
УДК 082

ББК 94

Z 40

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Druk i oprawa: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy i redakcji: Warszawa, ul. Wyszogrodzka, 16
e-mail: info@conferenc.pl

Cena (zł.): bezpłatnie

Zbiór raportów naukowych.

Z 40 Zbiór raportów naukowych. „Wpływ badań naukowych. (28.04.2013 - 30.04.2013) - Bydgoszcz: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2013. - 140 str.
ISBN: 978-83-63620-99-8 (t.10)

Zbiór raportów naukowych. Wykonane na materiałach Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej Konferencji 28.04.2013 - 30.04.2013 roku. Bydgoszcz.
Część 10.

УДК 082

ББК 94

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Powielanie i kopiowanie materiałów bez zgody autora zakazany.

Wszelkie prawa do materiałów konferencji należą do ich autorów.

Pisownia oryginalna jest zachowana.

Wszelkie prawa do materiałów w formie elektronicznej opublikowanych w zbiorach należą Sp. z o.o. «Diamond trading tour».

Obowiązkowa odniesienia do zbioru.

ISBN: 978-83-63620-99-8 (t.10)

"Diamond trading tour" ©

25. Образцова О. М.	100
МЕТОДИКА ФОРМУВАННЯ ТВОРЧИХ ЗДІБНОСТЕЙ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ У ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ РУЧНОЇ ПРАЦІ	

SEKCJA 15. NAUK PSYCHOLOGICZNYCH.
(ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ)

26. Борисова Е.В., Шибанова Г.И.	108
ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ В МЛАДШЕМ ШКОЛЬНОМ ВОЗРАСТЕ	

SEKCJA 19. TRANSPORTU.(ТРАНСПОРТ)

27. Циперко А.В.....	111
ХИМИКО-БИОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНТЕГРИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ АЭРОПОРТА	

28. Астапенко А.М.....	115
К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ГИБРИДНЫХ ГРУЗОВИКОВ В ГОРОДСКИХ УСЛОВИЯХ	

SEKCJA 25. EKONOMIKA. (ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ)

29. Коробова Э.	119
ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	

SEKCJA 27. REKLAMA. (РЕКЛАМА)

30. Федюшкіна О.В.....	122
СУЧАСНІ PR-ТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ КІНОТЕАТРУ	

31. Sukhenko I.,Dyka Y., Oles H.	125
PECULIARITIES OF ADVERTISING TECHNIQUES IN PERSUASION	

SEKCJA 28. TURYSTYKA. (ТУРИЗМ)

32. Лиханова В.В.	128
ВИДЫ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ	

33. Шпеник Т.К.	132
ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ „SWOT” – АНАЛІЗУ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ СІЛЬСЬКОГО (ЗЕЛЕНОГО) ТУРИЗМУ	

34. Сандік О.П.	138
ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ДИЗАЙН-ОБ'ЄКТІВ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ПІВДНЯ УКРАЇНИ	



Лиханова В.В.

к.п.н., доцент кафедры социально-культурного сервиса,
туризма и языкознания,
Забайкальский государственный университет, г. Чита

ВИДЫ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Одной из основных услуг в технологии обслуживания гостей, приезжающих из других стран и городов, а также и жителей города является организация досуга.

К индустрии развлечений относятся предприятия (организации, учреждения), чья основная деятельность связана с удовлетворением потребностей человека в развлечениях. Такими единицами являются предприятия с ярко выраженным развлекательным характером деятельности – цирки, зоопарки, аттракционы, игротеки, парки отдыха, передвижные городки, казино, боулинг, бильярд, дискотеки и т. п. Разнообразные зрелищные предприятия, включая стационарные и передвижные театры, кинотеатры, изостудии, концертные организации и коллективы (филармонии, оркестры, ансамбли, художественные и музыкальные коллективы, радиовещание и телевидение и др.), также обеспечивают процессы развлечений.

Развлечения присущи занятиям физической культурой (в искусственных водных бассейнах и на катках, спортивных залах и клубах, манежах, боулинг, бильярд), а также посещениям спортивно-зрелищных мероприятий [1].

