

ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ РІЗНИХ ГРУП НАСЕЛЕННЯ

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА



Пангелова Наталія, Пангелов Борис
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний
університет імені Григорія Сковороди»

Аннотация

В статье освещены организационно-экономические аспекты туристической деятельности в условиях постиндустриального общества. Во второй половине XX ст. трансформации в промышленности осуществляют большое влияние на проведение свободного времени населения в разных странах, что способствует бурному развитию сферы туризма.

Современные классификационные подходы в туризме разнообразны. В их основе могут быть разные признаки: цель, средства передвижения, средства размещения, продолжительность свободного времени туристов, их возраст, пол, личностные интересы и др.

По признаку организации туристических путешествий и их обслуживания выделяют такие виды туризма: стационарный, подвижный, таймшер, клубный, туризм самообслуживания, туризм гостиничного типа, туризм негостиничного типа. Раскрыты их характерные черты.

Ключевые слова: туристическая деятельность, виды туризма, организационно-экономические аспекты.

Annotation

The article deals with organizational-economic aspects of touristic activity in terms of postindustrial society. In the second half of XX century transformations in industry make a great influence on spending the free time of population in different countries that leads to a great development of tourists sphere.

Modern classification approaches in tourism are different. A lot of signs could be in their basement: aim, means of transportation, means of accommodation, duration of spare times of tourists, their age, sex, personal interests etc.

According the sign of organization of touristic trips and their services there are following. Kinds of tourism: stationary, moving, time-share, club, self-service tourism, tourism of hotel type, tourism of in hotel type. Their peculiarities were outlined.

Key words: touristic activity, kinds of tourism, organizational-economic aspects.

Постановка проблеми. Аналіз останніх досліджень і публікацій. На межі 1960-1970-х років у розвинутих країнах стали з'являтися ознаки нового – постіндустріального суспільства. Його динаміка визначалася вже не індустріально-масовим виробництвом, а науковими, інформаційно-комп'ютерними технологіями, збільшенням ролі послуг у соціальному та культурно-дозвіллево-му сегментах сервісу. Подібні процеси визначаються у науці як інформаційна революція.

Трансформації у виробництві і комунікаціях здійснюють великий вплив на проведення вільного часу, на відпочинок населення не тільки розвинутих країн, але і таких, що розвиваються. У світі формується глобальна інфраструктура індустрії дозвілля й культурно-дозвілдової діяльності з її основними параметрами. Одним із найважливіших з них є індустрія туризму.

Як зазначає П.О. Масляк [4], розвиток цивілізації призводить до збільшення вільного часу і намагання людей використовувати його для відпочинку та оздоровлення.

За даними досліджень [1, 2] відомо, що за грошовими витратами в постіндустріальному суспільстві туризм і оздоровлення вже давно перевищили витрати на



їжу (на 20-30%) і в 2,5-3 рази – витрати на купівлю одягу та взуття. Таким чином, рекреаційні витрати перетворилися на витрати першої необхідності. Це пов'язано з реальними вимогами нинішнього надзвичайно динамічного, психологічно напруженого часу, коли людина без належного відпочинку і розслаблення просто не може існувати.

За даними Всесвітньої туристичної організації [3] у 2009 році кількість іноземних туристів сягала не менше 880 млн осіб. І хоча в останні роки, як зазначає М.М. Саїнчук [6], через глобальні проблеми (наростаючий тероризм, бідність, еміграційні процеси) відбувається спад туристичного попиту, однак це явище, скоріш за все, має тимчасовий характер.

Адже для сфери туризму, як зауважує Gyr Ueli [9], залучено надзвичайно масивну інфраструктуру, що задовольняє конкретні потреби щонайменше мільярда мобільних туристичних груп, мас чи окремих осіб і забезпечує працевлаштування не менше 100 млн людей. Все це свідчить про колосальний вплив туризму на світове суспільство, політику, культуру і насамперед, на економіку.

