

14. Kraljic P. Purchasing Must Become Supply Management / P. Kraljic // Harvard Business Review. – 1983. – Vol. 61, №5.- PP.109-117.

References:

- 1.Liakhovska O.S. Kultura servisu v kruiznomu turyzmi / O.S. Liakhovska. Avtoreferat dysertatsii na zdobuttia naukovoho stupenia kandydata nauk z kulturolohii. – K.: KNUKiM, 2014. – 17 s.
- 2.Laryna R.R. Ynnovatsyonno-lohystycheskoe obespechenye mezhhdunarodnoho turyzma y kruyznoho byznesa: Monohrafiya / R.R. Laryna, V.V. Selyvanov, E.Iu. Lukianova, M.A. Shostak. – Symferopol: Aryal, 2013. – 307 s.
- 3.Smyrnov I.H. Lohistyka turyzmu: navch.pos. / I.H. Smyrnov. – K.: Znannia, 2009. – 444 s.
- 4.Zang Q. Tourism Supply Chain Management: a New Research Agenda / Q. Zang, H. Song, G.Q. Huang. [Електронне джерело]: режим доступу:doi: 10.1016/j.tourman. 2009. 05.008. – (Tourism Management, 2009).
- 4.Veronneau S. Global Service Supply Chain: An Empirical Study of Current Practices and Challenges of a Cruise Line Corporation/ S.Veronneau, J. Roy. [Електронне джерело]: Режим доступу:doi:10.1016/j.tourman.2008.05.008.- (Tourism Management, 2008).
- 5.Vaggelas G.K. Analysing the Supply Chain Strategy of the Cruise Industry: The case of a Small Cruise Company/ Vaggelas G.K., I.N. Lagoudis. [Електронне джерело]: Режим доступу: www.porteconomics.eu.
- 6.Cristopher M. Logistics and Supply Chain Management / M.Cristopher. – Essex: Pitman Publishing, 1992. – 312 p.
- 7.Suykens F. A quarter of a Century of Port Management in Europe: Objectives and Tools / F. Suykens, E. Van De Voorde // Maritime Policy and Management. – 1998. - №25 (3). – PP. 251-261.
- 8.Soriani S. Cruising in the Mediterranean: Structural Aspects and Evolutional Trends / S. Soriani, S. Bertazzon, F.DiCesare, G.Rech // Maritime Policy and Management. – 2009. - № 36 (3). – PP. 235-251.
- 9.Oliinyk Ia.B., Smyrnov I.H. Mizhnarodna lohistyka: navch.pos./Ia.B. Oliinyk, I.H. Smyrnov. – K.: Obrii, 2011. – 546 s.
10. Sheffy Y. A Supply Chain View of the Resilient Enterprise / Y. Sheffy, I.B. Rice, Jr. // MITS loan Management Review. – 2005. – Fall, 47 (1). – PP. 41-48.
11. Bask A.H. Relationships Among TPL Providers of Supply Chains – a Strategic Perspective / A.H. Bask // Journal of Business and Industrial Marketing. - 2001. – Vol.16. – PP. 470-486.
12. Naim M.M. The Pole of Transport Flexibility in Logistics Provision / M.M. Naim, A.T. Potter, R.I. Mayson, N.Bateman // International Journal of Logistics Management. – 2006. – Vol. 17. – PP.297-311.
13. Kraljic P. Purchasing Must Become Supply Management / P. Kraljic // Harvard Business Review. – 1983. – Vol. 61, №5.- PP.109-117.

УДК 796.5

Колотуха Олександр Васильович,
кандидат географічних наук, доцент

Кіровоградський державний педагогічний
університет імені Володимира
Винниченка, м. Кіровоград, Україна
e-mail: okolotuh@ukr.net

Шипко Андрій Леонідович,
кандидат педагогічних наук, доцент

Херсонський державний університет, м.
Херсон, Україна
e-mail: shypko@mail.ru

*СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ В ЗАГАЛЬНІЙ СТРУКТУРІ ТУРИЗМУ:
ПІДХОДИ ДО СИСТЕМАТИЗАЦІЇ*

Метою дослідження є визначення місця спортивного туризму в загальній структурі туризму, а також підходів до його внутрішньої систематизації. На сьогоднішній день переважна більшість дослідників туризму використовує при його систематизації поняття «класифікація туризму». При цьому кількісні градації, як правило, не застосовуються, а от якісні відмінності присутні. Тому, при систематизації такого соціально-економічного явища як туризм слід застосовувати поняття «типологія туризму». Автори пропонують вибудовувати типологію туризму з урахуванням родовидових взаємозв'язків, що утворюють складові туризму, які, в свою чергу, безпосередньо впливають на формування туристського потоку. В основу типології необхідно покласти розгалуження туристського потоку, як явища здатного об'єднати всіх туристів і різні напрямки їх діяльності протягом подорожі. Туризм як складне соціально-економічне явище повинен мати таку структурно-логічну схему: вищий рід - рід - група видів - вид - підвид.

При оцінці місця спортивного туризму в загальній типології туризму, визначено, що спортивний туризм – це група видів туризму, мотивацією яких є здійснення активних туристських походів з пішохідного, лижного, гірського, водного, велосипедного, автомобільного, мотоциклетного, спелеологічного, вітрильного та інших поки нетрадиційних видах активного туризму. По відношенню до кордонів територіально-адміністративних утворень спортивний туризм виступає як геопросторове явище. Він є загальнодоступним і охоплює практично всі вікові сегменти туристського потоку. Це, в основному, масовий і груповий (командний) вид туристської діяльності з глибокими самодіяльними засадами її організації. Спортивний туризм виступає як яскраво виражений сезонний вид і є тривалим видом туристської діяльності. Він має глибокий соціальний зміст, адже забезпечує максимальний соціальний ефект.

Ключові слова: спортивний туризм, типологія туризму, родовидовий підхід, туристський потік, видова структура.

УДК 796.5

Колотуха Александр Васильевич,
кандидат географических наук, доцент

Кировоградский государственный
педагогический университет имени
Владимира Винниченко, г. Кировоград,
Украина
e-mail: okolotuh@ukr.net
Херсонский государственный
университет, г. Херсон, Украина
e-mail: shypko@mail.ru

Шипко Андрей Леонидович,
кандидат педагогических наук, доцент

СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ В ОБЩЕЙ СТРУКТУРЕ ТУРИЗМА: ПОДХОДЫ К СИСТЕМАТИЗАЦИИ

Целью исследования является определение места спортивного туризма в общей структуре туризма, а также подходов к его внутренней систематизации. На сегодняшний день подавляющее большинство исследователей туризма использует при его систематизации понятия «классификация туризма». При этом количественные градации, как правило, не применяются, а вот качественные различия присутствуют. Поэтому, при систематизации такого социально-экономического явления как туризм следует применять понятие «типология туризма». Авторы предлагают выстраивать типологию туризма с учетом родовидовых взаимосвязей, образующих составляющие туризма, которые, в свою очередь, непосредственно влияют на формирование туристского потока. В основу типологии необходимо положить разветвления туристского потока, как явления способного объединить всех туристов и различные

направления их деятельности в течение путешествия. Туризм как сложное социально-экономическое явление должен иметь такую структурно-логическую схему: высший род - род - группа видов - вид - подвид.

