

(туроператоров) к вузовскому образованию должно занять постоянное место в образовательном процессе;

- тесты-модели выступают как специфические логические задачи, объединяющие поиск информации и ее соответствие определенной иерархии.

#### Источники и литература

1. Бейдик О.О. Диверсифікація творчого підходу до конструювання навчального процесу. // Вісник Київського інституту «Слов'янський університет». Економіка. – К., 2000. – Вип. 6. – С.23–29.
2. Бейдик О.О. Персонал-технології підготовки фахівців для туристсько-рекреаційної сфери. // Вісник КНУКіМ: Зб. наук. праць. – Вип. 12. Частина 1 / Київський національний університет культури і мистецтв. Серія «Педагогіка». – К.: Видавничий центр КНУКіМ, 2005. – С.47–50.
3. Бейдик О.О., Д.Хадра Падр. Тренінги і ділові ігри при підготовці фахівців вищої туристської кваліфікації. // Історико-культурна спадщина Середнього Подніпров'я: виявлення і вивчення пам'яток засобами туризму: Тези доп. регіон. наук.-практ. конф. – К.–Черкаси, 1994. – С.150–152.
4. Белофастова Т.Ю. До питання технології розробки музейно-педагогічних програм. // Вісник КНУКіМ: Зб. наук. праць. – Вип. 12. Частина 1 / Київський національний університет культури і мистецтв. Серія «Педагогіка». – К.: Видавничий центр КНУКіМ, 2005.– С.51–55.
5. Педагогіка і туризм: проблеми підготовки кадрів: Збірник доповідей та виступів на науково-методичному семінарі педагогічних працівників вищих навчальних закладів туристського та готельного профілю. – К.: КУТЕП, 2003. – 205 с.
6. Тарасов. В.К. Персонал-технология: отбор и подготовка менеджеров. – Л.: Машиностроение, 1989. – С.175–185.
7. Яценко Б.П. Концепція індустрії туризму в Україні. // Наукові дослідження для потреб туризму: Матеріали «круглого столу». – К.: ВГЛ «Обрії», 2006. – С.15–21.

#### Карташевская И.Ф.

### НОВЫЕ ПОДХОДЫ В МЕТОДИКЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЯ «ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ»

Для ученых и практиков появление реестра туристских ресурсов Автономной Республики Крым и г. Севастополя, подготовленного специалистами Министерства курортов и туризма АРК при участии Республиканского комитета по охране культурного наследия АР Крым, не прошел незамеченным. Издан прекрасный основополагающий материал, необходимый для научной и практической работы. Правда, он мало чем отличается от Государственного реестра недвижимых памятников истории и культуры Республики Крым, изданного в 1995 году Государственным комитетом Крыма по охране и использованию памятников истории и культуры и Научно-исследовательским центром Крымоведения. Разница между этими сборниками не велика; исключены две графы: «решение о постановке на учет» и «решение об утверждении охранной зоны». Авторы нового издания лишь ввели «шифр (вид)», «статус объекта» и «возможное использование», добавили в перечень ряд природных объектов. Реестр памятников был недоступен, т.к. носил служебный характер, сейчас с появлением реестра туристских ресурсов информацией могут воспользоваться более широкая аудитория.

Появление первого в Крыму реестра туристских ресурсов – повод для дискуссии о сложности содержания и научного определения «туристские ресурсы». **Актуальность** данного вопроса связана с тем, что туристские ресурсы далеко не констатация имеющихся на определенной территории антропогенных памятников истории, культуры, архитектуры или природы, которыми апеллируют специалисты физической, рекреационной географии. Это качественно новое научное понятие, связанное с формированием научной дисциплины 0504 «Туризм».

**Цель исследования.** Теоретически обосновать научное определение «туристские ресурсы», опираясь на парадигмы экономической социальной географии.

**Задачи:** - дать научное определение термину « туристские ресурсы»;

- определить и логически, опираясь на практический опыт, доказать параметры и качественные составляющие термина;
- дать определение « аттрактивность туристских ресурсов»;
- определить и теоритически обосновать формулу расчета аттрактивности туристских ресурсов.