Приобщение к культурным ценностям – это походы в библиотеку, музеи, на выставки, во всевозможные клубные учреждения, также сопровождается развлечением. И так как индустрия развлечений выступает, как самостоятельное, относительно обособленное звено экономической системы, то она привлекает значительные финансовые, материальные и трудовые ресурсы.

К одним из видов индустрии развлечения можно отнести Всемирно-известные национальные парки. Национальным парком считается территория или акватория с уникальными природными объектами. Это водопады, каньоны, животные, ландшафты, острова и т. п. [1].

В некоторых случаях национальный парк – аналог заповедника, от которого принципиально отличается допуском посетителей для отдыха. Некоторые территории объявленные национальными парками носят исторический характер: родина известного деятеля, место военного сражения или иного важного исторического события, а также несут экологическую и эстетическую ценность.

Первый в мире национальный парк – Йеллоустонский – был создан в 1872 году в США. В настоящее время в мире свыше 3500 национальных парков, из них 2600 крупных, имеющих мировое значение. Они внесены в реестр ООН.

Территория национальных парков отличается богатым растительным и животным миром. Посещение парков позволяет только в познавательных, научных, образовательных и культурных целях.

Значительная часть национальных парков широко используется для туризма.

Туристы следуют по строго определенным маршрутам, на специальных автомобилях, с проводником.

Следующим и не мало важным видом развлекательной индустрии можно выделить клубную деятельность. Клуб создается с целью развития социальной активности своих членов, их творческих начал. Посетители клуба вместе отдыхают, развлекаются. В клубе устанавливаются и развиваются межличностные контакты, различные по целям, по степени регламентации, устойчивости, продолжительности и другим признакам. При общении людей проявляется их социальная активность. Таким образом, клуб выступает центром досуга.

Клубная деятельность всегда носит многофункциональный характер. Различают комплексные и специализированные клубы. Комплексные клубы предназначены для организации общения людей, обладающих обширным спектром интересов. Просветительская деятельность таких клубов, развитие творчества, обеспечение культурного отдыха и развлечений должны учитывать интересы неоднородного состава посетителей.

Специализированные клубы ориентированы на контингент посетителей с более узкой вариацией интересов. Это могут быть люди одной профессии, социальной группы, возраста и пр. При усилении одной из функций деятельности клуба носят характер культурно-просветительный, отдыха, общения, молодежной, экологической, физкультурно-оздоровительных, технического творчества и прочей специализации. В некоторых случаях клубная деятельность может совмещаться с организацией бытового обслуживания населения.

В небольших населенных пунктах, как правило, создаются комплексные клубы. Степень комплексности клубов различна и зависит от степени интеграции осуществляемых видов деятельности, от площади помещений, от степени гибкости и многофункциональности их использования. Чем меньше населенный пункт, тем выше степень комплексности клуба. Клуб в черте города следует рассматривать, как элемент формирования общественного центра города. Интеграция видов деятельности в нем и ее кооперация с предприятием обслуживания населения повышает качество досуговой деятельности и расширяет возможности социальных контактов. Поэтому, при анализе клубной деятельности изучается число участников, состав и число групп по интересам, степень связанности с учреждениями досуга и отдыха, частота и место встреч участников, клубное пространство.

Говоря о клубной деятельности, можно сказать, что это один из самостоятельных видов индустрии развлечения, который в настоящее время активно развивается и тем самым привлекает значительные материальные и финансовые ресурсы, а также трудовые. Так как происходит общение не только среди посетителей, но и посетителей с обслуживающим персоналом, а для этого персоналу нужно обладать профессиональными навыками и знаниями.

Еще одной разновидностью индустрии развлечений является казино, среди основных целей деятельности которого выделяют: предоставление услуг населению в области организации досуга на высоком профессиональном и культурном уровне, а также извлечение прибыли.

Игровой зал – это специально оборудованное для ведения игр помещение, где в определенном порядке размещены игровые столы с местами для посетителей и

рабочими местами для сотрудников казино. В игровом зале также имеются: касса для ведения денежных расчетов с посетителями и зона отдыха для посетителей казино (бар).

Вестибюль – это помещение между входом в казино с улицы к игровым залам, где расположен гардероб для посетителей, санузел для посетителей, касса продажи входных билетов и стационарный пост сотрудников службы безопасности.