При оценке места спортивного туризма в общей типологии туризма, определено, что спортивный туризм – это группа видов туризма, мотивацией которых является осуществление активных туристских походов по пешеходному, лыжному, горному, водному, велосипедному, автомобильному, мотоциклетному, спелеологическому, парусному и другим пока нетрадиционным видам активного туризма. По отношению к границам территориально-административных образований спортивный туризм выступает как геопространственное явление. Он является общедоступным и охватывает практически все возрастные сегменты туристского потока. Это в основном массовый и групповой (командный) вид туристской деятельности с глубокими самостоятельными основами её организации. Спортивный туризм выступает как ярко выраженный сезонный вид и является длительным видом туристской деятельности. Он имеет глубокий социальный смысл, ведь обеспечивает максимальный социальный эффект.

Ключевые слова: спортивный туризм, типология туризма, родовидовой подход, туристский поток, видовая структура.

UDC 796.5

Kolotukha Oleksandr Vasylovych,
candidate of geography sciences, associate
professor

Kirovograd State Pedagogical University
named after Vladimir Vinnichenko,
Kirovograd, Ukraine
e-mail: okolotuh@ukr.net

Shypko Andriy Leonidovich,
candidate of pedagogic sciences, associate
professor

Kherson State University, Kherson, Ukraine
e-mail: shypko@mail.ru

SPORTS TOURISM IN GENERAL STRUCTURE OF TOURISM: APPROACHES TO SYSTEMATIZATION

The aim of this research is to determine the place of sports tourism in the general structure of tourism and approaches to its internal systematization as well. So far, the vast majority of tourism researchers in the process of its systemizing (the tourism) use the concept of «classification of tourism». In doing so the quantitative gradation is not applied, but there are qualitative differences. Therefore, when systemizing such a complex social and economic phenomenon as tourism there should be applied the notion of «typology of tourism». The authors propose to form the typology of tourism in consideration of class and types interrelationship forming the constitutive of tourism which, in turn, directly affect the formation of the tourist flow. The basis of typology should constitute branching of the tourist flow as a phenomenon capable of uniting all the tourists, and different areas of activities during the trip. Tourism as a complex social and economic phenomenon must have the following structural and logical scheme: higher class - class - group of types - type - subtype.

In assessing the place of sports tourism in the general typology of tourism, it is determined that sports tourism is a group of tourism types, the motivation of which is the implementation of active tourist tours such hiking, ski touring, mountain hiking, water touring, bike, automobile, motorcycle, spelunking, sailing and other still unconventional kinds of active tourism. As regards the boundaries of territory administration formations sports tourism acts as geospatial phenomenon. It is publicly available and covers almost all age segments of the tourist flow. For the most part it is a massive and group (team) kind of tourist activity with deep amateur basics of organization of such activity. Sport tourism acts as a

pronounced seasonal type and is a continuous kind of tourist activity. It has a deep social significance as it provides with maximum social benefit.

Keywords: sports tourism, typology of tourism, class and type approach, tourist flow, type structure.

Постановка проблеми. Спортивний туризм, орієнтований на рекреаційно активну категорію суспільства, посідає особливе місце в системі туристської діяльності. За визначенням українського географа О.О.Бейдика *спортивний туризм* – це вид рекреаційної діяльності оздоровчого характеру з особливими вимогами до природно-територіального комплексу району подорожі, із високим рівнем споживання природних цінностей, який поєднує значні фізичні та психофізіологічні навантаження на організм людини, висуває підвищені вимоги до витривалості, спортивно-туристського вміння, прикладних навичок, загально фізичної та теоретичної (в т.ч. географічної) підготовки [3, с. 88].

За визначенням одного з авторів – О.В.Колотухи – *спортивний туризм* – це вид активної рекреаційно-туристської діяльності, яка здійснюється в незайманому або слабозміненому природному середовищі, і полягає у проходженні туристських маршрутів з подоланням різноманітних перешкод природного середовища (перевалів, вершин, порогів, каньйонів, печер, боліт тощо) різними засобами пересування із використанням спеціальних технічних прийомів і спорядження.

Спортивний туризм в Україні та в ряді постсоціалістичних країн (Росія, Білорусь, Казахстан, Молдова, Киргизстан тощо) є видом спорту, який включено до спортивних класифікацій цих країн з відповідними званнями та спортивними розрядами. Він має свою нормативну базу, кваліфікаційні вимоги, градацію туристсько-спортивних перешкод. У економічно розвинених країнах світу спортивний туризм розвивається на аматорському рівні і виступає як вид активної, часто екстремальної, рекреації.

Як і будь-який об'єкт дослідження, туризм не є однорідним, а отже є необхідність його систематизації, тобто виділення його основних форм, видів та типів. Вивчення структури туризму – перше, з чим стикається будь-який аналітик після з'ясування самого поняття «туризм». І той факт, що структура видів туризму взагалі та спортивного туризму зокрема представляє собою складну систему, існуючу в багатьох вимірах, асиметричну і динамічну, потрібно сприймати як об'єктивну реальність.

При географічному вивченні глобальних явищ і процесів, а спортивний туризм виступає як геопросторове явище, виникає необхідність зробити певні узагальнення і звести всю різноманітність його різновидів до обмеженої кількості груп за певними ознаками, тобто скористатися географічною систематизацією. Серед її видів Е.Б.Алаєв називає класифікацію, типологію і географічне таксонування [1, с. 68-70].

Класифікація виступає важливим інструментом наукового пізнання. Правильно виконана класифікація допомагає глибше розкрити зв'язки, зорієнтуватись у складних ситуаціях і посприяти отриманню науково обґрунтованих висновків. На думку Е.Б.Алаєва, до класифікації належать кількісні градації, які відображають стадії розвитку явищ, або ієрархічні порядки системи. Класифікація відображає переважно кількісні відмінності, однак передбачає, щоб інтервали між класами відображали хоча би одну якісну зміну. Натомість типологія виступає як групування досліджуваних об'єктів у сукупності (типи), які стійко відрізняються між собою певними якісними ознаками [1].

Відносно класифікації туризму, то її зміст та сутність підтверджують той факт, що туризм – це складне соціально-економічне явище, яке потребує своєрідного підходу, урахування різноманітних мотивів проведення і можливості його організації. Тому кількісні відмінності значно поступаються явищам, які в туризмі класифікують через посилення на їхні якісні ознаки.

На сьогоднішній день переважна більшість дослідників туризму використовує щодо його систематизації поняття «класифікація туризму». Вважаємо це принципово невірним, адже кількісні градації при цьому, як правило, не застосовуються, а от якісні відмінності присутні. Тому, щодо систематизації такого складного соціально-економічного явища як туризм, на нашу думку, слід застосовувати поняття «типологія туризму».