**Анализ последних исследований.** Авторы реестра туристских ресурсов АР Крым и г. Севастополя определяют туристские ресурсы: «как объекты туристского интереса, потенциально способные удовлетворить разнообразные потребности туристов и составить положительные туристские впечатления о посещаемом регионе» и включают в реестр природные, социально-культурные, исторические, архитектурные, археологические, научные, зрелищные и иные объекты и явления [5. с. 4].

От ординарных подходов научного понимания туристских ресурсов давно отказались многие специалисты и ученые. Так, Пирожник И.И. считает, что природные элементы и культурно-исторические ресурсы и комплексы «вначале выступают как условия рекреационной деятельности; как естественные образования они существуют и до развития рекреационного хозяйства. Затем в силу развития и изменения структуры общественных потребностей и возникновения рекреационного спроса после затрат на их изучение, оценку

и подготовку к эксплуатации переходят в категорию рекреационных ресурсов. Культурно-исторические объекты, являясь продуктом труда предыдущих поколений, выступают здесь как предмет труда для производства туристских услуг познавательного характера» [4 с. 56].

В монографической работе Бейдыка А.А. утверждается, что рекреационно-туристские ресурсы представляют «объекты и явления природного, природно-антропогенного, социального происхождения, которые используются для туризма, лечения, оздоровления и влияют на территориальную организацию рекреационной деятельности, формирование рекреационных районов (центров), их специализацию и экономическую эффективность. Это совокупность природных, природно-технических, социально-экономических комплексов и их элементов, которые способствуют восстановлению развития физических и духовных сил людей, их трудоспособности и современной и перспективной структуры рекреационных потребностей и технико-экономических возможностей, используются для прямого и опосредованного использования, предоставления рекреационно-туристских и курортно-лечебных услуг. Характеристика рекреационных ресурсов включает данные о качестве природных условий, площадь или объем, на которые эти качества распространяются, продолжительность периода, на протяжении которого явные качества проявляют свое действие» [5, с. 42]. Прежде всего, определение, предложенное автором, очень объемное, включает природно-технические и социально-экономические комплексы, которые фактически не являются ресурсами, а представляют антропогенные ландшафты. Качество природных условий на наш взгляд, выступают в данном тексте как элементы природы, влияющие на хозяйственную деятельность людей.

Ученые Таврического национального университета им. В.И. Вернадского считают, что «рекреационные ресурсы» предназначены для организации рекреационной деятельности и к ним относятся природные, трудовые, культурно-исторические, финансовые, материально-технические, ресурсы управления [2, с. 446]. Данные ресурсы используются для восстановления жизненных сил человека. Любая игра, развлечение и т.п., используемая для восстановления физических и умственных сил, может стать ресурсом рекреации. К подобным ресурсам согласно определению можно отнести даже уголок отдыха в учебном заведении, на предприятии [2, с.441]. Таким образом, рекреационные ресурсы более емкое понятие по отношению к термину «туристские ресурсы» и не отражает глубинного значения последнего. Смысловая нагрузка определения «туристские ресурсы» качественно изменилась за последние годы. В туристском терминологическом словаре Зорина И. В. и Кварталонова В. А. туристские ресурсы – это артефакты, которые обладают комфортными свойствами и потребительской стоимостью для рекреационной деятельности. «Туристские ресурсы качественно ограничены и качественно дифференцированы, следовательно, выступают как экономическое благо, как товар, требующий значительных затрат на воспроизводство» [6, с. 447].