К помещениям вспомогательных служб относятся комната отдыха крупье; изолированное помещение для сотрудников службы безопасности; сейфная комната «менеджерская», где хранится вся внутренняя документация казино, мелкое игровое оборудование (чипы, шарики для рулетки, карты и т. п.), а также «менеджерская» используется в качестве офиса.

Бар может находиться на территории игрового зала, либо примыкать к нему, но его наличие необходимо для нормальной эксплуатации казино.

Основным технологическим центром казино, определяющим коммерческие результаты его деятельности, является игровой зал. Размеры игрового зала определяются, прежде всего, количеством игровых столов, которые предполагают разместить в нем из расчета 15-20 кв. метров на стол для игры «Блэк Джек» и 20-25 кв. метров на стол рулетки. Площадь, которую необходимо выделить для оборудования кассы игрового зала составляет 5 кв. метров. Все эти цифры определены с учетом требований по обеспечению надлежащей безопасности казино и его посетителей, а также санитарно-гигиенических норм [2].

Поскольку казино не является юридическим лицом, а представляет собой одно из подразделений головной организации, то вся его финансовая деятельность отражается в бухгалтерских документах организации. Именно головной организации принадлежит все оборудование казино, работники казино состоят в ее штате, и соответственно все доходы казино составляют доходы головной организации.

Прибыль казино формируется, как разница между суммой доходов от деятельности казино и фактическими затратами казино, включенными в полную себестоимость по организации этой деятельности. Доходы казино образуются за счет выручки от продажи, входных билетов, а также денежных сумм, оставшихся в кассах игрового зала и игровых столов после закрытия казино на момент проведения инкассации [3].

Из прибыли от деятельности казино головная организация уплачивает в бюджет налог на прибыль.

В Российской Федерации игорный бизнес – это молодая промышленность. По сути, он находится в начальной стадии развития. На сегодняшний день практически отсутствует какая-либо открытая образовательная информация по методологии ведения работы казино. И даже компании, которые занимаются обучением и консультациями в этой области зачастую не отвечают тем требованиям, которые диктует время. Это, в первую очередь сказывается на уровне работы персонала, менеджерского состава игорных домов – людей, от которых зависит успешность предприятия.

Бильярд, как один из видов проведения досуга, это игра, которая была популярна во все времена. В России бильярд появился в виде карамболя. Карамболь представлял собой стол, который был привезен Петром I из Голландии. И намного позже в этом столе появились лузы. Сам Маяковский и Ворошилов любили играть в бильярд. Современная игра бильярд рассчитана на зрелищность. Игроки стараются,

как можно скорей забить все шары в лузы. Сущность бильярдной игры заключается в катании шаров по полю и закатывание их в лузы.

Для точного удара игрок должен определиться, какой глаз у него прицельный. Особое внимание в бильярде уделяется различным психологическим приемам. Оказывается, легко убедить соперника в том, что он не забудет ни одного шара. Психология – это личное оружие игрока.

Российский бильярд в последнее время «помолодел», проходят соревнования, и участие в основном принимает молодежь. Появляется большое количество бильярдных клубов во всех регионах. Первым чемпионом мира в 2000 году стал Евгений Сталев. Чемпион проходил в Германии.

Сейчас проводят более 30 различных соревнований. В них представлены все виды игр на бильярде: русский бильярд, карамболь, снукер, пулл. Большой популярностью пользуются игры на пулловском столе.

Бильярд является активным средством активного отдыха, он снимает нервное напряжение и игроки отвлекаются от повседневных проблем.

Преимущество бильярда в том, что в него могут играть люди любого возраста, не требует крепкого здоровья, но, тем не менее, хорошая спортивная форма.

Таким образом, индустрия развлечений берет свое начало за долго время до нашей эры. Люди пытались сами организовывать свое свободное время, то есть свой досуг. Следовательно, игра – это, прежде всего средство коммуникации, которое выполняет важнейшую функцию установления и поддержания взаимоотношения между людьми в состязательной форме.

В историко-культурном плане игра выполняет функцию закрепления в сознании человека и общества того, что, когда-то, было пережито и еще будет позже реализовываться.