Аналіз попередніх досліджень. У науковій літературі використовують найрізноманітніші підходи до систематизації туристської діяльності. Наприклад, відомий український географ М.П.Крачило виділив класи, форми та види туризму [5, с. 6]. Класи туризму він виділив залежно від характеру туристських потоків: внутрішній (національний) та іноземний. Форми туризму М.П.Крачило визначив за різними ознаками: за характером організації – плановий (організований) та самодіяльний (неорганізований); за тривалістю подорожі – короткотривалий, довготривалий; за інтенсивністю туристських потоків – постійний, сезонний. Види туризму, на думку М.П.Крачила, визначаються мотивацією туристської подорожі та способом подорожування. За мотивами він поділяв туризм на курортно-лікувальний, культурно-розважальний, релігійний, спортивний, пізнавально-діловий та промисловий. Залежно від способу подорожування вчений виділив такі види туризму як автомобільний, автобусний, авіаційний, морський, річковий, залізничний, мотоциклетний, велосипедний, пішохідний, гірський, лижний, спелеологічний, водний, підводний та комбінований.

Український географ О.О.Любіцева пропонує структурувати туристський ринок за багатьма ознаками, серед яких на першому місці слід розглядати мету подорожування. Дослідник підкреслює, що мета подорожі формується під впливом багатьох чинників, тому ринок туристського попиту може бути стратифікований за демографічними, етносоціальними

та психологічними характеристиками населення, які визначають його мотивацію, психологію споживчої поведінки та решту аспектів, що зумовлюють вибір на туристському ринку. О.О.Любіцева виокремила 8 ознак та 33 види туризму [6, с. 44-45].

Російський географ А.Ю.Александрова для систематизації туризму вибрала такі ознаки як: вид використовуваних природних ресурсів, джерела фінансування, віковий склад учасників подорожі, кількість учасників подорожі, спосіб організації подорожі, спосіб розміщення туристів, вид використовуваних транспортних засобів, дальність поїздки, тривалість подорожі, ритмічність туристських потоків [2].

Однак, М.П.Мальська, В.В.Худо та В.І.Цибух зазначили, що й «досі немає чіткої загальноприйнятої класифікації туризму» і «...це пояснюється насамперед тим, що практично неможливо виокремити чисті форми і види сучасного туризму» [7, с. 22]. Отже, загальноприйнятої чіткої систематизації видів туризму, на сьогоднішній день, не існує.

Метою дослідження є визначення місця спортивного туризму в загальній структурі туризму, визначення підходів до його внутрішньої типології.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процес диференціації видів туризму відбувається під впливом розвитку і попиту, і пропозиції. Він відображає тенденції і сегментації попиту, і поділу праці у сфері туризму.

Перш за все, на нашу думку, слід розібратися із поняттям «вид туризму». Для того, щоб вид подорожей отримав статус виду туризму, він повинен відповідати ряду умов. По-перше, існувати хоча б теоретично. По-друге, це повинен бути вид подорожей, які відносяться до категорії туристських. По-третє, він повинен мати свою назву. І, по-четверте, він повинен бути, що називається, «на слуху». Масовість занять їм у цьому випадку є бажаною, але необов'язковою, як у випадку з космічним туризмом. При цьому існування виду туризму може бути узаконене в прямому сенсі слова, коли йому дається визначення в нормативних актах. Але в них не встановлюється вичерпний перелік видів туризму, а згадуються лише ті види туристської діяльності, які є об'єктом нормативного регулювання, причому, з тим ступенем деталізації, яка для цього необхідна. Так Закон України «Про туризм» виділяє спортивний туризм в числі інших видів туризму. В Законі виокремлені також окремі його складові – гірський, підводний, автомобільний, пригодницький туризм [4]. Нарешті, певні кроки в напрямку систематизації видів туризму робляться туристськими об'єднаннями, починаючи від місцевих асоціацій до Всесвітньої туристської організації (UNWTO). У своїх методичних рекомендаціях остання виділяє туризм внутрішній, в'їзний та виїзний, називаючи їх не видами, а основними формами туризму і пропонує різні їх комбінації. Наприклад, «*internal*» туризм на відміну від «*domestic*» згідно з цими рекомендаціями включає туризм внутрішній і в'їзний. Національний

туризм, – включає внутрішній та виїзний, а інтернаціональний – в'їзний і виїзний [10]. Але і ці нові рекомендації, затверджені Статистичною комісією ООН, не дають відповідей на багато питань, що виникають у зв'язку з класифікацією видів туристських подорожей. У тому числі, на питання про визначення самого поняття «вид туризму». Теоретично ясно, що це вид подорожей, який, по-перше, відноситься до категорії туристських, і, по-друге, відрізняється від інших за цілями поїздки, способам пересування чи іншими критеріями. Але навіть перелік цих цілей залишається відкритим. UNWTO донедавна виділяла наступні основні цілі туристських поїздок:

- дозволя, рекреація, відпочинок;
- відвідування знайомих і родичів;
- ділові та професійні цілі;
- лікування;
- релігія / паломництво;
- інші [10].

У нових рекомендаціях щодо статистики туризму, виданих UNWTO, систематизація видів туристських подорожей за основними цілями поїздки дещо змінилася. Перш за все, ці цілі тепер розбиті на дві групи. В одну з них входять, так звані, «особисті» цілі, а в іншу, – ділові та професійні.

Таким чином, спостерігаємо, що сфера діяльності, на яку поширюється поняття «туризм», неухильно розширюється. Відповідно кількість видів туризму постійно зростає. Але виходить, що самій UNWTO, яка пропонує визначати межі туризму за контингентом споживачів, а не переліком споживаних ними товарів і послуг, скласти список видів економічної діяльності, пов'язаних із задоволенням попиту на туристські поїздки, простіше, ніж класифікувати ці подорожі і розбити їх за видами туризму. Список таких видів економічної діяльності «Стандартна міжнародна класифікація видів діяльності в туризмі» UNWTO був складений ще в першій половині 90-х років XX століття. Але докладної класифікації самих подорожей з розбивкою їх за видами туризму так і не з'явилося.

Можна було б припустити, що UNWTO в принципі проти вживання такого поняття, як «вид туризму». Але, по-перше, воно сьогодні є загальноприйнятим. По-друге, по суті це синонім поняття «вид подорожей з туристськими цілями».

У багатьох випадках, будь то культурно-пізнавальний, купально-пляжний, діловий або спортивний туризм, простежується глибока спеціалізація:

- територій, де той чи інший вид туризму отримав свій розвиток;
- професій і програм підготовки фахівців;
- підприємств, що надають профільні послуги та виробляють відповідні товари;
- техніки і технологій;

- засобів розміщення;
- засобів інформації.

Крім прагнення людини до зміни обстановки і нових вражень потреба в подорожах з туристськими цілями визначається географічним розподілом туристських ресурсів, територіальним поділом праці та можливістю в рамках однієї поїздки реалізувати різні потреби. Гольфом, наприклад, багато любителів цього виду спорту можуть займатися і в районі постійного місця проживання. Але не існує однакових гольф полів, як і однакових природних гірськолижних схилів, національних парків, курортів з однаковими природними лікувальними ресурсами. Не кажучи вже про різницю кліматичних умов та різний рівень розвитку індустрії гостинності. Тому то людина і подорожує з туристськими цілями. Але сама подорож, як пересування з одного пункту в інший або за більш складним маршрутом і, навіть як комплекс послуг є, найчастіше, проміжним продуктом з точки зору реалізації кінцевої мети або цілей поїздки. Так альпіністські сходження здійснюються у високих горах, а переважна більшість альпіністів є жителями великих міст і повинна використовувати туристську подорож як засіб, щоби потрапити в омріяні гори.

