

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА
КОМПАНІЯ «TRAVEL STUDY WORK»
AGORA ITALIAN ACADEMY (ОСВІТНЯ ОРГАНІЗАЦІЯ «ІТАЛІЙСЬКА АКАДЕМІЯ АГОРА»)
AKADÉMIA ODBORNÉHO VZDELÁVANIA MERKUR
(ОСВІТНЯ ОРГАНІЗАЦІЯ «АКАДЕМІЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ МЕРКУР»)
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦІВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ
КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ОГІЄНКА
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ДЕРЖАВНИЙ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК «МЕЖИБІЖ»
КЗК «ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ ОБЛАСНИЙ КРАЄЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ»
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ КОМПЛЕКС «ПІВДЕННА БРАМА»
ТУРИСТИЧНА АГЕНЦІЯ «ДІМ ПОДОРОЖЕЙ»

ЗБІРНИК ТЕЗ

II Міжнародної Науково-практичної конференції «ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНА СФЕРА: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ»



**22 квітня 2025 року
м. Хмельницький**

УДК 338.48
3 41

Збірник тез II Міжнародної науково-практичної конференції «Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності» (м. Хмельницький, 22 квітня 2025 року).
Хмельницький : Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2025.157 с.

3 41
ISBN 978-617-7572-92-2

У збірнику представлені доповіді, які були подані на II Міжнародну науково-практичну конференцію «Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності», що відбулась у Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова 22 квітня 2025 року.

Розміщені у збірнику тези доповідей стосуються таких напрямів: публічне управління та правове регулювання у сфері туризму й рекреації; міжнародне співробітництво у сфері туризму і рекреації; економіка, менеджмент та маркетинг туризму й рекреації; екологічні та безпекові аспекти розвитку туризму; цифровізація туристично-рекреаційної індустрії; соціально-культурні, психологічні та комунікаційні аспекти розвитку туризму і рекреації; організація готельно-ресторанної справи; екскурсійна діяльність і музеезнавство; туристично-рекреаційні скарби рідного краю; освітньо-професійна підготовка фахівців для туристично-рекреаційної сфери.

Збірник розрахований на наукових та науково-педагогічних працівників закладів вищої освіти і наукових установ, здобувачів вищої освіти, практичних працівників і широкий читацький загал.

Організаційний комітет II Міжнародної науково-практичної конференції «Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності» не завжди поділяє думку учасників конференції.

Повну відповідальність за достовірність та якість поданого матеріалу несуть учасники конференції, їхні наукові керівники.

УДК 338.48

ISBN 978-617-7572-92-2

© Колектив авторів, 2025

© Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2025



Шановні учасники конференції!

Щиро вітаю з відкриттям II Міжнародної науково-практичної конференції на тему «Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності». Дозвольте висловити щиро вдячність усім присутнім за розвиток наукових підходів і розробку практичних рекомендацій у цій перспективній та важливій сфері України.

Успішний розвиток туристично-рекреаційної галузі є інвестиційно-мультиплікативним стимулом і рушієм для багатьох суміжних секторів господарювання на місцевому, регіональному й національному рівнях, що, у свою чергу, створює підґрунтя для соціального розвитку і культурного піднесення України, а також популяризації її самобутності та ідентичності серед європейської і світової спільноти.

Тривалі військово-окупаційні дії, безпідставно спровоковані російським диктаторським режимом, виснажують економіку України, завдають значних втрат населенню, природі, культурній спадщині та інфраструктурі – й усім цим значно знижують туристично-рекреаційну привабливість України. Та навіть у цей кризовий і складний час туристично-рекреаційні й готельно-ресторанні підприємства функціонують, а відновлювальні роботи пошкоджених і зруйнованих об'єктів проводяться у силу наявних ресурсів та можливостей. Цим самим, Україна доводить своєму населенню та усьому світу про своє нестримне вольове бажання самостійно розвиватися у цивілізованій Європейській спільноті.

Бажаю усім учасникам конференції створити продуктивне поле для обговорення актуальних питань, цікавих дискусій і змістовних висновків, що стосуються функціонування туристично-рекреаційної сфери.

З повагою
ректор університету

Олег ОМЕЛЬЧУК

СЕКЦІЯ 1

Публічне управління та регулювання у сфері

туризму й рекреації

***Безтелесна Людмила Іванівна,**
докторка економічних наук, професорка,
професорка кафедри менеджменту та публічного врядування Національного університету
водного господарства та природокористування,
Федор Світлана Ігорівна,
здобувачка вищої освіти на магістерському рівні
Національного університету водного господарства та природокористування*

СТРАТЕГІЯ ГРОМАДИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЇ І ТУРИЗМУ

У сучасних умовах децентралізації та розвитку місцевого самоврядування стратегія громади виступає важливим інструментом публічного управління, що дозволяє ефективно координувати зусилля всіх зацікавлених сторін у сфері туризму та рекреації. Особливо це актуально для міст із лікувально-оздоровчим профілем, таких як Моршин – курортне місто Львівської області, яке має багаті природні ресурси, зокрема унікальні мінеральні води, потужну медичну та туристичну інфраструктуру, вигідне географічне розташування, історичну спадщину та високий рівень екологічної безпеки. Стратегія громади Моршина у сфері туризму формується на основі діалогу влади, бізнесу та громади і ґрунтується на принципах сталого розвитку, інклюзивності, конкурентоспроможності та інноваційності [1].

Одним із ключових напрямів є забезпечення раціонального використання природно-лікувальних ресурсів. Моршин відомий своїми мінеральними джерелами, зокрема водами типу «Моршинська №1» і «Нафтуса», які мають унікальні цілющі властивості для лікування органів травлення, обміну речовин, сечовидільної системи. Вода розливається з глибини понад 350 метрів і постачається до бюветів, санаторіїв та об'єктів індивідуального лікування. Стратегічні документи громади передбачають постійний гідрогеологічний моніторинг, обмеження неконтрольованої експлуатації джерел, а також впровадження екологічних норм використання. Це дозволяє уникати деградації природного середовища та підтримувати високий рівень якості курортних послуг.

Наступний важливий вектор – модернізація туристичної та рекреаційної інфраструктури. За період 2020–2024 рр. у Моршині реалізовано низку інфраструктурних проєктів: реконструйовано центральний бювет, оновлено пішохідні алеї, благоустроєно парк ім. А. Козловського, відремонтовано 12 вулиць у курортній зоні, створено велодоріжки протяжністю 4,8 км. Загальні капіталовкладення в туристичну інфраструктуру за даними Моршинської міської ради становили понад 38 млн грн. Це дало змогу підвищити комфорт перебування для туристів і створити нові зони відпочинку для місцевих жителів [2].

У межах стратегії громади активно просуваються нові формати туризму, зокрема вело-, еко-, сімейний, медичний та гастрономічний. Наприклад, щорічний фестиваль «Моршин смакує» збирає понад 3000 відвідувачів, які знайомляться з місцевими продуктами, кухнею та традиціями. У 2023 році започатковано ініціативу «Зелений маршрут Моршина», що включає екскурсійні тури, пішохідні і велосипедні маршрути, відвідини музеїв, дендропарків і екопунктів. Туристична привабливість також зростає за рахунок

промоції історичної спадщини, зокрема костелу Пресвятої Діви Марії (1912 р.) та курортної архітектури кінця XIX – початку XX ст [3].

Цифровізація управління туристично-рекреаційною сферою також є частиною стратегії громади. У 2023 році було запущено мобільний застосунок «Моршин.Tour», що дозволяє здійснювати онлайн-бронювання процедур, готелів, екскурсій, отримувати путівники та інформацію про події. Станом на кінець 2023 року додаток мав понад 14 тисяч активних користувачів, з яких 72 % залишили позитивні відгуки. Такий цифровий підхід дозволяє не лише покращити сервіс, а й отримувати аналітичні дані для формування ефективної туристичної політики.

Стратегія громади Моршина базується також на принципах партисипативного управління, тобто залучення мешканців до прийняття рішень. Щорічно проводяться стратегічні сесії, круглі столи, опитування громадян, під час яких визначаються пріоритети розвитку туризму. У 2023 році у таких заходах взяли участь понад 120 осіб, серед яких представники санаторно-курортних закладів, готельєри, лікарі, активісти, депутати, освітяни та місцеві мешканці. Це дозволяє не лише формувати стратегію з урахуванням потреб громади, а й зміцнює довіру до місцевої влади [4].

Окремо варто підкреслити роль міжмуніципального співробітництва. Моршин активно розвиває партнерство з містами Словаччини, Польщі та Чехії у сфері медичного туризму. Зокрема, у 2022 році підписано меморандуми про співпрацю з містами-партнерами з Лудзького та Пряшівського воєводства, що передбачають обмін пацієнтами, підвищення кваліфікації персоналу, спільні промокампанії та участь у європейських грантових проєктах. Такі кроки дозволяють інтегрувати Моршин у транснаціональну систему рекреаційних і медичних послуг.

За оцінками департаменту економіки міської ради, у 2023 році місто відвідало понад 52 тисячі туристів, що на 18 % більше, ніж у 2021 році. Більшість гостей приїжджають з Києва, Львова, Тернополя, Івано-Франківська, а також з Польщі, Німеччини та Литви. Загальний обсяг надходжень до місцевого бюджету від туристичного збору становив понад 2,1 млн грн, а сукупний економічний ефект (з урахуванням послуг, торгівлі, транспорту та зайнятості) перевищив 110 млн грн. Прогнозується, що до 2027 року кількість туристів може досягти 70 тисяч осіб на рік, а доходи – понад 150 млн грн. Це вказує на високий потенціал туристичної галузі як чинника розвитку території та підвищення якості життя населення [5].

Таким чином, стратегія громади Моршина у сфері розвитку туризму та рекреації демонструє ефективну модель публічного управління, засновану на поєднанні природного потенціалу, інфраструктурних рішень, цифрових інструментів, громадської участі та міжмуніципального співробітництва. Це дозволяє місту не лише зберігати статус провідного курорту України, а й виходити на нові рівні конкурентоспроможності в європейському рекреаційному просторі.

Список використаних джерел:

1. Олійник Я. Б. Публічне управління в умовах децентралізації: теорія і практика. К. : НАДУ, 2020. 348 с.
2. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України. URL : <https://www.tourism.gov.ua/>
3. Пасічник П. В. Управління розвитком рекреаційного потенціалу регіонів України. Тернопіль : Економічна думка, 2020. 216 с.
4. Плахотнік О. В. Розвиток місцевого туризму як складова стратегії децентралізованого управління. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2022. № 8. С. 27–35.
5. Програма розвитку туризму у Львівській області на 2021–2027 роки. URL : <https://loda.gov.ua/turystychna-strategiya>

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Для успішного розвитку туризму не достатньо тільки економічних, рекреаційних ресурсів, а важливо, мати позитивний туристичний імідж, який приносить стабільний прибуток до територіальної громади та регіону в цілому. Крім цього, формування позитивного туристичного іміджу є ключовим засобом залучення туристів, місцевого економічного розвитку та покращення якості життя населення.

Просування туристичного іміджу територіальних громад серед громадськості, міжнародної спільноти, політиків, підприємців, партнерів та інших стейкхолдерів сприятиме залученню інвестицій, збільшенню впізнаваності території, зміцненню ділових контактів тощо [1]. Насамперед, зазначимо, що існують різні тлумачення поняття «імідж» (англ. image – зображення, образ). Зокрема, Королько В. Г. визначає імідж як штучну імітацію або подання зовнішньої форми певного об'єкта, особи; також це уявлення про людину, товар чи інститут, який цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою пабліситі, реклами або пропаганди [2].

В свою чергу, туристичний імідж територіальної громади – це свідомо сформований образ території, що охоплює ряд таких характеристик, як безпека, комфорт, привабливість, унікальність та інші. Зауважимо, що поняття туристичного іміджу територіальних громад має дві складові: об'єктивну та суб'єктивну [3]. До об'єктивних складових туристичного іміджу території належать наявність конкретних туристичних ресурсів (кількість історичних пам'яток, музеїв, природних заповідників, довжина берегової лінії, кількість пляжів, площа лісів, гірських масивів); статистичні показники (кількість відвіданих туристами об'єктів, кількість місць розміщення (готелів, баз відпочинку) та ін.; характеристики інфраструктури (якість доріг, аеропортів, залізничних вокзалів, кількість ресторанів, кафе, магазинів, мобільний зв'язок, інтернет); екологічні показники (рівень забруднення атмосферного повітря, водойм) [3]. Суб'єктивною складовою туристичного іміджу територіальних громад є персональні враження й досвід туристів, їх спогади, враження, емоції під час перебування на території, загальні уявлення про окремі характеристики території, асоціації, відгуки інших туристів, реклама, поради знайомих тощо.

На нашу думку, потрібно звернути увагу, що суб'єктивний імідж може суттєво відрізнятися від об'єктивної реальності. До прикладу, територія з багатою культурною спадщиною може мати негативний імідж через недостатню безпеку, низьку якість доріг або поганий сервіс (обслуговування в закладах харчування, готелях). Тому управління туристичним іміджем вимагає не лише покращення об'єктивних характеристик, але й формування позитивного сприйняття території у свідомості цільової аудиторії.

Варто зауважити, що процес формування туристичного іміджу територіальної громади є досить складним, на який впливає низка чинників. Відповідно до теорії організації науковці виділяють внутрішні та зовнішні чинники впливу. В контексті нашого дослідження внутрішні чинники туристичного іміджу територіальних громад – це чинники мікрорівня, тобто рівня самої територіальної громади, а зовнішні – макрорівня, рівня регіону або країни в цілому. Так, до внутрішніх чинників відносимо соціальні (сприйняття громади її жителями, трудові ресурси територіальної громади), рекреаційно-туристичний потенціал (як аттрактор туристичного іміджу, а саме: усі туристичні, історичні, культурні та природні ресурси, що приваблюють цільові аудиторії), відкритість територіальної громади (прозорість політики, діяльності влади, а також гостинність жителів громади), безпекові чинники (особливо актуальні в період воєнного стану в Україні та визначають особисту безпеку туристів,

безпеку ведення бізнесу та ін.), спеціалізація регіону (перспективні галузі), туристична інфраструктура (стан доріг, якість зв'язку тощо), якість туристичних послуг та продуктів (якість обслуговування та сервісу), управління розвитком туризму (привабливість інвестиційного клімату, розробка та реалізація стратегії розвитку туризму) [1; 3]. Зі свого боку, зовнішні чинники поділяються на: політичні (загальна політична ситуація в країні, відсутність політичних конфліктів), економічні (рівень інфляції, безробіття, курс національної валюти, платоспроможність туристів), соціальні (якість життя населення країни, менталітет, гастрономічні вподобання, звичаї, традиції), безпекові (рівень безпеки держави), технологічні (розвиток онлайн-бронювання, мобільних додатків та віртуальної реальності), природно-географічні (географічне положення, відсутність природних катастроф, епідемій), вплив лідерів думок та ЗМІ (піар-технології). Не зважаючи на те, що зовнішні чинники знаходяться поза прямим контролем територіальної громади, місцева влада та бізнес повинні адаптуватися до змін та вживати заходів для мінімізації негативного впливу дії цих чинників. Аналіз наукової літератури дозволив виділити також такі види чинників формування туристичного іміджу: негативні, тобто виклики, загрози, небезпеки (застаріла туристична і транспортна інфраструктура; низький рівень комфорту та невідповідність сучасним стандартам, техногенні та екологічні наслідки війни, втрати туристично-рекреаційного потенціалу окупованих територіальних громад, знищення пам'яток культури, релігійних споруд тощо) та чинники позитивної дії (природні туристичні та рекреаційні ресурси, розвиток туристичної інфраструктури тощо) [4; 5; 6].

Таким чином, формування позитивного туристичного іміджу територіальних громад сприятиме зміцненню національної стійкості України, підвищенню престижності громад та покращенню репутації на загальнодержавному та міжнародному рівнях, особливо в період військового стану та повоєнного відновлення.

Список використаних джерел:

1. Теоретичні підходи та моделі формування іміджу територіальної громади: маркетинговий, соціологічний, комунікаційний / Ю. В. Хандога, В. М. Маргітич, Н. М. Сембай, та ін. *Київський економічний науковий журнал*. 2025. Вип. 8. С. 183–191.
2. Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика : підручник. К.: Видавничий дім «Скарби», 2001. 400 с.
3. Стельмах О. А. Чинники, що впливають на формування туристичного іміджу регіону. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2014. Вип. 11. С. 430–435.
4. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2022. Вип. 46. С. 11–15. URL : <https://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/783/754> (дата звернення: 14.04.2025).
5. Моца А., Шевчук С., Середя Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1560> (дата звернення: 14.04.2025).
6. Грищенко С. Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників розвитку в координатах повоєнного відновлення. *Економіка та суспільство*. 2023. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2548> (дата звернення: 14.04.2025).

*Литвинчук Оксана Валеріївна,
кандидатка філософських наук, доцентка,
доцентка кафедри міжнародних відносин і політичного менеджменту
Державного університету «Житомирська політехніка»*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Розвиток туристичного потенціалу регіону та держави суттєво залежить від ефективності державної політики у сфері туризму. Саме через механізми державного регулювання здійснюється цілеспрямований вплив на туристичну галузь, формуються умови для її функціонування та розвитку. Україна посідає одне з провідних місць у Європі за рівнем забезпеченості цінними природними та історико-культурними ресурсами. Туристична індустрія, таким чином, виступає важливим компонентом відновлення економічного потенціалу України та інструментом підвищення добробуту її громадян. Попри наявність унікальних ресурсів, національний туристичний продукт характеризується недостатньою конкурентоспроможністю. Для подолання цього недоліку необхідно модернізувати існуючі підходи до державної політики у сфері туризму.

Теоретико-практичне дослідження напрямків реалізації державної політики у сфері туризму ґрунтується на працях таких науковців, як Г. Балабанов [1], В. Воронкова, А. Гаврилук [2], Я. Любимий, О. Малиновська, К. Манойленко, А. Матвієнко, В. Сайчук, В. Федорченко та ін. Зважаючи на дефіцит комплексних наукових досліджень щодо трансформації механізмів державного управління туристичною галуззю в умовах воєнного стану та майбутньої повоєнної відбудови України, наше дослідження спрямоване на всебічний теоретико-методологічний аналіз функціональних змін у системі регіонального управління туристичним сектором, з урахуванням нових викликів та можливостей, які виникають під час кризових явищ.

Відповідно до Статті 6 Закону України «Про туризм», державне регулювання туристичної галузі спрямоване на досягнення низки стратегічних завдань, серед яких забезпечення доступності туристичних послуг для всіх верств населення, створення сприятливих умов для розвитку індустрії подорожей, охорона природної та культурної спадщини в туристичних регіонах, а також формування позитивного іміджу України на міжнародній арені як привабливої та безпечної країни для туризму [6]. На думку А. Гаврилук, «публічне управління в сфері туризму концептуально розглядається як багаторівнева система впливу держави на господарюючі об'єкти, що забезпечують надання туристичних послуг та здійснюють координацію і сприйняття туризму в глобальному масштабі, узгодження та реалізацію туристичної політики на міжнародному рівні через міжнародні туристичні організації, а на національному і регіональному рівнях – через спеціальні органи влади та туристичні асоціації» [2, с. 12].

Державна політика України в туристичній сфері втілюється через формування та імплементацію ключових стратегічних напрямів, визначення пріоритетів розвитку галузі, встановлення методології класифікації та оцінювання туристичних ресурсів країни, забезпечення їх раціонального використання та збереження, виділення бюджетних коштів на створення й реалізацію державних програм туристичного розвитку, правове регулювання взаємовідносин у туристичному секторі, запровадження стандартів якості туристичних послуг та формування системи статистичної звітності й аналізу. Публічне управління у туристичній галузі базується на застосуванні багаторівневої системи управління та різноманітних механізмів, що включають спеціалізовані інструменти, принципи та технології, які впроваджуються органами влади різних рівнів. Інструментарій державного регулювання структурується відповідно до інституційної ієрархії прийняття управлінських рішень.

Україна закріпила туристичну галузь як стратегічний напрям економічного розвитку держави, що чітко відображено в урядовій програмі «Вектори економічного розвитку – 2030». У цьому документі встановлено амбітну мету для туристичного сектору – піднятися в рейтингу індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму (ТТСІ) з 78-ї до 45-ї позиції до 2030 року та перетворити туризм на ключовий каталізатор соціокультурного й економічного розвитку регіонів країни [3].

Відповідно до стратегічних пріоритетів, частка туристичної галузі у валовому внутрішньому продукті України мала зрости до 10% протягом наступного десятиліття. Додатковою стратегічною ціллю, зафіксованою в урядовій програмі, визначено «стабільне збільшення кількості, якості та конкурентоспроможності туристичних продуктів на всіх рівнях – національному, регіональному та локальному» [3].

Для досягнення поставлених цілей система державного управління туристичною сферою потребувала фундаментальних трансформацій із акцентом на посилення регіонального компоненту, децентралізацію повноважень та створення локальних центрів туристичного розвитку з урахуванням специфіки та потенціалу кожного регіону України. Разом із тим Державне агентство розвитку туризму України (далі – ДАРТ України) було засновано з метою втілення державної політики в туристичній сфері та курортній справі, формування пропозицій щодо її удосконалення, стимулювання розвитку виїзного та внутрішнього туризму, а також проведення категоризації об'єктів туристичної інфраструктури відповідно до чинного законодавства [4].

За період функціонування ДАРТ досяг помітних результатів: успішно реалізував національну маркетингову кампанію «Мандруй Україною» під час пандемії Covid-19, сформував Державну програму розвитку туризму і курортів на період до 2026 року та інтенсифікував співпрацю з регіонами. Упродовж 2020–2021 років ДАРТ України, у тісній взаємодії з професійними туристичними асоціаціями та представниками туристичного бізнесу, розробив комплекс пропозицій щодо модернізації чинного Закону України «Про туризм» [5]. З початком повномасштабного російського вторгнення агентство суттєво переорієнтувало фокус своєї діяльності, сконцентрувавшись на трьох стратегічних напрямках: документуванні через фото та відеофіксацію збитків, завданих індустрії гостинності внаслідок російської агресії, розробці державної програми «Маршрути пам'яті» та інтенсифікації співпраці з провідними міжнародними туристичними організаціями, зокрема з ЮНВТО та Європейською туристичною комісією.

Незважаючи на складні воєнні умови, у 2022 році Україна змогла відновити своє членство в Європейській туристичній комісії та очолити Європейський Комітет Всесвітньої туристської організації (UN Tourism), що стало важливим дипломатичним досягненням та створило передумови для посилення впливу і підвищення статусу України в цих авторитетних міжнародних інституціях туристичної сфери. З початком повномасштабної російської агресії та запровадженням воєнного стану в Україні відбулися суттєві зміни у структурному представленні туристичної галузі в обласних державних адміністраціях. У низці регіонів, зокрема в Київській, Миколаївській, Одеській та Херсонській областях, спеціалізовані структурні підрозділи, відповідальні за імплементацію державної політики у сфері туризму та курортів, зазнали реорганізації шляхом об'єднання з іншими департаментами або були повністю ліквідовані через військові дії та тимчасову окупацію територій, як це сталося в Херсонській області. Водночас у західних областях України – Закарпатській, Івано-Франківській та Львівській – туристичний сектор продовжує функціонувати та розвиватися, залишаючись одним із ключових драйверів економічного зростання цих регіонів. Позитивна динаміка відродження туристичної діяльності спостерігається також у Житомирській, Київській та Вінницькій областях, що формує підґрунтя для оптимістичних прогнозів щодо стрімкого відновлення та розвитку туристичної сфери в післявоєнний період.

Отже, вибір моделі публічного управління туристичною галуззю та ефективність її імплементації в Україні визначається важливістю туризму для національної економіки, історичними й культурними особливостями, а також темпами післявоєнного відновлення держави. Враховуючи міжнародний досвід, критично важливо, щоб держава стимулювала систему взаємодії між різноманітними соціальними групами та окремими громадянами, спрямовану на формулювання цілей і відповідних управлінських рішень та заходів. У цьому контексті необхідною умовою є розробка відповідного інструментарію, що включає форми, методи, принципи та механізми впливу владних структур на туристичну сферу для забезпечення її розвитку. Проведені наукові дослідження формують підґрунтя для подальших науково-практичних розвідок у галузі туризму та розробки механізмів публічного управління.

Список використаних джерел:

1. Балабанов Г. В., Сайчук В. С. Динаміка і структура наукового пошуку в галузі туризму і рекреації в Україні. Київ : НАУ, 2017. 100 с.
2. Гаврилюк А. М. Соціогуманітарні засади формування та реалізації державної політики у сфері туризму в Україні : автореф. дис. д-ра наук з держ. упр. : Київ, 2019. 40 с.
3. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року : Постанова Кабінету Міністрів України від 03.03.2021 р. № 179. URL : <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179> (дата звернення: 18.03.2025).
4. Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму : Постанова Кабінету Міністрів України від 24 грудня 2019 р. № 1162. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1162-2019-%D0%BF#Text> (дата звернення: 18.03.2025).
5. Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про туризм» та деяких інших законодавчих актів щодо основних засад розвитку туризм. URL : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?id=&pf3516=4162&skl=10 (дата звернення: 19.03.2025).
6. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-vp#Text>

Мазур Олександр Олександрович,

аспірант Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА МЕХАНІЗМУ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ УКРАЇНИ

Готельне господарство є невід’ємною частиною індустрії гостинності та відіграє важливу роль у розвитку туризму. Під впливом глобалізаційних та інтеграційних процесів ця сфера постійно еволюціонує, адаптуючись до нових викликів та потреб ринку. Ефективне функціонування готельного бізнесу є показником активізації міжнародного співробітництва та соціально-економічного зростання країни [1]. Водночас готельна індустрія залишається чутливою до змін як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі, що вимагає впровадження інноваційних підходів у публічному управлінні.

Механізм публічного управління готельним господарством України має значний потенціал для стабілізації галузі, можливості адаптувати її до існуючих викликів і стимулювати подальший розвиток. Впровадження інноваційних інструментів, посилення координації та адаптація до безпекових умов є ключовими умовами його ефективності. У перспективі це дозволить не лише відновити готельний сектор після війни, а й зробити його конкурентоспроможним на міжнародному рівні.

На думку вчених механізмом публічного управління є система, яка забезпечує практичну реалізацію функції публічного управління з метою досягнення визначених цілей, яка характеризується власною структурою, методами, важелями, інструментами впливу на об'єкт управління за допомогою відповідного правового та інформаційного забезпечення [2]. Дослідники наголошують, що «забарвлення» механізму державного управління визначає сукупність внутрішніх та зовнішніх чинників, а його складовими елементами є, зокрема, цілі управління, елементи об'єкта та їх зв'язки, на які здійснюється вплив, дії в інтересах досягнення цілей, методи впливу, матеріальні та фінансові ресурси управління, соціальний та організаційний потенціали [3].

В свою чергу, спираючись на глибоке наукове осмислення даної проблематики, пропонуємо механізм публічного управління готельним господарством розуміти як сукупність організаційних, правових, економічних та інформаційних інструментів, які використовуються державними та місцевими органами влади для регулювання, підтримки та розвитку готельної інфраструктури.