Для практичної діяльності об'єктів рекреаційно-туристичної сфери важливе значення має сегментація туризму. Власне чітку класифікацію за формами, типами, видами туризму провести дуже важко. Ф.Ф. Шандор, М.П. Кляп [8] це пояснюють, насамперед, тим, що складно виділити «чисті» види сучасного туризму. Туризм можна класифікувати за різними ознаками: за метою, засобами пересування, засобами розміщення тощо. Науковці зазначають, що види туризму дуже різноманітні [5, 7]. Вони залежать від різних факторів: наявності та тривалості вільного часу, віку, статі, стану здоров'я, рівня розвитку, особистих смаків людей та їх матеріального статку; різноманітності природи та сезонності; на-

явності інфраструктурних і транспортних можливостей та ін.

Сучасні класифікаційні підходи в туризмі визначають необхідність виділення світового туризму, який, з одного боку, визначається як частина світових господарських зв'язків і відносин, а з іншого – як одна з основних галузей світової економіки, важливий показник суспільного розвитку.

У цьому зв'язку актуальним є з'ясування характерних рис форм організації подорожей та обслуговування.

Мета – визначити організаційно-економічні аспекти туристичної діяльності в умовах постіндустріального суспільства.

Методи дослідження – аналіз, узагальнення та систематизація даних науково-методичної, спеціальної літератури й інформаційних ресурсів мережі Інтернет.

Виклад основного матеріалу дослідження. Організація туристичних подорожей та обслуговування під час них досить різноманітні. За цією ознакою виділяють такі види туризму: стаціонарний, рухомий, таймшер, клубний, туризм самообслуговування, туризм готельного типу, туризм не готельного типу [8].

Стаціонарний (дачний) туризм – різновид туризму, пов'язаний з постійним місцем розміщення туриста на весь період, що спрямований на задоволення рекреаційних потреб. Деякі експерти [7] відносять до стаціонарного туризму групові або індивідуальні поїздки без активного пересування маршрутом, із перебуванням в одному або двох місцях призначення (морському узбережжі, турбазі), насамперед – з оздоровчими цілями або з метою відпочинку.

Руховий (кочовий) туризм – це туризм, пов'язаний з подорожуванням (круїзи, тури та ін.). Рухомий туризм передбачає постійне переміщення, зміну місця перебування. Ступінь рухливості від-

бивається на підходах до вивчення туризму, особливо – до оцінки рекреаційних ресурсів. Наприклад, оцінка пейзажного різноманіття вздовж автотрас буде відрізнятися від оцінки ландшафтів пішохідним і тим більше, стаціонарним туризмом.

Таймшер-туризм – це різновид туризму, що передбачає придбання готельного номера, вілли, котеджу у власність на певний час.

Таймшер (англ. timeshare – розподіл часу) найчастіше застосовується в бізнесі з нерухомістю, водночас це є і міжнародна система обміну відпочинком серед співвласників курортних готелів клубного типу. Таймшер поділяють на кілька категорій залежно від пори року: найбільш дорогий – «червоний» таймшер у розпал сезону, у міжсезоння – «білий», і в «мертвий» сезон – «синій». «Червоний» тиждень найбільш вигідний при обміні.

Система таймшер з'явилася у 1974 році у Франції, коли була зареєстрована компанія «Resort Condominiums International». Нині ця система дуже популярна в світі. За її умовами приймають гостей понад 3 тис. курортів у 80 країнах світу. Право на володіння можна передавати чи обмінюватися ним. Існують спеціальні біржі, де можна обміняти, скажемо, свій готельний номер на європейському курорті на такий самий в одній із країн Азії.

Переваги таймшер туризму:

- високий рівень проживання та обслуговування;
- можливість переносити тиждень своєї відпустки на наступні роки і таким чином збільшувати період відпочинку;
- можливість передавати за узгоджену суму свої тиждень у тимчасове користування (оренду) маркетинговим компаніям;
- можливість подарувати свої тиждень або передати у спадщину;
- можливість продати свої тиждень;
- гарний спосіб для підпри-



ємств і організацій вирішити проблему відпочинку своїх співробітників та їхніх сімей;

- економічний спосіб проведення своєї відпустки при забезпеченні високого рівня комфорту та обслуговування.

