

5. Сологуб В. Межпредметные связи в процессе комплексной профессиональной подготовки студентов музыкально-педагогических факультетов // Педагогическая пресса: сб. ст.- 2012- К., с.3-34.

6. Тавровский В. Генрих Альберт // Гитаристы и композиторы: сл.-2001-2017- с. 1.

7. Cr. Morits Das JugendGitarrenOrchesterßHamburg und sein Juniorteam spielen sich in in die Weinachtspause // Br- -2017- s.1.

8. Blaha V. Dejiny kytary // uc. Brno – 2013 – s.241.

9. Summerfield M.J. The classical guitar its evolution, players and personalities since 1800 // Ashley mark publishing company – 2002- p. 206.

**Циснецька Н.М.,**

магістрант Київського університету культури;  
Науковий консультант: Обозна О.О., кандидат економічних наук, доцент,  
м. Миколаїв

## **ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В МИКОЛАЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Туристична інфраструктура у нашому розумінні – це сукупність підприємств, установ і закладів, діяльність яких спрямована на задоволення потреб людей, котрі беруть участь в оздоровленні або відпочинку, а також шляхів сполучення і транспорту та об'єктів розміщення туристів, що забезпечують умови стабільного функціонування. Ми розглядаємо її цілісною системою, що складається з двох підсистем: соціальної та виробничої, які взаємопов'язані та взаємообумовлені відносно обслуговуючого суб'єкта. У свою чергу інфраструктура певною мірою формує туристичні регіони, сприяє туристичній спеціалізації та профілю господарювання, адже завдяки наявності інфраструктурних зв'язків між окремими об'єктами визначають якість обслуговування на тій чи іншій території.

Об'єктом для дослідження була обрана Миколаївська область. Миколаївська область розташована на півдні України в басейні нижньої течії ріки Південний Буг. На півночі вона межує з Кіровоградською областю на сході і північному сході з Дніпропетровською, на південному сході з Херсонською, на сході з Одеською областями.

На півдні омивається Чорним морем та дев'ятьма лиманами, які глибоко вдаються в суходіл. На території області є острів Березань та Кінбурнська коса.

Регіон має значний туристично-рекреаційний потенціал, сформований завдяки сприятливому клімату, природним умовам, географічному розташуванню. На території Миколаївщини понад 120 територій і об'єктів заповідного фонду, регіональні ландшафтні парки. У комплексі рекреаційних ресурсів особливе місце займають розміщені у містах та селах культурно-

історичні ресурси. Історико-культурні ресурси знайомлять з багатьма сторінками давніх часів заснування, будівництва, розвитку та життєдіяльності Миколаївщини [3].

У с. Парутине Очаківського району всевітньовідомий національний історико-археологічний парк «Ольвія». Березань – острів в Чорному морі є складовою частиною історико-археологічного заповідника Національної академії наук України.

Основні рекреаційні зони знаходяться в південній частині області, на узбережжі Чорного моря та лиманів. У цих зонах зосереджено 169 рекреаційних закладів.

Важливим розвитком інфраструктури є цілісність, відносна стійкість, а також залежність показників розвитку туризму від сучасного стану інфраструктури. Для організації мобільного відпочинку, до чого прагнуть сьогодні туристи, необхідна наявність певної системи інфраструктури туризму. Саме це дасть змогу посилити темпи розвитку туристичної сфери, дозволить проводити активну загальнодержавну політику в цій важливій складовій економіки Миколаївщини, забезпечити дійову координацію заходів центральних та місцевих органів виконавчої влади, громадських організацій що сприятиме збільшенню туристичних потоків, створення умов для швидкого розвитку суміжних галузей, організації нових робочих місць, збільшення надходжень до бюджету [2].

У 2016 році мешканцям Миколаївської області надали послуги з організації подорожувань 69 суб'єктів туристичної діяльності регіону, які займалися продажем та резервуванням квитків на всі види транспорту, організацією відпочинку, розваг та індивідуальних подорожей, а також надавали посередницькі послуги з продажу путівок [1].

Миколаївський регіон є багатим потенціалом для створення рекреаційних зон відвідування, розвитку інфраструктури та покращенню індустрії відпочинку. Основною тенденцією розвитку туристичної галузі є створення нових проєктів щодо розвитку туристичної та інвестиційної привабливості регіону.

Для забезпечення туристичної активності і привабливості регіону є соціально-демографічні передумови, дієвий підприємницький та інвестиційний потенціал, однак стабільність та розвиток туристичної сфери порушується несприятливими соціально-економічними умовами, а саме: не врегульовано нормативно-правові особливості, несприятлива державна політика країни та фінансування галузі, неефективна інвестиційна активність, недосконале функціонування туристичної інфраструктури.

Аналізуючи статистичні данні Миколаївської області та Миколаєва стосовно стану туристичної сфери Миколаївської області дозволяє виявити наявні тенденції в галузі. Результати аналізу статистичної інформації стосовно туристичних потоків в регіоні формують уявлення щодо попиту та

зацікавленості населення України та іноземних туристів на різні типи туризму (табл.1) [1].