Теоретично механізм базується на системному підході, де готельне господарство розглядається як підсистема туризму, що взаємодіє з економічною, соціальною та екологічною сферою, фундаментальними складовими якого є:

- цілі управління, а саме забезпечення якості послуг, підвищення конкурентоспроможності, створення безпечних умов для туристів та ін.;
- суб'єкти – Міністерство культури та стратегічних комунікацій України, Міністерство інфраструктури України, Державне агентство розвитку туризму (далі – ДАРТ), регіональні адміністрації, органи місцевого самоврядування;
- об'єкти – готелі, хостели, гостьові будинки, санаторії та інші об'єкти розміщення;
- інструменти – нормативно-правові акти, економічні стимули, адміністративний контроль, інформаційна підтримка.

Зазначені інструменти впливають на ефективність реалізації механізму публічного управління готельним господарством. Так, серед іншого, нормативно-правове регулювання визначає стандарти якості, безпеки та екологічності готельних послуг. Проте чинні норми, затверджені ще у 1990-х роках, не відповідають сучасним вимогам щодо енергоефективності чи доступності для людей з інвалідністю.

В якості економічних інструментів держава використовує податкові пільги, субсидії та кредити для підтримки готелів. У 2022–2023 роках діяла програма компенсацій для закладів, що приймали внутрішньо переміщених осіб, однак її масштаб був обмеженим. Адміністративні заходи, такі як ліцензування, сертифікація та перевірки є основними формами контролю. Водночас бюрократичні процедури ускладнюють діяльність малих готелів, особливо в сільській місцевості. Інформаційно-комунікаційна підтримка потребує удосконалення за рахунок створення єдиної цифрової платформи, враховуючи значні прогалини в питаннях співпраці та координації між готелями, туристами та владою.

Враховуючи існуючі проблеми і виклики, до яких слушно додати також фінансові обмеження (державний бюджет виділяє на туризм і готельну сферу менше 0,1% видатків), кадрову кризу, відсутність чіткого розподілу функцій між центральною владою та регіонами, безпекові ризики, що стримують інвестування галузі, доцільно стверджувати, що сучасні умови вимагають оновлення механізму публічного управління готельним господарством через впровадження інновацій. В цілому, механізм публічного управління готельним господарством базується на принципах сталості, партнерства та інноваційності. Інноваційна складова передбачає інтеграцію новітніх технологій, гнучких регуляторних інструментів і стратегічного прогнозування в управлінську практику.

Отже, інноваційність механізму публічного управління готельним господарством України полягає, по перше, у цифрових трансформаціях: створенні єдиної платформи «Готелі України» для інтеграції всіх суб'єктів галузі, для моніторингу їх діяльності, аналізу потреб ринку, доступності бронювання та оцінки якості послуг, використанні штучного

інтелекту та мобільних додатків. По-друге, у державній підтримці закладів розміщення, які впроваджують енергоефективні технології, програми утилізації та мінімізації відходів, використання екологічно чистих матеріалів у будівництві та дизайні номерів, концепції «зелених» і «smart» готелів, а також локальних ініціатив через субсидії, освітні програми, пільгові кредити, оподаткування та гранти. По-третє, у розробці безпекових стандартів для закладів розміщення у прифронтових зонах із укриттями, планами евакуації, підтримкою екстрених служб на засадах імплементації міжнародного досвіду країн, які вже мають ефективні протоколи скоординованих дій у кризових ситуаціях.

Список використаних джерел:

1. Кучерява Г. О. Готельна індустрія України в умовах кризи: виклики, тренди, перспективи. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*. Вип. 29, 2024. С. 60–69.
2. Публічне управління : навчальний посібник. О. Ю. Оболенський, С. О. Борисевич, С. М. Коник. Київ : НАДУ, 2018. 76 с.
3. Нижник Н. Р., Машков О. А. Системний підхід в організації державного управління : навчальний посібник / За заг. ред. Н. Р. Нижник. К. : УАДУ, 1998. 160 с.

Поступна Олена Вікторівна,

*докторка наук з державного управління, професорка,
доцентка кафедри менеджменту навчально-наукового інституту управління та безпеки
населення Національного університету цивільного захисту України*

ПРАВОВІ АСПЕКТИ ЗАХИСТУ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Під час війни збереження культурної спадщини є вкрай складним завданням для держав, особливо для тих, на території яких ведуться активні бойові дії. Це питання є вкрай важливими для сучасної України. Згідно з положеннями Гаазької конвенції про охорону культурних цінностей у випадку збройного конфлікту, сторони-учасниці зобов'язуються забезпечити імунітет культурних цінностей, які перебувають під спеціальним захистом та включені до Міжнародного реєстру. Конвенцію спочатку, у 1954 р., підписали 56 держав, а у 1997 р. до неї приєдналось понад 80 держав. Це перша міжнародна угода, що має універсальний характер та яка об'єднує правові норми, що передбачають охорону культурної спадщини на світовому рівні. Прийняття цього правового акту є важливим кроком у розвитку міжнародного права, усвідомленні необхідності збереження культурних цінностей в умовах, коли вдосконалюється військова техніка, нарощуються її кількісні параметри, коли нагромаджується ядерна зброя, що створює глобальну загрозу руйнування і знищення. У Конвенції вперше було визначено об'єкти, що підлягають міжнародній охороні – це культурні цінності, рухомі або нерухомі, незалежно від походження і власника, що мають велике значення для культурної спадщини кожного народу (пам'ятки архітектури, історії та мистецтва, релігійні чи світські, археологічні пам'ятки, рукописи, архіви, колекції, музеї, бібліотеки тощо, а також центри, де зосереджені вказані цінності). Також у документі констатується, що шкода, завдана культур, цінностям певного народу, є шкодою для культур, спадщини всього людства, оскільки кожний етнос робить свій внесок у світову культуру, тож, захист культурних цінностей включає охорону і повагу до них. У цьому контексті договірні сторони зобов'язуються поважати культурні цінності, які знаходяться на їх власній території і на території інших країн; забороняється використання цих цінностей, а також споруд для їх захисту і безпосередньо прилеглих до них ділянок, що може призвести до зруйнування або пошкодження культурних цінностей у разі збройного конфлікту;

недопустимі будь-які ворожі акти, спрямовані проти таких пам'яток. Договірні сторони також зобов'язуються забороняти, відвертати і припиняти акти крадіжок, пограбувань у будь-якій формі, а також різні акти вандалізму. Особи, винні в порушенні Конвенції, повинні притягатися до кримінальної відповідальності. Було прийнято також на конференції в Гаазі Протокол, який забороняє вивезення культур, цінностей з окупованих територій і зобов'язує сторони повернути їх на випадок незаконного переміщення цінностей після припинення воєнних дій. Для позначення культурних цінностей, що перебувають під захистом, Конвенцією встановлено двоколірний (синьо-білий) розпізнавальний знак [2].

Проте, проблема захисту культурних цінностей не є новою для світового суспільства. Впродовж цивілізаційного розвитку ставлення і усвідомлення необхідності захисту культурних цінностей в суспільстві змінювалось – від появи звичаїв, пов'язаних з релігійними заборонами, розуміння необхідності захисту пам'яток окремими особами, до колективного прийняття актів у рамках міжнародного права, встановлення загальноприйнятих норм і правил, що мають виконуватись також і у мирний час. Це, зокрема, маркування нерухомих пам'яток відмітними знаками встановленого зразка, підготовка спеціального персоналу, навчання військових, обмін інформацією та ін. [1]. Питання захисту культурних цінностей у випадку збройних конфліктів загострилось під час двох світових війн на початку та в середині XX ст., але, на жаль, особливо актуальним воно стало на межі XX-XXI ст. та у першій чверті XXI ст., коли у світі відбувається найбільша кількість воєн та збройних конфліктів за останні майже пів століття. Так, станом на початок 2024 р. у світі відбувається понад 120 збройних конфліктів, серед яких 59 воєн. Україна, на жаль, у 2023 р. потрапила у Топ-10 збройних та політичних конфліктів, посівши перше місце за тривалістю, масштабом і кількістю загиблих у війні [3].

Безперечно, одним з важливих питань, серед інших, для України є і питання збереження й захисту цінностей національної культурної спадщини. Україна приєдналась до перелічених вище міжнародних правових документів, а отже, зобов'язалась проводити політику щодо збереження наявних на її території цінностей культурної спадщини. Національне законодавство в сфері охорони культурної спадщини ґрунтується на основних положеннях, визначених у Конституції України, кодексах (земельному, цивільному, кримінальному та про адміністративні порушення), законах (зокрема, Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей» (1999 р.); «Про охорону культурної спадщини» (2000 р.); «Про охорону археологічної спадщини» (2004 р.); «Про перелік пам'яток культурної спадщини, що не підлягають приватизації» (2008 р.); «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України» (2014 р.); «Про компенсацію за пошкодження та знищення окремих категорій об'єктів нерухомого майна внаслідок бойових дій, терористичних актів, диверсій, спричинених збройною агресією РФ проти України, та Державний реєстр майна, пошкодженого та знищеного внаслідок бойових дій, терористичних актів, диверсій, спричинених збройною агресією РФ проти України» (2023 р.)) та підзаконних актів. Усі перелічені правові акти, безумовно, регулюють питання, пов'язані з охороною національної культурної спадщини в Україні, розроблені відповідні заходи, норми, правила, порядки, процедури, інструкції, визначені та затвердженні форми необхідних супровідних документів тощо. Проте, враховуючи досить тривалу й важку війну, розпочату РФ проти України, її спрямованість не лише на знищення державності українського народу, а й на ліквідацію національної ідентичності, забезпечення захисту цінностей нематеріальної культурної спадщини для країни є вкрай актуальним завданням. Український народ буде продовжувати жити доки зберігає власну культурну ідентичність. Тож, для забезпечення додаткового захисту культурної спадщини українського народу в умовах військової агресії потрібно розробити та схвалити, насамперед, національну стратегію охорони нематеріальної культурної спадщини.

Список використаних джерел:

1. Захист культурних цінностей у період збройних конфліктів. *Юридична енциклопедія* : [у 6 т.] / ред. кол.: Ю. С. Шемшученко (відп. ред.) [та ін.]. Київ : «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бжана, 1999. Т. 2: Д-Й. URL: <https://leksika.com.ua/11751009/legal/zahist-kulturnih-tsinnostey-u-period-zbroynih-konfliktiv>.
2. Мельникова І. М. Гаазька конвенція. *Енциклопедія історії України* : Т. 2: Г-Д / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Ін-т історії України. Київ : В-во «Наукова думка». 2024. URL : http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.Gaazka_konvencija.
3. Поступна О. В. Проблеми збереження та захисту нематеріальної культурної спадщини України в умовах військової агресії: публічно-управлінський аспект. *Успіхи і досягнення у науці*. 2025. № 3 (13). С. 576–591.

Сем'ячук Петро Михайлович,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри публічного управління та адміністрування Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ ЗА УМОВ ВІЙНИ І ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Локаційна московитська агресивно-окупаційна війна упродовж 2014–2022 років і повномасштабне вторгнення, що триває з кінця лютого 2022 року по сей день, – внесли істотні корективи в господарювання усіх сфер національного господарства України. Туристична і рекреаційна галузі зазнали серйозних втрат, збитків і змін за роки війни, позаяк величезні території України активного туристично-рекреаційного призначення перебувають в окупації та у зоні бойових дій. Решта українських областей, що перебувають у відносній безпеці, також перебувають у тій чи іншій зоні ризику вогневих ракетно-безпілотних ударів. Саме тому, туристично-рекреаційна сфера потребує державної підтримки.

Роля державної політики й управління туристично-рекреаційною сферою в Україні зводиться до створення цілісного комплексу необхідних безпекових та інших сприятливих умов. Ці важливі заходи повинні сприяти розвитку туристично-рекреаційної сфери і привабити більшу чисельність українських та іноземних туристів і рекреантів. Серед комплексу заходів державної політики в українській туристично-рекреаційній сфері є:

- а) управлінсько-організаційне забезпечення;
- б) допомога у розвитку всіх видів туризму і рекреації;
- в) налагодження ефективного міжнародного співробітництва в руслі забезпечення українському туристично-рекреаційному сектору належного місця у світовому туристично-рекреаційному господарстві;
- г) розробка заходів і впровадження інструментів та важелів інвестиційного, кредитного, фінансового, бюджетного й податкового характеру з метою дієвого регулювання суб'єктами туристично-рекреаційної та готельно-ресторанної сфери;
- г) з'ясування ролі усіх суб'єктів і значимості й послідовності усіх стадій туристично-рекреаційного процесу;
- д) аналіз та удосконалення діючої системи бухгалтерського обліку підприємств галузі туризму, сфери рекреації, готельної і ресторанної справи й формування зведеної звітності на мезоекономічному, регіональному та макроекономічному рівнях;
- е) систематичний нагляд уповноважених органів державної влади за виконанням суб'єктами рекреації, туризму, готельного й ресторанного бізнесу усіх господарсько-фінансових умов, що закріплені чинними нормативно-правовими актами, інструкціями, розпорядженнями, тощо;

е) розробка й удосконалення стандартів вищої освіти та акредитація освітніх програм для фахової підготовки бакалаврів та магістрів, як потенційного кадрового потенціалу для туристично-рекреаційної сфери і готельно-ресторанного господарства.

Ефективність державної політики й управління туристично-рекреаційною сферою в Україні за теперішніх військових дій і послідуочого післявоєнного часу визначатиметься фінансово-господарською та соціальною результативністю маркетингової лінії на тривалий період за участю державно-приватного партнерства. Реальним свідченням цього буде досягнення таких цілей:

а) рентабельність на рівні нормального прибутку підприємств туристичної галузі, рекреаційної сфери, готельного бізнесу, ресторанної справи;

б) налагоджена тривала співпраця суб'єктів туристично-рекреаційної і готельно-ресторанної галузей із фізичними та юридичними особами суміжних сфер, що формує стійкий і цілісний комплекс та процес організації якісного багатогранного відпочинку й відновлення здоров'я українських та іноземних туристів і рекреантів;

в) збільшення рівня зайнятості, поліпшення добробуту населення, зниження соціальної напруги шляхом ефекту мультиплікатора, що виникне внаслідок досягнення двох вищевказаних цілей;

г) позитивна динаміка зацікавленості населення України й іноземних громадян українськими туристично-рекреаційними послугами та українськими туристично-рекреаційними пакетами й турами;

г) закріплення за кожним регіоном України позитивної туристично-рекреаційної репутації внаслідок формування в кожному українському регіоні цікавих туристично-рекреаційних локацій за рахунок місцевих природних і лікувальних ресурсів, історичних і культурних об'єктів, традицій та обрядів. Таким чином, в Україні буде досягнуто збалансованості ринку туристично-рекреаційних послуг й активізації внутрішнього туризму і рекреації;

д) щорічне збільшення частки оновлення основного капіталу закладів туристично-рекреаційної галузі й готельно-ресторанної справи. Така мікродинаміка в розрізі кожного з суб'єктів дозволить оптимізувати середні валові витрати (собівартість) основної та супутньої туристично-рекреаційної продукції й ефективно розрахувати місткість бажаючих відновити здоров'я та відпочити з урахуванням норм рекреаційного навантаження;

е) поживлення інвестиційної зацікавленості українською туристично-рекреаційною сферою з боку українського та іноземного капіталу, що дозволить підвищити ресурсозабезпеченість, а відтак і якість туристично-рекреаційного й готельно-ресторанного обслуговування;

є) збільшення частки міського і сільського населення України, яка користується послугами вітчизняної туристично-рекреаційної сфери. Це є свідченням підвищення рівня доступності туристично-рекреаційних послуг українського виробництва для сільського й міського населення, а також його туристично-рекреаційної культури;

ж) регулярне сприяння пільговим соціальним категоріям населення України у задоволенні їхніх туристично-рекреаційних потреб;

з) неухильне дотримання заходів безпеки на рівні безумовних рефлексів усіма учасниками туристично-рекреаційного й готельно-ресторанного «ланцюга».

Список використаних джерел:

1. Бірюкова Ю. А. Розвиток туристичного готельного бізнесу в рамках моделі державно-приватного партнерства. *Ефективна економіка*. 2021. № 6. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8985>

2. Близнюк А. С. Інституційно-організаційні засади формування механізму державного управління розвитком рекреаційної галузі в Україні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2019. № 1. URL : http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/1_2019/30.pdf

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ І ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Одинадцятирічна військово-окупаційна московитська агресія здійснила вкрай негативний вплив на здоров'я Української нації та на туристично-рекреаційний потенціал нашої держави. Саме тому, важливою є державна політика поточного і фундаментального відновлення як туристично-рекреаційної сфери, загалом, так і її лікувально-оздоровчого напрямку, зокрема.

В першу чергу, державна політика й управління туристичною і рекреаційною галузями в Україні, загалом, та лікувально-оздоровчого туризму, зокрема, має суцільно юридичний характер і нормативно-правове підґрунтя. Так, українська рекреаційна діяльність, в основу якої закладено лікувально-оздоровчий туризм, закріплена Законом України «Про курорти», Положенням «Про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України» і Стратегією розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Українська туристична сфера функціонує в рамках Закону України «Про туризм». Позаяк заклади готельного, ресторанного і готельно-ресторанного господарства є важливою інфраструктурною компонентою ефективного та якісного функціонування туристично-рекреаційного сектору України, в тому числі й лікувально-оздоровчого туризму, – формою державної політики в цьому руслі є Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» щодо розширення кола суб'єктів надання готельних послуг» і Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України «Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства». Заразом, не менш вагомим нормативно-правовими актами сприяння і регулювання діяльності туристичної галузі, рекреаційної сфери й готельно-ресторанної справи є Конституція України і Положення «Про Державне агентство розвитку туризму України». Прямую та опосередковану дію на засади господарювання українських підприємств туризму, рекреації, готельного бізнесу, ресторанної справи й готельно-ресторанного господарювання є Господарський і Цивільний Кодекси України, а також Закони України «Про засади державної регіональної політики» і «Про державно-приватне партнерство».

Медична система української туристично-рекреаційної галузі повинна, в першу чергу для військовослужбовців (особливо поранених) і їхніх родин (особливо тих, члени яких загинули, зникли безвісти, перебувають у полоні, поранені), забезпечити одночасну реалізацію трьох складових:

- а) якість надання діагностичних, профілактичних, оздоровчих, лікувальних і реабілітаційних послуг санаторно-курортними й іншими рекреаційними закладами;
- б) фізична доступність для населення України, в першу чергу вищезазначених категорій, до закладів, що забезпечують розвиток лікувально-оздоровчого туризму;
- в) фінансова доступність в отриманні лікувально-оздоровчих послуг для українського населення.

Реалізація цих трьох завдань за умови ведення активних бойових дій, окрім зусиль приватного сектора, також потребує активної державної підтримки на місцевому, регіональному й національному рівнях. Саме органи публічного управління повинні поставити в коло пріоритетних завдань розвиток лікувально-оздоровчого туризму.

В першу чергу варто забезпечити якісну підготовку фахівців медичної сфери, надаючи освітнім медичним програмам можливість використовувати передову матеріально-технічну й технологічну базу. Відтак, усі діагностичні, оздоровчі, лікувальні, профілактичні та реабілітаційні установи, центри, організації і заклади в Україні повинні бути якісно

переобладнані під здобуті компетентності й досягнені програмні результати під час навчання за освітніми медичними програмами.

Таким чином, оздоровчо-лікувальна національна політика, загалом, та оздоровчо-лікувальний туризм України, зокрема, повинні бути комплексними в руслі оновлення та зміцнення якісних характеристик. Актуальність високорозвиненої медицини в Україні загострюється великою чисельністю поранених за період ведення військових дій в Україні внаслідок московитської окупаційної агресії. Українська медицина, в тому числі й оздоровчо-лікувальна туристична, повинна бути ефективною та популярною, в першу чергу, для українського населення.

Враховуючи теперішнє ведення активних бойових дій, українські публічні органи управління повинні активізувати дипломатичну діяльність у всіх країнах Світу на всіх рівнях. Співпраця у медичній сфері повинна бути однією з пріоритетних на рівні з військовим співробітництвом.

Разом із тим, державна політика й управління у сфері лікувально-оздоровчого туризму за умов війни і повоєнного відновлення повинна зводитися до комплексної реалізації цілої низки заходів нормативно-правового, фінансово-інвестиційного, проєктно-маркетингового, матеріально-ресурсного, екологічного та безпекового характеру. Це, у свою чергу, дозволить ефективно використовувати увесь туристично-рекреаційний потенціал України й істотно покращити динаміку внутрішнього та в'їзного лікувально-оздоровчого туризму і рекреації з усіма позитивними фінансово-репутаційними наслідками для України та її регіонів.

Таким чином, запропонований комплексний підхід органів публічного управління до реалізації політики лікувально-оздоровчого туризму в Україні у період воєнного стану та повоєнного відновлення є одним з перспективних напрямів зміцнення здоров'я та покращення кількісно-якісних параметрів людського потенціалу нашої держави.

Список використаних джерел:

1. Бірюкова Ю. А. Розвиток туристичного готельного бізнесу в рамках моделі державно-приватного партнерства. *Ефективна економіка*. 2021. № 6. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8985>
2. Близнюк А. С. Інституційно-організаційні засади формування механізму державного управління розвитком рекреаційної галузі в Україні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2019. № 1. URL : http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/1_2019/30.pdf

Ярошович Володимир Іванович,

*доктор філософії з публічного управління та адміністрування,
старший викладач кафедри публічного управління та адміністрування*

*Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій
імені С. З. Гжицького*

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА У РЕАЛІЗАЦІЇ МАСШТАБНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРОЄКТІВ

Державно-приватне партнерство є одним із ключових інструментів у розвитку інфраструктури та економічного потенціалу країни, особливо в умовах соціально-економічних викликів. В Україні, після початку війни, туризм зазнав серйозних змін, і важливим фактором відновлення стало залучення приватних інвестицій через механізми державно-приватного партнерства. Завдяки цьому відновлюються не лише туристичні зони, а й створюються нові можливості для бізнесу та розвитку територій.

Ефективність реалізації масштабних туристичних проєктів у рамках державно-приватне партнерства є важливим фактором для стабільності туристичної галузі в Україні, оскільки таке партнерство дозволяє поєднати ресурси держави та бізнесу для досягнення спільних цілей. В умовах сучасних глобальних і локальних викликів, таких як війна та економічна нестабільність, успіх великих проєктів багато в чому залежить від правильно організованих партнерських відносин.

Одним із найбільш перспективних напрямків використання Державно-приватного партнерства є відновлення туристичної інфраструктури на постраждалих територіях України. В умовах війни багато туристичних зон зазнали значних пошкоджень, і для їх швидкого відновлення необхідні значні інвестиції [1]. Завдяки партнерству з приватними інвесторами, державні програми можуть отримати додаткове фінансування для відновлення інфраструктури, що дозволяє оперативніше відновлювати курорти та туристичні комплекси, створюючи нові робочі місця та сприяючи розвитку місцевої економіки.

Одним з успішних прикладів є розвиток еко-туризму через державно-приватне партнерство. Україна має великий потенціал для розвитку екологічного туризму, особливо в гірських та природних зонах. Створення нових екологічних маршрутів та туристичних зон з використанням державно-приватного партнерства дозволяє створити сучасну інфраструктуру, відповідну міжнародним стандартам, при цьому забезпечуючи збереження природних ресурсів і сталий розвиток [3]. Для бізнесу участь у таких проєктах є вигідною завдяки державним пільгам та підтримці в інфраструктурних питаннях. Значним вкладом у розвиток туризму також є інвестиції в культурний туризм, зокрема у реставрацію та збереження культурних пам'яток. Завдяки такій співпраці, стало можливим залучення значних коштів для відновлення історичних об'єктів, що сприяє розвитку культурного туризму та залученню туристів до історичних регіонів. Це дозволяє не тільки зберегти культурну спадщину, але й сприяти розвитку малих та середніх підприємств у цих регіонах.

Державно-приватне партнерство допомагає Україні зміцнити свою позицію на міжнародному туристичному ринку. Іноземні інвестори, маючи державні гарантії та прозорість процесів, готові вкладати в інфраструктуру, що відкриває нові можливості для розвитку туризму. Це не лише залучає додаткові фінансові потоки, а й сприяє створенню висококваліфікованих робочих місць, розвитку місцевих громад та підвищенню конкурентоспроможності туристичних послуг. Додатково, залучення приватних інвесторів до інфраструктурних проєктів дає змогу державі оптимізувати витрати та ефективніше управляти туристичними активами. Приватний сектор забезпечує інноваційний підхід до розвитку, покращення стандартів обслуговування та оптимізацію управлінських процесів, що призводить до підвищення якості туристичних послуг. Не менш важливим є інтеграція цифрових технологій у сферу туризму через державно-приватне партнерство. Впровадження інноваційних технологій, таких як розумні туристичні додатки та онлайн-платформи для бронювання, значно покращує користувацький досвід і дозволяє залучити нові категорії туристів. Державна підтримка цифрових інвестицій та співпраця з технологічними компаніями дозволяє створювати інфраструктуру, яка не тільки відповідає сучасним вимогам, але й підтримує сталий розвиток галузі на довгострокову перспективу. Ще одним важливим аспектом є підтримка розвитку сільського туризму через механізми державно-приватного партнерства. Сільські території України мають значний потенціал для розвитку туризму, який може стати важливою складовою економічного розвитку в цих регіонах [2]. Інвестуючи у сільський туризм через партнерство, можна створити нові робочі місця, зберегти традиції та культурну спадщину, а також підвищити рівень життя місцевого населення, що в свою чергу сприяє розвитку всієї економічної системи в цілому.

Державно-приватне партнерство є ефективним механізмом для відновлення та розвитку туристичної інфраструктури України, зокрема в постконфліктних регіонах. Воно дозволяє залучати інвестиції, забезпечувати сталий розвиток та збереження природних і культурних ресурсів, а також створювати нові робочі місця.

Водночас, для досягнення максимального ефекту важливо створити чіткі механізми контролю та моніторингу реалізації проєктів, забезпечити прозорість усіх процесів та врахувати інтереси всіх учасників. Це дозволить максимально ефективно використовувати потенціал державно-приватного партнерства для розвитку туристичної галузі та стимулювання економічного зростання в Україні.

Список використаних джерел:

1. Мартинова Н. С., Назаренко О. В. Особливості розвитку форм державно-приватного партнерства в індустрії туризму в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2020. № 3–4 (74–75). С. 190–204.
2. Нездоймінов С. Г., Александрочкіна П. О. Державно-приватне партнерство як вектор розвитку регіонального туризму. *Туризм як чинник регіонального розвитку*: матеріали науково-практичної конференції. Одеса: ТурЛіб, 2022. С. 88–95.
3. Смирнов Є. В., Шевченко І. В. Державно-приватне партнерство як інструмент антикризового сценарію розвитку туризму в Україні. *Вісник економіки та менеджменту*. 2021. № 3. С. 25–33.

Ivanova Roksolana,

Candidate of Law Sciences, Associate Professor, Professor of Department of Internal and European Law of Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law

PUBLIC GOVERNANCE AND LEGAL REGULATION IN THE FIELD OF TOURISM AND RECREATION: THE ROLE OF INTERNATIONAL FINANCIAL ORGANIZATIONS

The growth of tourism and recreation relies heavily on both public authority and juridical action on national and supranational levels. International financial organizations (IFOs) constitute some of the most important actors in formulating policies, funding activities, establishing and providing the legal context for the encouragement of sustainable tourism. This paper analyzes the influence of IFOs on the legislation of the tourism industry.

The Logistic of International Financial Organizations IMF, World Bank, and EBRD are key-IFOS which influence the direction of tourism and recreation through financing and legislation. The promotion of protective regulatory policies directed at sustainable economic development and ecological preservation in tourism dependent countries is what these organizations seek to achieve.