Недоліки таймшер – туризму:

- необхідність великих початкових вкладень;
- недобросовісні дії деяких туристичних компаній, що займаються таймшер.

Клубний туризм (хобі-туризм, party-туризм, жуїр-туризм) – це відпочинок людей, яких поєднують спільні заняття, інтереси й захоплення. Місцем організації такого відпочинку, здебільшого є туристичні містечка або круїзні судна. Змістом відпочинку можуть бути зустрічі філателістів, любителів джазової музики та ін.

Хобі-туризм – різновид клубного туризму з метою заняття улюбленою справою в середовищі однодумців під час подорожі (тури для автолюбителів, для спортивних уболівальників, творчо-ремісничі тури, тури для любителів певних напоїв або їстівних продуктів). Для таких людей існують спеціальні тури «фанатів» і спортивних уболівальників на спортивні змагання (чемпіонати, Олімпіади), для прочан (паломницькі тури), для колекціонерів (наприклад «Подорож за орхідеями по Азії»), для гурманів («Сирний тур по Швейцарії») або «Півний тур по Чехії».

Ринок хобі-туризму дуже широкий, тому що коло людських інтересів дуже велике і різноманітне. Крім того, у різних країнах попит на хобі-туризм представлений неоднаково. У деяких країнах (наприклад, у Німеччині) великою популярністю користуються спеціальні тури любителів вина («Винний семінар на Рейні»). Таки тури проводяться в Португалії, Іспанії, Франції для європейських та американських туристів. Великою популярністю на італійському ринку користуються кулі-

нарні тури. Головне правило хобі-туризму-комплектування груп туристів за принципом однорідності інтересів. Хобі-тури зазвичай не мають регулярного графіка проведення, є додатковими, організуються в міжсезоння для більш повного заповнення матеріальної бази або за окремими замовленнями при виникненні попиту.

Різновидом клубного туризму є також party-туризм – це виїзд в іншу країну з метою розважитися та долучитися до клубного життя місцевої молоді. Здебільшого мета такої поїздки – знайомство з клубною публікою, арт-директорами, PR-менеджерами та іншою професійною громадськістю для подальшої співпраці та організації спільних заходів. Центром party-туризму є Ібіца – іспанський острів Болеарського архіпелагу. Це місце стало відомим на початку 70-х років минулого століття після того, коли неподалік від містечка Сан-Рафаель був збудований один з найбільших клубів світу – Amnesia. Сьогодні найпопулярнішими місцями party-туризму є Великобританія (Fabric, Лондон), США (The Bed, Нью-Йорк), Іспанія (The Space, Ібіца).

Туризм самообслуговування – це різновид туризму, що будується частково або повністю на самообслуговуванні. Туристи самі обирають маршрути і спосіб пересування, забезпечують харчування, ночівлю і місце відпочинку, намічають місця для екскурсій.

Туризм готельного типу – різновид туризму, де засобом розміщення туриста є готель. Готель – основне підприємство індустрії гостинності, метою діяльності якого є прийом, обслуговування, забезпечення відпочинку і харчування відвідувачів.

За розміром (місткістю) готелі поділяються на:

- малі (до 100-150 номерів);
- середні (від 100 до 300-400 номерів);

- великі (від 300 до 600-1000 номерів);

- гігантські (понад 1000 номерів).

Згідно з класифікацією ВТО, готелі можна групувати:

- за місцем розташування (міські, приміські, сільські, придорожні, в аеропортах, плавучі та ін.);

- за призначенням (для постійного проживання, транзитні, для ділових зустрічей);

- за часом функціонування (сезонні, цілорічні);

- за рівнем асортименту і вартістю послуг (дешеві або з обмеженим сервісом, «люкс», готелі вищого класу, готелі середнього рівня, апарт-готелі, мотелі, курортні готелі).

Клас готелю або пансіонату визначається зазвичай за стандартною, прийнятою в певній країні (або регіоні, економічній зоні) системою класифікації і підтверджується сертифікатом, який видається спеціальним органом, сертифікаційною або іншою палатою. Враховуючи всі фактори, що впливають на якість послуг, зручності номерного фонду, готелі відрізняються:

- за якістю будівництва й оздоблення будівлі, архітектурою;

- за наявністю місць загального користування, ресторанів, барів, кафе, побутових служб;

- за кваліфікацією персоналу;

- за рівнем сервісу.

