, пізнавальна, культурна, інтеграційна іншими, що донедавна перебували поза належною увагою вчених і практиків, а саме – комунікативною, естетичною, гедоністичною.

Встановлено, що туризм у сучасних умовах є невід'ємною частиною життя людини та одним з ефективних засобів реалізації соціокультурних цінностей у сфері дозвілля. Аналіз можливостей туризму в реалізації дозвіллевих цінностей показав необхідність соціокультурного підходу, що у свою чергу вимагає

наявності соціокультурного середовища. У контексті цього підходу туризм було охарактеризовано як вид діяльності, спрямований на реалізацію різноманітних цінностей особистості у сфері дозвілля.

3. На основі аналізу стану та рівня розвитку інфраструктури туризму в умовах ринкової економіки обґрунтовано необхідність підвищення якості послуг шляхом використання комплексних соціологічних досліджень та впровадження нових моделей управління. Аналіз чинників розвитку інфраструктури туризму, узагальнення зарубіжного досвіду підтверджують необхідність комплексного підходу до вивчення проблем галузі та розробки і впровадження механізмів, що базуються на якісному задоволенні потреб туристів. Обґрунтовано необхідність у використанні соціальних технологій. Уточнено поняття «соціальна технологія», що являє собою цілісну сукупність здійснюваних поетапно (за фазами) процедур та операцій, завдяки яким відбувається перехід одного соціального стану в інший.

Розроблено модель соціальної технології відтворення та реконструкції інфраструктури туризму. У ній відображено усі елементи реалізації відповідної технології, зокрема: аналіз попиту; діагностика (аналіз стану інфраструктури туризму, аналіз факторів зовнішнього середовища, аналіз ресурсів, аналіз ціноутворення); стратегічний (загальний) план розвитку (план виробничого розвитку: засоби та ресурси – традиційні засоби відтворення послуг та інноваційні засоби їх відтворення; план фінансово-економічної діяльності, кадрова політика, план соціального розвитку); соціальна діагностика (інформація за результатами соціологічних досліджень).

4. Проведене дослідження дозволило з'ясувати, що соціально-культурний напрямок у сфері організованого туризму є реальною альтернативою поширеній тенденції гіпертрофії економічних аспектів вітчизняної туристичної діяльності. Аналіз організованого туризму показав необхідність поєднання у ній різних груп інтересів: економічних, соціальних, культурних, рекреаційних тощо. Це поєднання можна досягти завдяки впровадженню в теорію та практику туризму ідеології та стратегії соціокультурного спрямування, що об'єднує найрізноманітніших фахівців та суб'єктів туристичної діяльності. В результаті

дослідження було виявлено, що в вітчизняній індустрії туризму, що нині склалася, переважають економічні критерії і вимоги, що значною мірою знижують соціокультурну ефективність діяльності.

Обґрунтовано, що для того, щоб культурний туризм був ефективним ресурсом економічного та соціально-культурного розвитку країни, його потенціал має бути адекватно оцінюваним та використовуваним насамперед на конкретному територіальному рівні – регіональному. Визначено, що регіонально-територіальний рівень управління туристичною індустрією дозволяє окреслити відповідний туристський кластер, виділити його унікальні культурні, природні та історичні риси, забезпечити креативне, своєчасне та ефективне вирішення відповідних проблем.

Окреслено, що ефективне використання культурного туризму як одного з найважливіших ресурсів регіонального розвитку потребує комплексного підходу до нього як найважливішого об'єкта регіонального управління. Це вимагає визначити алгоритм застосування комплексного підходу до аналізу потенціалу культурного туризму як напряму туристичної індустрії та ресурсу регіонального розвитку.

Виявлено, що краєзнавчі дослідження давніх людських спільнот, а також їх популяризація стали своєрідним сучасним трендом. Водночас відзначено, що Уманщина (Уманська територіальна громада, у межах якої здійснювалося дослідження) наділена багатим потенціалом для регіональних археологічних розвідок, автохтонне населення цієї території сформувалося в найдавніші часи.