IMF Supports macroeconomic stability, which indirectly affects investment within the tourism industry. World Bank Offers loans and technical aid in the implementation of tourism related infrastructural works. EBRD Facilitates private sector investment in tourism and encourages the liberalization of tourism policy.

Tourism Administrative Law in the Context of International Relations The law which is usually proposed by the IFOs are likely to meet the requirements of UN standards like the ones from the United Nations World Tourism Organization (UNWTO). These include: Sustainable tourism policies with environmental and cultural conservation criteria. Achieving accountability and financial clarity in tourism investments. Setting up public-private partnerships to foster tourism development.

By and large, and in conjunction with the positive inputs from IFOs, issues due to national legal constraints, political instability, and economic barriers continue to prevent the implementation of regulatory recommendations. The future relations between international organizations and national governments should concentrate on enhancing legal flexibility, increasing oversight, and advancing boundary systems in tourism management.

The role of international financial organizations in the tourism sector goes beyond offering financial aid and instituting regulatory conditions. Increased collaboration between IFOs and national governments will be required to put into place more enabling regulations to enhance sustainable tourism development.

International organizations provide funding and set goals which, in turn, the tourism industry serves to achieve. This goes beyond economic support as policy alignment and legal standardization is incentivized. Through International Financial Organizations (IFOs), nations receive the necessary guidance for policymaking, which so often lacks at the national level. Such legal frameworks are particularly highly developed because they are set by countries competing to receive investments and ensure the sustainability of tourism and as such require transparency to uphold.

It is also necessary for collaboration between national governments and IFOs to achieve legal compliance at different jurisdictional levels. IFOs recommendations need to be transformed into domestic law to achieve tourism policies which meet the greatest standard. Moreover, the private sector, civil society and other non-governmental stakeholders need to be harnessed in decision-making processes for better governance of tourism.

Focusing on support from IFOs allows a country to create legal infrastructure for sustainable and holistic tourism development. For this to be accomplished, continuity is vital in appealing the law to the challenges posed by modernization and globalization like digitalization, climate change, and economic shifts so that tourism can remain the driving force for economic development and intercultural relations.

Literature:

1. International Tourism and Development. United Nations World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org/>
2. International Monetary Fund. Tourism and Economic Stability. IMF Reports, 2023.
3. World Bank. Tourism for Development: Financial and Legal Perspectives. *World Bank Publications*, 2022.

Lastovska Snishana,

a bachelor's degree student of Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law

ADMINISTRATIVE AND LEGAL REGULATION AND STATE MANAGEMENT OF THE TOURISM SECTOR IN UKRAINE

Tourism is an important component of Ukraine's economy, contributing to job creation, attracting foreign investments, and fostering regional development. State governance and administrative-legal regulation of this sector are essential for ensuring the sustainable development of tourism, guaranteeing tourist safety, preserving cultural heritage, and protecting natural resources.

Tourist activities in Ukraine are regulated by a system of legislative and regulatory acts that define the legal, economic, social, and organizational foundations of the tourism sector. The central legislative act is the Law of Ukraine «On Tourism», which establishes the key principles of state policy in tourism, including ensuring citizens' rights to leisure, creating favorable conditions for tourism development, forming a positive image of Ukraine as a tourist destination, and guaranteeing the safety of tourism services [1, p. 84].

The Constitution of Ukraine enshrines a number of norms that directly or indirectly affect the tourism sector. In particular, Article 45 guarantees the right to rest, while Article 33 provides for freedom of movement and the right to freely choose a place of residence. The state also promotes

cultural development and the protection of historical and cultural heritage, as stipulated in Article 54, which is a crucial aspect of tourism activities [1, p. 84].

The Commercial Code of Ukraine regulates the activities of tourism enterprises, defines the legal forms of business organization in the tourism sector, and establishes general rules for conducting business activities in this area. The Civil Code of Ukraine governs contractual relations between tourists and tour operators, defining the obligations of the parties, the conditions for service provision, and the procedure for compensation in case of improper contract fulfillment. The Code of Ukraine on Administrative Offenses contains provisions regarding liability for violations of tourism legislation, including the provision of low-quality services and breaches of safety regulations. The Tax Code of Ukraine defines the specifics of taxation in the tourism sector, including the tourist tax, which is an important source of local budget revenues [1, p. 85].

In addition to fundamental legislative acts, the tourism sector is also regulated by special laws and subordinate acts. The Laws of Ukraine «On Environmental Protection», «On the Protection of Cultural Heritage», and «On Licensing of Certain Types of Economic Activities» establish requirements for ecological safety, the preservation of tourism resources, and the licensing procedures for tour operators. The resolutions of the Cabinet of Ministers of Ukraine and the orders of relevant ministries regulate the certification of hotels, tourism safety requirements, and the rules for providing tourism services [2, p. 55].

Tourism management in Ukraine is carried out by state authorities at various levels. The Cabinet of Ministers of Ukraine determines state policy in the field of tourism, develops development strategies, and approves regulatory acts. The Ministry of Economy of Ukraine (Department of Tourism and Resorts) is responsible for implementing state policy in tourism, developing development programs, and overseeing the activities of tour operators. Regional, district, and municipal authorities manage tourism at the local level, support infrastructure development, and attract investments. The State Agency for Tourism Development of Ukraine implements state programs for tourism support and coordinates interaction between public and private entities [2, p. 56].

State policy focuses on developing tourism infrastructure, constructing and modernizing hotels, transportation routes, and tourist centers. Priorities include enhancing tourist safety, monitoring the quality of tourism services, and ensuring compliance with sanitary regulations. A key role is played by the promotion of Ukraine's tourism potential through participation in international exhibitions, advertising campaigns, and branding the country as a tourist destination. The digitalization of the tourism sector includes the creation of online platforms for tour bookings, electronic visas, and digital tourist maps. In the field of ecological and sustainable tourism, programs are being implemented to preserve natural and cultural sites. Special attention is given to developing human resources through education, training, and professional development of tourism industry specialists [3, p. 70].

Despite the potential for tourism development in Ukraine, several challenges hinder its growth. These include instability in the legal framework and inefficiencies in regulatory mechanisms, insufficient funding for state tourism development programs, the absence of a unified tourism statistics system, weak integration of Ukraine into international tourism networks, and security concerns related to military actions and political instability [3, p. 71].

Thus, state governance and administrative-legal regulation of the tourism sector in Ukraine play a key role in its development. Improving legislation, strengthening state control, implementing modern technologies and international standards will contribute to the growth of the industry. It is also crucial to attract investments, improve infrastructure, and promote Ukraine's tourism opportunities both nationally and internationally.

Literature:

1. Sarkisian H. Some Aspects of Tourism Industry Regulation in the Region. *Business Inform.* 2020. No. 8, pp. 83–87. URL : <https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/2210/1/Sarkisian.pdf>.
2. Todierishko E. Domestic and Foreign Experience in Managing a Tourism Enterprise Based on the Spatial Routing Model. *Investments: Practice and Experience.* 2021. No. 20, pp. 52–57. URL : <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7651&i=8>.
3. Yavorskyi R. Features of Administrative and Legal Means of Regulation of Tourism and Recreational Activities. *Scientific Notes of V. I. Vernadsky TNU. Series: Legal Sciences.* Vol. 35 (74), No. 2, 2024, pp. 63–74. URL: https://juris.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/2_2024/12.pdf

Nianko Valeriia,

*a bachelor's degree student at the Faculty of Law
of Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law*

LEGAL RISKS OF RUNNING A TOURISM BUSINESS: WAYS TO MINIMIZE THEM

The tourism sector is one of the most dynamic industries in the economy, playing a crucial role in the development of both national and international markets. At the same time, the tourism business is significantly influenced by changes in legislation, international regulations, and economic factors. Increasing globalization, the digitalization of services, and the strengthening of consumer protection regulations create new challenges for tourism companies. They must adapt to modern legal conditions to maintain their competitiveness and ensure stable development. Failure to consider legal risks may lead to financial losses, reputational threats, and operational restrictions. Therefore, the issue of legal regulation in the tourism industry is highly relevant for ensuring the stable and efficient operation of the sector.

Tour operators face numerous legal risks that can affect their financial stability, reputation, and competitiveness. To operate successfully, they must comply with legal requirements, adapt to the legal norms of different countries, and implement effective compliance programs.

One of the key challenges for the tourism business is ensuring consumer rights, as clients may file complaints regarding service quality, non-compliance with advertised conditions, changes in travel routes, or lack of sufficient information. Tourism companies must ensure contract transparency, provide detailed service descriptions, and establish clear cancellation and modification policies. Minimizing this risk requires improving the contractual framework, clearly defining the rights and responsibilities of all parties, maintaining high service standards, and developing an effective complaint resolution system [1, p. 138].

Changes in travel conditions or tour cancellations may lead to financial claims from clients. This is particularly relevant in cases of force majeure, such as pandemics, military conflicts, natural disasters, or political instability. To avoid legal issues, tourism companies should clearly outline in contracts the conditions for refunds, travel rescheduling options, and insurance coverage for potential losses. Additionally, it is important to promptly inform clients about any changes to minimize legal disputes [1, p. 138].

The tourism industry processes vast amounts of personal customer data, including names, contact details, payment information, and passport data. Non-compliance with data protection regulations may result in data breaches, financial penalties, and reputational damage. This is especially critical in the context of the General Data Protection Regulation (GDPR) in the EU and similar laws in other countries. Tourism companies should implement modern security systems, conduct regular data protection audits, and train staff in privacy policies [1, p. 139].

Legal requirements for tourism activities can vary significantly across different countries. Tour operators and agencies must obtain licenses, comply with service provision regulations, and secure the necessary permits for conducting business. Non-compliance with these requirements may result in fines, business suspension, or legal action. Risk prevention includes systematic monitoring of legislative changes, legal support for businesses, and timely renewal of licenses and certificates [2, p. 201].

Violations of antitrust laws, such as collusion with competitors, unfair competition, or price manipulation, can have serious legal consequences. To avoid legal problems, tourism companies must adhere to fair competition principles, avoid anti-competitive practices, conduct regular market analysis, and implement corporate fair competition policies [2, p. 203].

Tourism companies often collaborate with international partners, which requires considering differences in national legislation. This applies to contracts with hotels, transportation companies, and insurance organizations. Ignoring legal nuances may lead to disputes and financial losses. Minimizing risks includes adhering to international contract law standards, involving international legal experts, and incorporating arbitration clauses in contracts [2, p. 206].

Tax obligations for tourism companies depend on the jurisdiction in which they operate. Failure to comply with tax laws may result in financial sanctions, asset freezes, or legal proceedings. Tourism companies should work with tax consultants, make timely tax payments, and comply with customs regulations when organizing international travel [3, p. 66]. The growing emphasis on business transparency requires adherence to international integrity standards. Violations of anti-corruption laws or unethical behavior may lead to sanctions and loss of client trust. To minimize risks, companies should develop anti-corruption policies, implement internal control mechanisms, and train employees on legal compliance norms [3, p. 66]. Competitors may illegally use unique tourism routes, logos, brands, or marketing materials of tourism firms, causing financial damage. To protect intellectual property, companies should register trademarks, copyrights, and sign non-disclosure agreements for commercial information [3, p. 68].

Thus, effective legal risk management in the tourism sector is possible through the development of clear internal policies, legal expertise in contracts, regular monitoring of legislation, and the implementation of modern data protection technologies. Establishing mechanisms for alternative dispute resolution, developing crisis strategies, and implementing ethical business practices are also crucial. Such an approach will help minimize potential threats and ensure the stable development of the industry.

Literature:

1. Dmytrova Yu., Tkachov M. Legal Issues of the Tourism Business and Ways to Solve Them. *Marketing and Organizational Mechanisms for the Post-War Development of Ukraine's Hospitality and Tourism Industry: Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference* (November 26-27, 2024), 2024. pp. 137–139. URL : <https://drive.google.com/file/d/1q0yUQiZayzS9Z5po8-pZDYEw14BbrB9e/view> (date of access: 04.02.2025).

2. Mamotenko D., Bezkhlibna A., Hres-Yevreinova S. V. *Risks and Economic Security of Tourist Enterprises: A Textbook*. Zaporizhzhia: NU «Zaporizhzhia Polytechnic», 2022. 244 p.

3. Pysarevskyi I., Steshenko O. *Risk Management in Tourism: A Textbook for Higher Educational Institutions*. Kharkiv National University of Urban Economy. Kharkiv : KhNUMG named after O. M. Beketov, 2017. 128 p.

СЕКЦІЯ 2

Міжнародне співробітництво у сфері туризму і рекреації

Войтюк Олена Степанівна,

*докторка філософії з історії та археології, старша викладачка кафедри міжнародних відносин і політичного менеджменту Державного університету
«Житомирська політехніка»,*

Кудінова Єлізавета Владиславівна,

*здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні
Державного університету «Житомирська політехніка»*

МІЖНАРОДНІ ІНСТИТУЦІЇ ТА МІЖДЕРЖАВНА СПІВПРАЦЯ У РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Актуальність наукової розвідки зумовлена тим, що в умовах глобалізації міжнародні туристичні організації відіграють провідну роль у формуванні стратегій сталого розвитку, безпеки та регулювання туристичних потоків. Водночас, їхня діяльність сприяє не лише зміцненню міждержавної співпраці, а й економічному зростанню. З огляду на сучасні екологічні, соціальні й економічні виклики особливого значення набуває глобальна взаємодія країн у впровадженні принципів сталого туризму. Це сприятиме обміну найкращими міжнародними практиками, координації стратегій, формуванню єдиних стандартів та забезпеченню довгострокової стабільності туристично-рекреаційного сектору.

Згідно з висновками Всесвітньої ради подорожей і туризму (WTTC) світовий туризм визнано найбільшою індустрією у світовій економіці. Він є значущим чинником цивілізаційного поступу. Формування і зростання туристично-рекреаційного сектору як важливої складової національної економіки сприяє розширенню зайнятості, підвищенню конкурентного потенціалу держави та її окремих регіонів. Його ефективне функціонування безпосередньо впливає на розвиток суміжних галузей – аграрного сектору, торгівлі, будівництва, зв'язку, транспорту, виробництва споживчих товарів тощо. Це визначає соціально-економічний рівень суспільства та якість життя населення. Міжнародна практика засвідчує високий економічний потенціал рекреації. Зі свого боку, відсутність міжнародного термінологічного стандарту, а також чіткої нормативно-правової бази в Україні, ускладнює систематизацію рекреаційної діяльності. Вона в нашій державі розглядалася як другорядна порівняно з промисловістю та сільським господарством [1, с. 6–7; 81].

ВУЕ визначає рекреацію як діяльність, яку спрямовано на відпочинок, оздоровлення та культурне дозвілля поза постійним місцем проживання, здебільшого у спеціально облаштованих природних територіях з відповідною інфраструктурою. До рекреаційної системи України входять, зокрема курортні зони Буковеля, Моршина, Східниці, Трускавця, Миргорода, а до європейської системи рекреації – мережа міст-курортів в Австрії, Чехії, Франції, Німеччині, Італії. Слід зазначити, що 11 курортних міст Європи є транснаціональними об'єктами всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [2].

Розвиток туристично-рекреаційної індустрії перебуває у сфері відповідальності як національних урядів (профільні міністерства туризму), так і міжнародних організацій. Насамперед, це: ООН (UN), ЮНВТО (UNWTO, Всесвітня туристична організація), ОЕСР (OECD, Організація економічного співробітництва і розвитку), ВРПТ (WTTC, Всесвітня рада подорожей і туризму) та ВАПДВ (WLRA, Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку). У їхніх звітах окреслено ключові напрями розвитку туристично-рекреаційної

галузі, а послуги, які пов'язано з туризмом, виокремлено у класифікації послуг системи GATS, публікаціях UNCTAD, Класифікації торгівлі послугами OECD та EUROSTAT. У більшості країн світу уряд і державні органи активно залучені до фінансування й підтримки розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури [1, с. 29].

Міжнародна організація передбачає участь щонайменше трьох держав, що забезпечує колективне вирішення визначених завдань із повагою до суверенітету та невтручання у внутрішні справи усіх держав-членів такої організації. Ефективне міжнародне регулювання в галузі туризму ґрунтується на сприйнятті всіма учасниками спільно визначених правил і міжнародних заходів, які спрямовано на досягнення цілей його сталого розвитку. До інституцій, які сприяють розвитку міжнародного туризму, належать, зокрема ЕКОСОП (Економічна і Соціальна Рада ООН), ВООЗ (Всесвітня організація охорони здоров'я), МОП (Міжнародна організація праці), СОТ (Світова організація торгівлі), МБРР (Міжнародний банк реконструкції і розвитку), ЮНЕСКО (Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури), ВМО (Всесвітня метеорологічна організація), та інші спеціалізовані структури системи ООН. Нині однією з найпоширеніших форм міжнародної туристичної співпраці є асоціації, які на добровільних засадах об'єднують національні організації, професійні спілки, суб'єктів туристичної індустрії та фізичних осіб з метою реалізації спільних завдань у галузі туризму. Зокрема, UFTAA (Всесвітня федерація асоціацій туристських агентств), яка утворена у 1966 р. шляхом об'єднання двох міжнародних структур (МФТА та ВОАТА). Вона об'єднує 76 національних організацій та понад 1400 індивідуальних учасників, які представляють інтереси понад 30000 туристичних агентств у 80 країнах світу. В Україні функції центрального органу виконавчої влади у галузі туризму виконує ДАРТ (Державне агентство розвитку туризму), яке також відповідає за співробітництво з UNWTO. Україна є членом Виконавчої ради цієї організації, бере участь у міжнародних ініціативах, зокрема у проєкті «Туризм по великому шовковому шляху», а також організовує міжнародні семінари з актуальних питань світового й українського туризму за підтримки UNWTO. [3, с. 48-50].

Динаміка розвитку міжнародної туристичної індустрії зазнала змін під впливом безперервних глобальних і регіональних трансформацій. Вона посідає важливе місце у системі міжнародних економічних відносин і впливає на розвиток суміжних галузевих секторів. Сучасні глобальні кризи, зокрема COVID-19 та збройна агресія росії проти України, суттєво змінили динаміку європейського та міжнародного туризму. Водночас вони розширили можливості для цифровізації, персоналізації послуг та розширення туристичних напрямів [4].

Отже, в умовах зростаючих викликів сьогодення, інтеграція принципів сталого розвитку в діяльність міжнародних туристичних організацій є необхідною умовою збереження культурної і природної спадщини країн. Міжнародна співпраця у цій галузі сприяє збільшенню туристичних потоків та відповідальному ставленню до ресурсів і покращенню інфраструктури, а також забезпечує довготривалий соціально-економічний ефект у глобальному туристичному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Павліха Н. В., Цимбалюк І. О., Савчук А. Ю. Сталий розвиток туризму та рекреації: сучасні виклики й перспективи для України: монографія, 2022. Луцьк : Вежа-Друк. Електронне видання (CD-ROM). URL : <https://surl.li/fdxgqh>.
2. Рекреація / Велика українська енциклопедія. URL : <https://surl.li/zmywdq>
3. Чепурда Г. М., Старинець О. А., Шестель О. Г. Міжнародні туристичні організації та їх роль в розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. № 1. С. 46–56. URL: <https://surl.li/spgzrn>.

4. Arlou Stanislau. International Tourism And Recreation Development Trends In 2022: New Tourism Trends. *Journal of Pharmaceutical Negative Results*. 2022. pp. 3426–3431. URL: <https://www.pnrjournal.com/index.php/home/article/view/4105>.

Войтюк Олена Степанівна,

докторка філософії з історії та археології, старша викладачка кафедри міжнародних відносин і політичного менеджменту

Державного університету «Житомирська політехніка»,

Нестеренко Інна Анатоліївна,

здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні

Державного університету «Житомирська політехніка»

РОЛЬ ВТО ООН ТА ЮНЕСКО У ФОРМУВАННІ АКТУАЛЬНИХ НАПРЯМІВ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Нині туризм як чинник міжнародного співробітництва, є важливою галуззю розвитку для кожної держави як в економічному, так і в культурному аспекті. Таким чином, формування міжнародних партнерських відносин як регіонального, так і глобального рівнів стало вагомим інструментом розвитку масштабної та багатогалузевої туристичної індустрії у світі. Варто зазначити, що на тлі повномасштабного вторгнення росії до України, головування нашої держави в Європейській Комісії Всесвітньої туристичної організації ООН (ВТО ООН) з червня 2023 р., а також припинення членства росії у квітні 2022 р. у цій організації, відображають зростання міжнародного авторитету України в туристичній сфері та водночас засвідчують ізоляцію держави-агресора [1].

Останнім часом міжнародні організації відіграють ключову роль у забезпеченні належного функціонування та ефективного розвитку туристичної галузі країн. Насамперед, хочемо зазначити такі як: ВТО ООН (UNWTO) та ЮНЕСКО (UNESCO). Це унікальні суб'єкти міжнародних відносин, які є найкращими кандидатами на роль медіатора між державами у питаннях успішного ведення політики міждержавної співпраці. Тому, можна вважати, що міжнародні організації відіграють вагомий роль у загальному розвитку туризму, зокрема у питаннях регулювання та стимулювання міжнародного туристичного обміну.

Згідно з даними ВТО ООН, у 2021 р. Україну відвідали приблизно 14 мільйонів міжнародних туристів. До того ж, міжнародні організації беруть активну участь у формуванні єдиної туристичної політики. Таким чином, вони вдосконалюють наявну туристичну політику у розвинених країнах та допомагають розвиватися тим країнам, що ще не досягнули бажаного рівня. Міжнародна організація праці вважає, що туризм має потенціал стати провідною сферою зайнятості і джерелом доходів у країнах, що розвиваються. Існує широке застосування консультацій та допомоги у розробці стратегій розвитку цієї галузі, а також залученні інвестицій. Міжнародні галузеві організації надають допомогу у розвитку туристичної інфраструктури, зокрема готельної та транспортної [2].

Україна з 1997 р. є повноправним членом ВТО ООН, яка утворена в 1975 р. як спеціалізована установа ООН, що націлена на просування відповідального, стійкого, загальнодоступного туризму [1]. Для реалізації власної Концепції управління, робота ВТО ООН (UN Tourism) базується на п'яти основних напрямках:

- покращення розвитку туризму шляхом введення інновацій та очоливши цифрову трансформацію сектору;
- підвищення конкурентоспроможності туризму на всіх рівнях шляхом залучення інвестицій та сприяння підприємництву;
- створення більшої кількості робочих місць та забезпечення якісного навчання галузевих фахівців;

- сприяння безпечним і безперешкодним подорожам;
- використання унікального потенціалу туризму для захисту культурної та природної спадщини і підтримки громад в економічному та соціальному аспекті [3].

Міжнародна організація розвиває гастрономічний туризм. Так, у листопаді 2024 р. у м. Манама вперше в країнах Близького Сходу за її участі та Баскського кулінарного центру (ВСС) спільно з урядом Бахреїну було організовано щорічний Всесвітній туристичний форум ООН за темою: «Гастрономічний туризм: рушій економічної диверсифікації та інклюзивності». Форум об'єднує світових лідерів, політиків, галузевих експертів і відомих шеф-кухарів, щоб показати за допомогою панельних дискусій, презентацій, майстер-класів і тематичних візитів представників дестинацій та міжнародних експертів, яким чином гастрономічний туризм може також створити сильний імідж для дестинацій, використовуючи інноваційні практики та ініціативи у всьому світі [4].

ВТО ООН також підтримує екотуризм, зокрема з глобальною ініціативою Global Tourism Plastics Initiative стосовно переходу до циркулярної економіки пластику, зменшення його використання, співпраці з центрами з переробки пластику та боротьби із забрудненням довкілля тощо [5].

Також міжнародною організацією, яка бере активну участь у розвитку світового туризму, є ЮНЕСКО (ООН з питань освіти, науки і культури), яка виступила з ініціативою програми Всесвітньої спадщини, що спеціалізується на збереженні видатних культурних пам'яток світу. З 1954 р. Україна є членом цієї організації. В Україні виокремлено 7 культурно-архітектурних пам'яток, зокрема історичні центри Львова та Одеси та 1 природний об'єкт, а також 5 об'єктів нематеріальної спадщини та 9 українських біосферних заповідників, які охороняються ЮНЕСКО [6]. Нині, під час нищівної російської збройної військової агресії, Україна бореться за збереження цих пам'яток. Ми сподіваємося, що у повоєнний період, вони стануть відкритими для відвідування туристами з різних куточків світу.

Отже, Всесвітня туристична організація ООН та ЮНЕСКО відіграють важливу роль у формуванні міжнародного іміджу України як привабливої туристичної дестинації. Їхня підтримка сприяє зміцненню міжнародного співробітництва, інтеграції України у глобальні туристичні процеси та збереженню української культурної та природної спадщини.

Список використаних джерел:

1. Україна вперше в історії очолила Європейську Комісію Всесвітньої туристичної організації ООН. *Урядовий портал України*. URL : <https://surl.li/fxpyib>.
2. Безугла Л., Ігнат'єва С., Нікітін Ю. Внесок ЮНЕСКО у розвиток туризму в Україні та країнах Європейського союзу. *Економіка та суспільство*. 2023. № 58. URL : <https://surl.li/vfamxe>.
3. About UN Tourism. *UN Tourism*. URL : <https://www.unwto.org/who-we-are>.
4. 9th UN Tourism World Forum on Gastronomy Tourism. *UN Tourism*. URL : <https://surl.li/ndafub>.
5. Global Tourism Plastics Initiative. *UN Tourism*. URL : <https://surl.li/oigxmd>.
6. Україна та ЮНЕСКО – 70 років співпраці. *Національна історична бібліотека України*. URL : <https://surl.li/jgtqjm>.

МЕХАНІЗМИ ВЗАЄМОДІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ З ІНШИМИ ПОЛІТИКАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Туристична політика Європейського Союзу (далі – ЄС) відіграє важливу роль для економік держав-членів. Варто відмітити, що відповідно до ст. 6 Договору про функціонування ЄС у сфері туризму ЄС підтримує, координує та доповнює дії держав-членів у туристичному секторі [1]. Туристична політика ЄС є міжсекторальною і охоплює багато різних сфер, які мають суттєвий вплив на розвиток туризму. Хоча туризм не є окремою компетенцією ЄС, оскільки відповідальність за нього в основному покладена на держави-члени, ЄС активно підтримує цю галузь через інші напрямки.

Туристична політика тісно пов'язана з транспортною політикою, екологічною політикою, внутрішнім ринком ЄС і політикою захисту споживачів. По-перше, туризм є однією з високоприбуткових галузей економіки і тому підпадає під регулювання внутрішнього ринку. Внутрішній ринок забезпечує вільний рух туристичних послуг між країнами та сприяє діяльності суб'єктів туристичної діяльності. По-друге, туристична політика ЄС тісно пов'язана з транспортною, оскільки якісна і доступна транспортна інфраструктура є основою розвитку туризму. У сфері транспорту ЄС сприяє розвитку єдиної транспортної системи для полегшення подорожей між країнами та інвестує в екологічно чисті види транспорту, такі як електропоїзди чи електричний громадський транспорт. Союз також підтримує високий рівень безпеки, надійності та ефективності транспорту, зокрема повітряного, залізничного та автомобільного.

