

*Tyron O.M., Yelieazarov O.P.*

## **PSYCHOGRAM AS A TOOL FOR CREATING A COMPREHENSIVE IMAGE OF A MARINE CADET BASED ON THE ANALYSIS OF DIFFERENT TYPES OF TOLERANCE**

While working at sea, a seafarer faces many psychological, physiological and communicative challenges. Maintenance of seafarers from the point of view of their well-being, education of both psychological and physiological tolerance is a very urgent task in our time. The International Maritime Organization promotes tolerance towards seafarers through various conventions and initiatives. These documents protect seafarers' rights, ensure their welfare and improve working conditions on board ships. In addition, the implementation of policies aimed at combating discrimination or prejudice based on race, sex, nationality or any other factor is essential for fostering tolerance towards seafarers. Therefore, the goal of the study was to create a psychogram of a sea cadet. The research methods are archival (studying the conventions of the International Maritime Organization, studying the requirements for sea cadets on the websites of local and European crewing companies), empirical (observation, questionnaires, interviews, testing and evaluation). The survey was conducted based on the principles of voluntariness and confidentiality. As a result, the style of communication, foreign language communication, stress resistance, adaptability to innovations and a number of other factors that affect the effectiveness of a sea cadet's life in a professional environment were investigated. Analyzing these elements, we formed a complex psychological profile of the cadet's personality. To create a psychological profile (psychogram), we collected information about the behavior, emotions, thoughts and personality traits of a sea cadet. The peculiarity of the developed psychogram is that its theoretical basis is various types of tolerance, relevant for the everyday and professional activities of a student of maritime education before and after swimming practice. These types of tolerance are: physiological, psychological, communicative, communicative foreign language and innovative. Factors that can be used to assess the level of formation of skills, traits and qualities of a sea cadet were identified, namely: physical endurance, sensorimotor reactions, visual perception, stress resistance, cognition, psychological literacy, sociability and adaptability. To assess the level of formation of the specified factors, valid existing diagnostic methods were tested and author's methods were developed. The created holistic image of a naval cadet gives an understanding that a lot depends on self-education and self-improvement of those acquiring a marine specialty.

**Key words:** *psychogram of a sea cadet, psychological tolerance, physiological tolerance, communicative tolerance, adaptive*

УДК 339.138

[doi.org/10.33298/2226-8553.2023.2.40.20](https://doi.org/10.33298/2226-8553.2023.2.40.20)

*Кучерук Г. Ю., Лерніченко К. В., Бойко С. О.*

## **ФОРМУВАННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТА РЕКЛАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НА ВОДНОМУ ТРАНСПОРТІ У ПОВОЄНИЙ ПЕРІОД**

Стаття присвячена вирішенню пріоритетних інфраструктурних проблем якісного надання туристичних послуг на комплексних круїзних маршрутах в Україні. Автори звертають увагу на необхідність оптимізації діяльності річкових та морських портів, модернізації портової інфраструктури для прийняття міжнародних круїзних туристів та підвищення задоволеності споживачів якістю та кількістю послуг. Проведено аналіз досліджень зарубіжних та українських учених щодо розвитку інфраструктури туристичних послуг, а також здійснено обстеження пасажиропотоків у річковій та прибережній акваторії України за допомогою

анкетного опитування. Запропоновано удосконалення інфраструктури круїзного туризму через інноваційну модернізацію, розвиток телекомунікаційної інфраструктури та маркетингові заходи, враховуючи соціальний та економічний аспекти. Основні рекомендації включають диференціацію екскурсійних турів, модернізацію флоту, розроблення комбінованих маршрутів та поліпшення реклами екскурсійних турів і круїзів.

**Ключові слова:** інфраструктура, туризм, послуги, рекламне забезпечення, водний транспорт.

**Постановка проблеми,** Вирішення пріоритетних інфраструктурних проблем якісного надання туристичних послуг на комплексних круїзних маршрутах пов'язане із необхідністю оптимізації діяльності річкових та морських портів, модернізації портової інфраструктури щодо прийняття міжнародних круїзних туристів, збільшення задоволеності споживачами якістю та кількістю послуг.