Поэтому, все азартные игры, боулинг, бильярд являются неотъемлемой частью индустрии развлечений.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Введение в специальность (Туризм): Учебное пособие / Н.А. Гулиев, Е.В. Кулагина. – Омский государственный институт сервиса, 2002.
2. Богалдин – Малых В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристские, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы: Учебное пособие. – М.: Издательство Московского психолого-социального института, 2004.
3. Павлюкова Т. Бизнес казино. Крупье. Серия «Учебный курс». Ростов н/Д: Феникс, 2000.

Шпеник Тетяна Карлівна

*здобувач кафедри економіки, менеджменту та маркетингу
Ужгородський Національний університет
м. Ужгород*

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ „SWOT” – АНАЛІЗУ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ СІЛЬСЬКОГО (ЗЕЛЕНОГО) ТУРИЗМУ

*„Заглядуј вперед, або виявишся позаду”, відомий політичний діяч, вчений США
Бенджамін Франклін*

В статті проаналізовано доцільність та специфіку застосування SWOT – аналізу при формуванні туристичного продукту закладами сільського (зеленого) туризму.

Ключові слова: *сільський (зелений) туризм, SWOT –аналіз зеленої садиби, туристичний продукт зеленої садиби*

Вступ. Відпочинок у сільській місцевості набуває дедалі більшої популярності в Україні та в багатьох інших європейських країнах. Доступність, екологічне спрямування, культурно-пізнавальний характер, різноманітність варіантів проведення дозвілля в залежності сезону, тривалості відпочинку, власних уподобань, тощо перетворюють сільський (зелений) туризм в альтернативний, популярний, конкурентоспроможний вид туристичної діяльності. За даними маркетингових досліджень більшість власників закладів сільського (зеленого) туризму здійснюють діяльність з надання туристичних послуг з метою отримання прибутку. Отже, успішність діяльності зелених садиб з подальшим зростанням пропозиції на ринку, дедалі більше залежатиме від вміння господарів професійно підійти до вирішення питань загально-організаційного характеру, розробки маркетингової стратегії, принципів управління в цілому та багато інших.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Одним з основним інструментів стратегічного управління, що дає змогу комплексно оцінити внутрішні і зовнішні чинники, які впливають на розвиток підприємницької діяльності є SWOT-аналіз. Більшість вітчизняних та зарубіжних науковців, топ-керівників використовують SWOT-аналіз в різних галузях економіки для визначення рівня конкурентоспроможності підприємства, планування його діяльності та формування стратегії розвитку. Питання розвитку сільського (зеленого) туризму досліджуються в наукових працях: Ю. Зінько, М. Костриці, В. Васильєва, В. Кетлінського, Я. Сікори та ін [1]. SWOT – аналіз розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні розроблений І.П. Кудіною [2]. Перспективи розвитку сільського туризму у Львівській області в розрізі внутрішніх переваг, недоліків, зовнішніх можливостей та загроз проаналізовано І. Зінько [3]. Моделі стратегічного розвитку сільського туризму в Івано-Франківській області та SWOT – аналіз обґрунтовано Л. Є. Сімків

та І.І. Продановою [4]. Комплексна діагностика розвитку туристично-рекреаційного комплексу Закарпатської області з використанням SWOT- аналізу проведена Молнар О.С. [5].

На сучасному етапі SWOT-аналіз у туристичній галузі розглянутий з точки зору національного та регіонального масштабу. Розробка SWOT –аналізу для окремого закладу сільського (зеленого) туризму – зеленої садиби є наочним інструментом для аналізу та практичного використання.

Методологічною основою дослідження виступили методи аналітичної систематизації, узагальнення та конкретизації.

1. Теоретичні основи SWOT –аналізу. Процес встановлення зв'язків між характерними (ключовими) для підприємства (закладу) можливостями, загрозами, сильними та слабкими сторонами, результати якого можуть бути використані для формулювання та вибору подальшої стратегії розвитку організації називають SWOT-аналізом. Вперше термін „SWOT-аналіз”, як метод структуризації та оцінювання інформації був використаний професором К. Ендрюсом 1963р. в Гарварді на конференції з проблем бізнес-політики [6]. Назва „SWOT-аналіз” походить від початкових літер чинників та явищ, які покладені в основу стратегічного планування, Таблиця 1.