**Результаты исследования.** Различные точки зрения на определение понятия «туристские ресурсы» связана прежде всего с тем, что за решение проблемы брались ученые разных научных направлений. В Украине до 2002 г. не существовало научной дисциплины «туризм», закрепленного государственным стандартами. В силу этого в научной терминологии чаще всего использовалось определение «рекреационные ресурсы», где подразумеваются элементы и различные сочетания природных и антропогенных (культурных) ландшафтов, которые могут быть использованы для производства туристских услуг и удовлетворения потребностей в лечебном, спортивно-оздоровительном или экскурсионном туризме [4, с. 55]. Термин связан с комплексным подходом в исследовании территорий, обладающих определенными качествами. Объектом исследования в ландшафтоведении являются геосистемы. Термин **ландшафт** закреплен за одной таксономической категорией геосистем, занимающих узловое положение в иерархии. В таком значении ландшафт является нижней ступенью геосистем региональной размерности, т.е. низовым физико-географическим регионом и базовой ступенью всей системы физико-географического районирования. В ландшафте сходятся все виды природного районирования. В указанном понимании ландшафт рассматривается как базовый, или первичный, эколого-географический и природно-ресурсный район» [3, с. 31]. Каждой геосистеме свойственно специфическое закономерное сочетание природных ресурсов. Таким образом, природные ресурсы – это лишь составляющие геосистем, т. е. ландшафтов. К природным ресурсам относят ту часть природной среды, которая расходуется или может быть израсходована человеком. Чтобы стать ресурсом, природные тела должны отвечать трем условиям:

- 1 соответствовать данному уровню производительных сил
- 2 быть достаточно изученными
- 3 быть доступными (или пригодными) для использования.

Каковы бы ни были потребности в ресурсах, сама природа ставит им пределы, и пределы эти необходимо знать и учитывать в хозяйственной практике. [3, с. 295].

Туристские ресурсы предлагаем рассматривать в первую очередь с экономической точки зрения, а затем уже с социальной. Перед структурами регионального управления стоит главная задача – получить экономическую эффективность от туристической деятельности в регионе. Отсюда вытекает следующая задача – оптимизировать исследование инфраструктуры, индустрии, туристских ресурсов и самой системы управления в туристском регионе в целом.

В этом случае объектом исследования, а затем управления должны выступать в первую очередь те ресурсы, которые дают экономический эффект, т.е. способствуют формированию туристских потоков. Используя элементы логистики, несложно доказать, что фактическое количество туристских ресурсов невелико и что туристские ресурсы это далеко не механическая констатация всех имеющихся на территории памятников истории, культуры, архитектуры и природы.

Рассмотрим наше заключение на конкретном примере. Наиболее типичными туристскими ресурсами, с

нашей точки зрения, являются музеи. На протяжении многих десятков лет неизменной популярностью у туристов, отдыхающих в Крыму, пользуется Алушкинский дворцово-парковый ансамбль. Поставим вопрос: «Сократился бы поток туристов, посещающих дворец-музей, если бы на пути их следования к цели путешествия (экскурсии) вдруг исчезли памятники истории, культуры, архитектуры, природы?». Думаем, что с нами можно согласиться, их отсутствие по пути следования к музейному комплексу, не ослабит интерес к объекту посещения. Если бы музей был открыт только в ночное время, он оставался бы активно посещаемым объектом. В данном случае именно музей является туристским ресурсом, так как является причиной и следствием движения туристских потоков. Море, горы, памятники истории, культуры, архитектуры являются лишь объектами показа. Рассказывая об этих достопримечательностях по пути следования к музею, экскурсовод (гид) лишь популяризирует информацию о достопримечательных объектах, выполняет роль пропагандиста охраны и защиты памятников истории, культуры, природы. В конечном итоге на пути следования туристских потоков к нашей цели, в данном примере – дворцу-музею, достопримечательности, которые встречаются на пути следования, на туристский поток существенно не влияют. Следовательно, к туристским ресурсам следует отнести объекты, которые являются целью посещения для потока туристов. Для геолога целью полевых работ может стать обнажение горных пород, для орнитолога – местность, где обитает редкая порода птиц. Но посещение этими специалистами объектов своих научных интересов ни коим образом не повлияют на пополнение бюджета региона и не окажут негативных воздействий на окружающую среду, так как не носят массовый и системный характер. Следовательно, туристским ресурсом может стать только тот объект, который обладает способностью принять массовый поток туристов.