ЄС прийняв ряд актів вторинного законодавства, які стосуються захисту прав пасажирів на різному виді транспорту. У випадку затримки чи скасування поїздки пасажирів можуть захистити свої права та вимагати компенсацію. Наприклад, діє Регламент 2021/782 про права та обов'язки пасажирів залізничного транспорту, який надає пасажиром залізничні основні права згідно із законодавством ЄС на повернення коштів і мінімальний рівень обслуговування. [2]. Насправді роль ЄС у транспортному плані набагато більша, ніж у туристичному. Проте через міжгалузевий характер транспортна політика ЄС також безпосередньо впливає на туризм. Туристичний сектор сильно залежить від перевезення туристів і, отже, сильно залежить від транспортних рішень. Коли ЄС приймає законодавство з цих питань, він також бере до уваги туристичний сектор. У контексті транспортної політики варто згадати про Зелену угоду ЄС, яка просуває екологічно безпечний туризм, що включає зменшення впливу транспорту на довкілля. ЄС заохочує розвиток еко-маршрутів, які поєднують природоохоронні території, культуру і сталий транспорт.

За останні роки було впроваджено кілька нових туристичних політик ЄС, щоб покращити екологічну підзвітність і сприяти сталому туризму в Європі: для авіакомпаній та туроператорів було запроваджено компенсацію викидів вуглецю, посилено вимоги до екосертифікації об'єктів розміщення. Для боротьби з незаконними оголошеннями та підвищення прозорості було введено правила щодо даних про короткострокову оренду. Ці дії відповідають ширшій стратегії ЄС щодо позиціонування Європи як лідера екологічних подорожей [3]. У екологічній політиці ЄС заохочує розвиток туризму, який мінімізує негативний вплив на природу та підтримує збереження культурної спадщини. Туристична екосистема не лише виграє від чистішого та здоровішого навколишнього середовища, але й стає важливим гравцем, сприяючи спільній меті створення кліматично нейтральної Європи.

Слід відзначити, що Союз затвердив систему Зелених сертифікатів (EU Ecolabel) для туристичних послуг, таких як готелі Регламентом (ЄС) № 66/2010 про екомаркування ЄС [4]. Екомаркування ЄС із критеріями туристичного розміщення є єдиним знаком якості

навколишнього середовища, сертифікованим незалежною організацією та дійсним у всій Європі. Екологічний сертифікат має низку бізнес-переваг для постачальників послуг розміщення. По-перше, це дає їм змогу отримати конкурентну перевагу, екомаркування добре відоме клієнтам, тому сертифіковані помешкання, що відображають знак «зелене листя» отримують більше уваги серед екологічно свідомих клієнтів. По-друге, постачальники послуг розміщення можуть заощадити кошти завдяки оптимізації споживання енергії, зменшенню витрат на утилізацію відходів та підвищенню ефективності використання ресурсів [5].

Варто відмітити, що туристична політика ЄС також тісно пов'язана з політикою захисту прав споживачів, оскільки основна мета обох напрямів – забезпечення безпеки та якості послуг. ЄС прагне створити належні умови для подорожей та гарантує туристам право на отримання повної, достовірної інформації, справедливе ставлення та належний рівень послуг. Регулювання діяльності туроператорів, авіакомпаній, готелів та інших суб'єктів туристичного ринку здійснюється відповідно до стандартів захисту прав споживачів, зокрема через механізми відшкодування збитків, права на скасування бронювання, повернення коштів та доступ до правової допомоги у разі порушення прав споживачів. Такий підхід сприяє підвищенню якості туристичних послуг і зміцненню довіри громадян до внутрішнього ринку ЄС.

Таким чином, туристична політика ЄС є важливим інструментом для підтримки економічного розвитку, екологічної стійкості та соціального добробуту в ЄС. Попри те, що основна відповідальність за туризм лежить на державах-членах, ЄС відіграє координуючу та допоміжну роль, забезпечуючи єдині стандарти якості, безпеки та сталості туристичних послуг. Такий підхід дозволяє не тільки розвивати туристичний сектор, але й зміцнювати внутрішній ринок, захищати права споживачів і сприяти створенню більш стійкої та привабливої Європи для подорожей.

Список використаних джерел:

1. Консолідовані версії Договору про Європейський Союз та Договору про функціонування Європейського Союзу з протоколами та деклараціями від 25.03.1957 р. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/94_b06W
2. Regulation (EU) 2021/782 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2021 on rail passengers' rights and obligations (recast). URL : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32021R0782>
3. The EU's Impact on Tourism and Mobility in 2024: Growth, Sustainability, and Free Travel. *World Tourism Forum Institute*. URL : <https://live.worldtourismforum.net/news/Catch-up-the-latest-news-in-tourism-industry>
4. Regulation (EC) No 66/2010 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 on the EU Ecolabel. URL : <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2010/66/oj/eng>
5. The role of certification in building a more sustainable travel industry. URL : <https://partner.booking.com/en-us/click-magazine/industry-perspectives/why-sustainability-certification-matters>

Павлик Ольга Борисівна,
*кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри мовознавства
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова*

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ШВЕЙЦАРІЇ

Туристична галузь набуває все більшого значення у світовій економіці. Водночас, слід зазначити, що основними джерелами рекреаційних потоків є високорозвинуті держави, наприклад, у Європі це: Великобританія, Німеччина, скандинавські країни та Швейцарія. На ці держави припадає 42 % прибуттів до Європи. Найбільш потужні туристичні потоки спрямовані до Франції, Іспанії, Італії.

Формування і спрямованість міжнародних потоків є результатом наступних чинників:

- соціально-економічного рівня, розвитку країн і регіонів;
- особливостей рекреаційно-ресурсного потенціалу;
- рівня розвитку загальноекономічної і соціальної інфраструктури;
- особливостей транспортно-географічного розташування відносно основних країн регіонів туристичного попиту.

Україні, яка і до війни була лише на шляху становлення, а зараз зіштовхнулася із новими викликами, варто проаналізувати досвід передових країн, визначити свої сильні сторони і пріоритетні напрямки, щоб у повоєнний час максимально швидко відновити та розбудувати економіку і туристичну галузь зокрема.

У нашому дослідженні розглянуто в якості прикладу туристичну галузь Швейцарської конфедерації. В цій країні розвиток туризму підтримується як на рівні держави, так і на рівні окремих адміністративних одиниць, кантонів. Держава зі своєї сторони створює дієві та ефективні умови, а кантони зосереджують свою активну діяльність на місцях.

Рамкові умови туристичної галузі передбачають управління нею на різних рівнях, а саме: державному (Державний секретаріат економіки SECO, департамент фінансів Швейцарської конфедерації), на рівні кантонів (управління. Відділи, туристичні закони), а також 13 туристичних регіонів (конференція регіональних туристичних директорів Швейцарії).

У Швейцарії немає закону про туризм на державному рівні. Водночас, різні галузі економіки та політики мають прямий чи опосередкований вплив на туристичний сектор. Конституція Швейцарії згідно статті 103 надає державі повноваження здійснювати заходи для підтримки окремих галузей економіки та окремих професій. Різні федеральні закони та постанови містять норми, які стосуються туристичної галузі. Відповідно, в галузі туризму активно співпрацюють багато різних департаментів та установ.

Характерною рисою швейцарської політичної системи є розгалуження на національні та комунальні (кантональні) закони. На державному рівні за політичні заходи, які стосуються туризму, відповідає Державний секретаріат економіки SECO. У листопаді 2021 року ним була прийнята стратегія стосовно розвитку туристичної галузі, основними напрямками якої є покращення рамок умов, сприяння підприємництву, використання новітніх цифрових технологій, посилення привабливості туристичних пропозицій. Більшість кантонів мають свої туристичні закони. Окремі, туристично активні кантони, мають свої відповідні відомства та відділи. До таких відносяться Берн, Граубюнден, Тессин, Санкт Галлен. В кантонах працюють також виконавчі туристичні спільноти та комісії.

Окремим видом самоуправління туристичної галузі є проведення конференції основних 13 туристичних регіонів. Кожен із цих регіонів відправляє на цю конференцію свого представника: директора чи директорку. На такій конференції обговорюються питання політики, маркетингу у галузі туризму, основні нагальні проблеми, формування туристичних пропозицій, здійснюється обмін досвідом та координація заходів.

Отже, із наведених даних можна зробити висновок, що для ефективного розвитку туристичної галузі потрібна співпраця та підтримка на різних рівнях держави, водночас активна робота і координація на місцях із залученням практиків, політиків та економістів.

Такий ефективний досвід управління туристичної галузі Швейцарії потрібно враховувати і українським законодавцям та працівникам департаментів туризму.

Список використаних джерел:

1. Christian Brenner. Gesetze im Tourismus. 7. Auflage, Tessa Publishing, 494 Seiten.
2. Gute Rahmenbedingungen foerdern den Tourismus. URL: <https://www.stv-fst.ch>

Собко Анна Костянтинівна,

здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування Вінницького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Глобалізація та інтернаціоналізація стали потужними рушіями змін у сучасній туристичній галузі, трансформуючи її з локальної сфери відпочинку у масштабну індустрію світового рівня. Ці процеси сприяли тому, що подорожі за кордон стали доступнішими, зручнішими та різноманітнішими. Розвиток авіаційного сполучення, впровадження спрощених візових режимів та зростання популярності онлайн-сервісів дозволили мільйонам людей відчувати, наскільки світ став відкритішим. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), ще до пандемії COVID-19 кількість міжнародних туристичних поїздок перевищувала 1,5 млрд на рік, і цей показник щороку зростав [5].

Яскравим прикладом успішної інтеграції у світовий туристичний простір стала Іспанія, яка завдяки активній державній політиці, інвестиціям у інфраструктуру та збереженню культурної спадщини стала одним із лідерів за кількістю іноземних туристів. Міста Барселона та Мадрид перетворилися на справжні туристичні магніти завдяки унікальному поєднанню історії, архітектури та сучасних сервісів. Інтернаціоналізація торкнулася навіть готельного бізнесу – такі мережі, як Meliá Hotels International та Iberostar, мають свої представництва по всьому світу, популяризуючи іспанський стиль гостинності.

Не менш показовим є приклад Туреччини, яка активно впроваджує міжнародний досвід у розвиток свого туристичного сектору. Турецькі курорти Анталії, Бодрума та Мармариса давно стали улюбленими напрямками для мільйонів туристів з Європи та країн СНД. Відома система «all inclusive» запозичила елементи європейського сервісу, але доповнила їх східною гостинністю та власним колоритом, що дозволило Туреччині утримувати лідируючі позиції на міжнародному ринку [1, с. 40].

Великий вплив на інтернаціоналізацію туристичної галузі мають глобальні онлайн-платформи бронювання, такі як Airbnb, Booking.com та TripAdvisor. Саме вони дали змогу туристам самостійно обирати житло, бронювати транспорт та складати індивідуальні маршрути у будь-якій точці світу. Наприклад, Airbnb об'єднує понад 7 мільйонів об'єктів у 220 країнах і регіонах, пропонуючи не лише апартаменти, а й унікальні варіанти – від будиночків на деревах у Коста-Риці до італійських вілл. Саме завдяки таким сервісам у багатьох країнах почав активно розвиватися напрямок сільського та екологічного туризму [2, с. 122].

Важливим напрямом міжнародної співпраці є й авіація. Відомі авіаційні альянси – Star Alliance, SkyTeam та Oneworld – значно спростили міжконтинентальні перельоти. Наприклад, завдяки співпраці авіакомпаній турист може купити один квиток і зручно

дістатися з Києва до Нью-Йорка з пересадкою у Варшаві чи Франкфурті. При цьому дієдина система накопичення бонусних миль дозволяє робити подорожі вигіднішими. Швидкий розвиток лоукостерів, зокрема Ryanair, Wizz Air та EasyJet, зробив міжнародний туризм доступним навіть для студентів. Наприклад, завдяки квиткам за 15-30 євро стало можливим влаштувати вихідні у Парижі чи Барселоні, що ще кілька років тому здавалося розкішшю [3].

Однією з найдинамічніших сфер міжнародного туризму є медичний туризм. Країни Азії, зокрема Індія, Південна Корея та Таїланд, активно приймають іноземних пацієнтів, пропонуючи високоякісні послуги за доступними цінами. Наприклад, операція на серці в Індії може коштувати втричі дешевше, ніж у США, але виконувати її буде професор із міжнародним дипломом. Це приваблює тисячі туристів щороку.

Доказом глобалізації у сфері туризму є розвиток круїзного бізнесу. Світові лідери Carnival Corporation та Royal Caribbean International створюють справжні плавучі міста – круїзні лайнери, які відвідують десятки країн за одну подорож. Наприклад, круїз по Середземному морю дозволяє побачити Італію, Францію, Іспанію та Грецію за один тиждень. Такі подорожі поєднують комфорт, розваги та можливість побачити світ без зайвих турбот [3].

Міжнародний досвід свідчить про активний розвиток сталого та відповідального туризму. Скандинавські країни демонструють приклади турботи про природу та мінімізації шкоди від туристичної діяльності. У Норвегії популярними стали тури на електричних круїзних лайнерах фіордами, що дозволяє зберігати унікальні екосистеми. Коста-Рика просуває концепцію екотуризму, де туристи не лише відпочивають, а й навчаються берегти природу, відвідуючи національні парки та екологічні ферми.

Цікаво, що глобалізація торкнулася й гастрономічного туризму, який набирає популярності у Франції, Італії та Японії, залучаючи туристів до справжніх кулінарних пригод. Наприклад, у французькому Провансі організовують цілі гастротури виноградниками з дегустаціями місцевих вин і сирами камамбер та брі прямо на фермах. В Італії популярними стали тури до Болоньї — батьківщини пасти болоньєзе та свіжої пармезанської моцарели, де туристи власноруч вчать готувати пасту тальятеле чи лазанью під наглядом італійських нонн. А в Неаполі майстер-класи з випікання автентичної піци в дров'яних печах стали обов'язковим пунктом програми. У Японії ж гастрономічні маршрути виводять мандрівників до районів Цукідзі та Тойосу у Токіо – легендарних рибних ринків, де щодня з ранку відбуваються аукціони тунця.

Водночас світ активно впроваджує блокчейн-технології у туристичну сферу. Наприклад, Winding Tree успішно співпрацює з авіакомпанією Lufthansa та готельною мережею Nordic Choice Hotels, дозволяючи туристам бронювати перельоти та готелі напряму, без комісій та посередників. У 2023 р. популярності набули кейси, коли фрілансери орендували апартаменти через LockTrip у Португалії, Індонезії чи на Канарських островах, оплачуючи бронювання криптовалютою. Такий формат дозволяв зекономити до 20% на комісіях та забезпечував повну прозорість угод [5].

Отже, глобалізація та інтернаціоналізація відкрили перед туристичною галуззю безмежні можливості. Вони стимулюють розвиток нових напрямів, сприяють культурному обміну та роблять подорожі доступними для мільйонів людей. Міжнародний досвід доводить, що саме завдяки співпраці, інноваціям та обміну знаннями туристична індустрія продовжує зростати та змінюватися. У майбутньому ці процеси лише посилюватимуться, відкриваючи нові горизонти для розвитку туризму у всьому світі.

Список використаних джерел:

1. Громико А. В., Ігнатенко А. Ю. Інтеграційні процеси в туризмі: методичні та практичні рекомендації. Київ: КНТЕУ, 2022. 47 с.
2. Лиман І. І. Туризм як фактор розвитку економіки: досвід Коста-Рики. *Науковий вісник ХДУ. Серія: Економічні науки*. 2020. № 4. С. 122–128.

3. Tripadvisor, Airbnb, Booking.com та Expedia збільшили відвідуваність у 2023 році. URL : <https://www.phocuswire.com/tripadvisor-airbnb-expedia-booking-2023-travel> (дата звернення: 27.03.2025).
4. Winding Tree – Decentralized Travel Marketplace. URL : <https://windingtree.com> (дата звернення: 27.03.2025).
5. World Tourism Organization. International Tourism Highlights. URL : <https://www.e-unwto.org> (дата звернення: 27.03.2025).

Тростенюк Тетяна Михайлівна,

докторка філософії, доцентка кафедри національної безпеки, публічного управління та адміністрування Державного університету «Житомирська політехніка»,

Чагарова Сніжана Миколаївна,

здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні факультету національної безпеки, права та міжнародних відносин Державного університету «Житомирська політехніка»

МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО У СФЕРІ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ

У сучасному світі, де глобалізація стала невід'ємною частиною нашого життя, міжнародна співпраця у сферах туризму та рекреації набула особливого значення. Це не лише спосіб розвитку економіки, а й важливий інструмент культурного обміну, зміцнення міжнародних зв'язків і забезпечення сталого розвитку.

Як галузі промисловості, туризм і рекреації мають великий потенціал для сприяння економічному зростанню, створенню робочих місць і покращенню інфраструктури. Однак без належної міжнародної співпраці цей потенціал може бути обмежений або навіть призвести до негативних наслідків, таких як погіршення навколишнього середовища та культурна асиміляція. У другій половині XX ст. почався бурхливий розвиток міжнародного туризму. За п'ять десятиліть (1950-2000 рр.) кількість подорожуючих у світі постійно зростала. Якщо в 1950 р. міжнародних туристів у світі було 25 млн. чол., то в 2006 р. їх уже було 842 млн. У період з 1950 р. до 2004 р. надходження тільки від міжнародного туризму зросли з 2,1 млрд. до 622,7 млрд. дол. США. У 2006 р. на туризм припадало 10,3% від світового валового виробництва. Крім того кількість зайнятих в індустрії туризму становить біля 234 млн. чол., або 8,2% від загальної чисельності зайнятих [2]. Через що потрібно було встановлювати зв'язки з різними країнами та державами, оскільки з часом люди побачили, що це є прибутковим заробітком. Після цього активно почали розбудовуватись туристичні бази, готелі, а також з'являлися туристичні компанії, оскільки попит на туризм зростав.

Постійне розширення міжнародного туристичного обміну зумовило потребу його міжнародно-правової регламентації і створення спеціалізованих міжнародних туристичних організацій. Туристичні обміни пов'язані з перетинанням державних кордонів, а перебування туристів на території іноземної держави і переміщення по ній, з огляду на єдиний підхід, повинно регулювати міжнародне право. Низка міжнародних договорів, конвенцій і декларацій міжнародних організацій формують основи міжнародно-правового регулювання системи туризму і міжнародних подорожей. Стаття 24 Загальної декларації прав людини, прийнята Генеральною Асамблеєю Організації Об'єднаних Націй 10 грудня 1948 р., проголошує: «Кожна людина має право на відпочинок і вільний час, включаючи розумне обмеження робочого часу і періодичні оплачувані відпустки». Стаття 12 «Міжнародного пакту про громадянські і політичні права», прийнятого 6 грудня 1966 р. Генеральною Асамблеєю ООН, закріплює право кожної людини вільно покидати будь-яку країну, враховуючи власну [1]. Також варто зачепити тему правового регулювання, оскільки туристичні відпочинки та й самі послуги можуть бути як складовою якогось злочину так і місцем або ситуацією де станеться злочинна ситуація або незаконні махінації. Тому ООН

прийняв та ввів низку статей про туризм, відпочинок та інше що стосується цієї теми. Також варто згадати, що кожна країна має свої закони та статті.

Як уже відзначено, туризм за своєю природою є багатогалузевим і своєю діяльністю впливає на різні галузі економіки і культури тієї чи іншої держави. У зв'язку з цим при урядах багатьох країн створюються міжвідомчі органи для координації діяльності організацій, що займаються проблемами туризму, створюються громадські організації. Сфера туризму потребує керівництва і управління і на міжнародному рівні, для чого створюються міжнародні асоціації та організації, діяльність яких також є важливою частиною співпраці в галузі міжнародного туризму. Ці організації умовно можна розділити на дві великі групи по колу учасників, характеру питань. Що розглядаються, цілям і завданням – міжнародні та регіональні [3]. Одним із ключових аспектів міжнародного співробітництва у сфері туризму і рекреації є забезпечення сталого розвитку. Це означає, що розвиток туризму повинен здійснюватися таким чином, щоб він не завдавав шкоди довкіллю та місцевим громадам, а навпаки, сприяв їхньому розвитку та добробуту. Тому при туризмі варто перевіряти туристичні компанії, ознайомитись хоча б поверхнево з країною яка обрана для туризму, перевірити зв'язки з країною в якій мешкаєте до країни в яку плануєте завітати, щоб пізніше не виникало проблем, що до візиту та повернення назад.

За останній час сучасний світ дуже змінився та інтегрував щодо туристичних зв'язків та співробітництву, що набагато спрощує проведення туристичних компаній та забезпечує безпеку туристів. Міжнародне співробітництво у сфері туризму і рекреації є важливим інструментом для досягнення сталого розвитку та зміцнення міжнародних відносин. Шляхом обміну досвідом, реалізації спільних проектів та створення міжнародних стандартів, країни можуть спільно працювати над розвитком туризму, який приносить користь як економіці, так і довкіллю та місцевим громадам.

Список використаних джерел:

1. Міжнародна співпраця та організації в туризмі. URL : https://tourlib.net/books_ukr/vt2-1.htm.
2. Міжнародні організації та співробітництво в сфері туризму. URL : <https://studfile.net/preview/9431119/page:37/>.
3. Роль міжнародних організацій в туризмі. URL : https://stud.com.ua/123808/kulturologiya/rol_mizhnarodnih_organizatsiy_turizmi.

Щепанський Едуард Валерійович,

доктор наук з державного управління, професор, завідувач кафедри публічного управління та адміністрування Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова,

Заремба Каріна Денисівна,

здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні факультету публічного управління Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

ТРЕНДИ ІТАЛІЙСЬКОГО ТУРИЗМУ: ДОСВІД ДЛЯ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

Туризм в Україні в умовах війни зазнав серйозного спаду, однак внутрішній туризм продовжує розвиватися у безпечних регіонах. Сприйняття туризму як ресурсу економічного та психологічного відновлення після пережитої травми стає все більш актуальним. Зростає попит на патріотичні маршрути, волонтерські тури, а також культурні заходи, які допомагають зберігати національну ідентичність. Багато територіальних громад ініціюють локальні туристичні проекти, що підтримуються державою чи донорськими програмами.

Водночас постає потреба в адаптації міжнародного досвіду відновлення туризму в умовах післявоєнного відновлення.

Розвиток туризму в Італії є прикладом ефективного використання історико–культурного, природного й гастрономічного потенціалу для забезпечення стабільного економічного зростання та формування національного бренду. Італія входить до трійки найбільш відвідуваних країн світу, і досвід її туристичної індустрії є цінним орієнтиром для України, особливо в умовах посткризового відновлення [1].

Італійський туризм демонструє комплексний і збалансований підхід до розвитку: поєднання державного регулювання, локальної ініціативи, а також залучення інноваційних технологій. Успіх туризму в цій країні базується на кількох ключових аспектах, які безумовно можна вважати ключовими трендами італійського туризму. Дамо характеристику кожному з цих напрямів.

1. Децентралізація туристичного управління в Італії. Сфера туризму в Італії регулюється Міністерством туризму, яке відповідає за координацію загальнодержавної туристичної стратегії, розробку нормативно–правової бази та просування національного туристичного бренду за кордоном. Водночас значна частина повноважень делегується на рівень регіонів, що забезпечує гнучкість і адаптацію туристичної політики до конкретних умов кожного регіону. Італія має розвинену модель регіонального управління туризмом. Кожен регіон (Тоскана, Венето, Кампанія, Лаціо та інші) має право формувати власну туристичну політику, орієнтовану на локальні особливості. Це дозволяє ефективно використовувати регіональні ресурси: історичні міста, архітектурні пам'ятки, природні парки, курортну інфраструктуру тощо. Децентралізоване управління стимулює конкуренцію між регіонами за туристичний потік і сприяє розвитку локального бізнесу [1].

2. Збереження культурної спадщини як магніту для туризму. Італія посідає перше місце у світі за кількістю об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО – їх понад 50. Це античні міста, собори, археологічні пам'ятки, вілли, художні галереї, які становлять культурне ядро європейської цивілізації. Збереження історико–культурного надбання є одним із головних пріоритетів державної політики, що відображається у виділенні коштів на реставраційні проекти, охорону пам'яток та розвиток музейної інфраструктури. Уряд активно модернізує музеї: впроваджуються інтерактивні технології, мультимедійні гіді, 3D–реконструкції та системи онлайн–бронювання. Важливу роль відіграє підтримка культурних заходів – фестивалів, виставок, театральних постановок, які приваблюють як внутрішніх, так і іноземних туристів. Таким чином, збереження спадщини поєднується з її активним використанням у туристичній індустрії, формуючи культурний імідж Італії у світі [2].

3. Розвиток гастрономічного туризму. Італія відома у світі своєю кулінарною спадщиною, яка є унікальним поєднанням простоти, якості продуктів і регіональних традицій. Туристи приїжджають до Італії не лише заради архітектури та природи, а й заради смаку – піца в Неаполі, паста в Болоньї, вино в Тоскані. Регіони активно просувають гастрономічні тури, фестивалі місцевої кухні, майстер–класи з приготування національних страв. Окрему нішу займає agriturismo – сільський туризм із можливістю проживання на фермі, участі в зборі врожаю, дегустації домашніх сирів, вин, олій. Цей напрямок зміцнює економіку села, дає змогу туристам пізнати «справжню» Італію, відірвану від масового туризму. Гастрономічний туризм сприяє збереженню кулінарної ідентичності регіонів та підтримці місцевих виробників [3].

4. Інновації та цифровізація. Після пандемії COVID–19 туристична сфера Італії зазнала серйозних трансформацій, і одним із ключових напрямів стало впровадження цифрових рішень. Онлайн–квитки до музеїв, мобільні застосунки з маршрутами, віртуальні тури по історичних пам'ятках – усе це стало стандартом нової епохи туризму. Крім того, цифрові платформи дозволяють туристам бронювати житло, ресторани й екскурсії без посередників, що робить подорожі зручнішими. Активно розвивається сталий туризм: еко–готелі, глемпінги, маршрути для велопогулянок і піших турів спрямовані на мінімізацію

шкоди довкіллю. Такі формати приваблюють туристів, які цінують безпеку, екологічність та унікальний досвід. Держава підтримує інновації через грантові програми, стартап-інкубатори та співпрацю з приватним сектором [2].

5. Туризм як фактор економічного розвитку До пандемії туризм забезпечував понад 13 % ВВП Італії, що свідчить про його стратегічну роль в економіці країни. Галузь створює робочі місця в транспорті, готельно-ресторанному секторі, ремеслах, культурних індустріях. За даними на 2023 рік, Італія входила в топ-5 країн за кількістю іноземних туристів у світі. Для підтримки галузі уряд реалізує низку економічних інструментів: пільгове кредитування малого бізнесу, податкові стимули для інвесторів, субсидії для туристичних стартапів. Важливою є участь країни у світових туристичних форумах та виставках, де формується позитивний імідж Італії як привабливої дестинації. Акцент робиться також на відновленні після кризи – зокрема, у внутрішньому туризмі та підтримці сімейного підприємництва.

6. Освітня та професійна підготовка кадрів. Італія має розвинену систему освіти у сфері туризму, готельно-ресторанного бізнесу, менеджменту подій і культурної спадщини. Провідні університети та технічні інститути (наприклад, у Римі, Мілані, Флоренції) пропонують бакалаврські та магістерські програми з урахуванням міжнародних стандартів. Особлива увага приділяється практичній підготовці – стажування у готелях, туристичних агентствах, музеях є обов'язковою частиною навчання. Навчальні заклади активно співпрацюють із підприємствами, залучаючи студентів до реальних проєктів, екскурсійного обслуговування, культурного менеджменту. Це дає можливість випускникам швидко інтегруватися в ринок праці та займати посади не лише в Італії, а й за її межами. Туристична освіта в Італії поєднує класичні знання про культуру та історію з сучасним підходом до сервісу, маркетингу та сталого розвитку [4].