Залучення школярів до археологічно-краєзнавчої розвідки у межах територіальної громади дозволило констатувати, що археологічний туризм може стати перспективним напрямом у розвитку регіону та територіальної громади. Підкреслено, що особливу роль у цьому відіграє взаємодія з освітніми інституціями та залучення молоді до туристсько-краєзнавчої діяльності. Визначено, що археологічний туризм, заснований на поєднанні пізнавального і прикладного підходів якнайкраще розкриє соціокультурний потенціал місцевої культурної спадщини в сучасних умовах і стане інноваційною формою його презентації широкому колу туристів та інших зацікавлених осіб.

Послідовна реалізація соціокультурного потенціалу в організацію туристичної діяльності дозволяє значно активізувати створення регіональних програм розвитку туризму, що враховує як необхідність збереження у регіонах культурної спадщини, так і необхідні модернізаційні процеси у соціальному, економічному та культурному житті держави та її регіонів. Одночасно виникає реальна альтернатива нестримній комерціалізації туризму на шкоду його соціально-культурному змісту.

Організація культурного туризму поєднується з вирішенням багатьох регіональних проблем та потребує систематичних зусиль з боку влади, наявності ефективних правових механізмів, обґрунтованих стратегій та програм, що становить перспективу подальших наукових розвідок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії. К., 1998. 130 с.
2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: Видавничо-поліграф.центр «Київський університет», 2001. 395 с.
3. Великий економічний словник. За ред. А. Н. Азриліяна. 4-е вид. доп. і перероб. К., 2000. 1248 с.
4. Ворона В.М., Пилипенко В.Є. Економічна соціологія. К.: Інститут соціології НАН України, 1997. 273 с.
5. Гаазька декларація по туризму. Міжпарламентська конференція по туризму. Гаага (Нідерланди), 10 – 14 квітня 1989 р. Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п'яти томах. Т. 5. Ужгород: ІВА, 2000. 280 с.
6. Гідденс Е. Соціологія. Пер. з англ. В.Шовкун, А.Олійник; наук. ред. О.Іващенко. К.: Основи, 1999, 726 с.
7. Головач А. В., Єріна А. М., Козирев О. В. та ін. Статистика. Підручник для вузів. К.: Вища шк., 1993. 622 с.
8. Городяненко В.Г. Соціологія: Посібник. К.: Академія, 1999. 378 с.
9. ГОСТ 28681.1–95. Туристсько-екскурсійне обслуговування. Проектування туристських послуг; Введ. 01.01.97. К.: Держстандарт України, 1996. 13 с.
10. ГОСТ 28681.2–95. Туристсько-екскурсійне обслуговування Туристські послуги. Загальні вимоги; Введ. 01.01.97. К.: Держстандарт України, 1996. 14 с.
11. ГОСТ 28681.3–95. Туристсько-екскурсійне обслуговування. Вимоги по забезпеченню безпеки туристів і екскурсантів; Введ. 01.01.97. К.: Держстандарт України, 1996. 15 с.
12. ГОСТ 28681.4–95. Туристсько-екскурсійне обслуговування. Класифікація готелів; Введ. 01.01.97. К.: Держстандарт України, 1996. 17 с.

13. ГОСТ 30335–95. Туристсько-екскурсійне обслуговування Послуги населенню. Терміни і визначення; Введ. 01.01.97. К.: Держстандарт України, 1996. 5 с.
14. Грибанова С. В. З історії становлення екскурсійної справи в Україні у 1918 р. /С. В-. Грибанова. Розвиток туризму в Україні. Проблеми і перспективи: зб. наук, статей. К.: Український інститут туризму ФПУ, 1995. С. 122-128.
15. Дворецька Г.В., Соціологія: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 1999. 340 с.
16. Діденко О. Збірник археологічних пам'яток Уманщини / О.Діденко, В. Стефанович, Б. Черномаз. Т.1. Умань, 2006. С. 215.
17. ДСТУ ISO 9004-2-96. Управління якістю та елементи системи якості. Частина 2. Настанови щодо послуг; Введ. 01.07.97. К.: Держстандарт України, 1996. 21 с.
18. Заставний Ф.Д. Географія України. Львів: Світ, 1993. 560 с.
19. Іванова Л.О. Маркетингові можливості сучасного готельного бізнесу в Україні. Львів, 1997. 36 с.
20. Інструкція про порядок видачі суб'єктам підприємництва спеціальних дозволів (ліцензій) на діяльність, пов'язану з наданням туристських послуг: Затв. наказом Держ. комітету статистики України 17.05.96 №ЛП–12/26. Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п'яти томах. Т. 4. Ужгород: ІВА, 2000. 340 с.
21. Інструкція про умови і правила здійснення підприємницької діяльності, пов'язаної з наданням туристських послуг, і контролі за їх дотриманням: Затв. наказом Держ. комітету статистики України 17.05.96 №ЛП–12/26. Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п'яти томах. Т. 4. Ужгород: ІВА, 2000. 340 с.
22. Історія Уманщини (з найдавніших часів до середини XVII ст.) / Священко З.В.: Монографія. Черкаси: видавець Чабаненко Ю.А., 2006. С. 54-57.
23. Кифяк В. Ф. Організація та розвиток міжнародного туризму в Україні (регіональні аспекти) : автореф. дис... канд. екон. наук. Львів, 1997. 20 с.
24. Котлер Ф., Боуен Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостинність і туризм / Пер. с англ. під ред. Р.Б. Ноздрьової. К. 1998. 787 с.