Процесс, связанный с движением туристских потоков, может вызвать экспозиция редких уникальных вещей, выставленная в музее или картина знаменитого художника. Выставка, картина в нашем примере вызывает целенаправленный поток туристов, следовательно, эти объекты могут быть отнесены к туристским ресурсам. Однако они не обладают емкостью, но вызывают интерес у больших групп туристов. Для таких туристских ресурсов характерен иной признак, который становится основным при определении качественной характеристики, а именно: **эстетическая ценность**, т.е. специфическое проявление ценности по отношению человека (туриста) к предметам искусства, объектам природы и т.д.

Кудрявцевым В.В., Шумским В.М. введен новый термин «пейзажные памятники», под которыми подразумеваются природные памятники, которые обладают эстетической ценностью, вызывают движение туристских потоков, среди них гора Ай-Петри, Кара-Даг, г. Демерджи и др.

Эстетическая ценность туристского объекта находится в прямой зависимости от объема и качества познавательной информации о нем. Источником получения информации является краеведение – наука, получившая всеобщее признание в бывших странах СНГ.

Таким образом, к **туристическим ресурсам относятся объекты, природного и антропогенного происхождения, обладающие аттрактивностью, пропускной способностью, эстетической, познавательной ценностью, способные стимулировать формирование туристских потоков и давать реальный экономический эффект при эксплуатации.**

**Аттрактивность** (зрелищность) в туристской практике можно определить как совокупность эстетической ценности и объема информации о туристском ресурсе. Предлагаем формулу, на основании которой возможно рассчитать социально-экономическую ценность туристских ресурсов:

$$A_{т.о.} = (Э + Q) * k, \text{ где}$$

A т.о. – аттрактивность туристского объекта,

Э – эстетическая ценность,

Q – объем информации,

k - коэффициент аттрактивности.

$$k = \frac{W * N}{T * t}, \text{ где}$$

K - коэффициент аттрактивности,

W – количество туристов, посетивших объект за определенный отрезок времени (в чел.),

T – количество времени, которое объект доступен для осмотра (в мин.),

t – количество времени, затраченное на осмотр объекта,

n – количество дней, необходимых для анализа аттрактивности.

Например, коэффициент аттрактивности Алушкинского музея за летний сезон равен 15, Большого каньона – 0,4. Используя подобную методику, представляется возможным провести классификацию туристских ресурсов по признаку аттрактивности.

В районе Симеиза в 2002 году начал функционировать аквапарк, представляющий собой целый городок с многочисленными водными аттракционами. Несмотря на высокую цену по сравнению со многими музеями

(120–90 грн. с человека), поток туристов на протяжении всего летнего сезона был самым высоким в Крыму. Нами проводился устный опрос туристов, посетивших этот объект, в процессе которого выяснили, что подобную категорию людей не интересовала информация по пути к аквапарку, предпочтение отдавалось комфортности транспортных средств и самого объекта посещения. Аквапарк является ярким примером того, что туристские ресурсы могут быть антропогенного происхождения, а туристские потоки можно целенаправленно формировать и направлять в нужный для нас регион. Но процесс управления туристскими потоками требует строго научного подхода. На протяжении многих лет в Крыму многие рекреационные

территории испытывают повышенную антропогенную нагрузку, отсюда вытекающие негативные последствия, связанные с нарушением экологии, разрушением памятников истории, культуры, природных объектов.

При решении вопроса оптимизации управления и перераспределения туристских потоков должны занять достойное место туристские ресурсы антропогенного происхождения в регионах, которые нуждаются в их появлении.

**Выводы.** Таким образом, к туристическим ресурсам относятся объекты, природного и антропогенного происхождения, обладающие аттрактивностью, пропускной способностью, эстетической, познавательной ценностью, способные стимулировать формирование туристских потоков и давать реальный экономический эффект при эксплуатации.

