

## РЕАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ СКЛАДОВИХ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

### IMPLEMENTATION OF SOCIAL COMPONENT ACTIVITIES OF TOURIST ENTERPRISES

Розглянуто питання реалізації соціальних складових діяльності туристичних підприємств. Їх роль у формуванні відносин між людиною та історичною й культурною спадщиною, яка впливає на суспільство загалом та на регіони зокрема. Розроблено теоретико-методичні рекомендації та практичні заходи щодо позитивного соціального, управлінського, організаційного та економічного розвитку історико-культурних туристичних напрямків, що пов'язані з реалізацією соціальних складових діяльності туристичних підприємств. Теоретично: встановлено роль історико-культурного туристичного напрямку в розвитку регіону; визначено історичні та культурні туристичні напрямки; розроблена авторська класифікація історичних та культурних туристичних напрямків на основі соціальної активності туристів; представлено авторський методологічний підхід до діагностики та створення інструментів розвитку історико-культурних туристичних напрямків соціального спрямування, всебічно враховуючи ресурсні та факторні компоненти. Запропоновані варіанти діяльності, спрямовані на позитивний розвиток історико-культурних туристичних напрямків соціального спрямування; наведено опис заходів, спрямованих на створення соціального комплексу. Результати дослідження застосовні для широкого кола історико-культурних туристичних визначних пам'яток: територій, ландшафтів та елементів ландшафтів, історичних поселень, парків, кіностудій, пам'яток історичної та культурної спадщини, пам'яток історії та культури, поховань, місць богослужіння, зони соціальної культурної інфраструктури. Рекомендації авторів передбачають отримання комерційних результатів та забезпечення соціального та культурного ефекту для бізнесменів, менеджерів, місцевих громад в управлінні існуючими або у створенні нових історико-культурних туристичних напрямків соціального призначення.

**Ключові слова:** туризм, туристичні підприємства, туристичні потоки, соціальна діяльність, соціальна функція, історико-культурна спадщина.

Рассмотрены вопросы реализации социальных составляющих деятельности туристических предприятий. Их роль в формировании отношений между человеком, историческим и культурным наследием, которая влияет на общество в целом и на регионы в частности. Разработаны теоретико-методические рекомендации и практические меры по положительному социальному, управленческому, организационному и экономическому развитию историко-культурных туристических направлений, связанных с реализацией социальных составляющих деятельности туристических предприятий. Теоретически: установлена роль историко-культурного туристического направления в развитии региона; определены исторические и культурные туристические направления; разработана авторская классификация исторических и культурных туристических направлений на основе социальной активности туристов; представлен авторский методологический подход к диагностике и

созданию инструментов развития историко-культурных туристических направлений социальной направленности, всесторонне учитывающий ресурсные и факторные компоненты. Предложены варианты деятельности, направленные на позитивное развитие историко-культурных туристических направлений социальной направленности; приведено описание мер, направленных на создание социального комплекса. Результаты исследования применимы для широкого круга историко-культурных туристических достопримечательностей: территорий, ландшафтов и элементов ландшафтов, исторических поселений, парков, киностудий, памятников исторического и культурного наследия, памятников истории и культуры, захоронений, мест богослужения, зоны социальной культурной инфраструктуры. Рекомендации авторов предусматривают получение коммерческих результатов и обеспечения социального и культурного эффекта для бизнесменов, менеджеров, местных общин в управлении существующих или в создании новых историко-культурных туристических направлений социального назначения.

**Ключевые слова:** туризм, туристические предприятия, туристические потоки, социальная деятельность, социальная функция, историко-культурное наследие.