25. Крачило Н.П. Географія туризму. К.: Вища шк., 1987. 208 с.
26. Кузнецова Н. М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства. К.: Федерація профспілок України, Інститут туризму, 1997. 173 с.
27. Кулагіна Г.Д., Попелева С.В., Сенін В.С. Статистика туризму: Навчальний посібник. К, 1996. 176 с.
28. Курс соціально-економічної статистики: підручник. Під редакцією проф. М.Г. Назарова. 2-ге вид., перероб. та доп. К.: Фінанси та статистика. 1985. 157 с.
29. Лукашевич Н.П., Туленков Н.В. Спеціальні та галузеві соціологічні теорії: Навч. посібник. К.: МАУП, 1999. 342 с.
30. Макеєв С.О., Чорноволенко В.П., Осовський В.Л. та ін. Соціологія. К.: Українська енциклопедія ім. М.П. Бажана, 1999. 115 с.
31. Марчук П.П. Соціологія: Навч. посібник. Тернопіль, 1998. 300 с.
32. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України. Львів, 1997. 259 с.
33. Мацола В.Л. Рекреаційно-туристичний комплекс України. НАН України. Інститут регіональних досліджень. Львів, 1997. 156 с.
34. Мініч І.М. Готельні послуги: соціально-технологічний вимір. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. Міжвузівський збірник наукових праць (Випуск 6 – 7) // Київський універ. імені Тараса Шевченка; Відп. ред. Яковенко Ю.І. К. – Одеса. 2000. С. 61 – 77.
35. Мініч І.М. Основні аспекти соціального планування розвитку туристської інфраструктури. Мультиверсум. Філософський альманах: Зб. наук. Праць. Вип. 9. К.: Укр. Центр духовної культури, 1999. С. 150 – 158.
36. Мініч І.М. Основні тенденції розвитку соціальної інфраструктури туризму // Вісник Харківського Національного університету ім. В.Н. Каразіна. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. Харків. 2000. № 462. С. 163 – 167.
37. Мініч І.М. Психолого-педагогічні аспекти європейського досвіду підготовки фахівців сфери послуг // Психолого-педагогічні проблеми

- удосконалення професійної підготовки фахівців сфери туризму в умовах безперервної освіти. Наукові записки Київського інституту туризму, економіки і права. К.: НПП перспектива, 2001. С. 34 – 37.
38. Мініч І.М. Роль туризму у формуванні сучасної гуманітарної культури // Сучасна гуманітарна культура: науково-методологічні засади. Аспірантські читання. Наукові доповіді та повідомлення (6 квітня 2000 р.). К.: Вид-во КІТЕП, 2000. С. 34 – 36.
39. Мініч І.М. Соціальні аспекти розвитку готельного господарства як елемента інфраструктури туризму // XXI століття і сучасна науково-практична інноваційна культура. Матеріали III-х аспірантських читань (м. Київ, 11 квітня 2001 р.). К.: Вид-во КІТЕП, 2001. С. 12 – 16.
40. Мініч І.М. Соціально-екологічна мотивація діяльності туристських підприємств // Туризм на порозі XXI століття: освіта, культура, екологія. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (18 – 20 жовтня 1999 р., м. Київ). К.: Вид-во КІТЕП, 1999. С. 209 – 211.
41. Мультиверсум. Філософський альманах: Зб. наук. Праць. Вип. 3. Інститут філософії ім. Г.С. Сковороди НАН України; відп. ред. В.В.Лях. К.: Український Центр духовної культури, 1999. 225 с.
42. Основні показники Державної програми розвитку туризму до 2005 року та діяльності туристичних підприємств України. К.: Держкомітет України по туризму, 1996. 25 с.
43. Основні показники роботи готелів України за 1997 рік. Статистичний бюлетень. К.: Держкомітет України, 1997. 21 с.
44. Основні показники роботи готелів України за 1998 рік. Статистичний бюлетень. К.: Держкомітет України, 1998. 19 с.
45. Основні показники роботи готелів України за 1999 рік. Статистичний бюлетень. К.: Держкомітет України, 1999. 24 с.
46. Правила користування готелями і надання готельних послуг в Україні: Затв. наказом Держкомітету України по житлово-комунальному господарству, Держкомітету України по туризму 10.09.96 №77/44. Туризм