З точки зору класифікації видів туризму саме поєднання в рамках однієї подорожі різних видів діяльності обумовлює збіг назв, наприклад, ряду видів спорту та видів туризму. В одних випадках мова йде про їх повну ідентичність: дайвінг, серфінг, рафтинг, альпінізм тощо. В других, – до назви виду спортивної або іншої діяльності додається слово «туризм»: гірськолижний туризм, автотуризм, гольфтуризм, екотуризм. У третіх, – вид діяльності, що є основною метою поїздки, позначається в назві виду туризму відповідним прикметником: лікувальний, освітній, екскурсійний, релігійний туризм тощо. Але повного збігу діяльності, навіть при загальній назві виду туризму та виду інших занять, наприклад виду спорту, не відбувається. Різниця полягає в тому, що як вид туризму той же дайвінг, в обов'язковому порядку включає подорож. А як вид спорту, дайвінг включає в якості невід'ємної своєї частини певну змагальну діяльність.

Таким чином, складність типології видів туризму багато в чому обумовлена самою комбінованою природою подорожей і множинністю поєднань в рамках туризму різних видів соціальної діяльності.

Крім того, типології туристських подорожей властива більш складна ієрархічна структура, ніж просто розподіл на види туризму. Зараз видом туризму називається і спортивний туризм, і велосипедний туризм, що входить до його складу. У дійсності такі категорії, як спортивний, лікувально-оздоровчий, екологічний і цілий ряд інших, які прийнято називати видами туризму, являють собою, на нашу думку, не види, а групи видів туризму, об'єднаних за різними ознаками. А види туризму, які входять до групи, можуть, у свою чергу, ділитися на підвиди, і так до основи системи, первинною ланкою якої є подорож з туристськими цілями.

Так, якщо водний туризм – це вид туризму, то рафтинг і каякінг – його підвиди.

При чому, йдеться про структуру нелінійного типу. Крім усього іншого, це означає, що одні й ті ж види туризму можуть одночасно входити до різних груп. Наприклад, той же альпінізм входить і в групу спортивних, і в групу гірських видів туризму. При цьому не всі гірські види туризму, що виділяються сьогодні, входять до групи спортивних видів. Адже у гори туристи йдуть не тільки зі спортивними цілями. Популярні і гірські кліматичні курорти, такі як Ворохта в Україні або Давос в Швейцарії. Існують і екскурсійні тури в райони високогір'я, наприклад, в Непал чи тибетську столицю Лхаса. Але в самостійні види або підвиди туризму ні оздоровлення на гірських курортах, ні подорожі в гори з культурно-пізнавальними, релігійними цілями або для занять екологічним туризмом, на відміну від гірських спортивних видів туризму, не виділяються.

Особливо багато спільного ми знаходимо в систематизації видів спорту і туризму. І в тому, і в іншому випадку перелік самих видів залишається відкритим. Схожа їх ієрархічна структура. Види спорту теж діляться на групи: ігрові, циклічні, силові, технічні, екстремальні, єдиноборства тощо. Всіх учасників спортивної діяльності можна розділити на професіоналів, аматорів і глядачів. У спортивному туризмі теж є професійні мандрівники і є аматори. Обидві структури розвиваються досить динамічно. Генезис і еволюція видів спорту та видів туризму відбувається у величезній мірі під впливом науково-технічного прогресу, який робить доступними нові транспортні засоби (наприклад, снігоходи, квадроцикли для здійснення туристських походів), туристський і спортивний інвентар та обладнання, засоби розміщення та об'єкти показу, аж до віртуальної реальності. І в тому, і в іншому випадку під впливом науково-технічного прогресу долаються природно-кліматичні та ландшафтні обмеження для занять різними видами спорту і туризму.

Один з авторів – А.Л.Шипко – пропонує для побудови типології туризму використовувати поняття *туристського потоку*, яке, на його думку, є ключовим. Під ним розуміється сукупність туристів, які відвідали певну територію протягом чітко означеного відрізка часу (рік, квартал, місяць). При цьому провідною характеристикою туристського потоку виступатиме кількісна ознака – його щільність, що вимірюватиметься числом туристів на території протягом означеного відрізка часу. Виходячи з цих позицій, автор пропонує будувати типологію з урахуванням родовидових взаємозв'язків, що утворюють складові туризму, які, у свою чергу, безпосередньо впливають на формування туристського потоку. В основу типології необхідно покласти розгалуження туристського потоку, як явища здатного об'єднати всіх туристів і різноманітні напрями їх діяльності протягом подорожі [9, с. 148]. Туристський потік слід сегментувати за різноманітними ознаками. Вважаємо, що найбільш

репрезентативною виступає вікова ознака туристів. Кожному віковому сегменту відповідають свої специфічні мотиви подорожей. Зважаючи на складність поставленого завдання, можна припустити, що туристський потік може розглядатися як певна єдність різних груп туристів завдяки родовидовим взаємозв'язкам між його складовими [9, с. 148].

Під видом та родом у логіці, розуміють поняття, що служать для визначення відношення між класами: з двох класів той, що містить в собі інший, називається родом, а той, що міститься, – видом. Родовидові взаємозв'язки частково упорядковують складові класифікаційної системи. Клас, який містить усі інші класи цієї системи, називається вищим родом (*sumtum genus*), або максимальним класом родовидового порядку. Клас, який міститься у всіх класах, що лежать на одному шляху до вищого роду, називається нижчим видом (*infima species*), або мінімальним класом родовидового порядку. І рід і вид, як правило, визначаються ознаками – відповідно родовими і видовими, причому кожна видова характеристика об'єкту систематизації визначає його родову характеристику, але не навпаки: від роду можливі різні шляхи до видів, але від виду – тільки один шлях до роду. У відношенні виду і роду виділяються два аспекти – змістовний (інтенсionaльний) і об'ємний (екстенсionaльний). Систематизуючи, можна звертати увагу або на зв'язок понять (ознак), або на зв'язок об'ємів (родовидові взаємозв'язки) цих понять, але при цьому діє закон зворотного відношення – чим ширший обсяг поняття, тим вужчий, бідніший його зміст [8, с.89].

Тож будь яка систематизація повинна мати такі складові форми: вищий рід, рід, вид, підвид і матиме характер родовидового дерева. Але туризм настільки складне соціальне явище, що не вписується у стандартну логічну схему. Тому, на нашу думку, туризм повинен мати таку структурно-логічну схему: вищий рід – рід – група видів – вид – підвид (рис. 1). На сьогоднішній день можливий подальший поділ навіть підвидів.

З рис. 1 видно, що виходячи з закону зворотного відношення вищий рід характеризуватиме туризм у найбільш загальних рисах, не заглиблюючись у деталі, а найбільш повну характеристику він отримує у підвидах туризму, тому що саме вони складають змістовну основу для виробництва туристських послуг. Виходячи з родовидового аналізу, підвид повинен мати не більше однієї ознаки.