Готелі вищого класу мають розкішні багатокімнатні номери, надають велику кількість послуг (ресторани, бібліотеки, спортзали, бари, сауни та ін.) і встановлюють відповідну ціну за свої послуги. Нині існує близько 30-ти різноманітних систем класифікації готелів:

- система зірок;

- система балів;

- система букв (А, В, Д, С);

- система «корон» або «ключів».

Найпоширенішою серед них є п'ятизіркова система класифіка-



цій, що базується на французькій національній класифікації. Вимоги до «зіркової» класифікації не однакові в різних країнах. Бальна, або індійська, система класифікацій отелей передбачає їх поділ на 5 категорій: 1 зірка – 100 балів, 2 зірка – 150 балів і т.д. У Великобританії використовується класифікація готелів на «корони», «ключі», «сонця», «алмази» та ін. Система букв (А, В, С, Д) використовується в Греції.

Туризм неготельного типу – це різновид туризму, де турист обирає як засіб розміщення не готельні приміщення. До таких закладів, що надають умови проживання належать: намети, бунгало, автофургон, квартира, кімната, дача, яхта.

Висновки. Отже, організаційно-економічні аспекти туристичної діяльності у значній мірі сприяють підвищенню загальносоціального ефекту туризму. Це виявляється у збільшенні числа працевлаштованих, розширенні інвестицій, підвищенні матеріального рівня життя населення регіону. У цій галузі праця не механізована і не може бути такою, що дозволяє залучати трудові ресурси, для обслуговування туристів. За даними Всесвітньої туристичної організації у 2010 році у цій галузі безпосередньо або опосередковано працювало біль-

ше 400 млн. чоловік. Стійке зростання прибутків у галузі туризму є основою економічного підйому у тому або іншому регіоні. Тут присутній так званий «мультиплікативний ефект» - прибутки отримують не тільки власники готелів і ресторанів, але і фермери, що постачають продукти харчування; учбові заклади, в яких вчаться діти персоналу готелів; транспортні компанії. Успішний розвиток туризму впливає на ключові сектори економіки – транспорт і зв'язок, торгівлю, будівництво, сільське господарство, легку промисловість.

Література

1. Волков В.Н. Туризм в епоху постмодерна / В.Н. Волков // Аксиология культуры. Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. – 2012. – №1. – С. 77-86.
2. Гарбар Г.А. Культурный туризм в контексте массовой культуры / Г.А. Гарбар // Гуманитарный вестник ЗДІА. – 2013. – №56. – С.140-148.
3. Глобальний етичний кодекс туризму. Всесвітня туристична організація. Міжнародний документ від 01.10.1999 http://zakon4.rada.dou.ua/laws/show/983_001.
4. Масляк П.О. Рекреаційна

географія: навч. посіб / П.О. Масляк. – К.: Знання, 2008. – 343 с.

5. Пангелова Н.С. Демографічні аспекти організації рекреаційно-туристичної діяльності / Н.С. Пангелова, Б.П. Пангелов // Спортивний вісник Придніпров'я. – 2015. – №2. – С.142-145.
6. Саїнчук М.М. Туризм у перипетіях цінностей глобалізації: становлення туристсько-ігрового способу життя / М.М. Саїнчук // Спортивний вісник Придніпров'я. – 2015. – №2. – С.184-188.
7. Семененко О. Про класифікації рекреаційно-туристичної діяльності / О. Семененко // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. Володимира Гнатюка. – Сер. Географія. – 2009. – №2 (26). – С. 95-102.
8. Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму: підручник / Ф.Ф. Шандор, М.П. Кляп. – К.: Знання, 2013. – 334 с.
9. Gyr Ueli: Geschichtedes Tjnrismus: ukturenaufdem Weqzur Moderne // Enropean Nistory Online (EGO), published by the Institute of Enropilan Nistory (IEG), main 2010-12-03/ URL: <http://www.ieg.ego/en/guru> - 2010 – de