- в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п'яти томах. Т.4. Ужгород: ІВА, 2000. 340 с.
47. Природо-заповідний фонд України загальнодержавного значення: довідник. К., 1998. 240 с.
 48. Про захист прав споживачів: Закон України від 15.12.93 №3682–ХІІ. Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п'яти томах. Т.1. Ужгород: ІВА, 1999. 328 с.
 49. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05.1997 р. № 280/97-IV. Відомості Верховної Ради України. № 24. Ст.170. К, 1997. С. 379–432.
 50. Про основні напрямки розвитку туризму в Україні до 2010 року. Указ Президента України від 10.08.99 №973/99. Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п'яти томах. Т.1. Ужгород: ІВА, 1999. 328 с.
 51. Про рекламу: Закон України від 03.07.96 №270/96–ВР. Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п'яти томах. Т.1. Ужгород: ІВА, 1999. 328 с.
 52. Про стан та перспективи розвитку туризму в Україні. Інформаційно-аналітичний матеріал до парламентських слухань. К.: КІТЕП, 2000. 88 с.
 53. Про туризм: Закон України від 15.09.95 №325/95-В // Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п'яти томах. Т.1. Ужгород: ІВА, 1999. 328 с.
 54. Програма забезпечення захисту та безпеки туристів на 1996–2000 рр.: Затв. Постановою Колегії Державного комітету України по туризму від 08.10.96 №96–15. Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п'яти томах. Т.1. Ужгород: ІВА, 1999. 328 с.
 55. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: Зб. наук. пр. Київський універ. імені Тараса Шевченка; Відп. ред. Яковенко Ю.І. К. – Одеса, 2000.
 56. Соціологія короткий енциклопедичний словник /під заг. ред. В.І. Воловича. К.: Український Центр духовної культури, 1998. 727 с.

57. Соціологія: Короткий енциклопедичний словник. Уклад.: В.І. Волович, В.І. Тарасенко, М.В. Захарченко та ін.; під заг. ред. В.І. Воловича. К.: Укр. центр духовної культури, 1998. 736 с.
58. Статистичний щорічник України за 1998 рік / Держкомстат України; За ред. О.Г. Осауленка; відп. за вип. В.А. Головка. К.: Техніка, 1999. 576 с.
59. Статистичний щорічник України за 1999 рік / Держкомстат України; за ред. О.Г. Осауленка; відп. за вип. В.А. Головка. К.: Техніка, 2000. 578 с.
60. Стефанович В.А. Переписка. Уманський краєзнавчий музей. НДФ. 514. с. 4.
61. Столяров Г. Туристичний ринок та його формування. Географія та основи економіки в школі. 1998. №2. С. 9.
62. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>
63. Суїменко Є.І. Культурне життя українського суспільства в ринково-конкурентних умовах. Культура і сучасність. 2000. №1. С. 116 – 124.
64. Тронько П. Українське краєзнавство в ХХ столітті (до 75-річчя Всеукраїнської спілки краєзнавців). К, 2002. 59 с.
65. Тронько П.Т. Наукові засади розвитку туризму в Україні на сучасному етапі // Тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф. Туризм і завдання національно-культурного відродження України. К., 1992. С. 5 – 8.
66. Туризм в Україні. Стат. бюлетень. К.: Держкоммолодьспорттуризм України. 1999. 30 с.
67. Туризм на порозі ХХІ століття: освіта, культура, екологія: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (18–20 жовтня 1999 р., м. Київ). К.: Вид-во КІТЕП, 1999. 268 с.
68. Туристський термінологічний словник / Авт.-упоряд. І. В. Зорін, В. А. Квартальнов. К: Радянський спорт. 1999. 264 с.
69. Уманщина в епоху міді-бронзи: Монографія. Умань: ПП Жовтий, 2011. С. 173
70. Федорченко В.К., Лук'янова Л.Г., Дорошенко Т.Т., Мініч І.М. Уніфіковані технології готельних послуг. К.: Вища шк., 2001. С. 34.