The issue of realization of social components of activity of tourist enterprises is considered. Their role in shaping the relationship between man and historical and cultural heritage, which affects society in general and the regions in particular. Theoretical and methodological recommendations and practical measures for positive social, managerial, organizational and economic development of historical and cultural tourist areas related to the implementation of social components of tourism enterprises have been developed. Theoretically: the role of historical and cultural tourist direction in the development of the region is established; identified historical and cultural tourist destinations; the author's classification of historical and cultural tourist directions on the basis of social activity of tourists is developed; the author's methodological approach to diagnostics and creation of tools for the development of historical and cultural tourist directions of social orientation is presented, comprehensively taking into account resource and factor components. The offered variants of the activity directed on positive development of historical and cultural tourist directions of a social orientation; a description of measures aimed at creating a social complex. The results of the study are applicable to a wide range of historical and cultural tourist attractions: territories, landscapes and elements of landscapes, historical settlements, parks, film studios, monuments of historical and cultural heritage, historical and cultural monuments, burials, places of worship, sites social and cultural infrastructure. The authors' recommendations provide for obtaining commercial results and providing a social and cultural effect for businessmen, managers, local communities in the management of existing or in the creation of new historical and cultural tourist destinations for social purposes.

**Key words:** tourism, tourist enterprises, tourist flows, social activity, social function, historical and cultural heritage.

УДК 330.342

**Джинджоян В.В.**  
к.е.н., завідувач кафедри економіки та менеджменту туристичної діяльності  
ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»  
**Набока Ю.В.**  
викладач кафедри готельно-ресторанного бізнесу  
ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»

**Постановка проблеми.** Соціальна діяльність туристичних підприємств важлива для суспільства загалом та для регіонів зокрема. Соціальний розвиток базується не тільки на відносинах до людини, а й на історичній та культурній спадщині. Тим самим виникає проблема вивчення ролі історичних та культурних пам'яток. По-перше, вони є невід'ємною органічною складовою міст, сіл та територій, які вже створені та потребують постійного обслуговування. По-друге, ці пам'ятки відіграють роль історико-культурної спадщини, що формує імідж регіону, його бренд та статус, а також слугує важливою складовою у формуванні культурної та національної ідентичності населення. По-третє, ці місця дозволяють формувати духовні, культурні та рекреаційні центри для привабливого для місцевого населення, мігрантів та туристів, що призводить до припливу капіталу за рахунок інвестицій, торгівлі та пожертвувань [1]. Таким чином, історичні та культурні місця продовжують життєвий цикл поселень, країн та цивілізацій, що є помітним внеском у соціальний розвиток.

Крім того, кількість історико-культурних туристичних напрямків значна. Зараз у світі налічується понад тисяча об'єктів, що віднесені ЮНЕСКО до всесвітньої спадщини [2]. Тільки в Україні налічується понад 130 000 нерухомих пам'яток історії та культури, функціонують 63 історико-культурні заповідники (з них національні), є 401 історичний населений пункт, 437 державних та муніципальних музеїв [4].

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Вивчення публікацій показує, що розвиток історико-культурних туристичних напрямків активно досліджується вченими, міжнародними організаціями та національними службами з точки зору соціальної діяльності туристичних підприємств.

Наприклад, «Глобальний кодекс етики туризму» зазначає, що об'єкти спадщини повинні отримувати фінансування для їх збереження, охорони, вдосконалення та відновлення з метою збереження культурної ідентичності націй та національностей Землі, а також для загального туризму використання. Вчені Флойд М., Путрік Ю., Тортора М. вивчали перспективи розвитку парків щодо расових та етнічних підходів до їх відвідування, розглядають туризм як фактор збереження історичної спадщини та розвитку традицій регіонів, розглянули концептуальні засади вивчення туристичного потенціалу регіону та визначили його склад та компоненти і дійшли висновків, що розвиток туризму на певних територіях (історико-культурних центрах) безпосередньо залежить від мультикультуралізму та багатонаціоналізму суспільства. Гонсалес П. і Полівач К., у своїх роботах розглядають культурні парки як позитивні та конструктивні інструменти, ефективність яких пов'язана із збереженням спадщини,

усуненням розриву між природою та культурою, зміцненням ідентичності та пам'яті, зміцненням соціальної згуртованості та економічного розвитку. Дороф'єєва К., Палінчак М., Дяченко І. та Рошко С. вивчили вплив існування об'єктів культурно-історичної спадщини на туристичну привабливість регіону, переглянули склад природних заповідних територій та ділянок та зосередили увагу на необхідності їх збереження.