Таким чином, італійський досвід розвитку туризму ґрунтується на багатокомпонентному підході, де ефективне управління, якість послуг, інновації та культура формують конкурентоспроможну модель. Україна, маючи величезний туристичний потенціал, може адаптувати ці практики з урахуванням локальних особливостей та сучасних викликів. Особливо актуальним є розвиток внутрішнього туризму, підтримка локальних ініціатив, цифровізація послуг і збереження культурної спадщини.

Список використаних джерел:

1. Ministero del Turismo – Governo Italiano. URL : <https://www.ministeroturismo.gov.it/>
2. UNWTO Reports. Tourism Highlights 2023. URL : <https://tourismecotedivoire.ci/wp-content/uploads/2023/12/Tourism-Highlights.pdf>
3. Bellini N., Pasquinelli C. Tourism in the City: Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism. *Springer*, 2017. URL : https://www.researchgate.net/publication/316216141_Tourism_in_the_city_Towards_an_integrative_agenda_on_urban_tourism
4. Della Lucia M. Creative Cities and the Role of Culture in Local Development. *Scienze Regionali*, 2014.

СЕКЦІЯ 3

Економіка, менеджмент та маркетинг туризму й рекреації

***Багрій Мар'яна Василівна,**
кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри туристичного бізнесу та
гостинності Львівського національного університету ветеринарної медицини і
біотехнологій імені С. З. Гжицького*

ПОДОРОЖІ У 2025 РОЦІ: ЯК НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІНЮЮТЬ ТУРИСТИЧНУ ІНДУСТРІЮ

2025 рік оголошено роком довгих подорожей. Мандрівники в усьому світі уникають пікових поїздок, які часто обмежуються стандартними вихідними, на користь довших подорожей із культурним зануренням. Згідно зі звітом Skift Research, кількість запланованих поїздок цього року зросла на 24 % порівняно з 2024 роком. Подорожі на далекі відстані витіснили короткі поїздки та поїздки вихідного дня як основну тенденцію. Цей вид відпочинку особливо популярний у традиційно туристичних країнах, таких як Китай, Індія, Німеччина та США. У цих країнах зростає попит на «інтенсивний туризм», при якому туристи залишаються в країні чи регіоні на більш тривалий період часу, а не відвідують кілька місць за короткий проміжок часу.

Джулія Картер, засновниця люксової туристичної компанії Craft Travel, зазначає: «Мандрівники все частіше усвідомлюють, що справжнє багатство подорожей відкривається тоді, коли ви не поспішаєте. Лише у повільному ритмі можна по-справжньому пізнати культуру та людей» [1].

Все більше туристів обирають подорожі, які не завдають шкоди природі. Екотуризм включає активний відпочинок в заповідниках, альпінізм і відвідування екологічно чистих курортів. Особливою популярністю користуються території з багатою природною спадщиною, такі як Карпати, Альпи та національні парки Африки. В Україні на 15% порівняно з минулим роком зросла кількість туристів, які обирають відпочинок у сільській місцевості та національних парках.

Технології відіграють важливу роль у розвитку туризму. Сьогодні туристи використовують додатки, щоб планувати маршрути, бронювати готелі та купувати квитки. З'являються нові віртуальні туристичні платформи, які дозволяють переглядати пункти призначення перед поїздкою. Готелі активно впроваджують технології «розумного сервісу»: від автоматизованих систем реєстрації до роботів-консьєржів. Після витримки декількох років стресу мандрівники шукають методів інтеграції подорожей з їхньою дорогою відновлення. Спортивні екскурсії, йога відступи та спа -курорти, що пропонують медичні процедури, набирають популярність. Мінеральна вода, теплові джерела та оздоровчі центри дуже затребувані. Експерти передбачають, що до кінця 2025 року кількість міжнародних туристів зросте на 20% порівняно з попереднім роком. Основними рушіями цього розширення є ідентифікація нових літаків, збільшення доступності туристичних віз та вдосконалення інфраструктури.

Туристична галузь є не лише джерелом економічного зростання, а й способом об'єднання людей із різних куточків світу. Вона змінюється разом із суспільством, пропонуючи нові формати відпочинку, які відповідають потребам сучасності [2]. Зокрема, хобі та пристрасті будуть стимулювати мандрівників про планування майбутніх подорожей навколо їхньої любові до їжі, музики, історії, спортивні команди, книги тощо.

Більшість європейських мандрівників (63%) будуть зосереджені на якості, цього року, плануючи загалом менше відпусток, але призначаючи більший бюджет на кожну поїзтку. Близько 41% планують зайняти більше часу на подорожі цього року, ніж у 2024 році. Річні подорожі стали важливою частиною життя європейців, причому 90% планують подорожувати принаймні стільки ж у 2025 році, порівняно з минулим роком. В першу чергу мандрівники зосереджують свій відпочинок на пристрасті, хобі, інтереси та готові витратити максимум доларів, щоб це сталося [3].

Туристична галузь не лише сприяє економічному розвитку, а й виступає засобом культурного обміну між людьми з різних країн. Сучасні тенденції показують, що подорожі дедалі більше орієнтуються на індивідуальні інтереси та хобі мандрівників. Європейські туристи у 2025 році готові витратити більше коштів на якісні подорожі. Крім того, річні подорожі залишаються важливою частиною життя європейців, що підтверджується високим відсотком тих, хто продовжуватиме подорожувати на рівні минулого року. Це свідчить про трансформацію туристичної галузі у напрямку персоналізованих і емоційно значущих подорожей.

Список використаних джерел:

1. Довгі подорожі 2025: як новий тренд змінює туризм. URL : https://read-it.news/travel/dovgi-podorozhi-2025-yak-novij-trend-zminyuye-turizm_Dp1dR
2. Туризм у 2025 році: нові тренди та перспективи. URL : <https://fgritb.knukim.edu.ua/home/news/turyzm-u-2025-rotsi-novi-trendy-ta-perspektyvy.html>
3. Quality Takes Precedence. URL : https://assets.ctfassets.net/t0_xuqvw6k7ay/4m7Ksj3eR9KkNz9BIQRkAm/81591c73550c15a82b68133850cd329f/Travel_Trend_Report_Final_2025.pdf

Березюк Анастасія Вікторівна,

*здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні факультету публічного управління
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова*

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Сучасний туристичний ринок характеризується високою конкуренцією, динамічним розвитком і зростаючими вимогами споживачів. Удосконалення організації та реалізації туристичних послуг стає ключовим фактором успішної діяльності підприємств у цій сфері. Підвищення якості туристичних послуг є важливим фактором, який зумовлений потребою задовольнити змінні вподобання клієнтів, забезпечити комфорт і безпеку подорожей, а також вдосконалити ефективність управління туристичними потоками. Крім того, сучасні туристи очікують не лише стандартних послуг, а й ексклюзивних, індивідуальних підходів, що вимагає від підприємств гнучкості і здатності до інноваційного розвитку.

Реалізація туристичних послуг повинна базуватися на комплексному підході, що включає покращення логістики, розширення спектру пропозицій і створення індивідуальних турів. Важливим аспектом є забезпечення високого рівня безпеки для туристів, що передбачає розробку чітких стандартів якості, страхування подорожей та дотримання міжнародних норм у сфері туризму.

Значну роль відіграє також розвиток сталого туризму, що сприяє збереженню природних і культурних ресурсів, а також соціально-економічному розвитку регіонів. Крім того, у контексті зростання екологічної свідомості суспільства набувають популярності екологічні тури, які передбачають відповідальне ставлення до навколишнього середовища та підтримку місцевих громад. Такі ініціативи сприяють гармонійному розвитку туристичної галузі, забезпечуючи баланс між економічними, соціальними та екологічними аспектами [1].

Для досягнення високого рівня організації туристичних послуг слід застосовувати нові підходи до їхнього планування та надання. Автоматизація процесів бронювання, використання штучного інтелекту для персоналізації пропозицій, впровадження технологій віртуальної та доповненої реальності сприяють підвищенню якості обслуговування і створенню унікального клієнтського досвіду. Крім того, розвиток цифрових платформ дозволяє туристичним компаніям ефективніше взаємодіяти з клієнтами, аналізувати їхні потреби та прогнозувати майбутні тенденції ринку. У зв'язку з цим важливо забезпечити інтеграцію туристичних підприємств у глобальні цифрові екосистеми, що сприятиме підвищенню їхньої конкурентоспроможності і привабливості для споживачів.

Одним із важливих напрямів удосконалення організації туристичних послуг є введення нових моделей співпраці між туристичними компаніями, готелями, авіакомпаніями та іншими учасниками ринку. Взаємодія між різними сегментами туристичного бізнесу дозволяє створювати комплексні пакети послуг, які відповідають очікуванням клієнтів і забезпечують додаткові можливості для розвитку індустрії. Наприклад, співробітництво з місцевими виробниками та ремісниками сприяє розвитку культурного туризму, що є важливим чинником збереження національної ідентичності й автентичності туристичних маршрутів.

Окрім технологічних інновацій та співпраці між суб'єктами ринку, важливою складовою ефективного розвитку туристичних послуг є підвищення кваліфікації персоналу. Туристична сфера потребує висококваліфікованих кадрів, які володіють не лише професійними знаннями, а й навичками комунікації, міжкультурної взаємодії та стресостійкості. Навчальні програми, курси підвищення кваліфікації та міжнародний обмін досвідом дозволяють покращити рівень обслуговування і сприяють формуванню позитивного іміджу туристичних операторів та агенцій на ринку [2].

Удосконалення організації та реалізації туристичних послуг є необхідною умовою для розвитку туристичної індустрії в умовах глобалізації та цифрової трансформації. Використання нинішніх технологій, забезпечення високого рівня сервісу сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності туристичних компаній та задоволенню потреб сучасного споживача.

Таким чином, модернізація підходів до організації та надання туристичних послуг є ключовим напрямом розвитку цієї галузі, що визначатиме її майбутнє та вплив на світову економіку. Впровадження комплексних рішень, орієнтованих на інновації, сталий розвиток та високоякісний сервіс, надасть туристичним підприємствам не лише залишатися на плаву, а й активно розширювати свої можливості та займати провідні позиції на міжнародному ринку.

Список використаних джерел:

1. Напрями удосконалення організації туристичної діяльності (на прикладі досвіду Туреччини). URL : https://tourlib.net/statti_ukr/ischenko.htm
2. Удосконалення технології управління туристичним підприємством в умовах глобалізації . URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=774>

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Воєнні дії, що тривають на території України, значно змінили соціально-економічну ситуацію в країні. Це вплинуло на всі сфери життя, включаючи туризм. Для України, яка до початку війни була важливим туристичним напрямком, відбулися суттєві зміни в туристичних потоках, інфраструктурі та стратегічних планах розвитку.

Міжнародний туризм – це сектор, який найбільше постраждав через зниження безпеки і обмеження на пересування людей. Водночас війна створила нові виклики та можливості для розвитку внутрішнього, зокрема регіонального, туризму. Проте розвиток туризму в умовах військових дій потребує комплексного підходу, включаючи адаптацію до нових реалій, відновлення інфраструктури, залучення інвесторів та підтримку місцевих ініціатив.

Воєнні дії в Україні суттєво вплинули на загальну ситуацію в туристичному секторі, але все ж таки деякі регіони України змогли адаптуватися та почати активний розвиток внутрішнього туризму, попри складні умови. Війна призвела до пошкоджень туристичної інфраструктури, але також вона стала поштовхом до її адаптації для потреб внутрішнього туризму. Цей процес почався ще за часів COVID-19, тому що через обмеження суттєво збільшився попит на внутрішній туризм та люди масово почали цікавитися та досліджувати свої регіони. Але на жаль війна зупинила цей процес. Багато туристичних об'єктів було знищено або пошкоджено. Проте відновлення об'єктів інфраструктури та їх адаптація до нових умов сприяють розвитку регіонального туризму.

Місцеві громади активно включаються у процес відновлення через організацію культурних та рекреаційних заходів, розвиток сільського туризму, екологічного та історико-культурного туризму. Також в суспільстві є великий попит на відновлення, відпочинок та реабілітацію. В Карпатах активно будуються нові готельні комплекси та ресторани. Це дозволяє залучати внутрішніх туристів до нових цікавих локацій, де можна відпочити, пізнати культуру регіону і підтримати місцеву економіку. Військові дії призвели до величезного інтересу українців до власної культури та історичної спадщини. Завдяки цьому багато історичних пам'яток почали розвиватися та відновлюватися.

Голова правління «VisitUkraine.Today» А. Тараненко зазначив, що певні тенденції нинішнього відновлення туристичної галузі України вже помітні: туристів найбільше цікавлять санаторії та інші подібні варіанти, де можна якомога далі втекти від вибухів і авіаударів і відновити спокій. Існує підвищений попит на особисті або сімейні подорожі. З іншого боку, групові тури стали менш популярними. Для ресторанів, готелів тощо першочерговими вимогами є забезпечення електроенергією, водою, зв'язком і житлом. Українці здебільшого бронюють подорожі в останній момент – «на завтра», оскільки під час повномасштабної війни неможливо було спланувати наперед [1].

Важливим питанням в розвитку туристичної сфери в Україні в умовах воєнного стану – це безпека туристів. Для забезпечення безпеки туристів було впроваджено спеціальні заходи, які включають контроль за маршрутами, оголошення безпечних територій для подорожей та обмеження на відвідування деяких регіонів, які можуть бути потенційно небезпечними через військові дії. Головною причиною зменшення кількості внутрішніх туристичних поїздок під час війни є питання безпеки. Зони бойових дій характеризуються підвищеними ризиками, такими як насильство, нестабільність і наявність військових дій. Як наслідок, люди можуть сприймати небезпечну поїздку в райони, уражені конфліктом, або всередині них. Потенційна загроза особистій безпеці є стримуючим фактором для туризму, змушуючи людей взагалі уникати подорожей. Війна на території нашої країни значно пошкодила не тільки цивільну та

військову інфраструктуру, але й туристичну інфраструктуру, транспортні системи та туристичні послуги. Блокпости, контрольно-пропускні пункти, пошкоджені або закриті туристичні об'єкти та обмежений доступ до основних послуг можуть перешкоджати подорожам і ускладнювати планування та здійснення подорожей. Невизначеність щодо наявності та якості зручностей, пов'язаних із подорожами під час війни, може відштовхнути європейців від участі в туристичній діяльності [2].

Проте крім безпекового становища країни важливим аспектом є економічна ситуація в Україні. На жаль з війною фінансове становище українців погіршується. Багато людей втратили роботу та житло, тому туризм для них зараз на останньому місці і люди переймаються спочатку базовими питаннями для життя. Але є і позитивна динаміка. За три квартали 2024 року до бюджету громад надійшло майже 173 мільйонів гривень туристичного збору, що на 21% більше в порівнянні з аналогічним періодом торік – трохи більше 143 мільйонів гривень. Тобто все ж таки є позитивний рух внутрішнього туризму, а також причиною зростання туристичного збору на мою думку є збільшення кількості закладів розміщення, які почали сплачувати туристичний збір. Втім, це на 30% менше, ніж у січні-вересні довоєнного 2021 року, коли туризм приніс в місцеві бюджети майже 244 мільйони гривень.

Як зауважила голова Державного агентства розвитку туризму (далі – ДАРТ) Мар'яна Олесків, загалом зростання туристичного збору відмічено майже у всіх регіонах країни, навіть з урахуванням катастрофічного падіння в чотирьох областях, які найбільше страждають від російської війни – Херсонській, Харківській, Донецькій та Луганській. Зокрема, в північних областях України туристичний збір за перші дев'ять місяців 2024 року в порівнянні з аналогічним періодом минулого року зріс на 56%, в південних – на 41%, в західних – на 17%, в центральних – на 10%. «Тож як бачимо, туристична галузь України попри війну та важкі виклики, які постали перед нею, демонструє стійкість, забезпечує робочими місцями українців та наповнює бюджети громад», – зауважила М. Олесків [3]. Попередня голова Державного агентства розвитку туризму М. Олесків зазначала, що загалом витрати на туризм зростають майже в усіх регіонах країни, навіть з урахуванням катастрофічного падіння витрат на туризм у чотирьох областях, які найбільше постраждали від війни в росії – Херсонській, Харківській, Донецькій та Луганській. У тому числі туристичний збір на півночі України за дев'ять місяців 2024 року зріс на 56% порівняно з відповідним періодом минулого року, у південному регіоні – на 41%, у західному – на 17%, у центральному – на 10%. «Таким чином, ми бачимо, що незважаючи на війну та важкі випробування, український туризм показав стійкість, забезпечуючи українців роботою та наповнюючи бюджети громад», – зазначає М. Олесків [3].

Розвиток регіонального туризму в Україні за умов війни є важливим елементом адаптації та відновлення економіки країни. Хоча війна значно ускладнила умови для масового туризму, зокрема через загрози безпеці, вона водночас створила можливості для розвитку внутрішнього туризму, зокрема в тих регіонах, які не зазнали безпосередніх бойових дій. Підтримка місцевих туристичних напрямків допомагає відновити економічну активність у постраждалих областях, а також сприяє збереженню культурної спадщини. Ключовим фактором для подальшого розвитку регіонального туризму є інвестиції в інфраструктуру, зокрема транспортну, готельну та інформаційну. Попри виклики, українці виявляють великий інтерес до подорожей всередині країни, відкриваючи нові маршрути та культурні об'єкти. Крім того, розвиток екологічного та активного туризму дозволяє зберігати навколишнє середовище та надавати можливість розвитку громад і робочі місця.

У майбутньому важливо також працювати над покращенням іміджу України як туристичної країни, формуючи позитивний образ незважаючи на важкі випробування, які проходить наша держава. Завдяки сприятливим природним умовам, культурній різноманітності та місцевим традиціям, регіональний туризм може стати важливим двигуном для відновлення країни після війни, створюючи нові можливості для розвитку і стабільності.

Список використаних джерел:

1. Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення. URL : <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-tagotuyetsya-do-vidnovlennya>
2. Туризм в Україні: минуле, сьогодення та майбутнє. URL : <https://www.linkedin.com/pulse/tourism-ukraine-past-present-futureentdeckenet-dmc-gmbh>
3. Туризм в Україні під час війни. Дані Держтуризму. URL : <https://www.unian.ua/tourism/news/turizm-v-ukrajini-pid-chas-viyni-erzhurizmu-vidzvituvalo-pro-zbilshennya-nadhodzhen-turistichnogo-zboru12855213.html>

Герасимчук Мирослав Сергійович,

*здобувач вищої освіти на бакалаврському рівні факультету публічного управління
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Готельно-ресторанне господарство є важливим сегментом сфери послуг і гостинності, який сприяє розвитку всіх видів туризму, залученню інвестицій та формуванню позитивного іміджу країни як серед власного населення, так і серед іноземних туристів і рекреантів. За умов глобалізації та інтенсивної змагальної політики на ринку гостинності за клієнтів – важливо розглядати цю галузь як систему, що поєднує теоретичні концепції, історичні традиції, сучасні підходи до організації бізнесу, як в Україні, так і за кордоном.

Готельно-ресторанне господарство базується на комплексній системі економічних, управлінських і маркетингових знань, які сприяють оптимізації та підвищенню якості процесів обслуговування з метою задоволення потреб клієнтів. У свою чергу теоретичні основи включають такі важливі аспекти як аналіз споживчої поведінки, дослідження стандартів якості, принципи сервісного менеджменту, впровадження сучасних технологій управління, способи автоматизації бізнес-процесів.

Заглиблюючись в історичний розвиток готельно-ресторанного господарства, можна відзначити, що іще у Стародавньому Світі їхні перші прототипи (караван-сараї, придорожні готелі, заїжджі двори, таверни) обслуговували мандрівників. Упродовж доби Середньовіччя та Нового Часу готельні й ресторанні послуги поступово набували організованих форм, що сприяло створенню сучасної інфраструктури сервісних закладів. У XX сторіччі й у першій чверті XXI століття, з розширенням масового туризму і рекреації, відбувся стрімкий розвиток якості, розмаїття готельного й ресторанного сервісу, різноманітності пропозицій харчування і проживання, що дало поштовх для появи міжнародних готельно-ресторанних мереж.

Українська готельно-ресторанна справа має величезний потенціал, у тому числі завдяки розвитку внутрішнього і в'їзного туризму. Крайніми десятиріччями українські готелі та ресторани все частіше орієнтовані на високі стандарти обслуговування, інтегруючи інноваційні технології, урізноманітнюючи послуги та створюючи власні конкурентні переваги. На заваді підприємств цієї гостинної галузі є ціла низка труднощів і викликів, а саме: нестача кваліфікованого персоналу, оновлення інфраструктури, потреба адаптації до визнаних міжнародних стандартів. Усе ж таки позитивна тенденція спостерігається і це інтеграція із глобальним ринком.

Зарубіжні практики в готельно-ресторанному господарстві характеризуються високою орієнтацією на клієнта, інноваціями в управлінні закладом та широким використанням інформаційних технологій. До прикладу, країни Західної Європи та Північної Америки демонструють ефективні моделі організації обслуговування, де ключову роль відіграють

стандарти якості, системи управління ризиками й інтеграція екологічних технологій. Досвід цих країн сприяє формуванню перспектив розвитку галузі, що може бути врахований українськими готельними, ресторанными і готельно-ресторанными закладами з урахуванням наших національних, регіональних та місцевих особливостей і традицій.

Сучасні готелі намагаються не лише забезпечити комфортне проживання, але й створювати унікальний гостинний досвід через індивідуальний підхід до гостей шляхом високого рівня обслуговування та додаткових послуг (спа, ресторани, спортзали, конференц-зали). Такий підхід залишає приємні враження у гостей і дозволяє готелям позиціонувати себе на ринку з такими додатковими якісними характеристиками як створення комфортної і безпечної атмосфери для відпочинку та бізнес-подій.

Ресторанна діяльність є невід'ємною складовою частиною сфери гостинності так само, як і готельна. Наразі ресторани орієнтовані на створення високоякісного кулінарного продукту, поєднуючи традиційні рецепти з оновленими або новими підходами у подачі страв і дизайні інтер'єру. Важливим аспектом забезпечення високого рівня обслуговування, що дозволяє створити для клієнтів комфортно-атмосферний відпочинок і надовго залишити приємні враження. Крім того, ресторани все частіше впроваджують елементи концептуального простору, організовуючи тематичні заходи та фестивалі, що сприяє формуванню лояльності серед споживачів.

Отже, розвиток готельно-ресторанного господарства в Україні та за кордоном свідчить про важливість інтегрованого підходу, що поєднує теорію, історичні традиції, сучасні технології з застосуванням творчого підходу з метою створення особливих приємних вражень та спогадів у гостей. Ефективне управління, результативне вдосконалення способів та інструментів обслуговування, пристосування до існуючих умов і викликів є ключовими чинниками успіху. Зарубіжний досвід, у свою чергу, демонструє, що впровадження інновацій і стандартизація процесів можуть слугувати ефективними інструментами для покращення якості гостинних послуг. Україна має всі шанси й ресурси для створення конкурентоспроможного готельно-ресторанного бізнесу, що сприятиме не лише розвитку національної економіки, а й популяризації української культури і традицій серед світової спільноти.

Список використаних джерел:

1. Єремчук І. Основи туристичного бізнесу. Львів: ЛНУ імені І. Франка, 2016. 124 с.
2. Сидоренко Н. Сучасні тенденції в розвитку готельно-ресторанного ринку в Україні. Харків, 2018. 136 с.
3. Офіційний сайт Міністерства розвитку громад та територій України. URL : <https://www.minregion.gov.ua>

Горкун Максим Олександрович,

здобувач вищої освіти на бакалаврському рівні навчально-наукового інституту управління та безпеки населення Національного університету цивільного захисту України

МОТОЕВОЛЮЦІЯ ЯК ГОЛОВНИЙ ЧИННИК СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ МОТОТУРИЗМУ

Мотоцикл, як технічний засіб пересування, відіграє важливу роль у розвитку мотоциклетного туризму. Завдяки своїм компактним розмірам, маневреності та здатності подолання різноманітних ландшафтів, мотоцикли стали невід'ємною частиною туристичної інфраструктури. Розвиток такого технічного засобу, як мотоцикл, не лише змінив способи переміщення, але й сприяв розвитку цілих індустрій, пов'язаних з мотоциклетними подорожами. Протягом 130 років технічні досягнення у конструкції мотоциклів здійснили

значні кроки, що дозволило цим транспортним засобам стати важливими атрибутами сучасного мотоциклетного туризму [6].

Технічний розвиток мотоциклів розпочався в кінці XIX ст., коли 29 серпня 1885 р. німецький винахідник Готтліб Даймлер здійснив першу поїздку на транспортному засобі, оснащеному бензиновим двигуном. Цей пристрій, який представляв собою велосипед з мотором, мав дерев'яну раму і чотири колеса, що були оббиті залізом. Двигун потужністю 0,5 кінських сил дозволяє досягати швидкості до 12 км/год. Г. Даймлер спочатку не мав наміру створювати мотоцикл, його головною метою було тестування двигуна внутрішнього згоряння [1]. Однак, саме цей експеримент став основою для подальшого розвитку мотоциклетної техніки.

Першими серійними мотоциклами у світі стали моделі, що випускалися компанією Hildebrand & Wolfmüller в м. Мюнхені (Німеччина). Це перші транспортні засоби, які в 1894 р. отримали патент під назвою «motorrad». Модель була оснащена 2-циліндровим 4-тактним двигуном об'ємом 1500 см³, який видавав потужність 2,5 кінських сили, розвивав швидкість до 240 об/хв. Відсутність карбюратора у двигуні, утворення бензо-повітряної суміші шляхом колотання у бензобаку, а також використання калільних трубок замість свічок запалювання, які нагрівалися пристроєм схожим на сучасну паяльну лампу – все це характеризувало мотоцикл Hildebrand & Wolfmüller як унікальний продукт того часу. Попри технологічні інновації, компанія зазнала фінансових труднощів і припинила своє існування у 1897 р. [3].

Наприкінці XIX – на початку XX ст. розпочався розвиток нових моделей мотоциклів, що відповідали вимогам часу. У 1901 р. Дж. Хенді створив мотоцикл Indian, який став одним із перших успішних продуктів на американському ринку. Модель мала спрощену конструкцію, у якій використовувався двигун потужністю 1 кінська сила. Indian став популярним завдяки простоті у виробництві та надійності, та вже до 1904 р. компанія значно збільшила обсяги виробництва [2]. Цей успіх заклав основи для популяризації мотоциклів у США, де індустрія почала активно розвиватися. Також значущу роль у розвитку мотоциклетної індустрії відіграла брендова компанія Harley-Davidson, заснована в 1903 р. в США. Перші моделі мотоциклів цієї компанії мали сталеву раму і двигун понад 400 см³. Після кількох років розвитку та вдосконалення конструкції, Harley-Davidson став лідером у виробництві мотоциклів, а під час Першої світової війни популярність мотоциклів значно зросла. Вже до 1920 р. компанія стала найбільшим виробником мотоциклів у світі та набула популярності у 67 країнах [3].

У 1920-1930-х рр. з'явилися нові легендарні моделі, однією з яких є Brough Superior SS100. Цей мотоцикл був розроблений в Англії, і відзначався високою якістю, кастомним дизайном та потужним двоциліндровим двигуном. Мотоцикл був виготовлений за індивідуальними замовленнями та став символом елітного статусу [4].