71. Федорченко В.К., Любіцева О.О., Бабарицька В.К. Організація туризму в Україні і за рубежом. К.: Вид-во КІТЕП, 1994. 54 с.
72. Федорченко В.К., Мініч І.М. Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг. К.: Логос, 1999. 76 с.
73. Федорченко В.К., Мініч І.М. Туристський словник-довідник. К.: Дніпро, 2000. 155 с.
74. Харічева Г. Я. Туристичний маркетинг (на прикладі туристичного комплексу Криму): автореф. дис... канд. екон. наук. К., 1996. 18 с.
75. Хартія туризму. Кодекс туриста. Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п'яти томах. Т.5. Ужгород: ІВА, 2000. 280 с.
76. Черніна І.В. Міжнародний туризм як фактор соціально-економічного розвитку України: регіональний аспект: автореф. дис... канд. екон. наук. Донецьк, 2000. 22 с.
77. Шаблій О.І. Основи загальної суспільної географії. Львів: Видавн. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2003. 311 с.
78. Шаблій О.І. Соціально-економічна географія України. Львів: Світ, 1997. 268 с.
79. Шовкопляс І.Г. Археологічні дослідження на Україні (1917-1957) К., 1957. С. 144.
80. Яценко Б.П. Економічна і соціальна географія зарубіжних країн. К.: Радянська школа, 1981. 365 с.
81. Manila Declaration On World Tourism (1980). URL: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.4>.
82. Martha Farnsworth Riche. Psychographics for the 1990. American Demographics. 1989. С. 24 – 31.

ДОДАТКИ**Додаток А****СТРАТЕГІЯ****РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ЕКОСИСТЕМИ ПАЛОМНИЦТВА****УМАНСЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ****ДО 2030 РОКУ (загальні положення)****ЗАТВЕРДЖЕНО****Рішення Уманської міської ради****06 жовтня 2023 року №14-58/8**

Стратегія розвитку туризму та екосистеми паломництва Уманської міської територіальної громади (далі – Стратегія) є основним документом, що визначає ключові вектори розвитку цього напрямку на довгострокову перспективу. Важливим аспектом розробки та реалізації Стратегії є посилення кооперації між владою, громадськістю регіону, наукою, бізнесом та іншими суб'єктами регіонального розвитку з метою досягнення максимального ефекту. Ухвалення цього документа має стати основою для стратегічного планування, розробки та впровадження проектів і програм, що відповідають цілям та пріоритетам, визначеним Стратегією, та для залучення необхідних фінансових і людських ресурсів.

Реалізація Стратегії в повній мірі можлива за умов стабілізації ситуації в Україні та світі.

Стратегію розвитку туризму підготовлено у ході реалізації грантового проекту «ReHERIT: спільна відповідальність за спільну спадщину». Проект спрямовано на переосмислення, актуалізацію та розвиток потенціалу культурної спадщини Умані. Метою проекту була робота з потенціалом культурної спадщини для економічного, туристичного, культурного та освітнього розвитку міста, налагодження комунікації між органами влади, неурядовими організаціями, місцевими жителями. До обговорення долучились представники органів місцевого самоврядування, іудейської громади, підприємці сфери туризму та креативних індустрій, громадські активісти, гідни-

екскурсоводи, працівники Державного історико-архітектурного заповідника «Стара Умань» (далі – ДІАЗ «Стара Умань»), Національного дендрологічного парку «Софіївка» (далі – НДП «Софіївка»), Уманського краєзнавчого музею. У 2022 році Стратегію переглянуто та оновлено робочою групою координаційної ради з питань розвитку туризму.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА УМАНСЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

До Уманської міської територіальної громади входять місто Умань і село Полянецьке. Адміністративний центр громади розташовано в місті Умань. Відстань від адміністративного центру громади до с. Полянецьке – 3 км. Загальна площа громади становить 71,04 км², населення – близько 83 тисяч осіб. Місто Умань – одне з найбільших міст Черкаської області, потужний туристичний осередок регіону. Точна дата заснування Умані невідома, однак перша писемна згадка про місто датована 1616 роком.