Таблиця 1

Динаміка туристичних потоків в Миколаївській області за роки

Показники	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності області	34536	35929	27934	20375	19003	9148	7464	9023
Кількість громадян України, які виїжджали за кордон	556	7151	8479	9290	9362	7582	6631	8369
Кількість іноземних туристів, які відвідали Миколаївську область	4640	4762	3973	4179	5108	-	-	-
Кількість внутрішніх туристів	29340	24016	15482	6906	4533	1566	833	654

Стан туристичної галузі регіону був нерівномірним, а в останні роки туристична привабливість суттєво знизилась: відбулося скорочення виїзного туристичного потоку внаслідок кризових явищ в країні в цілому, внутрішній туризм значно зменшився через недостатню інформаційну підтримку просування вітчизняного туристичного продукту та несприятливого стану об'єктів інфраструктури. У 2014-2016 рр. кількість іноземних туристів відсутня переважно через проблемну ситуацію на сході України.

Більшість туристичних підприємств націлені на партнерство із зарубіжними організаціями, тому їх діяльність спрямована на збільшення виїзних туристичних подорожей, що водночас знижує розвиток внутрішнього національного продукту.

За допомогою розвитку туристичних проектів почнеться розвиватися інфраструктура даної області. Зосередивши увагу на рекреаційних та історико-археологічних багатствах можна створити цікавий для туристів регіон.

Також важливим чинником виступає :

- поліпшення транспортного обслуговування
- створення туристичних транспортних маршрутів;

- розширення міжнародної співпраці, залучення іноземних туристів до відвідування туристичних ресурсів;
- поліпшення рекламного обслуговування;
- зміцнення матеріальної бази туризму;
- залучення висококваліфікованих працівників;
- створення нових об'єктів для проживання та відпочинку;
- відтворення певної культури регіону;
- збільшення спектру послуг туристичного характеру.

Інформацію щодо вподобань споживачів можна оцінити також за різними сегментами, напрямками та видами туризму (табл.2).

Таблиця 2

Розподіл туристів за видами туризму в Миколаївській області

	У тому числі за метою поїздки					
	Всього туристів	Службова, ділова, навчання	Дозвілля, відпочинок	Лікування	Спортивний туризм	Спеціалізований туризм
<b>Всього</b>	5575	2	5561	10	2	-
<b>В'їзних (іноземних) туристів</b>	-	-	-	-	-	-
<b>Виїзних туристів</b>	5120	2	5118	-	-	-
<b>Внутрішніх туристів</b>	455	-	443	10	2	-

Розвиток внутрішнього туризму суттєво залежить від активізації генерування туристичними підприємствами зовнішніх вихідних інформаційних потоків, що мають містити відомості стосовно привабливості тих чи інших destinations України [4]. Розвиток внутрішнього та в'їзного туризму є важливим для формування туристичного потенціалу регіону.

**Список використаних джерел:**

1. Головне управління статистики у Миколаївській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua/>. – Назва з екрана.
2. Сіренко К. В. Аналіз туристичного ринку України в сучасних умовах розвитку економіки / К. В. Сіренко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. - № 12. – С. 70-74.
3. Чичкалюк Т.А. Курорты Николаевщины: возможности и перспективы / Т.А. Чичкалюк // Информационно-аналитический журнал «Обзор украинского рынка». - 2007. - №7-8(107-108). - С. 68-71.

4. Іванова О.М. Управління інформаційними потоками туристичних підприємств: Монографія / О.М. Іванова. – Суми: Університетська книга, 2017. – 200с.

5. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ev.am/sites/default/files/WEF\\_TTCR\\_2017.pdf](http://www.ev.am/sites/default/files/WEF_TTCR_2017.pdf)

**Чорнобривий П.С.,**

студент III курсу факультету менеджменту і бізнесу ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»;

Науковий керівник: Чеботаєва О.М., кандидат історичних наук, доцент кафедри культурології ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», м. Миколаїв

## **КУЛЬТУРА ДОЗВІЛЛЯ В НІМЕЧЧИНІ**

Дозвілля визначається як заняття людини у вільний час з метою рекреації, відпочинку, саморозвитку та творчої реалізації. У Німеччині, як і в будь-якій іншій країні світу, історично склалася своя достатньо розгалужена соціально-культурна система, спрямована на забезпечення дозвіллевих потреб населення. Частина складників цієї системи демонструє нам форми і напрями дозвіллевої діяльності, що в сучасну епоху набули глобального розповсюдження, інша ж їх частина відображає суто німецькі традиції та особливості менталітету жителів даної країни.

У дозвіллезнавстві прийнято розрізняти пасивні і активні види дозвілля. Пріоритетною формою пасивного дозвілля німців, як і жителів багатьох інших країн світу, є перегляд телепередач. Соціологічні опитування свідчать, що 97% німців дивляться телевізор хоча б один раз на тиждень, близько 66% займаються цим щоденно [6]. Друге та третє місце серед найпопулярніших занять німців у вільний час посідають слухання радіопередач (90%) та спілкування по телефону (87%) [8]. Отже, відповідно трендам сучасності, пасивне дозвілля німців пов'язане із засобами інформації та комунікації. Вибрати є з чого, адже свої передачі в Німеччині потенційним споживачам пропонують 230 радіо- та близько 100 телеканалів. Як у молоді, так і у дорослих все більшої популярності набуває користування інтернетом. Хоча улюбленим заняттям німців продовжує залишатись читання традиційних газет і журналів. За кількістю газет на тисячу жителів Німеччина посідає 7-е місце в Європі. У всьому світі відомі її газети «Spiegel» і «Stern», що виходять тиражем