Однак у більшості публікацій відзначаються такі аспекти, які потребують подальших досліджень: нечітка ідентифікація історичних та культурних пам'яток; невизначеність ефективних функцій управління та економічних функцій історико-культурних об'єктів; відсутність класифікації історичних та культурних об'єктів з точки зору активності туристів відвідувати їх; відсутність аналізу наслідків відвідування туристами історичних та культурних туристичних напрямків; відсутність методичної бази для діагностики стану та розвитку діяльності історико-культурних туристичних напрямків.

**Формулювання цілей статті.** Мета роботи – розробити теоретико-методичні рекомендації та практичні заходи щодо позитивного соціального, управлінського, організаційного та економічного розвитку історико-культурних туристичних напрямків, що пов'язані з реалізацією соціальних складових діяльності туристичних підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** Термін «історико-культурний об'єкт» є загальною назвою для дуже широкого кола категорій. У науковій літературі правове поле держав та акти міжнародних організацій, історичних та культурних об'єктів можуть передбачати: територію, ландшафти та їх елементи, історичні поселення, парки, кіностудії, історико-культурну спадщину, пам'ятники історії та культури, місця поховань, культові споруди, соціокультурну інфраструктуру. Історичні та культурні туристичні напрямки можуть сильно відрізнятися за формою, метою, масштабом, значимістю тощо [5]. Відповідно, в контексті дослідницької проблеми зазначимо, що винахід діяльності щодо позитивного розвитку історичних та культурних туристичних напрямків слід орієнтувати, тобто на кожну конкретну ділянку окремо.

Тому, щоб забезпечити позитивний розвиток історико-культурних туристичних напрямків, доцільно проводити їх класифікацію. З точки зору соціальної складової активності відвідування туристами історико-культурні об'єкти можна розділити на три групи.

Перша включає зони, які активно захищені від туристів (туристам забороняється відвідувати їх, а доступ до них допускається лише для обмеженого контингенту осіб). Друга – пасивно доступні зони (туристам не забороняється відвідувати такі зони, але для їх відвідування не організуються спеціальні заходи). Третя – активно доступні зони

(активно беруть участь туристи, створюється виробництво туристичного прийому та формується туристична інфраструктура, стягується плата за відвідування або непрямі збори, проводяться тури, надаються туристичні послуги).

Розглядаючи наслідки відвідування туристськими та культурними напрямками туристів зв'язок між такими місцями та розвитком регіону, ми можемо відзначити три вектори [6].

Перший – позитивні наслідки: відновлення та підтримка цього місця туристами (туристи фізично роблять очищення чи ремонт на добровільних засадах, виділяють цільові кошти), залучення коштів на розвиток туристичної інфраструктури, працевлаштування робочої сили тощо. популяризація регіону. Другий – нейтральні наслідки: відвідування історико-культурного об'єкту туристами не впливає ні на цю ділянку, ні на мешканців регіону, де вона знаходиться. Це в основному місця, які включені в туристичні маршрути як транзитні (історичні будівлі та культурні споруди, відвідувані в рамках тривалих турів; місця, розташовані вздовж потоків руху між населеними пунктами). Третій – негативні наслідки: руйнування ділянки туристами (фізичний знос, забруднення, поломки, крадіжки конструктивних елементів).

На основі розгляду запропонованої класифікації історико-культурних об'єктів соціальної спрямованості та наслідків їх відвідування туристами, використовуючи матричний метод, ми можемо концептуально окреслити сферу діяльності, спрямовану на позитивний розвиток соціально спрямованих туристичних напрямків.