Уманська міська територіальна громада розташована в центральній лісостеповій частині України. Входить до складу Черкаської області, яка межує на півночі з Київською (протяжність 340 км), на сході – з Полтавською (212 км), на півдні – з Кіровоградською (388 км) і на заході – з Вінницькою (124 км) 4 областями. Відстань до найближчих великих міст: Київ – 210,7 км, Одеса – 271 км, Вінниця – 160,1 км, Черкаси – 184 км, Кропивницький – 167,8 км. Умань – місто п'яти доріг. До Умані легко дістатися автобусом чи автомобілем, адже місто розташоване на перетині найбільших автомобільних магістралей: автомобільного шляху М05Е95 міжнародного значення Київ – Одеса, який є частиною Європейського транспортного коридору No 9; автомобільного шляху М30Е50 міжнародного значення Стрий – Умань – Дніпро – Ізварине (через мм. Вінницю, Кропивницький); автомобільного шляху Н16 національного значення Золотоноша – Черкаси – Сміла – Умань. На території міста розташовані залізничний вокзал (пл. Вокзальна), автовокзал (вул. Київська) та міні-автостанція (вул. Небесної Сотні). Автовокзал на вул. Київській є точкою відправлення приміських, міжміських рейсів, а також місцем пересадки пасажирів рейсів з усіх куточків України. Через місто проходять автобусні

маршрути міжнародного сполучення (Польща, Чехія, Німеччина). Уманська міська територіальна громада розташована на перехресті економічних, соціальних і геополітичних меридіанів України. Місто є одним із найпривабливіших в області для інвестування, з розвинутим промисловим, науково-освітнім, соціально-культурним і туристичним потенціалом. станцій, 7 ринків. Послуги з харчування надають 118 закладів ресторанного господарства (в т. ч. 3 кафе в с. Полянецьке). Кількість закладів проживання (готелів, мотелів, хостелів, приватних апартаментів) – 56, орієнтовно на 2000 місць. Медична галузь громади охоплює п'ять комунальних некомерційних підприємств, які забезпечують доступне медичне обслуговування населення, а саме: Уманська центральна міська лікарня, Уманський міський центр первинної медико-санітарної допомоги, Уманський пологовий будинок, Уманська психіатрична лікарня, Уманська стоматологічна поліклініка. Функціонує комунальна установа «Обласний центр екстреної медичної допомоги та медицини катастроф Черкаської обласної ради», окрема та єдина юридична особа, яка відповідає за догоспітальний етап екстреної медичної допомоги в області.

Уманська станція швидкої медичної допомоги є структурним підрозділом обласної установи. Станом на 01.09.2023 року в Уманській міській територіальній громаді функціонують: 3 заклади вищої, 4 фахової передвищої, 2 професійної (професійно-технічної) освіти, 20 загальноосвітніх закладів (в т.ч. 3 приватних), 17 закладів дошкільної освіти (в т.ч. 1 приватний), дитячо-юнацька спортивна школа, дитяча школа мистецтв «Антарес», центр позашкільної освіти «Територія творчості», Інклюзивно-ресурсний центр. Умань – місто з давніми традиціями та історією. Тут зосереджено близько 20% пам'яток історії та архітектури всієї Черкаської області. Серед них 3 пам'ятки національного значення: дендропарк «Софіївка» з комплексом споруд, костел Успіння Богородиці, торгові ряди; 41 пам'ятка архітектури місцевого значення та 150 нововиявлених пам'яток. Переважна більшість їх розташована в історичній частині Умані в межах ДІАЗ «Стара Умань» і представляє собою ансамбль пам'яток архітектури з високою збереженістю його історичної структури. На державному обліку перебувають 10 історико-культурних пам'яток, з них 3