Питання формування інфраструктури туристичних послуг вивчала низка зарубіжних учених, серед яких М. Вогел, А. Папатханасіс, Б. Вольбер [1], Р. Бошнягу, С.Е. Кок, Ф. Сореску [2]. Значний внесок в розробку теоретичних і практичних проблем інфраструктури туристичних послуг на підприємствах водного транспорту зробили: В.В. Жихарева, яка досліджувала проблеми розвитку сучасного круїзного судноплавства [3]; Н.А. Логунова, яка здійснила аналіз складових круїзного продукту [4]; І.Я. Антоненко і І.Л. Мельник, які запропонували механізм управління інноваціями на українських підприємствах круїзного бізнесу [5] та ін. У загальному вони стверджують про необхідність розвитку інфраструктури круїзного судноплавства через міжнародну інтеграцію транспортних комунікацій держави, інноваційну модернізацію інфраструктури морських портів України. Проте наявні наукові доробки не охопили аналіз задоволення потреб туристів на водному транспорті та їхніх уподобань, що актуалізує потребу в подальших наукових дослідженнях у цьому напрямі.

**Виклад основного матеріалу,** Проблему підвищення ефективності комплексної круїзної інфраструктури туризму в Україні, що виникає при цьому, слід розглядати з двох боків: по-перше, з позиції зростання добробуту соціально-культурного рівня населення та задоволення його зростаючих потреб щодо відпочинку, подорожей і пізнання за умови високого сервісного обслуговування (соціальний аспект); по-друге, з позиції збільшення прибутку та рентабельності (на рівні макроекономіки), валового регіонального продукту (на рівні мезоекономіки) за одночасного прагнення до стабільності та зниження собівартості перевезень (видаткової частини регіонального чи федерального бюджетів) в умовах державного регулювання (економічний аспект).

Ефективної організації та вдалого управління круїзною інфраструктурою туризму може бути досягнуто лише за наявності інформації щодо попиту на фіксовану туристичну послугу у населення з урахуванням нерівномірності її надання за періодами навігації.

Водночас під пасажиропотоком на туристично-екскурсійних маршрутах слід розуміти кількість туристів (екскурсантів), які фактично користуються або будуть користуватися окремими маршрутами, напрямками чи ділянками за певний період.

На розвиток інфраструктури комплексного круїзного туризму на водному транспорті в країні впливає не тільки можливий суднопотік, залізнична інфраструктура, а й система ландшафтно-рекреаційних зон (баз та місць відпочинку) та привабливих екскурсійних об'єктів, що формуються в агломерації великого водно-транспортного вузла містоутворюючих підприємств та сфери послуг.

Вплив привабливості екскурсійних об'єктів та пасажирського флоту з урахуванням можливих інвестицій у людський капітал на розвиток та ефективність формування та функціонування інфраструктури комплексного круїзного туризму нами запропоновано визначати за допомогою використання системи економетричних методів та моделей [4].

За такої умови здійснюється економічно обґрунтоване розміщення круїзного флоту та рухомого складу суміжних видів пасажирського транспорту з урахуванням їхнього інтенсивного використання на туристських (комплексних) маршрутах, ефективної та

розвиненої соціальної інфраструктури країни завдяки використанню багатоаспектних маркетингових досліджень.

Разом з тим розвиток туристичної галузі випереджаючими темпами в нашій країні та зростання ролі конкуренції й ступеня комерціалізації туристичної діяльності призвели до необхідності формування ефективної інфраструктури туристичного бізнесу. Досвід розвинених країн свідчить, що вирішення цієї проблеми може бути досягнуто завдяки застосуванню нових інформаційних комп'ютерних технологій та шляхом побудови на їх основі телекомунікаційної інфраструктури управління туристичними фірмами.

Важливим джерелом інформації щодо пасажиропотоків (турпотоків) зазвичай є матеріали маркетингових (соціологічних) досліджень. Тому очевидною є необхідність їх систематичного проведення. Обстеження пасажиропотоків можна здійснювати методом як суцільного, так і вибіркового опитування.

Обстеження турпотоків є доцільним як на транспортних пасажирських лініях, так і на екскурсійно-прогулянкових, бо, маючи кінцеву мету – покращення якості обслуговування населення, результати опитувань часто доповнюють одне одного та сприяють розвитку різних видів пасажирських сполучень.

Водночас на сучасному етапі забезпечення подальшого розвитку України в умовах воєнного стану, необхідно приділяти особливу увагу й питанням розвитку туристичної галузі економіки в повоєнний період.