Вищий рід систематизації становитимуть форми туризму – міжнародний та внутрішній. Родовидова структура туризму представлена на рис. 2. Родовидові дерева як внутрішнього так і міжнародного туризму повинні бути повністю тотожними, виходячи з того, що не може бути принципової різниці у сегментуванні туристських потоків. До такого висновку ми прийшли з огляду на єдність потреб усіх людей, незалежно від соціальної, національної, релігійної приналежності. Різниця туристського попиту пояснюється мотиваційним забарвленням діяльності туриста, на яку впливатимуть його національна, соціальна та релігійна

сутність. Це дозволило нам побудувати родовидове дерево внутрішнього туризму. На представленій схемі (рис. 3) внутрішній туризм є представником вищого роду, другий рівень представлено родами туризму, що зумовлені сегментами туристського потоку, третій рівень представляють групи видів туризму. Групи видів поділяються на види туризму (четвертий рівень), а види на підвиди туризму (п'ятий рівень).

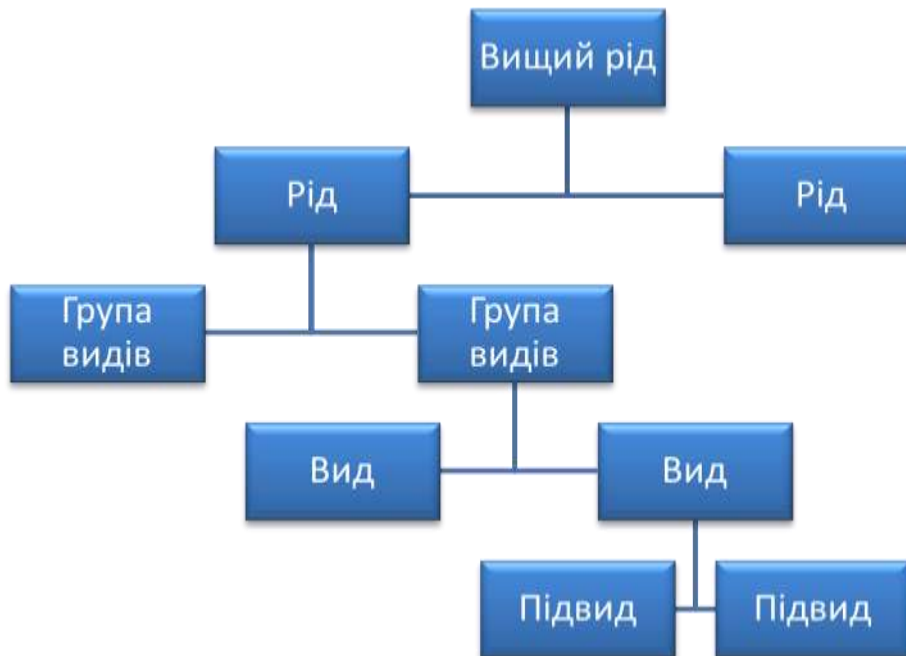


Рис. 1. Систематизація на основі родовидових взаємозв'язків



Рис. 2. Родовидова структура туризму

Сегменти туристського потоку (роди) визначають групи людей, об'єднаних домінуючими потребами, які потенційно можуть бути

задоволені у подорожі. В основу визначення сегментів туристського потоку (родів) покладено розподіл туристів у відповідності з їх домінуючими потребами, які, у першу чергу, враховано у віковій періодизації туристів.

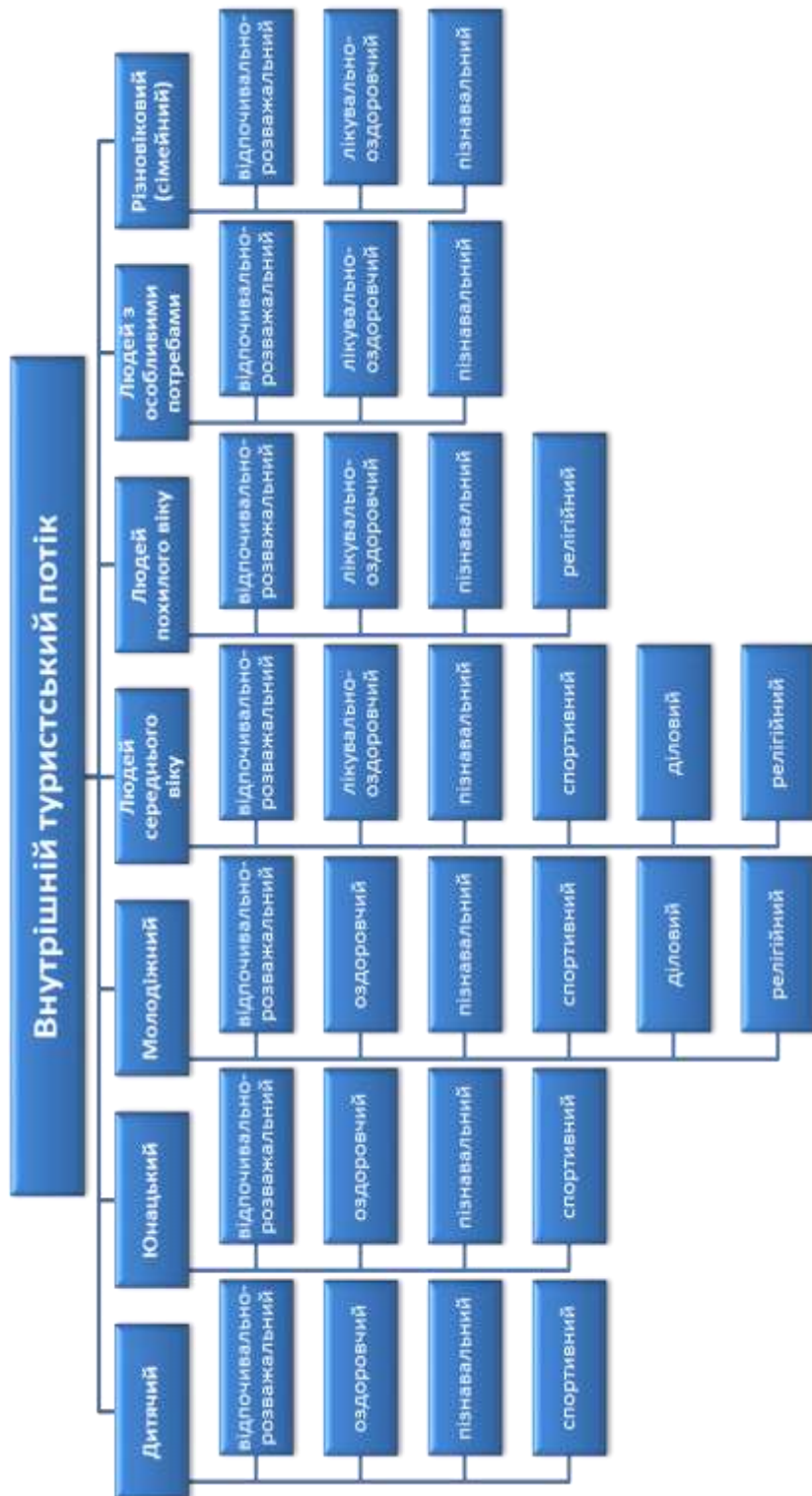


Рис. 3. Родовидове дерево внутрішнього туризму

автори: Шипко А.Л., Колотуха О.В., 2013

За віковою ознакою виділяється дитячий (підлітковий) туризм, юнацький туризм, молодіжний туризм, туризм людей середнього віку, туризм людей похилого віку («туризм сеньйорів»).