пам'ятники: І. Черняхівському, «Уманська Яма», «Сухий Яр». Уманський краєзнавчий музей є одним із найстаріших музеїв України. До його складу входять: Художній музей, Музей культури і побуту Уманщини, Музей-квартира Н.В. Суровцової. НДП «Софіївка» є шедевром світового садово-паркового мистецтва кінця XVIII - початку XIX століть. Площа парку сягає 180 гектарів. У 2007 році «Софіївку» визнано одним із семи чудес України, а в 2022 році парк увійшов до «Європейського маршруту історичних садів». Умань – центр паломництва брацлавських хасидів. Десятки тисяч паломників щороку приїждять на могилу свого духовного лідера цадика Нахмана. Місто Умань має добре налагоджені міжнародні зв'язки. На сьогодні підписано договори та меморандуми про співпрацю і поріднення з 19-ма містами 11 країн світу. Це міста: Ромійї-сюр-Сен (Франція), Девіс (США), Мілфорд-Хейвон (Велика Британія), Хаапсалу (Естонія), Ланьцут, Гнезно, Курнік, Шпротава, Ченстохова (Польща), Ботошани (Румунія), Ашкелон, Ноф-ха-Галіль, Цфат (Ізраїль), Радвілішкіс (Литва), Кам'янець-Подільський, Хмільник, Тернопіль (Україна), Батумі (Грузія), Чжанцзяцзе (провінція Хунань, Китай).

ПЕРЕВАГИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ЕКОСИСТЕМИ ПАЛОМНИЦТВА В УМАНСЬКІЙ МІСЬКІЙ ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ

Місто Умань володіє значною кількістю об'єктів історико-культурної спадщини та рекреаційних територій. У довоєнний період в місті постійно збільшувалась кількість подій та заходів, які сприяли зростанню туристичної привабливості громади. Зростання популярності туризму в Україні і світі (зокрема зеленого туризму та активного відпочинку) може позитивно вплинути на розвиток громади шляхом використання туристичного потенціалу. Зокрема, це може стати стимулом для розбудови туристичної інфраструктури, яка б забезпечувала потреби туристів, стимулювала розвиток підприємницької діяльності у сфері туризму та розширення діяльності існуючих суб'єктів туристичного бізнесу. В умовах дії воєнного стану та після його завершення особливої уваги буде потребувати розвиток інклюзивно-орієнтованої туристичної інфраструктури медичного туризму. Але туристична галузь громади

потребує підсилення, оскільки в області невелика кількість сучасних туристичних об'єктів з повним комплексом забезпечення потреб туриста. Також потребує значних капіталовкладень транспортна мережа громади. Для максимального ефекту розвитку сфери туризму в громаді необхідно посилити співпрацю між владою, бізнесом, наукою та громадськістю шляхом проведення круглих столів, семінарів, форумів, фестивалів, тренінгів тощо. Недостатній рівень промоції міста на всеукраїнському та міжнародному рівнях зменшують його інвестиційну привабливість. При наявності значної кількості об'єктів історико-культурної спадщини та рекреаційних територій місто не має розробленого та затвердженого туристичного брендбуку, а як наслідок – промоції продукції місцевих товаровиробників.

Очікувані результати:

- 1) формування позитивного іміджу Умані як туристичного міста;
- 2) створення та просування туристичного бренду міста;
- 3) посилення комунікації між владою, громадою та бізнесом;
- 4) універсальний дизайн реклами та ознакування в міській інфраструктурі;
- 5) збільшення кількості суб'єктів бізнесу (мікро, малого, середнього);
- 6) створення нових робочих місць;
- 7) популяризація локальних продуктів;
- 8) підвищення рівня інвестиційної привабливості міста;
- 9) розвиток і модернізація житлово-комунальної інфраструктури міста;
- 10) розвиток туристичної інфраструктури, в т.ч. інклюзивно орієнтованої;
- 11) зростання туристичного потоку в області;
- 12) збільшення надходжень до місцевого бюджету від туристичного бізнесу та сплати туристичного збору.

Додаток Б

Зображення білогрудівської стели, що зберігається в фондах Уманського краєзнавчого музею



Археологічні знахідки білогрудівської культури