Друга світова війна значно вплинула на розвиток мотоциклетної техніки. Під час війни компанія Harley-Davidson розробила спеціальну військову модель WLA 42, яка була адаптована для використання в армії США. Цей мотоцикл був оснащений потужним 740-кубовим двигуном і мав можливість перевезення важких вантажів. Особливістю моделі була її здатність до роботи в складних умовах, таких як бездоріжжя, а також висока надійність. Після війни мотоцикли цієї моделі продовжували використовуватися в різних країнах та пройшли технічну модернізацію.

У 1958 р. компанія Honda представила модель Super Cub, яка стала революційною завдяки простоті конструкції та низьким витратам на виробництво. Ця модель мала 50-кубовий двигун і стала доступною для широкої аудиторії. До 2017 р. було продано понад 100 млн мотоциклів, що свідчить про їх світову популярність. Тож, Honda Super Cub і подальші сприяє популяризації мотоциклів серед різних верств населення. Компанія створила новий сегмент моторинку під назвою «Mini Moto» [5].

На початку XXI ст. індустрія мотоциклів зазнала значних змін із впровадженням новітніх технологій, зокрема в сфері електричної тяги. Zero Motorcycles, одна з провідних

компаній у галузі, випускає високопродуктивні електричні мотоцикли, які поєднують переваги традиційних мотоциклів з інноваційною електричною трансмісією. Моделі, такі як Zero S і Zero FX, відзначаються високою ефективністю, швидкістю і легкістю керування, що робить їх привабливими для сучасних споживачів, що прагнуть до екологічно чистих технологій [7].

Загалом, технічний прогрес, що супроводжував розвиток мотоциклів, має значний вплив на мотоциклетний туризм. Починаючи з простих конструкцій XIX ст., мотоцикли еволюціонували до високопродуктивних і технологічно складних транспортних засобів. Інновації в матеріалах, дизайні та двигунах значно підвищили комфорт і безпеку мотоциклів, що дозволило їм стати важливими учасниками туризму, забезпечуючи мобільність на складних маршрутах і можливість дослідження нових територій. Мотоцикли залишаються одним з найефективніших і захоплюючих засобів пересування для любителів мотоподорожей та незрівняних адреналінових відчуттів.

Список використаних джерел:

1. Горкун М. О. Зародження мотоциклетного туризму. Поява перших мотоциклів. *Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації* : матеріали III Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., м. Черкаси, 20 лютого 2025 р. / за заг. ред. С. М. Домбровської. Черкаси : НУЦЗ України, 2025. С. 22–24.
2. Про нас. *Indian Motorcycle Ukraine*. URL : https://indian.com.ua/about_us/.
3. Яким був найперший мотоцикл на території України. *Autoconsulting. Інформаційно-аналітична група*. URL : <https://autoconsulting.ua/article.php?sid=53826>.
4. HARLEY DAVIDSON. *Bella vista*. URL : <https://bellavista.com.ua/brendu/harley-davidson>.
5. Honda Super Cub – World's Happiest Bike. *Honda.ua*. URL : <https://honda.ua/press-review/honda-super-cub-world-s-happiest-bike/>.
6. Postupna O., Gorcun M. Possibilities and experience in developing motorcycle tourism in Lviv region: public administration aspect. *Public administration and state security aspects*. National University of Civil Defence of Ukraine and University of International Relations and Social. Vol. 1/2024, pp. 246–255. URL : <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/20478/1/Postupna.pdf>.
7. The story. *Zero Motorcycles*. URL : <https://www.zeromotorcycle.eu/en/aboutus/>.

Денисюк Надія Василівна,

здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні факультету публічного управління
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ КУРОРТНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ

Курортна справа є важливою складовою туристичної індустрії, що органічно поєднує елементи відпочинку, оздоровлення та рекреації. Вона базується на поєднанні використання природних ресурсів (лікувального й екологічного характеру) та сучасних медичних і санаторних технологій для забезпечення якісного оздоровчого відпочинку. Основними компонентами курортної справи є санаторно-курортне лікування, організація дозвілля, розробка розважально-оздоровчих і культурно-пізнавальних маршрутів, управління рекреаційною діяльністю [1].

Життєвою необхідністю розвитку курортної справи є регулярний попит на якісний медичний туризм. Це, у свою чергу, актуалізує необхідність розвитку конкурентоспроможних курортних комплексів в нашій державі. Санаторно-курортна гілка туристично-рекреаційної сфери відіграє важливу роль у зміцненні здоров'я населення

України й іноземних держав, залученні українських та іноземних інвестицій, підвищенні національної туристичної привабливості. За умов глобалізації та інтеграції України у світовий туристичний ринок – важливо враховувати успішний зарубіжний досвід і впроваджувати сучасні підходи до організації бізнесу, загалом, і курортного, зокрема [2].

Історично курортна справа бере свій початок ще з доби Стародавнього Світу, коли термальні води й мінеральні джерела використовувалися для лікування і самолікування, в тому числі військових легіонів. У період Середньовіччя та епоху перших трьох століть Нового Часу курорти розвивалися переважно як місця відпочинку аристократії. У XIX столітті ситуація якісно змінилася, позаяк почався масовий розвиток санаторно-курортних закладів, зокрема в країнах Європи та Північної Америки. В Україні ж курортна справа почала активно розвиватися наприкінці XIX – початку XX століття, коли були засновані перші санаторії та водолікарні, такі як Трускавець, Моршин і Свалява [2].

Унікальні мінеральні води українських джерел, численні місця лікувальних грязей і сприятливі кліматичні умови сприяють оздоровленню рекреантів і є куротною візитівкою України. Найбільш концентрованими курортними регіонами нашої держави є Карпати, Закарпаття, Львівщина, Одещина та Полтавщина. Однак, попри численні позитивні характеристики, українські курорти, в першу чергу, зустрічаються з проблемами безпеки внаслідок повномасштабної війни московитської федерації супроти України. Іншими стримувальними чинниками є проблеми інфраструктури, сервісу та інвестицій, що потребують комплексних господарських підходів і державної підтримки [3].

Зарубіжний досвід показує ефективні моделі розвитку курортної справи, які можуть бути в тій чи іншій мірі застосовані в українському курортному господарстві. Наприклад, у Швейцарії, Австрії та Німеччині курорти розвиваються за принципом екологічної стійкості, високого рівня сервісу та поєднання традиційних методів лікування з сучасними медичними технологіями. В Японії активно використовуються гарячі джерела (онсен), що сприяють релаксації та відновленню організму. В українській курортній справі, в залежності від особливостей закладів, можна використати зарубіжні підходи з метою удосконалення [1].

Організація національного курортного бізнесу обов'язково й на регулярній основі повинна включати розробку маркетингових підходів і залучення інвестицій. Такі заходи як забезпечення якісного обслуговування й ефективне управління ресурсами повинні бути в полі зору на постійній основі. Успішне функціонування курортів залежить від співпраці державних органів, бізнесу та громади. Крім того, важливу роль відіграє використання сучасних технологій, таких як дистанційне бронювання, цифровий маркетинг та екологічні інновації, що можуть якісно підвищити конкурентоспроможність українських курортів на міжнародному рівні [2].

Отже, курортна справа є перспективним напрямом у національній туристично-рекреаційній сфері. Цей бізнес потребує відповідної модернізації та сприяння розвитку. Дієві способи використання природних ресурсів у поєднанні з якісним обслуговуванням, сучасними технологіями та врахуванням і застосуванням зарубіжного досвіду – у своїй сукупності дозволять Україні створити конкурентоспроможний курортний продукт, що відповідатиме потребам українських та іноземних рекреантів.

Список використаних джерел:

1. Заварика Д. Курортна справа: навчальний посібник. URL : https://tourlib.net/books_ukr/zavarika.htm
2. Любіцева О. О. Сучасні тенденції розвитку санаторно-курортної сфери. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/lubiceva3.htm
3. Курортна справа – юридичний аспект. URL : https://www.bitlex.ua/uk/blog/terms/post/kurortna_sprava

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Для підвищення ефективності підприємництва туристичної сфери потрібно використовувати у практиці управління туристичними послугами ринкові інструменти, головним з яких є маркетинг. Маркетинг орієнтований на ринок і споживача, його головне завдання полягає у взаємопов'язанні інтересів виробників та споживачів.

Особливістю туристичних послуг є неможливість їхнього збереження, накопичення та перенесення в інше місце та на інші часові терміни, тому важливо своєчасне та якісне задоволення попиту споживачів туристичних послуг. Через це актуальне завдання організації маркетингових досліджень туристичних підприємств на туристичному ринку, вивчення його структури, поведінки споживачів та факторів маркетингового середовища. Це необхідно туристичним фірмам, курортним адміністраціям, підприємницьким структурам у сфері туризму, ресторанного бізнесу та транспорту [1, с. 111].

Характер маркетингу в туризмі визначає специфічні відмінні риси проведення маркетингових досліджень у цій сфері: по-перше, основну увагу доцільно приділяти дослідженням запитів, вимог та уподобань реальних та потенційних споживачів; по-друге, існують труднощі з отриманням безпомилкової інформації про турпродукт через суб'єктивну думку експертів; по-третє, сезонні коливання попиту у туристичному бізнесі; по-четверте, необхідність виділення психографічних, поведінкових та соціальних ознак споживача; по-п'яте, труднощі застосування деяких методів маркетингових досліджень (спостереження, експеримент), найчастіше як метод збору маркетингової інформації в галузі туристичного бізнесу використовується опитування; по-шосте, доцільно дослідити не тільки туристичний продукт та його елементи, а й інфраструктуру туристичного ринку. З урахуванням виділених особливостей маркетингових досліджень, у туристичному бізнесі спрощується розробка програми розвитку у тому чи іншому регіоні.

Туристичний бізнес має маркетингові особливості, що відрізняють його від маркетингу матеріальних товарів та від маркетингу інших послуг. Зокрема, поєднання товарів та послуг – за оцінками експертів, частка послуг у туризмі складає 75 %, товарів – 25 %. А також у особливий характер споживання туристських послуг та товарів у місці їх виробництва, у конкретній ситуації [3, с. 120].

У туристичному бізнесі результатом підприємницької діяльності є туристичний продукт, який є поєднанням послуг і ресурсів - комплексом туристичного блага. Спектр послуг туристичної галузі широкий і різноманітний, тому доцільно подати турпродукт і у вузькому розумінні щодо кожної конкретної ланки галузі туризму. Маркетингові особливості турпродукту: складна система взаємозв'язків між різними видами чи компонентами турпродукту у комплексі послуг та товарів; неможливість складування чи зберігання, надання в якості товарних зразків; для оцінки турпродукту немає мірних величин, наприклад, розміру, ваги, обсягу, потужності, об'єктивна оцінка можлива лише окремих компонентів послуг; неможливість побачити турпродукт до його споживання, який у більшості випадків здійснюється безпосередньо на місці виробництва туристичної послуги; подолання відстані, що відокремлює покупця від товару та його місця споживання, а не навпаки; залежність від таких змінних, як час та простір; фактор сезонності [2, 4].

У маркетингових дослідженнях сфери послуг використовуються складніші методи в порівнянні з вивченням товарного ринку. Нами виділено маркетингові особливості туристичного бізнесу. Зокрема, для маркетингу у туризмі меншою мірою важливе завдання стимулювання попиту. Для туристичного маркетингу найважливіше завдання направити попит у потрібне русло. Велике значення набуває достовірна інформаційна політика щодо

клієнта, особливо на етапі продажу послуг, а також ретельність у розробці турпродукту. Враховуючи особливу роль суб'єктивного чинника у процесі купівлі саме туристичних послуг, турфірмам слід приділяти велику увагу захисту прав клієнта-споживача туристичних послуг. Вплив фактору сезонності обумовлює необхідність диверсифікації туристичних послуг або особливої уваги до маркетингових заходів у міжсезонний період, щоб зробити підприємство менш залежним від фактору часу [5, с. 141].

У процесі управління маркетингом слід враховувати не тільки матеріальні аспекти, а й психологію, духовно-емоційний стан та особливості споживача. Оскільки турпродукт є, зазвичай, складним комплексом матеріальних та ідеальних компонентів, велике значення для досягнення оптимального кінцевого ефекту маркетингових заходів має координація маркетингу всіх учасників виробництва туристичних послуг, туристичних центрів, державних органів регулювання туризму, громадських об'єднань.

Список використаних джерел:

1. Грищенко С. І. Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників в координатах повоєнного відновлення. *Економіка та суспільство*. 2023. № 52. С. 100–122.
2. Маркетингова стратегія України як туристичної дестинації. *Державне Агентство Розвитку Туризму України*, 2023. URL : https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/36572/7/mod_resource/content/1/Marketingova-strategiya-Ukrayiny-yak-turystychnoyi-destynatsiyi-2021-2023.pdf
3. Мокра А. Креативний маркетинг як інструмент реалізації клієнтоорієнтованого підходу в діяльності міжнародних готельних ланцюгів. *Магістерські студії географічного факультету ТНПУ ім. В. Гнатюка*. 2022. Вип. 1(5). С. 118–126.
4. Трапайдзе С., Белкін І. Сучасні тенденції розвитку маркетингу у туризмі. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. № 11(17). С. 43–59.
5. Хрупкових С. Є., Іванечко Н. Р. Інструменти управління креативним маркетингом. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 1. С. 138–142.

Іщенко Юлія Олегівна,

здобувачка вищої освіти на магістерському рівні факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування Вінницького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету

ОСНОВНІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Якість послуг – це набір характеристик, які визначають здатність послуги задовольняти існуючі або потенційні потреби людини. Вона залежить від різних факторів. Фактори якості – це характеристики, які можуть бути як якісними, так і кількісними, і відносяться до однієї або кількох властивостей послуги. Класифікація факторів якості послуг досить широка і включає: показники функціональної призначення, соціальні показники, ергономічні характеристики, естетичні аспекти, показники безпеки, екологічні критерії, патентно-правові параметри та стандартизованість [1, с. 111–112].

Якість є ключовим показником ефективності діяльності підприємств, оскільки від неї залежить конкурентоздатність продукції, рівень задоволення споживачів та, зрештою, фінансові результати. Підвищення якості є постійним завданням для компаній, що зумовлене науково-технічним прогресом, змінами в потребах споживачів та посиленням конкуренції. Для підприємств важливо оцінити рівень якості своїх послуг, аби розуміти свої сильні та слабкі сторони. Тому питання оцінки якості туристичних послуг є надзвичайно актуальним і потребує подальших досліджень.

Якість туристичного продукту має суб'єктивний характер, і споживач оцінює її, порівнюючи свої очікування з реальними враженнями від отриманої послуги. Оскільки туристичний продукт є комплексною послугою, якість є загальним показником якості всіх її складових. Якщо хоча б один елемент має недоліки, це негативно впливає на рівень задоволення споживача. Оскільки туристична послуга є нематеріальною, на її якість значно впливає людський фактор, тобто процес обслуговування. Клієнт оцінює якість послуги на кожному етапі, починаючи від звернення до туристичної фірми, замовлення продукту і до його безпосереднього споживання. Ці особливості туристичних послуг вимагають застосування специфічних методів оцінки їх якості.

Найпоширенішими методами, які застосовують для оцінювання якості туристичних послуг, є SERVQUAL, SERVPERF, метод критичних інцидентів, таємного покупця і діаграма К. Ісікави. Метод SERVQUAL базується на анкетуванні, при якому створюються окремі анкети для оцінки очікуваної якості послуги та її фактичного сприйняття. На подальших етапах аналізу визначають різницю між очікуваннями та реальними враженнями за кожним критерієм, обчислюють середні відмінності для кожного виміру, а також загальні середні різниці для всіх респондентів. В результаті отримують кінцевий середньозважений показник. Перевагою методу SERVQUAL є можливість оцінити як загальну якість послуги, так і її окремі складові. Однак одним із недоліків є висока трудомісткість процесу. Метод SERVPERF є спрощеною версією методу SERVQUAL, оскільки він не передбачає збору інформації про очікування споживачів. Перевагою цього методу є те, що він менш трудомісткий, потребує менше фінансових і трудових ресурсів, а також в анкеті міститься менше запитань. Метод критичних інцидентів базується на аналізі скарг споживачів, що дозволяє виявити частоту повторення певних проблемних ситуацій. Цей метод допомагає виявити слабкі місця в діяльності підприємства, які вказують на низьку якість наданих послуг. Метод «таємного покупця» (Mystery shopping) – це метод спостереження, при якому анонімний інспектор видає себе за клієнта і здійснює контрольну покупку послуг. Іншим методом, що використовується для дослідження причинно-наслідкових зв'язків між факторами і результатами, є діаграма Ісікави. Це графічний інструмент, який дозволяє чітко побачити проблему і фактори, що її викликають. Перевагами цього методу є його наочність та можливість виявити всі чинники, що впливають на якість. Однак його недоліками є відсутність кількісних показників і складність у визначенні основних причин проблеми [2, с. 62–64].

У туристичній індустрії існує низка факторів, які суттєво впливають на створення якісного туристичного продукту, зокрема:

1. Дискретність (безперервність) виробництва туристичних послуг і цілісність їх споживання. Як зазначають фахівці туристичного бізнесу, «гостинність – це мистецтво дрібниць». У забезпеченні якості туристичного продукту всі служби повинні працювати бездоганно і злагоджено.

2. Можливість повторного виробництва туристичних послуг на однаково високому рівні, або стабільність якості. Для багатьох виробників туристичного продукту це завдання є надзвичайно складним, що часто призводить до зниження конкурентоспроможності підприємства.

3. Туризм належить до таких видів діяльності, де готовий продукт, будучи нематеріальним, споживається одночасно з його створенням. Персонал підприємства не має можливості виправити помилки або повернути клієнта. Це критичний аспект, оскільки якість роботи персоналу безпосередньо впливає на характеристики самого туристичного продукту.

Щодо реалій, то на практиці якість послуги визначається, насамперед, оперативністю підбору та організації турів за запитом клієнтів – швидкість обслуговування в комплексі визначає рівень задоволення кожного клієнта; термінами надання довідкової інформації; ввічливістю обслуговування, що проявляється в привітності співробітників туристичної фірми, їх увазі до запитів кожного клієнта, терпінні при обговоренні маршруту;

відповідністю запропонованого туру його реальному змісту; а також наявністю координації всіх складових частин комплексного обслуговування [1, с. 156–157].

На основі наведеного можна зробити висновок, що оцінка якості туристичних послуг є досить складним завданням, оскільки туристичний продукт має такі характеристики, як нематеріальність, комплексність, суб'єктивність тощо. Тому для оцінки якості послуг застосовують спеціалізовані методи, які здебільшого базуються на анкетуванні та опитуванні споживачів [2, с. 62–64].

Список використаних джерел:

1. Кривоберець М. М. Інструменти підвищення якості туристичних послуг. *Ефективна економіка*. 2017. № 1. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5382> (дата звернення: 27.03.2025)
2. Ільницька-Гикавчук Г. Я. Особливості оцінювання якості туристичних послуг. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. Вип. 27. № 2. С. 62–64. <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/100297.pdf> (дата звернення: 28.03.2025)
3. Захожай В. Б., Салухіна Н. Г., Язвінська О. М., Чорний А. Ю. Управління якістю: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. ; за наук. ред. В. Б. Захожая. Київ : ДП «ВД «Персонал», 2011. 936 с. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5382> (дата звернення: 31.03.2025)

Колеснікова Поліна Миколаївна,

*здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні факультету публічного управління
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова*

ОРГАНІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Готельно-ресторанний бізнес є важливою складовою сфери послуг, яка стрімко розвивається за умов глобалізації та посилення туристичних потоків. Цей сектор формує імідж регіону чи країни, сприяє активізації малого та середнього підприємництва, створенню нових робочих місць та розвитку інфраструктури. Саме організація цієї діяльності визначає рівень якості обслуговування, конкурентоспроможність закладів та їхню привабливість для споживачів.

Організація готельно-ресторанного бізнесу є складним і багаторівневим процесом, що охоплює управління людськими та фінансовими ресурсами, розробку маркетингових технологій, технічне забезпечення усіх процесів і тісну взаємодією з клієнтами. Сфера гостинності є сукупністю заходів, пов'язаних із забезпеченням проживання, харчування і створення комфортного простору для гостей з метою отримання ними позитивних емоцій і бажання знову відвідати ресторанний, готельний або готельно-ресторанний заклад.

Передусім, організація діяльності закладів гостинності повинна базуватися на чіткій структурі управління. Доцільно визначити зони відповідальності менеджерів, адміністраторів, технічного й обслуговуючого персоналу. Злагоджена робота всіх ланок є гарантією безперебійного функціонування закладів харчування та розташування гостей. Разом із тим, оперативне реагування на зміну попиту й запобігання конфліктним ситуаціям додає цим закладам додаткових балів у репутаційній характеристиці.

Успішне функціонування готельно-ресторанного бізнесу значною мірою залежить від якості сервісу. Обслуговування клієнтів повинно бути не лише професійним, але й індивідуалізованим. Надзвичайно важливою є клієнтоорієнтованість – вміння почути й задовольнити потреби кожного відвідувача. Це досягається завдяки високому рівню підготовки персоналу, постійному вдосконаленню навичок, участі у тренінгах та стажуваннях, вивченню іноземних мов і етикету.

Особливої значимости у веденні готельно-ресторанної справи має кадрова політика. Професійно навчений людський ресурс закладів харчування і розташування є основою успішного бізнесу сфери гостинності. Якісне обслуговування і приємне спілкування персоналу формує «обличчя» закладів цієї сфери, саме через нього складається перше враження у гостей.

Висока конкуренція в індустрії гостинності перетворює маркетинг на ключовий інструмент просування послуг. Успішна конкурентоорієнтовна організація бізнесу готельних і ресторанних закладів передбачає розробку ефективних маркетингових стратегій і технологій, брендинг, рекламні кампанії, участь у галузевих виставках і партнерські програми з туристичними агентствами. Реалізована сукупність усіх цих заходів сприятиме привабленню нових клієнтів і формуванню лояльності серед постійних гостей. Особливу роль у формуванні смакових і вражених відчуттів клієнтів відіграє візуальна складова — оформлення інтер'єру та меню, подача страв, музичний супровід, атмосфера закладу і так звана онлайн-присутність (сайт, соцмережі).

Сучасний світ цифровізації суттєво змінив організаційні процеси у веденні будь-якого бізнесу, в тому числі й готельно-ресторанного. Використання сучасних технологій — від CRM-систем до мобільних додатків — дає змогу краще керувати бронюванням, слідкувати за рівнем клієнтів, аналізувати результати діяльності. Системи електронного обліку, безконтактна оплата, автоматизація процесів на кухні та в готелі оптимізують роботу і знижують витрати. Технологічна модернізація також стосується безпеки та комфорту. Впровадження розумних систем (Smart Hotel), електронних ключів, клімат-контролю, цифрових інформаційних табло робить перебування гостей зручнішим і сучаснішим. Не менш важливим елементом є дотримання законодавчих вимог. Організація бізнесу в цій галузі повинна відповідати нормам пожежної і санітарної безпеки, охорони праці, екологічних стандартів, мати відповідні дозволи й ліцензії. Недотримання або порушення прописаних правил може мати негативні репутаційні й фінансові наслідки. З кожним роком зростає роль екологічної відповідальності. Гості все більше звертають увагу на те чи відбувається сортування сміття й економія енергії, а також на постачальників продукції. Ці чинники формують відповідний імідж і додають або позбавляють конкурентних переваг.

Отже, організація готельно-ресторанного бізнесу є багатограним процесом, що вимагає системного підходу у поєднанні сучасних і традиційних (у тому числі гнучких) методів управління та чіткої координації всіх елементів господарювання. Успішне функціонування готельних, ресторанних і готельно-ресторанних підприємств залежить від рівня сервісу, професіоналізму персоналу, здатності впроваджувати різноманітні інновації та дотримання стандартів якості.

Список використаних джерел:

1. Качала Т. В. Розвиток готельного господарства України: історичний аспект. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/kachala.htm (дата звернення: 06.04.2025).
2. Організація готельно-ресторанного господарства. URL : <http://feb.tsatu.edu.ua/discipline/organizatsiya-gotelno-restorannogo-gospodarstva-2/> (дата звернення: 06.04.2025).
3. Нечасв В. М. Готельний бізнес: теорія та практика. URL : https://tourlib.net/books_ukr/nechauk22.htm (дата звернення: 06.04.2025).
4. Банєва І. О., Величко О. В. Основи готельно-ресторанного бізнесу: конспект лекцій. Миколаїв : Миколаївський національний аграрний університет, 2021. URL : <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10632/1/osnovi-gotelno-restorannogo-biznesu-konspekt.pdf> (дата звернення: 06.04.2025).

Куницький Михайло Петрович,
*доктор історичних наук, професор, професор кафедри інформаційних технологій та туризму Відокремленого структурного підрозділу закладу вищої освіти
«Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
Луцького інституту розвитку людини,*
Майстер Андрій Анатолійович,
*кандидат географічних наук, доцент, завідувач кафедри інформаційних технологій та туризму Відокремленого структурного підрозділу закладу вищої освіти
«Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
Луцького інституту розвитку людини*

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В ЄВРОПІ

Сучасний розвиток круїзного туризму в Європі має високі темпи та набуває стратегічної важливості як для туристичної галузі, так і для економік прибережних регіонів. За останнє десятиліття кількість пасажирських круїзів значно зросла, що зумовлено як зростанням попитом на різноманітні формати подорожей, так і розвитком інфраструктури європейських портів.

У 2023 р. круїзна індустрія в Європі продемонструвала значний економічний вплив. Загальний обсяг економічної активності склав 55,3 млрд євро. З цієї суми найбільшу частку становили прямі витрати – 26 млрд євро, що свідчить про високу інтенсивність фінансових вкладень безпосередньо в круїзний сектор. Водночас суттєвий вплив мали і непрямі ефекти – 19,1 млрд євро, а також індуковані ефекти на рівні 10,1 млрд євро. Це свідчить про те, що розвиток круїзної індустрії стимулює суміжні галузі та створює додаткову економічну активність за межами власне туризму [2]. Внесок круїзної індустрії Європи у ВВП регіону в 2023 року склав 25,7 млрд євро. Майже половина цієї суми (11,4 млрд) сформована прямим внеском круїзної галузі, тоді як решта розподіляється між непрямим та індукованим впливами. Це демонструє, що круїзна індустрія Європи створює значну додану вартість у пов'язаних секторах економіки, зокрема у сфері постачання, обслуговування, транспорту та роздрібної торгівлі [2].

У 2023 р. завдяки круїзній індустрії створено 440 тис. робочих місць. З них 219 тис. – це працівники, задіяні у сфері безпосереднього обслуговування, ще 48 тис. – штатні працівники круїзних компаній. Інші 113 і 61 тис. – це відповідно непрямі та індуковані робочі місця. Така структура свідчить про те, що вплив індустрії виходить далеко за межі самих круїзів і спричиняє ефект доміно на весь ринок праці [2]. У 2023 році європейський круїзний ринок продемонстрував впевнене відновлення після пандемії COVID-19. Загальна кількість круїзних пасажирів склала 8,2 млн, що на 6,5 % більше, ніж у 2019 р. Кожен четвертий турист світового круїзу прибув саме з Європи. Європейський регіон є одним із провідних ринків круїзного туризму, поступаючись лише Північній Америці [3].