Таблиця 1

„SWOT-аналіз” - загальна характеристика

Зовнішнє середовище (макрорівень)	Strengths (сильні сторони)	Weaknesses (слабкі сторони)
Внутрішнє середовище (мікрорівень)	Opportunities (можливості)	Threats (загрози)

„Strength” (сильні сторони) — внутрішні можливості, навички, потенціал наявні ресурси, тощо, які може використати заклад (організація) для створення конкурентних переваг своєї діяльності.

“Weaknesses” (слабкі сторони) — види діяльності (підрозділи діяльності), які на даний момент часу є збитковими, невігідними, недоцільними для закладу; недостатність або відсутність ресурсів; частка потенціалу (потенціал) який неправильно, недоцільно використовується.

“Opportunities” (можливості) — альтернативи, потенціал, ідеї, які заклад (організація) може використати для отримання позитивних результатів діяльності, досягнення стратегічних цілей.

“Threats” (загрози) — будь-які процеси або явища, що перешкоджають закладу, організації у досягненні своїх цілей, планів, місії [7].

SWOT-аналіз дає змогу сформулювати стратегію розвитку, функціонування діяльності закладу (підприємства, організації) з урахуванням особливостей зовнішнього і внутрішнього середовища, Схема 1.

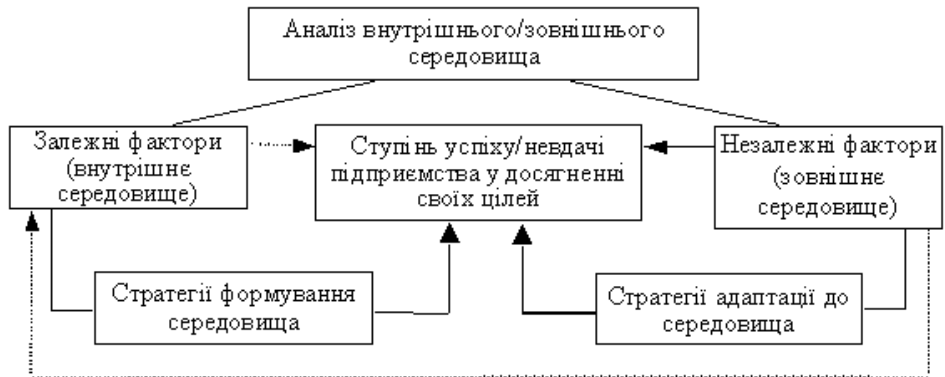


Схема 1. Аналіз взаємодії та впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища закладу на його діяльність та формування стратегії [7].

SWOT-аналіз отримав широке використання в різних галузях економіки, завдяки наочності, доступності, простоті використання і є практичним у застосуванні для виявлення недоліків та перспектив розвитку закладу.

2. Специфіка застосування SWOT –аналізу для закладів сільського (зеленого) туризму зелених садиб

Сільський (зелений) туризм «rural green tourism» – це форма відпочинку у сільській місцевості, в приватній садибі сільського господаря, з використанням природного, соціального та культурного потенціалу місцевості. Об'єктом вивчення сільського (зеленого) туризму виступає зелена садиба, сільське помешкання на базі якого здійснюється надання туристичних послуг. Комплекс туристичних послуг закладів сільського (зеленого) туризму - сільський туристичний продукт (англ. «rural, green tourist product»), можна визначити як сукупність послуг нічліжного, гастрономічного, екскурсійного, відпочинкового, розважального обслуговування, які пропонуються в зеленій садибі, агро оселі. Господар, власник зеленої садиби на свій розсуд формує комплекс туристичних послуг що надаються та встановлює цінову політику. До основних послуг зеленої садиби належать: трансферт (транспортне обслуговування), проживання, харчування. Додаткові послуги включають: послуги з організації екскурсій, організація майстер-класів, послуги гідів, гідів-перекладачів, послуги залучення туристів до участі у народних обрядах, культових діях, фестивалях, ярмарках та інших масових акціях, послуги по прокату засобів пересування, туристичного спорядження, побутового обслуговування, право користуватися приватними рекреаційними угіддями, тощо.