Таким чином, слід зазначити, що розвиток соціальних туристичних напрямків не завжди визначає пріоритет збільшення обсягу туристичних потоків. Заходи власників таких сайтів чи організацій обслуговування повинні бути спрямовані на формування раціональних маршрутів, груп туристів, форм обслуговування, що відповідають місцевим умовам. Це передбачає посилення підприємницької активності та співпрацю з широким колом організацій, серед яких: приватні путівники, туристичні бюро, туристичні агенції, туроператори, музеї, готелі, ресторани, сервісні компанії, місцеві громади, університетські центри, ІТ-компанії, рекламні агенції, служби порятунку, телерадіокомпанії, кіноіндустрія та інші структури.

Визначивши масштаби діяльності, спрямованої на позитивний розвиток соціального туристичного напрямку, уповноважені органи державної влади, органи місцевого самоврядування або власники можуть розробити комплекс конкретних дій щодо місця, яке вони обслуговують. Методологічно це може мати таку послідовність дій: діагностика фактору та компонентів ресурсу; виявлення відсутніх ресурсів та необхідних змін; розробка зако-

нодавчо дозволених рішень; вжиття дій; оцінка результату [7].

У таблиці 1 наведено графічну візуалізацію методологічного підходу до діагностики та розвитку діяльності з розвитку історико-культурних туристичних напрямків.

Таблиця 1  
Методичний підхід до діагностики та розвитку діяльності з розвитку туристичних напрямків

Ресурси/ Фактори	Людські (Л)	Матеріальні (М)	Нематеріальні (Н)	Фінансові (Ф)	Тимчасові (Т)
Природні (П)	ПЛ	ПМ	ПН	ПФ	ПТ
Біологічні (Б)	БЛ	БМ	БН	БФ	БТ
Технічні (Т)	ТЛ	ТМ	ТН	ТФ	ТТ
Економічні (Е)	ЕЛ	ЕМ	ЕН	ЕФ	ЕТ
Соціальні (С)	СЛ	СМ	СН	СФ	СТ
Управлінські (У)	УЛ	УМ	УН	УФ	УТ

Застосування цього методологічного підходу передбачає виявлення системних факторів та ресурсів, а їх візуальне поєднання у застосуванні матричного методу дозволяє винайти діяльність щодо розвитку соціально спрямованих історико-культурних туристичних напрямків.

Таким чином, системні фактори можуть бути визначені як елементи середовища розташування зони. Тому в природній системі структуро формуючими елементами є природні ресурси – земля, вода та клімат. У форматі біологічної системи структуроутворюючими елементами є люди, тварини та рослинний світ [8]. У технічній системі структуроутворюючими елементами є конструкції, будівлі, дороги, техніка та машини. В економічній системі структуроутворюючими елементами є продавці, покупці та ринкова інфраструктура (включаючи: інституційних інвесторів, туроператорів та туристичних агентств, турфірм, ферм, магазинів транспортних компаній, ІТ-компаній, рекламних агентств, регулюючих органів та інших суб'єктів господарювання). У соціальній системі основними структуроутворюючими елементами є місцеве населення, мігранти та туристи. Основними управлінськими структурними елементами є керівники компаній та асоціацій, власники, органи державної влади та місцевого самоврядування, асоціативні структури та міжнародні організації.

З точки зору управлінського обліку, можна виділити наступні допоміжні інструменти для розвитку історико-культурних туристичних напрямків. Людські ресурси – це вся сукупність людей: тих, хто існував раніше; перспективні (прогнозовані, доглянуті, адаптивні та потенційно корисні); справжній;

неперспективний (самодостатній, залежний, поза соціальний); майбутніх. Матеріальні ресурси – це всі ресурси, які мають матеріальну форму: природні ресурси; просторово-територіальні ресурси; виробничі ресурси (технологічні ресурси, енергетичні ресурси, матеріальні ресурси, технічні ресурси); високоліквідовані фізичні невиробничі ресурси. Нематеріальні ресурси – це допоміжні засоби, що не мають будь-якої матеріальної форми: нематеріальні ресурси; інформаційні ресурси. Фінансові ресурси – це сукупність грошових коштів у грошовій та безготівковій формі. Тимчасові ресурси – це час, який використовується для розробки сайту, який можна розділити на тактичний (оперативний, оперативний, короткостроковий, середньостроковий, довгостроковий) та стратегічний.