При такому підході дещо окремо стоятимуть такі сегменти туристського потоку, як «різновіковий сімейний» та «туристів з особливими потребами (інвалідів)», тому що сюди попадають туристи різних вікових груп, а їх домінуючі потреби визначатиме не вік подорожуючих, а інші критерії.

Дитячий туризм – це туризм підлітків віком від 10 до 15 років. У більшості випадків організований туризм дошкільників та молодших школярів обмежується туристськими прогулянками та екскурсіями.

Юнацький туризм охоплює вікову категорію від 16 до 21 року. Саме в цьому віці туризм набуває емоційно-споживацького характеру притаманного дорослим. У деякій мірі прив'язка до вікової періодизації розриває поле туризму учнівської молоді, тому що вища професійна освіта, у більшості випадків, завершується у віці 23-24 років.

Молодіжний туризм окреслюється віковою межею до 35 років. Це туризм найбільш активних незалежних людей, які багато часу витрачають на професійну діяльність, зосереджені на кар'єрному зростанні та бажають інтенсивного відпочинку.

Туризм людей середнього віку є основою для розвитку сталого туризму і охоплює людей від 35 років до пенсійного віку. У розвинутих країнах світу значну частину туристського потоку займає туризм людей третього (похилого, пенсійного) віку.

Різновіковий сімейний туризм характеризується потребами різновікового об'єднання, заснованого на родинних зв'язках та орієнтований на узгодження потреб та мотивів усіх членів родини. У більшості випадків мотиваційне забарвлення цього сегменту туристського потоку визначається домінуючими потребами дітей, що у більшості випадків, зумовлює його дитиноцентричний характер. У деяких випадках його характер визначається особливими потребами окремих членів сім'ї. Саме ці домінуючі потреби накладають деякі обмеження щодо вибору видів туризму цим сегментом туристського потоку.

Особливе місце у туристській ієрархії займає туризм людей з особливими потребами (інвалідів). Специфіку цього сегменту туристського потоку визначатиме не стільки вік туристів, скільки вади їхнього здоров'я. З метою забезпечення рівного доступу до туристських послуг він повинен мати виключно соціальний характер.

Слід відзначити, що на мотиваційне забарвлення вибору туристської послуги буде також впливати: приналежність туриста до певного соціального прошарку, рівень доходів, національні та релігійні обмеження, освітній рівень та професійна приналежність тощо.

Групи видів туризму, на нашу думку, визначаються мотивацією туристської подорожі, а види туризму – способом подорожування.

Групами видів туризму будуть відпочинково-розважальний, лікувально-оздоровчий, релігійний, діловий, спортивний, пізнавальний та інші. Відповідно видами туризму, наприклад у спортивному туризмі, є пішохідний, лижний, велосипедний, гірський, водний, автотуризм та інші. У видах туризму уточнюються потреби туристів, а кожен з видів розділяється на підвиди. Вид туризму об'єднує різновиди діяльності туристів об'єднаних рисою, що покладена в основу формування виду. В практиці туризму ні один з видів не існує в чистому вигляді, тобто самотійно, це пояснюється тим, що вид туризму є передумовою для створення туристської послуги, а зазвичай одна окремо взята туристська послуга не може задовольнити різноманітні потреби туриста.

Кожен з видів туризму реалізується у специфічних туристських послугах, орієнтованих на задоволення одного з видів потреб особистості. У процесі соціалізації потреби набувають певного мотиваційного забарвлення, що спонукає туриста до вибору тієї чи іншої туристської послуги. В основу туристської послуги, як елементарної складової туристського продукту покладено підвид туризму, розвиток якого обумовлений суспільним попитом та наявними специфічними туристськими ресурсами. Так, ми вже зазначали, що якщо водний туризм – це вид туризму, то рафтинг чи каякінг – його підвиди.

Слід визначити, що підвиди туризму є найбільш динамічною складовою наведеної класифікації, вони постійно доповнюються та можуть приймати іншого вигляду у залежності від стану туристського ринку, змін попиту на туристські послуги, які обумовлені великою кількістю змінних, у тому числі і модою на той чи інший вид рекреаційної діяльності.

Розвиток туристської галузі може призвести до ще більш розгалуженої структури дерева туризму. Вже сьогодні необхідно враховувати те, що і підвиди туризму теж можуть поділятися на складові.

Отже, спортивний туризм у загальній типології туризму виділений нами як група видів туризму, яка, на нашу думку, визначається мотивацією туристської подорожі, а види спортивного туризму, в першу чергу, – способом або середовищем подорожування.

Видом спортивного туризму слід вважати об'єднання туристсько-спортивних заходів (спортивних туристських походів, змагань) за характерним способом пересування або іншими визначальними умовами їх проведення, що здійснюються відповідно до затверджених в установленому порядку правил їх проведення. До видів спортивного туризму, класифікованих в Україні, належать: пішохідний, лижний, гірський, водний, велосипедний, вітрильний, спелеологічний та автотуризм. В Росії ж додатково до вказаних видів класифіковано ще й кінний та комбінований туризм. Некласифікованими видами спортивного туризму слід вважати види туризму, які для подолання туристських маршрутів використовують поки що нетрадиційні засоби пересування – долаття маршрутів на тваринах (так званий в'ючний

туризм), на повітряних кулях, дельтапланах, парaplанах, снігоходах, квадроциклах тощо. Видова структура спортивного туризму представлена на рис. 4.