Під час дослідження авторами статті було проаналізовано 5-ти рівневу систему анкетного опитування [2] для формування теоретико-методологічних засад формування та функціонування ефективної туристичної індустрії в умовах ринку та підвищення її конкурентоспроможності й створено власний алгоритм анкетування (табл. 1).

Таблиця 1 – Анкета опитування пасажирів з метою покращення їх обслуговування під час туристичних перевезень водним транспортом. Просимо Вас відповісти на запитання анкети та висловити свої зауваження.

Запитання	Відповіді
1. Яким видом транспорту Ви хотіли б дістатися до місця Вашого відпочинку (підкреслити)?	Залізничним; Автомобільним; Водним; Авіаційним.
2. Чи бажали б Ви провести відпочинок на круїзному судні?	Так Ні
3. Чи бажали б Ви здійснити трансфер до місця відпочинку річковим транспортом (швидкісним)?	Так Ні
4. Які місця та пам'ятки культури під час відпочинку Ви хотіли б відвідати?	
5. Якими водними маршрутами Ви хотіли б здійснювати екскурсії?	
6. Який місяць року для подорожі Вам найбільше підходить?	
7. Якому туру Ви віддасте перевагу?	А) одноденному Б) 2-5-денному

	В) понад 5 днів
8. Яким заходам під час туру Ви віддаєте перевагу?	А) Вихід на берег у культурних центрах, розташованих на маршруті. Б) Концертна програма на борту туристичного судна під час подорожі. В) Вечірня дискотека на борту судна. Г) Інше.
9. Що для Вас є найбільш важливим під час відпочинку на водному транспорті? (Розташуйте варіанти в порядку зменшення Ваших пріоритетів)	А) Доступ до засобів телекомунікації, мережі Internet тощо. Б) Дизайн та зручність каютних приміщень, місць прийому їжі тощо. В) Якість роботи обслуговуючого персоналу. Г) Культурна програма (вихід на берег у культурних центрах, розташованих на маршруті, концертна програма, вечірки та ін.) Д) Поєднання відпочинку та вирішення проблем бізнесу (наради, ділові зустрічі тощо). Е) Тариф, вартість туру водним транспортом.
10. Ваші пропозиції щодо організації та вдосконалення екскурсійно-прогулянкових перевезень пасажирів на водному транспорті.	

Вкажіть, будь ласка, Ваш вік і стать \_\_\_\_\_ .

Дякуємо!

Автори статті здійснили обстеження пасажиропотоків у річковій та прибережній акваторії України. Анкетування проводилося між фахівцями-експертами, які, окрім заповнення анкет, надали свої рекомендації щодо її удосконалення та потенційними користувачами туристичних послуг. Опитані експерти є працівниками туристичних компаній м. Києва та м. Одеси.

Дослідження носило пошуковий і загальнометодологічний характер. Обстеження пасажиропотоків здійснювалося методом анкетного опитування пошукового характеру.

Вивчення пасажиропотоків на екскурсійних напрямках річкових та морських портів здійснювалося з урахуванням тривалості екскурсійного обслуговування. Що стосується найпопулярніших туристичних маршрутів, то експертам пропонувалося обрати 2-3 найцікавіші маршрути.

В результаті анкетування експертами було висловлено низку побажань щодо розвитку інфраструктури річкових, морських та змішаних туристсько-екскурсійних маршрутів. Крім того, надано пропозиції щодо організації та вдосконалення туристсько-екскурсійних маршрутів на водному транспорті. Зокрема найпоширенішими є такі рекомендації:

- диференціація екскурсійних турів і розміщення пасажирів за віковими категоріями (студенти, дорослі з дітьми, пенсіонери);
- обладнання кают засобами телекомунікації, з можливістю виходу в Internet (рішення проблем бізнесу);
- модернізація флоту;
- розроблення комбінованих маршрутів (на суміжних видах транспорту);
- поліпшення реклами екскурсійних турів і круїзів;
- організація розважальної програми за захопленнями в розрізі вікових груп (концерти і культурні програми для батьків з неповнолітніми дітьми, вечірні дискотеки для молоді тощо).

Вивчений досвід участі в розробленні підґрунтя для системи розвитку і розміщення об'єктів туризму, відкритті нових туристичних центрів і екскурсійних об'єктів пізнавального (інтелектуальний потенціал) і оздоровчого характеру (ландшафтний потенціал), у Каневі на Дніпрі, Кременчуці, Світловодську, на острові Хортиця та ін. дозволить ретранслювати його в комплексну інфраструктуру малого бізнесу і підприємництва, а також створить реальні умови для його ефективного функціонування, вдосконалення і перспектив розвитку інфраструктури туризму.