Аналіз огляду літератури показує, що розробка соціально спрямованих об'єктів здійснюється в межах ряду обмежених функцій управління. Як правило, більше уваги приділяється плануванню, організації та контролю. Однак, на думку авторів, позитивний розвиток соціальних туристичних напрямків у контексті глобалізації передбачав постійне застосування ширшого кола функцій. Слід також зазначити, що розвиток історико-культурних пам'яток здійснюється в рамках обмежених функцій господарської діяльності, насамперед: інформаційно-вступних, релігійних, містичних, розважальних, економічних. Однак, на думку авторів, це не повний функціональний набір комерціалізації соціально-економічного потенціалу історико-культурних туристичних напрямків. В умовах глобалізації функціональний набір ділової діяльності власників таких зон може бути розширений за допомогою постійно виконуваних функцій.

Розширення сфери управлінських функцій та функцій господарської діяльності соціальних об'єктів, а також їх високоякісне адаптоване застосування дозволяє досягти більшого ефекту в ключових сферах комерціалізації соціальних об'єктів за рахунок кращого розподілу туристичних потоків: функціональна діяльність; виробнича діяльність; товарна політика; фінансова політика; інвестиційна політика; цінова політика; маркетингова політика; просування; управління та власність; управління та організація; інформаційне забезпечення; взаємодія з органами державної влади та органами місцевого самоврядування.

**Висновки.** У дослідженні представлена розроблена методологія позитивного соціального, управлінського, організаційно-економічного розвитку історико-культурних туристичних напрямків, що забезпечує: окреслення сфери діяльності, діагностику факторів та ресурсних компонентів, виявлення відсутніх ресурсів та необхідні зміни, внесення законодавчих норм. дозволено приймати рішення, вживати дій та оцінювати результати, пов'язані з реалізацією соціальних складових діяльності туристичних підприємств.

Запропоновані методичні рішення, засновані на розширенні обсягу управлінських функцій та функцій господарської діяльності, застосовні до широкого кола соціальних об'єктів. У подальшому, у цьому напрямку досліджень, планується розробка передпроектних пропозицій щодо створення соціально спрямованого комплексу «Стара Самарь» на території національної історичної пам'ятки «Новоборогодицька фортеця».

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дороф'єєва К. М. Аналіз впливу доступності об'єктів культурно-історичної спадщини на туристичну визначну пам'ятку регіону. Економіка та суспільство. – 2017. – № 13. – С. 184-190.
2. Floyd M. F. (2001) Managing National Parks in a Multicultural Society: Searching for Common Ground. *The George Wright Forum*, vol. 18(3), pp. 41-51.
3. Глобальний кодекс етики туризму [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism>.
4. Gonzalez P. A. (2011) Preserving the future, Projecting the past. What is a Cultural Park? *Cambridge: Peterhouse*.
5. Палінчак М., Дяченко І., Рошко С. Класифікація природних заповідників та об'єктів в контексті конвенції МСОП та законодавчих актів України. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2017. №16(2), 56-60.
6. Полівач К. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України. *Інститут географії Національної академії наук України*. 2012.
7. Путрик Ю. Туризм как фактор сохранения наследия: исторический опыт и традиция. *Журнал Томского государственного университета*. – 2008. – №311. – С. 95-101.
8. Tortora, M., Randelli, F., & Romei, P., 2014. A Conceptual Framework for Tourism Transition Areas Based on Territorial Capital. *Case Study of Vinci J. Tourism Hospit.* № 3. – p. 135.