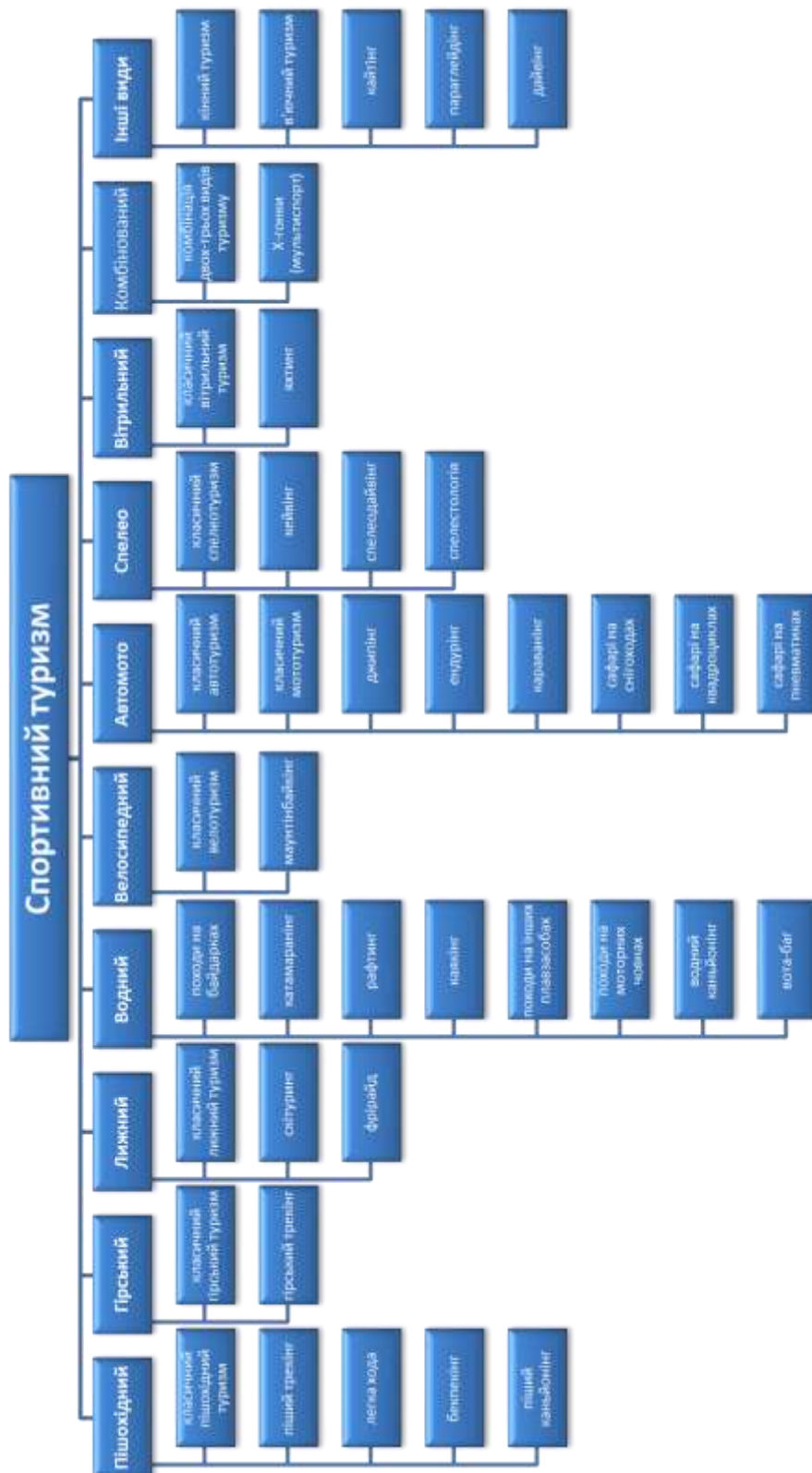


Рис. 4. Видова структура спортивного туризму, автор: Колотуха О.В., 2013

Розглянемо спортивний туризм з точки зору інших типологічних ознак. Єдиної думки з приводу самого переліку існуючих критеріїв систематизації так і не склалося. Чому? Насамперед, тому, що сам туризм

являє собою досить складне соціально-економічне явище, аналіз якого вимагає більш фундаментального і системного підходу, ніж це може здатися на перший погляд.

Питання критеріїв є головним у будь-якій систематизації. Розглянемо спортивний туризм на основі таких критеріїв, як:

- кордони територіально-адміністративних утворень – в'їзний, внутрішній, виїзний, національний, міжнародний, прикордонний;
- соціо-демографічні ознаки – дитячий, юнацький, молодіжний, осіб зрілого віку, осіб похилого віку, сімейний, інвалідів;
- рівень обслуговування – елітарний, масовий;
- чисельний склад – груповий, індивідуальний;
- форма організації – організований, самодіяльний;
- джерело фінансування – комерційний, соціальний;
- сезонні характеристики – сезон, несезон, напівсезон;
- терміни тривалості подорожі – короткочасний (подорожі вихідного дня), тривалий.

З точки зору *кордонів територіально-адміністративних утворень* спортивному туризму притаманні всі ознаки цього критерію. Він може бути в'їзним та виїзним, внутрішнім та міжнародним, національним і навіть прикордонним, адже такі визнані туристські регіони як Альпи, Кавказ, Гімалаї, Карпати та інші розташовані на території кількох країн. За *віковою ознакою* спортивний туризм може бути дитячо-юнацьким, молодіжним, осіб зрілого віку і навіть осіб похилого віку (ветеранським), адже жодних обмежень за віком у спортивному туризмі не існує, фізична підготовка учасників походів повинна бути достатньою для проходження хоча би нескладних маршрутів.

Часто туристські походи здійснюються сімейними туристськими групами. Доступний спортивний туризм в певній мірі і для інвалідів. Один з авторів особисто спостерігав у Новій Зеландії туристську групу інвалідів з ураженими нижніми кінцівками, які проходили досить складний водний туристський маршрут на байдарках.

За *рівнем обслуговування* спортивний туризм є здебільшого масовим, але цілий ряд туристсько-спортивних акцій у віддалених точках планети робить його також і елітарним. Так сходження на найвищу вершину Антарктиди – масив Вінсон – обчислюється вартістю у 20-30 тис. доларів.

За *чисельним складом* спортивний туризм є груповим (командним) видом спорту та туристської діяльності. Так мінімальний склад спортивної туристської групи визначається вимогами безпеки проведення туристських походів: для нескладних туристських походів (I-II категорії складності) – від 2-4-х учасників, для більш складних туристських походів (III-VI категорії складності) – від 6-ти учасників. Хоча в закордонній туристській практиці мають місце одиночні туристсько-спортивні та альпіністські акції (одиночні подорожі, навіть навколосвітні, одиночні альпіністські сходження тощо), так звані – «соло».

За такою типологічною ознакою як *ступінь організованості* спортивний туризм є самодіяльним. Самодіяльний туризм – це форма неорганізованого туризму, де туристські послуги та потреби забезпечуються на основі самодіяльності туристів. Туристи самі обирають маршрути і спосіб пересування, забезпечують собі харчування, нічліг і місце відпочинку. Спортивний самодіяльний туризм можна вважати одним з вітчизняних гуманітарних досягнень минулого століття. Масовий характер, високоетичні (пізнавальні, оздоровчі, виховні) ролі в суспільстві відносять цю діяльність до безумовних досягнень радянських часів. Будучи в основному самодіяльним, спортивний туризм в СРСР відрізнявся масовістю саме через його самоорганізований характер. При цьому в системі спортивного туризму були знайдені оптимальні форми і механізми організації, що дозволили цій діяльності швидко і стійко розвиватися. Натомість в останні роки на туристському ринку з'явилася пропозиція організованих туристсько-спортивних турів, які пропонуються турфірмами, що спеціалізуються на активному туризмі.

За ознакою *джерел фінансування* спортивний туризм має глибокий соціальний зміст, адже забезпечує максимальний соціальний ефект, принаймні, з точки зору його масової доступності, особливо для дітей та молоді, та завдань оздоровлення нації. Хоча комерційні засади в спортивному туризмі також присутні, адже пропозиція активних туристських турів, розроблених туристськими фірмами, зростає.

За критерієм *сезонності* спортивний туризм виступає як яскраво виражений сезонний вид туризму. Проведення туристських походів у несезон або у міжсезоння (наприклад, пішохідних чи гірських – взимку) переводить такі походи у розряд екстремальних.

За терміном *тривалості* короточасні подорожі характерні для спортивно-оздоровчого туризму, тривалі ж – для власне спортивного та екстремального туризму.