Німеччина стала найбільшим джерелом круїзних туристів у Європі – 2,5 млн осіб, або 31 % від загального обсягу. Далі слідує Великобританія та Ірландія (2,28 млн), Італія (1,18 млн), Іспанія та Франція. Разом ці п'ять країн сформували майже 90 % усіх круїзних пасажирів. Франція зафіксувала найбільший приріст – кількість круїзних пасажирів зросла майже на 80 % [3].

Середня тривалість круїзів у Європі становила 8,7 днів у 2023 р., що майже відповідає показнику 2019 р. Британські та ірландські туристи подорожували найдовше – у середньому 10 днів. Середній вік європейського круїзного пасажирів становить 47,9 років [3]. Найпопулярнішим круїзним напрямком залишається Середземномор'я – 3,75 млн пасажирів, що на 16 % більше, ніж у 2019 році. Найбільші потоки круїзних туристів зафіксовано в Центральному та Західному Середземномор'ї – майже 2,8 млн, зокрема з Німеччини, Великобританії, Італії, Іспанії та Франції. На другому місці – Північна Європа з 1,96 млн

пасажирів. У Північній Європі переважають німці (понад 50 % пасажирів), а також британці, ірландці, туристи із Скандинавії та Нідерландів. Східне Середземномор'я обрало 966 тис. туристів. Зростає інтерес також до Канарських островів (477 тис. пасажирів) та Балтійського регіону (181 тис.) [1].

Найбільш завантаженими круїзними портами у 2023 року стали Барселона (3,6 млн пасажирів) та Чивітавекк'я (Рим) (3,3 млн). Загалом Середземноморський регіон прийняв понад 33 млн круїзних туристів, що на 6,6 % більше, ніж до пандемії. Серед найважливіших портів Атлантики й Балтики – Гамбург і Лісабон, а також Кіль, Копенгаген, Росток, Осло та Крістіансанн. Разом із відновленням пасажиропотоку зростають і доходи європейського круїзного ринку. У 2023 році вони досягли майже 10 млрд дол. США. Водночас ринок зіштовхується з певними викликами. Популярні туристичні міста, такі як Венеція та Амстердам, обмежують круїзний трафік для боротьби з надмірним туризмом. Це зумовлює необхідність пошуку стійких рішень і розвитку альтернативних напрямків [1].

Отже, європейський круїзний туризм демонструє позитивну динаміку. Він не лише залишається важливим напрямком подорожей, а й активно географічно розширюється. Німеччина, Великобританія, Італія, Франція та Іспанія є ядром ринку круїзного туризму в Європі, яке формує основу стабільного зростання, а зацікавлення новими маршрутами свідчить про зростаючу відкритість туристів до нових вражень.

Список використаних джерел:

1. Cruise industry in Europe – statistics & facts. URL : <https://www.statista.com/topics/4211/cruise-industry-in-europe/#topicOverview>.
2. Economic Contribution of Cruise Tourism to Europe 2023. URL : https://cruising.org/sites/default/files/2025-03/CLIA_Europe_2023.pdf.
3. Europe Market Report 2023. URL : <https://cruising.org/sites/default/files/2025-03/CLIA%20002%20Overview%20Europe%202023%20Year%20End.pdf>.

Ляшенко Ангеліна Романівна,

здобувачка вищої освіти бакалаврського рівня навчально-наукового інституту управління та безпеки населення Національного університету цивільного захисту України

ЧИННИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

Екологічний туризм набуває дедалі більшого значення як у світі, так і в Україні. Він є важливою складовою сталого розвитку, поєднуючи економічні, соціальні та природоохоронні функції. Попри це, питання розвитку екотуризму як на національному, так і на регіональному рівнях, залишаються недостатньо вивченими. Особливої уваги потребує ситуація в Україні, де природно-рекреаційні та культурно-історичні ресурси часто використовуються нераціонально [5]. Крім того, на рівні областей та адміністративних районів залишається неврегульованим питання ефективного використання рекреаційного потенціалу. Отже, розглянемо чинники розвитку екологічного туризму в Хмельницькій області та визначимо його перспектив. Насамперед, зазначимо, що термін «екологічний туризм» (англ. *ecotourism*) увійшов у науковий обіг порівняно нещодавно. За деякими джерелами, вперше його було вжито Міллером у 1978 р. для позначення одного з напрямків сталого розвитку туристичної галузі [1]. Сьогодні екотуризм розглядається як форма діяльності, яка сприяє збереженню довкілля, розвитку місцевих громад, а також формуванню екологічної свідомості серед населення.

Екологічний туризм виконує важливу соціально-економічну функцію – стимулює місцеву економіку, сприяє створенню робочих місць, підтримує розвиток інфраструктури,

забезпечує надходження до місцевих бюджетів. За визначенням В. Ємельянова, екотуризм є видом прибуткової діяльності, який не лише формує екологічне мислення, але й сприяє збереженню природної, культурної та історичної спадщини через фінансування відповідних проєктів [2].

В Україні розвиток екотуризму, як правило, відбувається не в межах цілісної політики, а стихійно, в умовах ринкових ініціатив. З метою виявлення потенціалу Хмельницької області в цій сфері було проведено аналіз основних еко-туристичних ресурсів, діяльності туроператорів та ключових факторів, що впливають на розвиток галузі. Аналіз засвідчив наявність значних перспектив, а саме розвиток екотуризму може сприяти:

- підвищенню зайнятості населення;
- зростанню доходів;
- збереженню природного середовища та культурно-історичних об'єктів.

Серед основних проблем можна визначити такі:

- відсутність координації між установами, що опікуються екологічним туризмом;
- конкуренція між цими установами;
- слабкий рівень промоції.

Зважаючи на наявний потенціал розвитку екологічного туризму в Хмельницькій області, та враховуючи існуючі проблеми, пропонуємо впровадити такі заходи для поліпшення розвитку екотуризму, як:

- створення пілотних проєктів, які демонструють позитивний вплив екотуризму;
- організація та впровадження освітніх програм, орієнтованих на навчання місцевих мешканців;
- розробка офіційної інтернет-сторінки Хмельницької області як еко-туристичного регіону;
- відкриття інформаційних центрів у Хмельницькому, Кам'янці-Подільському та інших туристично привабливих місцях;
- формування позитивного іміджу області шляхом рекламних кампаній, публікацій, виступів у ЗМІ.

Необхідно також враховувати ризики, пов'язані з екологічним туризмом, серед яких можна виокремити такі, як чутливість до:

- кліматичних змін;
- надзвичайних подій;
- іміджевих втрат;
- соціально-політичних факторів.

З огляду на це, до процесу планування необхідно залучати кваліфікованих фахівців, представників місцевої влади та громадських організацій. Важливо забезпечити партнерство між усіма зацікавленими сторонами [3]. Сезонність туристичного попиту створює додаткові труднощі, пов'язані з нерівномірним надходженням коштів упродовж року. З метою пом'якшення цих коливань доцільно впроваджувати сезонні знижки, а також коригувати фінансове планування відповідно до календарних циклів.

Отже, екологічний туризм є ефективним інструментом сталого розвитку, що поєднує охорону довкілля з економічною вигодою та соціальним розвитком. Світовий досвід свідчить про високий потенціал цього виду діяльності за умови наявності чіткої політики, належного управління та активної участі місцевих громад [4]. У контексті Хмельницької області, то розвиток екотуризму може стати важливим чинником економічного зростання та збереження культурно-природної спадщини. Для реалізації цього потенціалу необхідно забезпечити координацію зусиль на регіональному рівні, розробити пілотні ініціативи, удосконалити інфраструктуру та інформаційний супровід, а також активно використовувати інструменти просування регіонального еко-туристичного продукту.

Список використаних джерел:

1. Білецька Г. А., Сільчук В. А. Суспільно-економічні основи та економічний зміст екологічного туризму. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2008. № 3. Т. 3. С. 178–180.
2. Габчак Н. Ф., Дубіс Л. Ф., Мельник А. В., Чир Н. В. *Екологічний туризм на природоохоронних територіях Закарпатської області*. Ужгород, 2018. 671 с.
3. Смелянов В. А. Соціально-економічні аспекти екотуризму. *Науковий вісник*. 2001.
4. Рутинський М. Й., Зінько Ю. В. *Зелений туризм*. К. : Знання, 2008. 271 с.
5. Postupna O., Liashenko A., Husarov K. Preliminary Analysis of Global Experience in Developing Sustainable and Socially Responsible Ecotourism. *Global Scientific Trends: Economics and Public Administration*, 2024. Vol. 3, № 3 (2024). P. 95-105. URL: <https://gst-journal.net.ua/index.php/gst/article/view/23/23>.

Маховка Вікторія Михайлівна,

кандидатка економічних наук, доцентка кафедри міжнародних економічних відносин та туризму Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»,

Козуб Лілія Миколаївна,

здобувачка вищої освіти Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ПОЛТАВЩИНИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Полтавщина є одним із найважливіших регіонів України з точки зору історичної та культурної спадщини. Саме тут формувалася українська літературна мова, розвивалися козацькі традиції та відбувалися визначні історичні події. Завдяки цьому область має значний потенціал для розвитку туристичної галузі, адже її численні пам'ятки можуть зацікавити як вітчизняних, так і іноземних мандрівників.

Одним із найвідоміших місць Полтавщини є поле Полтавської битви, де у 1709 році відбулася важлива подія – битва між арміями Петра I та Карла XII. Нині тут розташований історико-культурний заповідник, який зберігає пам'ять про ті події. Це місце є цінним для вивчення військової історії та приваблює численних туристів [3]. Окрім історичних подій, Полтавщина славиться своєю літературною спадщиною. Саме тут народився видатний письменник Іван Котляревський – автор «Енеїди», першого твору, написаного живою українською мовою. Будинок-музей Котляревського у Полтаві дозволяє зануритися в атмосферу тієї епохи. Також цей край пов'язаний із Панасом Мирним, Григорієм Сковородою та іншими відомими діячами української культури. Особливе місце в культурній спадщині регіону займають сакральні пам'ятки. Серед них Хрестовоздвиженський монастир у Полтаві, Спасо-Преображенська церква в Лубнах та численні дерев'яні храми, які є важливими об'єктами для паломників та шанувальників архітектури. Крім того, нематеріальна спадщина Полтавщини також вражає – це народні ремесла, вишиванки, гончарство, килимарство та автентичні пісенні традиції. Варто згадати й гастрономічну спадщину: полтавські галушки стали не лише символом регіону, а й усієї країни. Проведення гастрономічних турів та фестивалів може значно збільшити туристичний потік [2].

Попри значний потенціал, туристична інфраструктура Полтавщини потребує подальшого розвитку. Важливо покращити умови для відвідувачів, створювати нові туристичні маршрути, використовувати сучасні технології для популяризації регіону, такі як

віртуальні екскурсії та мобільні додатки. Також слід дбати про збереження історичних пам'яток, адже без належного догляду вони можуть втратити свою автентичність [1].

Таким чином, багата історико-культурна спадщина Полтавщини є потужним ресурсом для розвитку туризму. Поєднання історичних об'єктів, літературних традицій, народної культури та природних ландшафтів створює унікальні можливості для мандрівників. Впровадження ефективних програм розвитку туризму та залучення інвестицій допоможе зробити цей регіон одним із найпопулярніших туристичних центрів України. Окрім того, мальовничі природні ландшафти Полтавщини сприяють розвитку екологічного туризму, а національні парки та річки відкривають перспективи для активного відпочинку. Створення нових туристичних маршрутів, проведення фестивалів та впровадження сучасних технологій сприятимуть зростанню інтересу до цього унікального регіону.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Полтавської обласної державної адміністрації. URL : <https://www.adm-pl.gov.ua>
2. Полтавський краєзнавчий музей імені Василя Кричевсько. URL : <http://pkm.poltava.ua>
3. Національний історико-культурний заповідник «Поле Полтавської битви». URL : <https://battle.poltava.ua>

Миронюк Віра Володимирівна,

*здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні факультету публічного управління
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова*

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Готельно-ресторанна сфера відіграє значну роль не лише в туристичному секторі, а й у загальному економічному розвитку. Вона забезпечує не лише комфортне проживання та харчування, а й створює нові робочі місця, стимулює розвиток сервісної культури і підтримує місцевий бізнес. Сучасні підходи, зокрема екомаркетинг, цифровізація та індивідуалізоване обслуговування, дозволяють краще відповідати на потреби клієнтів, що постійно змінюються. Розвиток цього напрямку є важливим для розквіту туристично-рекреаційної сфери, налагодження ділових відносин і покращення внутрішніх процесів у самій галузі. Досвід інших країн підтверджує, що готельний бізнес має позитивний вплив на надання якісних послуг населенню. У цій сфері задіяно багато працівників, і вона постійно вдосконалюється за умов посиленої ринкової конкуренції, забезпечуючи при цьому стабільну прибутковість.

Після початку Великої повномасштабної війни в Україні багато готельно-ресторанних закладів почали виконувати нові функції – вони стали прихистком для переселенців, місцем приготування гарячих обідів, а також пунктами забезпечення харчуванням евакуйованих військових і волонтерів. Крім того, готелі надавали свої приміщення для зберігання гуманітарної допомоги та організації інших важливих заходів для підтримки постраждалих.

Серед ключових векторів розвитку галузі можна виділити впровадження інновацій – автоматизація, системи дистанційного бронювання, мобільні додатки, інтеграція CRM-систем. Усе це дозволяє підвищити рівень обслуговування, оперативно реагувати на потреби гостей і вибудовувати з ними довготривалі відносини. Останнім часом помітно зріс попит на персоналізований підхід – готелі й ресторани створюють пропозиції, що враховують культуру, звички й індивідуальні побажання клієнтів. Це допомагає не лише покращити враження відвідувачів, а й сформувати прихильне ставлення до бренду.

Крайніми роками великим гравцям готельного ринку активно почали конкурувати приватні особи – підприємці, які відкривають міні-готелі або здають житло в оренду. Їхня основна перевага – нижча ціна, що приваблює багатьох гостей. У ресторанному бізнесі найшвидше розвивається сегмент швидкого харчування. За ними йдуть класичні ресторани, потім – кафе, бари та їдальні. Найбільшим попитом користуються заклади середньої цінової категорії, що є природно доступним для населення з його заробітками і доходами за умов локаційних бойових дій і повномасштабної війни.

Усе більшої важливості в розвиток готельно-ресторанної справи в Україні, а особливо у цивілізованих розвинених державах Світу, супроводжується екологізацією, використанням сучасного обладнання й новітніх технологій. Особлива увага приділяється якості, безпеці та надійності послуг. Ефективна маркетингова політика – один із важливих чинників успішної готельно-ресторанної підприємницької діяльності. Активна присутність у соціальних мережах, співпраця з партнерами, участь у виставках – усе це сприяє просуванню бренду, залученню нових клієнтів і збереженню позицій на ринку. Також важливо аналізувати відгуки та конструктивну критику, що дозволяє постійно вдосконалювати елементи різнобічного обслуговування.

У готельно-ресторанному бізнесі дедалі більше уваги приділяється принципам сталого розвитку: зменшенню шкоди довкіллю, впровадженню енергоефективних технологій, правильному поводженню з відходами, використанню екологічних матеріалів. Усе це допомагає формувати позитивний імідж компанії та завойовувати довіру споживачів.

Якість наданих послуг значною мірою залежить від професійного рівня працівників і їхньої мотивації. Інвестиції в навчання персоналу, розвиток професійних знань та вмінь і створення сприятливих умов праці суттєво підвищують рівень обслуговування. Важливим чинником є також доброзичлива атмосфера в колективі, що позитивно впливає на загальну роботу закладу. Готельно-ресторанний бізнес в Україні уже вкотре доводить свою готовність до стрімких змін, спричинених війною, пандемією, економічними труднощами та світовими сервісними викликами і стандартами. Гнучкість в управлінні, підготовка кризових сценаріїв та розробка способів пристосування до різних ситуацій зміцнюватимуть і посилюватимуть позиції та стресостійкість таких закладів і їхнього персоналу за складних умов зовнішнього і внутрішнього характеру. Якість готельно-ресторанного обслуговування безпосередньо залежить від кваліфікації та мотивації працівників. Підвищення професійних навичок за рахунок закладів і створення комфортних умов праці сприяють підвищенню індивідуальної та колективної продуктивності. Важливою є також культура спілкування всередині колективу, що позитивно впливає на загальну атмосферу в готелі чи ресторані. Це, у свою чергу, поліпшить сервіс клієнтів і вплине на їхнє бажання знову відвідати такий заклад. Реалізація вищеписаних заходів, у сукупності з міжнародною співпрацею та участю в регіональних проєктах, створить хороші можливості для розширення ринку, впровадження нових ідей обслуговування, залучення інвесторів і покращення конкурентних переваг у довгостроковому періоді.

Список використаних джерел:

1. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. *Вісник Львівського університету*. 2014. Вип. 34. С. 292–300.
2. Ковальчук Т. Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 23, частина 1. С.126–130.
3. Баженова С. Е., Пологовська Ю. Ю., Канцур І. Г. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 38. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1280>
4. Незвещук-Когут Т., Язіна В. Готельно-ресторанне господарство як основна складова частина сфери туризму та її вплив на соціально-економічний розвиток України. *Таврійський науковий вісник*. 2020. № 4. С. 51–57.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Розвиток туризму значною мірою вплинув розвиток сфери гостинності. Епоха масового туризму сприяла виникненню істотних змін в інфра- та суперструктурі індустрії (гостинства). Важливо шукати та знаходити працюючі методи автоматизації всього процесу, моніторингу повсякденної діяльності, створення безпечного середовища для гостей та багато іншого. Спочатку світова пандемія COVID-19, а згодом повномасштабне вторгнення РФ на територію України змусили суб'єктів сфери гостинності уважно стежити за трендами гостинності, що виникають, а також по-новому оцінювати сферу, частка якою складає 10% світового ВВП [1].

Аналізуючи останні наукові праці в сфері гостинності, а саме Мазура В. [2], Морозової О., Морозова О. [3], Сушко Н. [4] та інших можна відзначити, що до основних змін належать: по перше, застосування інноваційних методів стимулювання попиту, зелених технологій, а також посилення ролі безпеки готельних послуг. Безумовно, навіть з урахуванням зміни пріоритету розвитку виїзного туризму на внутрішній, ці напрями та способи їх розвитку тільки посилюються. По-друге, використання інновацій у системі менеджменту готельних підприємств, впровадження яких поки гальмується відсутністю належного рівня фінансування, складності з адаптацією інновацій у зв'язку з опором персоналу, а головне з необхідністю системного оновлення бізнес-процесів у готелі в сучасних умовах. По-третє, використання додаткового радіотелефону для гостя, оснащення номера бездротовою безконтактною панеллю управління температурою повітря, освітленням, жалюзі, будильником, телефоном, аудіосистемою, не кажучи вже про активні розробки для здорового сну гостя.

Отже, можна зробити висновок, що динаміка розвитку сфери гостинності України відображає основні світові тенденції та сучасну практику:

- покращення стандартів обслуговування та створення унікальних готельних продуктів для задоволення потреб широкої громадськості та нішевих груп;
- розвиток інноваційних послуг та методів ведення бізнесу.

Військова агресія РФ, яка триває й досі, завдала значної шкоди готельному господарству України, на відновлення якого може знадобитися не один рік. Важко думати про відновлення, коли війні не видно кінця, але важливо почати розробляти план відновлення зараз, щоб бути готовими до повного відновлення сфери гостинності в майбутньому.

Сучасний стан сфери гостинності сприяє появі наступних найбільш значущих тенденцій, які враховують сучасний стан сфери гостинності в Україні та світові тренди її розвитку. На нашу думку, ці тенденції тільки розвиватимуться найближчими роками.

1. Колівінг. У молодого покоління зовсім інші потреби і вони постійно змінюються. Якщо раніше, наприклад, як житло було статусно користуватися великими готелями, то зараз попит упав. Наразі всім необхідний індивідуальний підхід, спілкування, персональний сервіс, саме тому так активно розвиваються агрегатори, які пропонують багато цікавого та нестандартного житла. Нові потреби людей: індивідуальність, харизма простору, обслуговування лише на рівні особистого помічника. Нестандартність житла є однією з найбільших потреб сьогоденного покоління. Саме в період пандемії та після нього у колівінгів та хостелів було непогане завантаження. Очікується, що зараз буде великий попит на пакетне проживання за розумні гроші для фрілансерів і співробітників, що залишилися, на віддаленні. Тобто як місце розміщення буде пропонуватися невелика кімната з можливістю тривалого проживання з міні-кухнею. Людина може жити там від кількох тижнів до кількох

місяців, тому що не всі мають можливість купити або орендувати повноцінну квартиру. Апартаменти та колівінги будуть ще довго у готельних трендах.

2. ІТ-технології поступово завойовують готельний ринок. Кожна наступна технологічна хвиля несе у собі зміни як на ринку онлайн-бронювання, так і у підході до обслуговування гостей та автоматизації об'єктів. Наразі технології підійшли до такого порога, який дозволяє обходитися практично без обслуговуючого персоналу. Перша група – технології, пов'язані із гостями. Наразі впроваджується багато розробок, які відіграють важливу роль у комунікації з гостем. Досить багато розробок існує у вигляді мобільних додатків, у вигляді web – версій, чат-ботів і т.д. Дослідження в галузі вирішення проблем споживачів показують, що багато гостей задають ті самі питання і стикаються з однаковими проблемами. Постає питання: навіщо використовувати персонал, якщо частину роботи можна автоматизувати? Адже все вищезгадане можна вирішити набагато ефективніше, швидше і дешевше, без залучення персоналу. Друга група – технології, пов'язані з керуванням ресурсами готелю. Інакше називається ERP-система. Це наступний клас автоматизованих технологій, які можуть бути не видно гостям, але які дуже важливі для готелю та управління нею. Третя група – технології бізнес-аналітики. В результаті використання технологій гостями та персоналом накопичується певна інформація, яка може бути використана менеджментом готелю для більш ефективного управління.

3. Еко-готелі та глемпінг. Після завершення пандемії коронавірусу у людей зріс попит на медичний та оздоровчий туризм. Насамперед, туристи вирушають до найближчих регіонів, областей, щоб там провести час та відпочити. Багато хто в період самоізоляції перебрався з тісних квартир на природу. Глемпінг – це новий вид екологічного розміщення, що поєднує комфорт готельного номера готелю з можливістю відпочинку на природі. Вперше поняття «глемпінг» з'явилося у Великій Британії у 2005 році в результаті злиття слів «гламурний» та «кемпінг», а з 2010 року глемпінг почав розвиватися по всьому світу. У 2016 році слово «гемпінг» було додано до Оксфордського словника англійської мови. Іншими словами, глемпінг можна визначити, як окрему та гламурну форму кемпінгу. Глемпінг, як і кемпінг, розміщується на природі, але відрізняється більш відокремленим і комфортним характером: так замість того, щоб спати на землі в спальному мішку в брезентовому наметі, житло може складатися, наприклад, з просторого намету з двоспальним ліжком, також обладнаного кухонним куточком, туалетною кімнатою.

Таким чином, перелічені вище сучасні тенденції розвитку сфери гостинності спрямовані на вирішення таких основних завдань:

- пошук власних конкурентних переваг;
- створення стабільної клієнтури через вміння знайти свого клієнта;
- пошук і створення нових шляхів розвитку, постійне оновлення власної політики з урахуванням ринку готельних і туристичних послуг, що динамічно розвивається.

Список використаних джерел:

1. Тренди індустрії гостинності у 2022 році. URL : <https://hotel-solution.com.ua/ru/news/trendi-industriyi-gostinnosti-u-roci> (дата звернення: 14.04.2025р.).
2. Мазур В. Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. *Журнал європейської економіки*. 2015. Т. 14. № 3. С. 273–286.
3. Морозова О., Морозов О. Індустрія гостинності: перспективи її розвитку в Україні. *Приазовський економічний вісник*. 2020. Вип. 2(19). С. 50–58. URL : http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/2_19_ukr/12.pdf
4. Сушко Н. В. Сучасні тенденції розвитку гостинної індустрії: проектний підхід. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 40. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1468/1413>

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Готельно-ресторанний бізнес є важливим драйвером розвитку туристичної привабливості регіонів України. Він не тільки забезпечує високий рівень сервісу та комфортні умови для перебування туристів, але й допомагає формувати унікальне обличчя території через гастрономічні традиції, архітектурні особливості та атмосферу гостинності. Високоякісний сервіс у цій галузі сприяє економічному зростанню, створює нові робочі місця та підтримує інтеграцію регіонів у загальнонаціональний і міжнародний туристичний простір. Це, своєю чергою, покращує конкурентоспроможність регіону на туристичному ринку [1].

Дестинаційна привабливість відіграє важливу роль у формуванні емоційного зв'язку туристів із місцями відпочинку, зокрема завдяки спроможності готелів і ресторанів створювати комфортне і унікальне середовище, яке стимулює бажання повернутися. Згідно з дослідженнями, сучасні туристи дедалі більше обирають ті напрямки, які пропонують не лише природні чи культурні ресурси, але й високий рівень проживання та гастрономічну самобутність [1].

У процесі розвитку готельно-ресторанного бізнесу в українських регіонах слід приділяти особливу увагу локальним ініціативам, залученню інвестицій та підвищенню кваліфікаційного рівня персоналу. Успішність таких туристичних точок, як Львів, Одеса чи Буковель, свідчить про здатність синергії високоякісного сервісу, багатой культурної спадщини та гастрономічних особливостей перетворювати певну територію на привабливий туристичний центр. Ключовим елементом цього є інтеграція готельно-ресторанного сектору з локальною культурою й традиціями, що сприяє створенню конкурентного туристичного продукту.

Додатково варто наголосити на важливості цифровізації бізнес-процесів, активного користування соціальними мережами, платформами для онлайн-бронювання та моніторингу клієнтських відгуків. Ці інструменти грають важливу роль у формуванні позитивного іміджу регіону. Турист, який отримав якісний сервіс і приємні враження, стає своєрідним «послом» дестинації, популяризуючи її серед друзів і знайомих.

Сучасний ринок підприємств готельної індустрії диктує жорсткі конкурентні умови, які вимагають від вітчизняних засобів розміщення високої якості послуг. Підприємства готельної індустрії в Україні змушені безперервно пристосовуватися до змін ринку, впроваджувати сучасні технологічні рішення, вдосконалювати якість обслуговування та враховувати індивідуальні потреби гостей. Зростаючі запити клієнтів, поряд із посиленням конкуренції з боку міжнародних готельних мереж, мотивують українські готелі інтегрувати стандарти, що відповідають світовому рівню якості. Основними чинниками в цьому процесі стає професійне навчання персоналу, впровадження гнучких моделей управління, автоматизація ключових операцій, таких як бронювання та обслуговування, а також створення унікального концепту готелю, здатного виділити його серед конкурентів. Особлива увага приділяється онлайн-присутності. Вебсайт високої якості, активне використання соціальних мереж та отримання позитивних відгуків на платформах для бронювання формують імідж закладу і впливають на вибір клієнтів. У підсумку, успішна діяльність сучасного готельного бізнесу базується на здатності бути адаптивним, клієнтоорієнтованим і постійно вдосконалювати свою роботу відповідно до провідних світових тенденцій [2].

Розвиток готельно-ресторанного сектору виходить за межі суто інфраструктурних питань і стає невід'ємною частиною стратегічного планування регіональної туристичної політики. Збалансоване поєднання якісного обслуговування, культурної самобутності та сучасних технологічних рішень створює міцну основу для сталого зростання туристичного сектору в Україні [3].