Оскільки, SWOT аналіз в загальному вигляді не містить економічних категорій, його можна застосовувати до будь-яких організацій та галузей економіки, в загальному та вузько предметному масштабі для побудови стратегій в найрізноманітніших областях діяльності, в тому числі в сільському (зеленому) туризмі. Автор даної роботи, опираючись на раніше проведені дослідження науковців пропонує застосовувати SWOT-аналіз до окремого закладу сільського (зеленого)

Таблица 2

SWOT-аналіз (сільської) зеленої садиби

Зовнішнє середовище (макрорівень)	Strengths (сильні сторони)	Weaknesses (слабкі сторони)
	<p>- регіональна політика, підтримка місцевого самоврядування;</p> <p>- природно-ресурсний потенціал регіону (місцевості) - наявність природних ресурсів, заповідників (гір, лісів, озер, річок, мінеральних вод);</p> <p>- історично-культурний потенціал регіону (місцевості) - пам'ятки природи, архітектури, дерев'яного зодчества, музеї, спортивні комплекси (майданчики); традиції побуту, господарювання, фольклору, тощо;</p> <p>- розвиток інфраструктури розважально-відпочинкові комплекси національного та ін. характеру;</p> <p>- природно-географічне розташування садиби (транспортна доступність, наявність поблизу лісів, озер, тощо);</p> <p>- природно-кліматичні особливості розташування зеленої садиби. (Наприклад високогірні села Закарпатської області можуть похизуватися більшим спокоєм, свіжим повітрям; сніговим покривом взимку та прохолодою влітку).</p>	<p>- недосконала законодавча база;</p> <p>- поганий стан, важка доступність транспортної інфраструктури;</p> <p>- конкурентне середовище всередині галузі, наявність: інших садиб, санаторіїв, готельних-ресторанних комплексів, тощо;</p> <p>- фактор сезонності (найбільша кількість туристів влітку та взимку, період державних календарних свят, найменша – весною і восени);</p> <p>- кліматичні особливості сезону (пізня холодна весна, занадто сніжна або мало-(чи) безсніжна зима).</p>

Внутрішнє середовище (мікрорівень)	Opportunities (можливості)	Threats (загрози)
	<ul style="list-style-type: none"> - використання інтернет-ресурсів для рекламування діяльності садиби, бронювання відпочинку, інформування про нові послуги, пропозиції, он-лайн щоденник, фото-галерея; - розробка нових туристичних продуктів, послуг; - підвищення якості існуючих послуг; - покращення матеріально-технічного оснащення садиби; - облаштування садиби інтер'єру та екстер'єру предметами побуту натурального походження (дерево, текстиль, камінь, тощо); - розвиток допоміжних супутніх видів діяльності, що є джерелом додаткового доходу та різновидом відпочинку: кузня при садибі, розведення бджіл, збиральництво, сушіння грибів, ягід, виноробство, мисливство, виготовлення сувенірів; - розробка та впровадження туристичних зелених маршрутів (пішохідних, велосипедних, гастрономічних, етнографічних, тощо); - гнучка цінова політика. 	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність професійного досвіду господаря, персоналу садиби; - погане знання (не знання) мов господарем та персоналом садиби;

На думку автора, ряд факторів для кожної окремої садиби може носити позитивний та негативний характер. Наприклад, природно-ресурсний потенціал регіону якщо використовується для урізноманітнення відпочинку гостей садиби виступає в якості можливості та сильної сторони закладу; у випадку його ігнорування та використання іншими аналогічними закладами є загрозою та перевагою конкурентів. Відсутність професійного досвіду власник садиби може компенсувати

за рахунок навчання, постійного вдосконалення, участі в тематичних конференціях та інших навчальних заходах. Фактор сезонності, період при найменшій відвідуваності туристів, може бути зайнятий на облаштування садиби, облагородження зовнішньої території, налагодження процесу виготовлення сувенірів, інших додаткових супутніх видів діяльності. Конкурентне середовище, наявність інших садиб, готельно-санаторних комплексів може використовуватися в контексті співпраці, обміну досвідом, спільної організації екскурсій, майстер-класів.