Висновки. На сьогоднішній день переважна більшість дослідників туризму використовує при його систематизації поняття «класифікація туризму». При цьому кількісні градації, як правило, не застосовуються, а от якісні відмінності присутні. Тому, при систематизації такого складного соціально-економічного явища як туризм слід застосовувати поняття «типологія туризму». Автори пропонують вибудовувати типологію туризму з урахуванням родовидових взаємозв'язків, що утворюють складові туризму, які, в свою чергу, безпосередньо впливають на формування туристського потоку. В основу типології необхідно покласти розгалуження туристського потоку, як явища здатного об'єднати всіх туристів і різні напрямки їх діяльності протягом подорожі. Туризм як складне соціально-економічне явище повинен мати таку структурно-логічну схему: вищої рід - рід - група видів - вид - підвид.

Оцінюючи місце спортивного туризму в загальній типології туризму, визначаємо, що *спортивний туризм* – це група видів туризму, мотивацією

яких є здійснення активних туристських походів з пішохідного, лижного, гірського, водного, велосипедного, автомобільного, мотоциклетного, спелеологічного, вітрильного та інших поки що нетрадиційних видів активного туризму. По відношенню до кордонів територіально-адміністративних утворень спортивний туризм виступає як геопросторове явище. Він є загальнодоступним і охоплює практично всі вікові сегменти туристського потоку. Це здебільшого масовий та груповий (командний) вид туристської діяльності з глибокими самодіяльними засадами організації такої діяльності. Спортивний туризм виступає як яскраво виражений сезонний вид і є тривалим видом туристської діяльності. Він має глибокий соціальний зміст, адже забезпечує максимальний соціальний ефект.

Список використаних джерел:

1. Алаев Э.Б. Экономико-географическая терминология / Э.Б. Алаев. – М.: Мысль, 1977. – 199 с.
2. Александрова А.Ю. Теоретические основы географии туризма / А.Ю.Александрова. // Туризм и культурное наследие. Межвузовский сборник научных трудов – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_tourism/aleksandrova.htm.
3. Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії / О.О. Бейдик. – К.: Палітра, 1998. – 130 с.
4. Закон України «Про внесення змін до закону України «Про туризм» від 19.11.2003 р. // www.rada.gov.ua
5. Крачило Н.П. География туризма: Учебное пособие / Н.П.Крачило. – К.: Вища школа, 1987. – 208 с.
6. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О.Любіцева. – К.: “Альтерпрес”, 2002. – 436 с.
7. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник / М.П.Мальська, В.В.Худо, В.І.Цибух. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
8. Философский энциклопедический словарь / Редкол. С.С.Аверинцев, Э.А.Араб-Оглы, Л.Ф.Ильичев и др. – 2-е изд-е. – М.: Советская энциклопедия, 1989. – 815 с.
9. Шипко А.Л. Родовидовий аналіз сучасного туризму / А.Л.Шипко. // Гуманітарний вісник Державного вищого навчального закладу “Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди”: Науково-теоретичний збірник. – Переяслав-Хмельницький: ПП “СКД”, 2008. – С.146-153
10. World Tourism Organization UNWTO / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.unwto.org

References:

1. Alaev Je.B. Jekonomiko-geograficheskaja terminologija / Je.B. Alaev. – М.: Mysl', 1977. – 199 s.
2. Aleksandrova A.Ju. Teoreticheskie osnovy geografii turizma / A.Ju.Aleksandrova. // Turizm i kul'turnoe nasledie. Mezhhuzovskij sbornik nauchnyh trudov – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://tourlib.net/statti_tourism/aleksandrova.htm.
3. Beydyk O.O. Slovyk-dovidnyk z heohrafiyi turyzmu, rekrealohiyi ta rekreatsiynoyi heohrafiyi / O.O. Beydyk. – К.: Palitra, 1998. – 130 s.
4. Zakon Ukrayiny «Pro vnesennya zmin do zakonu Ukrayiny «Pro turyzm» vid 19.11.2003 r. // www.rada.gov.ua
5. Krachylo N.P. Heohrafiya turyzma: Uchebnoe posobyе / N.P.Krachylo. – К.: Vyshcha shkola, 1987. – 208 s.

6. Lyubitseva O.O. Rynok turystychnykh posluh (heoprostorovi aspekty) / O.O.Lyubitseva. – K.: “Al'terpres”, 2002. – 436 s.
7. Mal's'ka M.P. Osnovy turystychnoho biznesu: Navchal'nyy posibnyk / M.P.Mal's'ka, V.V.Khudo, V.I.Tsybukh. – K.: Tsentр navchal'noyi literatury, 2004. – 272 s.
8. Filosofskij jenciklopedicheskij slovar' / Redkol. S.S.Averincev, Je.A.Arab-Ogly, L.F.Il'ichev i dr. – 2-e izd-e. – M.: Sovetskaja jenciklopedija, 1989. – 815 s.
9. Shypko A.L. Rodovydyvyi analiz suchasnoho turyzmu / A.L.Shypko. // Humanitarnyy visnyk Derzhavnoho vyshchoho navchal'noho zakladu “Pereyaslav-Khmel'nyts'kyy derzhavnyy pedahohichnyy universytet imeni Hryhoriya Skovorody”: Naukovo-teoretychnyy zbirnyk. – Pereyaslav-Khmel'nyts'kyy: PP “SKD”, 2008. – S.146-153
10. World Tourism Organization UNWTO / [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: www.unwto.org

УДК 911.3:338.48:711.455

Бойко Ірина Дмитрівна

Чернівецький національний університет
ім. Ю. Федьковича, м. Чернівці, Україна
e-mail: boiko_ira@ukr.net

Книш Олександра Андріївна

Київський національний університет імені
Тараса Шевченка, м. Київ, Україна
e-mail: sashaknysh92@gmail.com

ДІАГНОСТИЧНІ КРИТЕРІЇ ВИДІЛЕННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЙНА СХЕМА ТУРИСТИЧНИХ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИХ ЗАКЛАДІВ

Метою написання статті є виклад власного погляду на трансформаційні процеси у сфері лікувально-оздоровчого туризму України, зокрема, Карпатського регіону.

В основі методики дослідження лежить поєднання емпіричних (спостереження та порівняння) а також теоретичних (систематизація та класифікація) методів наукового пізнання. Основним результатом дослідження є розробка класифікаційної блок-схеми.

Наукова новизна роботи полягає у запровадженні терміну «туристичний оздоровчо-лікувальний заклад» а також визначенні переліку критеріїв, які дозволяють віднести заклад розміщення до означеної категорії. Практична значимість результатів пов'язана з можливістю їх запровадження у навчальний процес.

Ключові слова: лікувально-оздоровчий туризм; заклад розміщення; спеціалізовані заклади розміщення; неспеціалізовані заклади розміщення; туристичний оздоровчо-лікувальний заклад; клієнтоорієнтованість

УДК 911.3:338.48:711.455

Бойко Ірина Дмитрієвна

Черновицкий национальный университет имени
Ю. Федьковича, г. Черновцы, Украина
e-mail: boiko_ira@ukr.net

Кныш Александра Андреевна

Киевский национальный университет имени
Тараса Шевченко, г. Киев, Украина
e-mail: sashaknysh92@gmail.com

ДИАГНОСТИЧЕСКИЕ КРИТЕРИИ ВЫДЕЛЕНИЯ И КЛАССИФИКАЦИОННАЯ СХЕМА ТУРИСТИЧЕСКИХ ЛЕЧЕБНО- ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