Лимитирующими факторами, ограничивающими доступ к туристским объектам, будут: сезонность, отсутствие подъездных путей. Стимулирующими – комплекс маркетинговых мероприятий (реклама, пропаганда, личные продажи и т.д.). Для классификации туристских ресурсов необходимо разработать новую методику, на основе которой провести инвентаризацию туристских ресурсов, а затем составить реестр, разграничив ресурсы на ранги (мирового, общегосударственного, республиканского и местного значения). До появления научной методики классификации туристских ресурсов предлагаем использовать метод экспертных оценок.

### Источники и литература

1. Бейдик О.О. Рекреационно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. – К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2001. – 395 с.
2. Багрова Л.А. и др. География Крыма: Учебное пособие для учащихся общеобразовательных учебных заведений/ Л. А. Багрова, В.А. Боков, Н. В. Багров. – К.: Лыбидь, 2001. – 304 с.
3. Исаченко А.Г. Теория и методология географической науки: Учеб. Для студ. Вузов/ Анатолий Григорьевич Исаченко. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 400 с.
4. Памятники истории и монументального искусства. Государственный реестр недвижимых памятников истории и культуры Республики Крым (по состоянию на 01.01.95 г.). – Симферополь, 1995.
5. Пирожник И. И. Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания: [Учебное пособие для геогр. спец. ВУЗов]. – Мн.: из-во «Университетское», 1985. – 253 с.
6. Реестр туристских ресурсов Автономной Республики Крым и г. Севастополя. – Симферополь, Таврия. – Плюс, 2002. – 268 с.
7. Туристский терминологический словарь: Справочно-методическое пособие / Авт.-сост. И.В.Зорин, В.А.Квартальонов. – М.: Советский спорт, 1999. – 664 с.

### Лучко Л.В., Емелин С.В.

## МЕТОДИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕСТНОГО МАТЕРИАЛА ПРИ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Постановка проблемы.** В условиях перехода Украины от административно-командной к рыночной экономике, происходит постоянный поиск путей развития государства. Попытки перестройки экономики в нашей стране за последние 15 лет привели к резкому падению объемов производства товаров и услуг.

Вместе с этим, были выявлены те секторы экономики, которые могут быть высокоэффективными даже в переходный период. Именно таким сектором является международный туризм.

Переход туристского дела в Украине на основы рыночной экономики потребовал качественного подхода к организации и содержанию подготовки туристских кадров, в том числе в высших учебных заведениях. Сегодня от работника туристической отрасли требуют знания рекреационных ресурсов, курортов и туристических центров, наличие навыков управления туристическим предприятием. Поэтому, возникла необходимость подготовки управляющих (менеджеров) туристско-экскурсионных структур разной формы собственности, работающих прибыльно и с социальной пользой. Однако, до настоящего времени эта работа осуществляется во многом эмпирически, без достаточного социально-педагогического обоснования. Именно от профессиональной подготовки и личностных качеств менеджера зависит не только успех туристской структуры, но и весь туристический бизнес на Украине. Следовательно, подготовка кадров туристской индустрии должна осуществляться по международным стандартам. [8]

**Анализ публикаций.** Вопросы, связанные с методиками подготовки конкурентоспособных специалистов широко освещаются в отечественной и зарубежной литературе. При этом в основном поднимается вопрос оценивания студентов в современных условиях [8;12] или применение нестандартных уроков [6].

**Нерешенные ранее проблемы.** Несмотря на то, что в отечественном образовании имеются определенные достижения в методике подготовки качественных специалистов, на Украине имеются проблемы с подготовкой специалистов туристической отрасли. В связи с этим возникает необходимость поиска новых методик обучения, которые были бы ориентированы на подготовку специалиста в условиях жесткой конкуренции. "Прорыв" в качестве профессиональной подготовки специалиста высшей квалификации туристического профиля возможен при условии внесения существенных изменений в процедуру обучения путем внедрения инноваций (ноу-хау), в частности новых нетрадиционных технологий обучения [2]