Висновки. SWOT - аналіз на мікро рівні, окремого закладу сільського (зеленого) туризму дає можливість отримати більш чіткі, конкретні та вагомі результати, що можуть бути втілені у реальність за короткий термін часу; наочно виявити вузькі, проблемні місця, окреслити перспективи та можливості розвитку зеленої садиби.

Література

1. Рутинський М.Й. Сільський туризм: Навчальний посібник./ Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. – К.: Знання, 2006. – 271с.
2. Кудінова І.П. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні, 2011р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/nvnau_eamb/2011_163_1/11kip.pdf
3. Зінько І. Сільський зелений туризм як складова стратегії туристичної політики регіону, 2008 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.lnu.edu.ua/faculty/intrel/2008_24/13.pdf
4. Сімків Л.Є., Проданова І.І. Теоретичні аспекти стратегії розвитку сільського зеленого туризму в регіоні, 2012. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/22_12/74_Sim.pdf
5. Мол нар О.С. Управління розвитком туристично-рекреаційного комплексу регіону (на прикладі Закарпатської області), [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://dissertation.com.ua/node/666000>
6. Вікіпедія. Вільна енциклопедія. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: ru.wikipedia.org/wiki/SWOT-анализ
7. Складання стратегічного балансу та сутність SWOT—аналізу. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.vuzlib.org/strat_upr/26.htm

Сандік О.П.

Аспірант кафедри «Дизайн»

Харківська державна академія дизайну та мистецтв,
викладач кафедри «Дизайн» Херсонський національний технічний
університет.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ДИЗАЙН- ОБ'ЄКТІВ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ПІВДНЯ УКРАЇНИ

Сьогодні в Україні та інших європейських країнах збільшується популярність всіх форм природно-орієнтованого еко туризму - зеленого туризму. Цей вид туризму, сприяючи розвитку малого бізнесу в аграрних регіонах, таких як Південний, дає можливість міським мешканцям активно відпочивати в приватних заміських та сільських господарствах, а господарям поліпшити своє фінансове становище.

Перспективи розвитку зеленого туризму визначаються дією широкого спектра ресурсних, екологічних, історико-культурних, соціальних та економічних чинників, які мають чітко позначені географічні та регіональні особливості.

Південний регіон України багат природною та культурною спадщиною, пам'ятками історії та культури світового рівня; унікальними природними заповідниками та має особливі традиції та звичаї.

Особливістю організації цього виду туризму є забезпечення мінімальної дії на природне середовище при організації поїздок, створення мережі екологічних готелів та садиб, забезпечення туристів екологічно чистими продуктами харчування і т.д.

Одним із важливих чинників зеленого туризму виступає комфортність предметно-просторового оточення туристів. Туристи стають досвідченішими і вимогливішими не тільки відносно комфорту, але і відносно значущості отриманого з подорожі досвіду, включаючи інформацію про культурні цінності, контакти з місцевим населенням, знання про флору і фауну, екосистеми і життя дикої природи, і її збереження. [3]

Розвиток зеленого туризму вимагає забезпечення координації діяльності різних галузей регіональної економіки, від яких залежить якісне надання туристичних послуг, зокрема транспорту, торгівлі, виробництва сувенірної продукції, видавничо-рекламної діяльності, дизайну тощо.

Концепція дослідження формується на основі теоретичних положень вироблених В.Сидоренко, А.Рубінім, Н. Воронячим, К.Кондратьевой, Е.Лазаревим, Г.Демосфеновой, Е.Жердевим і т.д. і припускає, що перетворення середовища зеленого туризму на об'єкт, який, за допомогою підвищення в нім художньо-образного змісту, повинен підвищити гуманізацію та екологізацію культури побуту Півдня на всіх рівнях - від художнього образу одиничного виробу до образного змісту системи елементів культурно-побутового призначення у всіх аспектах - від асиміляції досягнень передової технології інженерного забезпечення до нових шляхів

відродження народної творчості.

Об'єктами дизайнерського опрацювання у зеленому туризмі є: засоби візуальної інформації, предмети повсякденного попиту, житло, громадські та виробничі споруди, присадибні ділянки, місця відпочинку та розваг, тощо.