Зокрема, ґрунтуючись на отриманих результатах методичних і методологічних досліджень виявлена потреба в спеціалізованих пасажирських суднах для розвитку круїзної транспортної інфраструктури в регіонах, що підтверджується кон'юнктурними змінами і попитом на світовому фрахтовому ринку.

На нашу думку необхідно створювати попередній "портфель" замовлень на пасажирські судна (в т.ч. на морському флоті – малий каботаж). Для цього в Україні є реальна науково-виробнича й інтелектуальна інфраструктура (м. Миколаїв, Чернігів, Херсон та ін.) [5].

Необхідно також удосконалювати форми і методологію формування організації, координацію і взаємодію круїзної інфраструктури туризму в регіонах, здійснювати пошук економічно обґрунтованих резервів у збільшенні туристичного потоку на водному транспорті, використовуючи рекреаційний потенціал, покращуючи вплив реклами, PR та ін. Роль реклами в розвитку круїзної інфраструктури на водному транспорті має бути однією з пріоритетних (оприлюднення інформації щодо результатів досліджень хронометрації експериментальних туристсько-екскурсійних маршрутів, анкетування). Необхідно вдосконалювати всі форми реклами: видавати проспекти, буклети, фото-листівки, створювати слайди і кінофільми, відеофільми, використовувати радіо і телебачення, виступи у пресі, ретранслювати інформаційний ресурс (сайти в інтернеті), що спонукає до створення і забезпечення ефективного функціонування у туристичній галузі маркетингової інформаційної системи (МІС).

Цьому сприяє здійснення низки маркетингових заходів: розроблення стратегічного маркетингового плану і графіку його виконання, призначення групи для розроблення програми маркетингової діяльності, запровадження кооперації з туроператором щодо завантаження, інституціонального забезпечення на умовах спільної участі в перевезеннях, розроблення спільних заходів щодо просування продукту на туристичному ринку, апробація нових туристичних послуг тощо.

Сучасний етап розвитку туристично-екскурсійного обслуговування, що динамічно розвивається, вимагає подальшого вдосконалення інфраструктури туризму й підвищення її ефективності на водному транспорті: в кожному конкретному водотранспортному хабі, необхідно вести пошук резервів для розвитку й удосконалення туристично-екскурсійної роботи турфірми, формування і функціонування рентабельної соціальної інфраструктури в умовах ринку.

**Висновки.** Таким чином, автори статті, спираючись на досвід попередніх досліджень та вивчаючи регіональну транспортну (соціальну) інфраструктуру з урахуванням попиту населення на туристсько-екскурсійні рейси (маршрути), здійснивши аналіз власних маркетингових спостережень, внесли доповнення в інноваційну методологію ефективного рекреаційно-туристичного інфраструктурного комплексу в умовах ринку на повоєнний період.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Vogel M. The business and management of ocean cruises / M. Vogel, A. Papathanassis, B. Wolber // CABI. – 2012. – 296 p.
2. Bosneagu R. Management and Marketing Elements in Maritime Cruises Industry. European Cruise Market / R. Bosneagu, C.E. Coca, F. Sorescu // EIRP Proceedings. – 2015. – Vol. 10. – PP. 350-351.
3. Антоненко І.Я. Механізм управління інноваційним круїзним туристичним продуктом / І.Я. Антоненко, І.Л. Мельник // Економічний часопис-XXI. – 2015. – № 1-2(2). – С. 313-319.

4. Про затвердження Морської доктрини України на період до 2035 року. Постанова Кабінету Міністрів України від 07.10.2009 № 1307 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/>.
5. Економіка регіонів у 2015 році: нові реалії і можливості в умовах започаткованих реформ. – К. : НІСД, 2015. – 92 с.
6. Nezdouminov S. Regional Trends of the Tourist Flow in Ukraine / S. Nezdouminov, O. Shykina // International Journal of Innovative Studies in Sociology and Humanities. – 2016. – Vol.1,1. – P. 12-18.
7. Туристична діяльність в Україні у 2014 році: статистичний збірник. – Київ : Державна служба статистики України, 2015. – 76 с.
8. Туристична діяльність в Україні у 2015 році: статистичний збірник. – Київ : Державна служба статистики України, 2016. – 76 с.