Завданням дизайну у зеленому туризмі є відтворення регіональної і національної своєрідності середовища та об'єктів-дизайну, збереження та подальший розвиток етнічної самобутності.

У проектуванні дизайн - об'єктів зеленого туризму необхідно врахування усіх ланок їх створення та використання. Потрібно враховувати й утилітарну корисність дизайн - об'єктів, технологічні особливості виробництва, специфіку транспортування, зусилля користувача по догляду за ним, фактор моди на матеріали, розміри та колір. [2]

Щоб створити відповідний дизайн-об'єкт зеленого туризму Півднего регіону-утилітарний предмет, приємний інтер'єр, гармонійний предметний ансамбль, красивий ландшафт абощо, необхідно, насамперед, враховувати низку чинників: призначення об'єкта; витрати, пов'язані з його виробництвом; національно-культурні традиції Півдня; структуру матеріальних, соціальних, духовних потреб та інтересів відвідувачів; психічний склад потенційного споживача; тенденції розвитку техніки виробництва і художньої культури. [4]

При організації інфраструктури зеленого туризму, необхідно враховувати культурні особливості регіону та спадщину. Оскільки спадщина включає і культурну складову, потрібно докласти всі зусилля до усвідомлення культурних цінностей даної місцевості до того, як почнеться проектування.

Туризм, заснований на використанні об'єктів архітектурної спадщини, достатньо складний з технічної точки зору – необхідно забезпечити нічліг для масового потоку туристів, розповсюдження інформації для відвідувачів, безпека, живлення, дотримання санітарногігієнічних умов і при цьому зберегти колорит стародавніх споруд. Туристи можуть бути задоволені і видом відреставрованих або адаптованих будівель, хоча для цього часто необхідні неординарні рішення.

Роботи по збереженню і реставрації дизайн-об'єктів зеленого туризму винні дуже ретельно плануватися і виконуватися: метою є показ об'єкту відвідувачам якнайкращим способом, з використанням інтерпретації, але за обов'язкової умови збереження об'єкту. [1]

Пропанується чотири основні підходи до створення і використання дизайн-об'єктів зеленого туризму:

Перший- збереження існуючих будівель і інших пам'ятників матеріальної культури: реставрація, часткова реставрація, капітальна реставрація. Другий підхід- реконструкція дизайн-об'єктів: (по фото, кресленням) відновлення первинного образу, відтворення в автентичному вигляді. Третій- відновлення: створення історичних будівель і інших пам'ятників матеріальної культури, в точності тих, що копіюють ті, що вже втрачені, зруйновані або дуже старі для використання Четвертий підхід- проектування нових дизайн-об'єктів зеленого туризму: фрагментально, повне, окремої частини.

Відтворений об'єкт, вписаний в інший історичний контекст, набуває додаткового, нового смислу. Відповідно виникає потреба в трансформації просторової структури нових об'єктів, модернізації їх архітектурно-пластичного рішення,

конструктивного зміцнення, а то й використання не за первісним призначенням. Найскладнішою проблемою є пристосування та використання об'єкта-дизайну для сучасних потреб, пристосування об'єкта під туристичні заклади – бази відпочинку, готелі, кемпінги, садиби, тощо.

Кінцева мета – відтворення об'єкта має бути максимально наближеним до автентичного характеру пам'ятки, щоб повністю розкрити історичні, архітектурні і художні цінності об'єкта.

Отже, необхідно переглянути й неупереджено оцінити стан справ зі створення та використання об'єктів зеленого туризму Південного регіону загалом і збереженням та реставрацією зокрема. При цьому об'єкти слід не просто зберігати й реставрувати, а й перетворювати на органічну складову сучасного середовища зеленого туризму.

Література:

1. Горбик В.О., Г.Г.Денисенко Г.Г. Проблеми дослідження і збереження пам'яток історії та культури в Україні –К-140 с.
2. Даниленко В.Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури— Х, 2005, —238 с.
3. Горішевський П.А., Васильев В.П., Зінько Ю.В. «Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності», Івано-Франківськ, 2003 р.
4. Рунге В.Ф., Сеньковский В.В. Основы теории и методологии дизайна: Учебное пособие. – М.: «Социально-политическая мысль», 2005. – 368 с.