Окрім зазначених аспектів, важливо звернути увагу на роль співпраці між державними установами, приватним сектором і навчальними закладами у створенні конкуренто здатності середовища готельно-ресторанного бізнесу. Державна підтримка через гранти, програми розвитку малого та середнього бізнесу, а також спрощення регуляторних процесів може значно полегшити запуск нових інфраструктурних об'єктів і стимулювати інтерес інвесторів до туристичних регіонів. Навчальні заклади, зі свого боку, повинні адаптуватися до вимог ринку праці, забезпечуючи підготовку фахівців із практичними навичками, знанням сучасних технологій, стандартів обслуговування й мовною компетенцією.

Одним із ключових напрямків розвитку готельно-ресторанного бізнесу є екологічна відповідальність. Зростає кількість туристів, які надають перевагу екологічно чистим продуктам і закладам, що інтегрують принципи сталого розвитку, використовують енергоефективні технології та підтримують місцевих виробників. Створення «зелених готелів» і впровадження практик zero waste у ресторанному сервісі не лише відповідає міжнародним тенденціям, але й підсилює імідж регіону як екологічно свідомої та сучасної туристичної локації [2]. Важливо також приділити увагу питанням інклюзивності туристичної інфраструктури. Готелі та ресторани мають бути доступними для людей з інвалідністю, сімей із дітьми та старших осіб. Це сприяє залученню ширшого кола туристів і формуванню бізнесу, орієнтованого на соціальну відповідальність. У перспективі готельно-ресторанний бізнес має розвиватися в умовах тісної інтеграції з іншими сегментами туристичного сектору – культурними заходами, спортивними подіями, фестивалями, медичним і оздоровчим туризмом. Такий комплексний підхід дозволяє створити різноманітну туристичну пропозицію, яка задовольнить потреби широкої аудиторії й стане стимулом для розвитку місцевих громад.

Отже, готельно-ресторанний бізнес виступає не лише частиною туристичної інфраструктури, але й важливим соціально-економічним чинником, який формує імідж регіону, забезпечує робочі місця та сприяє збереженню культурних надбань. Його ефективне розвиток може стати драйвером сталого економічного зростання регіонів і підсилити позиції України на світовій туристичній карті [1].

Список використаної літератури:

1. *Готельно-ресторанний та туристичний бізнес: реалії і перспективи* : тези доповідей VI Всеукраїнської студентської наукової конференції (Київ, 25 березня 2020 року) / відп. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київський національний торговельно-економічний університет, 2020. 318 с. URL : <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/57cc77f413ca254e25a15f9b8b8cb653.pdf>.
2. Александрова В. О. Визначення чинників та їх вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ»*. 2017. № 22 (1244). С. 3–8. URL : <https://repository.kpi.kharkov.ua/bitstreams/906c455e-28f8-411d-b4cd-bfc58b8e3c4f/download>
3. Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (Черкаси, 2017 р.) / Черкаський державний технологічний університет. Черкаси: ЧДТУ, 2017. Т. 1. URL : <https://surl.li/hdsgne>

Радіонова Ольга Миколаївна,

кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри туризму і готельного господарства Навчально-наукового інституту економіки і менеджменту Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова,

Борисенко Альона Юрївна,

здобувачка вищої освіти на магістерському рівні Навчально-наукового інституту економіки і менеджменту Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ РІЗНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА РОБОТУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

На сучасному етапі розвитку туристичної галузі мотиваційний чинник виступає визначальним у формуванні попиту на різноманітні туристичні продукти. Залежно від цілей подорожі – чи то особистий інтерес, професійне завдання, потреба у відпочинку або прагнення до нових вражень – турист обирає відповідний вид туризму, що найбільшою мірою відповідає його очікуванням та можливостям [1]. Саме виходячи з різноманітності мотивацій, сформувалися основні типи туризму, серед яких найбільш поширеними є рекреаційний (пляжний), культурно-пізнавальний (екскурсійний), спортивний, оздоровчий, діловий та гастрономічний туризм. Кожен з вказаних видів має характерні конкурентні переваги, які безпосередньо впливають на діяльність туристичних підприємств, визначаючи особливості стратегічного планування, вибір цільових сегментів аудиторії, специфіку просування туристичних продуктів, а також рівень рентабельності. Ефективне використання цих переваг дозволяє підприємствам не лише зберігати конкурентоспроможність, а й адаптуватися до змін на ринку.

Так, пляжний туризм передбачає організацію відпочинку в прибережних регіонах із добре розвинутою інфраструктурою. Його сильними сторонами є стабільно високий попит у літній сезон, привабливість для широкої аудиторії, можливість оптимізації витрат завдяки груповим бронюванням, а також відносна простота формування турів. Проте слід враховувати й обмеження цього виду туризму – висока сезонна залежність, необхідність активного маркетингового супроводу, цінова конкуренція серед операторів, а також обмежена можливість для диференціації пропозиції.

Екскурсійний туризм, що орієнтований на задоволення культурно-пізнавальних потреб туристів, має суттєві переваги – широке охоплення різних вікових категорій, відносна незалежність від сезонних факторів, можливість інноваційного підходу через авторські маршрути, а також постійне розширення культурно-історичних локацій. Водночас, для ефективного функціонування турфірм у цій сфері важливим є надання якісного екскурсійного супроводу, значні витрати на логістику, а також постійне оновлення форматів проведення турів відповідно до змін у вподобаннях споживачів.

Спортивний туризм є одним із різновидів активного відпочинку, який поєднує в собі елементи змагання та фізичної витривалості, часто в умовах дикої природи. Його сутність полягає в проходженні складних маршрутів із подоланням природних перешкод. Серед ключових переваг цього виду – зростаючий інтерес з боку молодіжної аудиторії, прихильників активного способу життя, прихильність до еко-туризму, популярність адреналінових розваг та відносно низький рівень конкуренції на ринку. Проте організація спортивного туризму висуває ряд вимог до туристичних підприємств – необхідність забезпечення туристів відповідним спорядженням, попереднього планування маршрутів, оформлення страхових полісів, а також залучення досвідчених інструкторів та гідів. Важливим також є дотримання стандартів безпеки, що забезпечує позитивний імідж турфірми та довіру з боку клієнтів.

Лікувально-оздоровчий туризм передбачає здійснення подорожей з метою профілактики, лікування або реабілітації. Його особливістю є сталість попиту протягом року, відсутність сезонних коливань, високий середній чек, а також популярність wellness-послуг, спа-процедур та санаторно-курортного лікування. Перевагою також виступає державна підтримка в окремих країнах, що сприяє розвитку медичного туризму. Водночас ефективність роботи туристичних підприємств у цьому напрямі залежить від співпраці з медичними установами, дотримання вимог ліцензування, високої якості послуг та професійного медичного супроводу. Ключовим є формування репутації та довіри до компанії як до надійного посередника у сфері оздоровлення.

Діловий туризм (MICE – Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) охоплює організацію та супровід поїздок, пов'язаних з виконанням професійних обов'язків, участю в заходах або діловими перемовинами. Його конкурентними перевагами є стабільно високий рівень доходу від корпоративних клієнтів, попит на супутні послуги – бронювання залів для конференцій, організація трансферу, кейтеринг та можливість поєднання з іншими видами туризму (наприклад, екскурсійним або гастрономічним). Водночас підприємствам необхідно враховувати високий рівень відповідальності, необхідність точного дотримання строків, високі вимоги до сервісу та жорстку конкуренцію з боку міжнародних туроператорів, які вже мають усталені зв'язки з бізнес-клієнтами.

Гастрономічний туризм є одним із найдинамічніших і водночас перспективних напрямів сучасної туристичної індустрії. Його головною метою є ознайомлення з національною кухнею, дегустація автентичних страв і відвідування закладів із гастрономічною цінністю. Привабливість такого виду туризму полягає у поєднанні кулінарного досвіду з культурними враженнями. Серед ключових переваг – унікальність регіональних страв, інтерес з боку food-блогерів, інфлюенсерів і туристів, які прагнуть нових смакових вражень. Цей вид туризму легко комбінується з іншими – культурно-пізнавальним, винним, екологічним, що дозволяє створювати комплексні туристичні продукти. Разом із тим, туристичні компанії стикаються з низкою викликів, зокрема: потреба у відборі перевірених і якісних закладів громадського харчування, забезпечення безпечності страв для туристів, включно з особами з алергіями або особливими дієтичними потребами, а також необхідність створення продуманих тематичних маршрутів, здатних зацікавити вибагливу аудиторію.

Узагальнюючи вищезазначене, можна стверджувати, що ефективне функціонування туристичних підприємств значною мірою залежить від глибокого аналізу конкурентних переваг різних видів туризму, а також здатності адаптуватися до змін у споживчих потребах. Одним із ключових завдань є визначення стратегічної спеціалізації підприємства, а також створення умов для надання послуг на високому професійному рівні. Це включає не лише кадрове забезпечення, а й застосування сучасних технологій, налагодження партнерських зв'язків і розвиток інфраструктури. Все більшої популярності набуває стратегія комбінування кількох видів туризму в межах одного туру, що дозволяє формувати гнучкі пропозиції для різних категорій споживачів. Наприклад, поєднання пляжного відпочинку з гастрономічними або культурними візитами, оздоровлення з екскурсійною програмою, дозволяє не лише розширити спектр послуг, а й підвищити конкурентоспроможність підприємства на туристичному ринку. Такий інтегрований підхід відповідає сучасним трендам та очікуванням клієнтів, сприяючи зростанню лояльності туристів та зміцненню позицій компанії у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Писарева І. В., Александрова С. А., Радіонова О. М. Аналіз тенденцій сучасного туристичного попиту: вплив культурних змін та технологічних інновацій на вибір подорожей. *Економіка та суспільство*. 2024. № 60 URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3700>

Рибчинський Матвій Юрійович,
учень 10 класу Комунального закладу загальної середньої освіти
«Ліцей № 1 імені Володимира Крasiцького Хмельницької міської ради»

Науковий керівник: Блінова К.С.

РЕАЛІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Аналізуючи вплив воєнних дій на готельно-ресторанне господарство України, доцільно виділити декілька напрямків негативного впливу: знищення інфраструктури; закриття підприємств, їх анексія на окупованих територіях; вихід із міжнародного ринку готелів та закладів харчування, які знаходяться на окупованих територіях; відтік кваліфікованого персоналу (виїзд, мобілізація); зменшення або цілковита відсутність споживачів готельних і ресторанних послуг; перехід в іншу категорію, зміна цільового призначення об'єктів; відсутність інвестицій та сповільнення економічної активності ринку; порушення ланцюгів постачання; пристосування підприємств до комендантської години та повітряних тривог.

Воєнні дії на території України відзначаються особливим руйнівним впливом. Найвідчутнішого негативного впливу через воєнні дії зазнав готельно-ресторанний бізнес північних, східних та південних регіонів України. Станом на зараз точної інформації про загальну кількість зруйнованих або пошкоджених готельних підприємств в Україні немає. Проте, серед тих, про які було сказано публічно налічується 12 готелів. «Фізична» втрата готелів завдає удару як по місцевій економіці, так і по готельно-ресторанній галузі. Ситуація щодо руйнувань ресторанів та закладів харчування є подібною, адже точна статистика не ведеться, тільки те, що публікується та зазначається в офіційних джерелах.

Державне агентство розвитку туризму зібрало статистику надходжень туристичного податку по роках: за 2023 рік, одна з найбільших часток надходжень до держбюджету – 63%, сплачена готелями – 916 млн. 648 тис. грн. У 2022 році було сплачено 765 млн. 830 тис. грн., а за той же період у 2021 році – 1 млрд. 31 млн. 472 тис. грн.. Себто, ми спостерігаємо картину, що готельне господарство відроджується.

Заклади готельно-ресторанного господарства з початку повномасштабного вторгнення в багатьох містах України мали «відформатувати» свою діяльність, бо саме вони стали центрами для розміщення переселенців, приготування гарячих обідів та організації харчування під час евакуації українських захисників і волонтерів з усіх районів країни, де тривають бойові дії. У зв'язку з цим, готельно-ресторанний бізнес має пристосуватися до нової ситуації та змінювати свої стратегії. Однією з таких стратегій може бути зменшення витрат та оптимізація діяльності, зокрема, шляхом зменшення чисельності персоналу або заміни дорогих продуктів на дешевші. Також, важливим є пошук нових можливостей для приваблення туристів. Наприклад, готелі можуть залучати гостей за допомогою проведення різноманітних заходів, які привернуть увагу громадськості. Зокрема, більшість готельно-ресторанних комплексів тримають вартість на проживання в закладі незмінними або навіть знижують. Деякі заклади вводять додаткові знижки на проживання з дітьми, людям які переїхали з областей, де відбуваються бойові дії; започатковують колективні заняття із психологом, дитячим тренером для підтримки матерів з дітьми, також приймають гостей з домашніми улюбленцями. Враховуючи зазначене вище, доцільно відзначити, що післявоєнне відновлення готельно-ресторанного бізнесу має бути одним із пунктів плану відновлення України, адже саме цей вид бізнесу є одним з лідерів, які «зазнали великих руйнувань», та водночас забезпечують певну частку бюджетних надходжень.

Доцільно виокремити заходи, які неодмінно мають бути враховані у післявоєнному відновленні готельно-ресторанного бізнесу України: підтримка держави та міжнародних організацій через розроблення і реалізацію різноманітних програм та проєктів; усунення

перебоїв у ланцюгах поставок; орієнтація на здоровий спосіб життя; орієнтація на надання бюджетних послуг.

Отже, готельно-ресторанний бізнес є важливим сегментом економіки країни, а його успішність залежить від багатьох факторів. При розробці плану післявоєнного відновлення готельного господарства та індустрії ресторанного господарства слід враховувати аспекти, реалізовані в інших країнах, які також зазнали втрат унаслідок воєнних дій.

Список використаних джерел:

1. Баженова С., Пологовська Ю., Канцур І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1280/1234>
2. Безручко Л., Білоус С., Філь М. Готельне господарство України в умовах війни: сучасний стан та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2145/2074>
3. Володько О. В., Рогова Н. В. Готельно-ресторанний бізнес у воєнний час: поточний стан та глобальні тенденції. *Грааль науки*. 2023. URL : <https://surl.li/ooaijc>
4. Румянцева І. Б., Мендела І. Я. Готельна індустрія України в умовах воєнного часу. *Проблеми сучасних трансформацій*. 2024. № 11. URL : <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2024-11-12-02/2024-11-12-02>

Романюк Ірина Анатоліївна,

*докторка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри туризму та економіки
Криворізького державного педагогічного університету*

ТРЕНДИ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Туристична сфера в Україні, як і в усьому світі, переживає значні зміни, зокрема через пандемію COVID-19, економічну нестабільність і, особливо, через воєнні дії, пов'язані з повномасштабним вторгненням росії на територію України. Ці фактори мали безпосередній вплив на споживчу поведінку, а також на розвиток туризму в Україні, змушуючи туристичну сферу адаптуватися до нових умов. Зміни в потребах та пріоритетах споживачів відображають нові тенденції, які мають важливе значення для адаптації цієї сфери до сучасних викликів.

Одним із ключових трендів є підвищений попит на безпечні та екологічні туристичні послуги. Пандемія COVID-19, що наклала обмеження на подорожі, зумовила необхідність у більш жорстких санітарних нормах, що стало основою для виникнення тренду на безпечний туризм. В умовах повномасштабної війни, коли багато регіонів країни постраждали від обстрілів і бойових дій, споживачі туристичних послуг все частіше обирають напрямки, де гарантовано дотримуються високих стандартів гігієни і безпеки. Цей тренд також пов'язаний з підвищеним інтересом до екологічних напрямків, таких як агротуризм, зелені тури та еко-курорти, які підтримують сталий розвиток і зберігають природну спадщину.

Інший важливий тренд у споживчій поведінці полягає в збільшенні попиту на індивідуальні туристичні продукти. Туристична сфера в Україні показує зростання попиту на індивідуальні або малогрупові подорожі, що забезпечують більш персоналізований підхід до кожного туриста. Люди прагнуть уникнути масового туризму, який, за умов війни, є ризикованим, і віддають перевагу подорожам, які дозволяють глибше пізнати культуру та традиції певного регіону, уникнути стереотипів і стандартних туристичних маршрутів [1]. Такий тренд сприяє розвитку нестандартних туристичних пропозицій, таких як тури на базі культурних, гастрономічних, історичних чи природних аспектів, що дозволяють створити унікальний досвід для кожного відпочиваючого.

Не менш важливим трендом є зростаючий попит на цифрові технології в туристичній сфері. Українські туристи все частіше використовують мобільні додатки для бронювання, пошуку інформації про маршрути та відгуків про туристичні об'єкти. Онлайн-бронювання стало необхідним атрибутом туристичних послуг, що значно спрощує процес планування поїздки. Особливо це стало важливим після початку війни, коли фізична присутність на місці стала проблемною, а цифрові сервіси дозволяють організовувати відпочинок з будь-якої точки світу, без обмежень щодо безпеки та доступності. Зокрема, з розвитком інтернет-маркетингу з'явилась потреба в ефективних цифрових стратегіях для просування туристичних послуг, таких як контекстна реклама, SEO-оптимізація та соціальні медіа-кампанії [2, с. 72].

Тренд на відновлення внутрішнього туризму став ще більш актуальним через військову агресію росії, яка зробила міжнародні подорожі складними або недоступними для українців. Багато туристів змушені шукати можливості для відпочинку та подорожей в межах країни. Це стало сприятливим фактором для розвитку внутрішнього туризму, де особливу увагу приділено регіональним туризмам і мало відомим туристичним маршрутам. Люди все частіше відкривають для себе нові куточки України, такі як Карпати, Чернівці, Вінниця, чи навіть інші природні та історичні пам'ятки, що були маловідомі до цього. Одночасно, більшість регіонів України, які не є безпосередньо у зоні бойових дій, змогли привабити туристів, пропонуючи безпечний відпочинок з мінімальними ризиками для здоров'я і життя.

Важливим аспектом є зростання популярності так званого «підтримуючого туризму». Це включає в себе такі тренди, як волонтерські подорожі, тури, спрямовані на допомогу постраждалим від війни, чи туризм, що включає в себе соціальні проекти. В умовах війни в Україні все більше туристів хоче підтримати місцеві громади та активно долучатися до відновлення соціальної інфраструктури. Відвідування місць, де надається допомога людям, стало важливим напрямом для багатьох українців, а також іноземців, які прагнуть внести свій вклад у розвиток країни [3-4]. Наприклад, подорожі до регіонів, що постраждали від бойових дій, для участі в благодійних ініціативах або відновленні місцевої інфраструктури, стали новим видом туризму.

Ще одним важливим аспектом є розвиток технологій віртуальних подорожей та онлайн-екскурсій. З розвитком технологій віртуальної реальності та інтерактивних платформ стало можливим дослідження туристичних об'єктів без необхідності фізичної присутності [5, с. 213]. В умовах, коли обмеження на подорожі й загроза безпеці ускладнюють традиційні форми туризму, віртуальні тури дають можливість всім бажаючим ознайомитися з культурною спадщиною, архітектурними пам'ятками, природними красотами і навіть історичними місцями без ризику для здоров'я і життя. Такий тренд став популярним в умовах обмежень на подорожі та може залишитися важливою частиною туристичної сфери навіть після відновлення звичних подорожей.

Отже, зміни в споживчій поведінці на ринку туристичних послуг України обумовлені різноманітними факторами, серед яких пандемія, геополітична ситуація, а також важкі наслідки повномасштабної війни. Туристична сфера повинна бути готова адаптуватися до нових умов, зокрема, реагувати на зміни в споживчих запитах, таких як підвищена увага до безпеки, індивідуалізації туристичних послуг і розвитку цифрових технологій. Розвиток безпечного, персоналізованого та цифрового туризму є основними напрямками, які визначатимуть майбутнє туристичної сфери в Україні.

Список використаних джерел:

1. Виговський Д. С., Коротун О. П., Конарівська О. Б. Тренди споживацької поведінки як основа просування туристичного продукту: відео-контент. *Економіка та суспільство*. Вип. 62. 2024. URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-26>

2. Крупенна І. А., Кохан М. М. Поведінка споживача у туризмі: особливості моделі та методи вивчення. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*. № 66. 2022. С. 69–78.
3. Виговський Д., Коротун О., Конарівська О. Цифрові тренди поведінки споживачів у туризмі. *Цифрова економіка та економічна безпека*, № 2 (11). 2024. С. 247–251.
4. Алдошина М. В. Моделі споживчої поведінки в туризмі. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. Вип. 16. 2024. URL: <https://www.reicst.com.ua/pmt/article/view/2024-16-12-02>
5. Романюк І. А. Маркетингові стратегії в умовах повоєнного відновлення туризму. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків, 2023, С. 213–214.

Чорна Любов Василівна,

кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри туризмознавства і краєзнавства Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника,

Тимків Вікторія Володимирівна,

здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні факультету туризм Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Впродовж декількох десятиліть туризм як галузь економіки динамічно розвивається. Навіть в умовах нестабільного економічного становища, фінансових криз індустрія туризму генерує значні доходи та залишається у списку лідерів серед галузей за обсягами прибутків. Туризм є непростим суспільним явищем. Його складність обґрунтовується тим, що він виник й існує в межах трьох таких взаємопов'язаних систем як: суспільство, економіка та природне середовище.

Туристична система постійно змінюється, адже вона функціонує як відкрита, динамічна та комплексна структура. В її складі є частини різних соціально-економічних систем. Вона реагує на різноманітні зміни в суспільних процесах економічного, політичного, соціально-культурного, технологічного характеру та під їх впливом видозмінюється. Розвиток національної туристичної системи України відбувається у надзвичайно складних умовах сьогодення, що зумовлено вторгненням ворожих російських військ у країну та початком російсько-української війни. Під впливом воєнних дій розвиток туристичної системи трансформувався в аспекті її обсягів, регіонального представлення, підходів до організації послуг тощо.

Важливою складовою туристичної системи є суб'єкти туристичної діяльності, які формують туристичні продукти, реалізують та забезпечують процес обслуговування. У даному процесі ключовими суб'єктами підприємницької діяльності є туристичні оператори, які є юридичними особами та сплачують податок на прибуток за загальною системою, що дорівнює 18% від прибутку, та туристичні агенти, які можуть працювати як фізичні особи-підприємці та застосовувати спрощену систему оподаткування. У 2022 р. від представників туристичної галузі України до казни надійшло 1 млрд 551 млн 182 тис грн податків. Це майже на третину менше, ніж у 2021 р., коли було сплачено до бюджету 2 млрд 231 млн 860 тис грн [1]. Зменшення обсягів податків зумовлено початком повномасштабного вторгнення та скороченням числа підприємств, які займаються туристичною діяльністю. Їх кількість скоротилася на 17 % у 2022 р. У розрізі різних категорій суб'єктів скорочення було на рівні:

– кількість юридичних осіб зменшилася на 14 %. Щодо податків від діяльності туристичних операторів у 2022 р., то вони зменшилися на 35 % і склали 167 мільйона 858 тис грн проти 259 млн 5 тис грн у попередньому році;

– кількість фізичних осіб зменшилася на 18 %. Відповідно спад обсягів податків від діяльності туристичних агентств зафіксовано на рівні 27 %. Вони сплатили до держбюджету в 2022 р. 204 млн 795 тис грн податків проти 279 млн 265 тис грн у попередньому році [1].

Слід зазначити, що найбільший відсоток надходжень до держбюджету за 2022 р. забезпечили готелі, які сплатили 898 млн грн, що також на 30 % менше, ніж у 2021 році, коли до бюджету від готелів надійшло 1 млрд 288 млн грн. Зростання розміру сплаченого податку в рік початку повномасштабної війни в країні продемонстрували Львівська, Київська та Івано-Франківська області. Натомість, у низці дестинацій зафіксований суттєвий спад податкових надходжень. Це стосується м. Київ, де скорочення було на рівні 46 %, і Одеської області – на 58 % [1].

У 2023 р. туристична система країни продемонструвала процес відновлення обсягів туристичної діяльності, що, у підсумку, забезпечило зростання суми податкових надходжень на 32% проти даних попереднього року та надходження до бюджету склали 2 млрд 49 млн грн [2]. А це перевищило суму податків, сплачених у 2021 р. При цьому негативна тенденція до зменшення числа платників податків у 2023 році продовжувалася. Спад чисельності суб'єктів туристичної діяльності був на рівні 9 %:

- кількість юридичних осіб зменшилась на 22 %;
- кількість фізичних осіб зменшилася на 5 %.

Туристичні оператори сплатили податку на суму 205 млн 828 тис грн, що майже на чверть більше попереднього року [2]. Сама податку від діяльності турагентств дещо зменшилася і склала 193 млн 312, 8 грн. Із загальної суми сплаченого податку найбільші обсяги, як і в попередні роки, припадають на готелі, відрахування з діяльності яких склали 1 млрд 303 млн 623 тис грн, а їх частка дорівнювала 64 % від загальної суми. З-поміж дестинацій країни вигідно позиціонували себе західний і центральний регіони, де спостерігалася значна туристична активність і розвивався внутрішній туризм.

У 2024 році до бюджету від туристичної діяльності було перераховано 2 млрд 938 млн грн податків, що перевищило суму надходжень кожного року з початку 2020-х. Позитивним є те, що кількість платників податків у минулому році зросла на 7% [3]. Зростання торкнулося фізичних осіб, їх число зросло на 9%. Платниками податку в 2024 р. було майже 3,5 тис суб'єктів туристичної діяльності юридичних осіб. Туристичні оператори у 2024 році сплатили 304,7 млн грн, що майже вдвічі більше в порівнянні з 2023 роком. Обсяг податків від діяльності туристичних агентств також зріс і склав 265,2 млн грн. Як і в попередні роки найбільша частка надходжень до держбюджету була сплачена готелями, вона склала за минулий рік 66,5 %. Готелі перерахували до бюджету 1 млрд 954 млн грн [3].

Таким чином, під впливом воєнного стану розвиток туристичної системи трансформувалася, зокрема в аспекті її обсягів, регіонального представлення, підходів до організації послуг. Туристична система адаптувалася до реалій сучасності та поступово нарощувала обсяги туристичної діяльності. У 2024 році сума сплаченого податку до бюджету країни перевищила суму надходжень довоєнного періоду.

Список використаних джерел:

1. У 2022 році надходження до держбюджету від туристичної галузі скоротилися майже на 31%. ДАРТ. URL : <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2022-roci-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-turistichnoyi-galuzi-skorotilisya-mayzhe-na-31> (дата звернення: 01.04. 2025).
2. У 2023 році податкові надходження від туристичної галузі України вийшли на довоєнний рівень. ДАРТ. URL : <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2023-roci-podatkovy-nadhodzhennya-vid-turistichnoyi-galuzi-ukrayini-viyslyi-na-dovoiennyi-riven> (дата звернення 01.04. 2025).

3. У 2024 році туристична сфера України принесла в бюджет майже 3 млрд грн.
ДАРТ. URL : <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-turistichna-sfera-ukrayini-prinesla-v-byudzheth-mayzhe-3-mlrd-grn> (дата звернення 01.04. 2025).

Шурпенкова Руслана Казимирівна,
кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри облікових технологій та оподаткування Львівського національного університету імені Івана Франка,
Сарахман Оксана Миколаївна,
кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри облікових технологій та оподаткування Львівського національного університету імені Івана Франка

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ОДИН ІЗ ВАЖЛИВИХ ЕЛЕМЕНТІВ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ

Управління персоналом – важливий напрямок стратегічного управління у сфері туризму і рекреації, оскільки в сучасних умовах зростає роль людини, висувуються все вищі вимоги до здібностей, рівня знань і компетентностей. Рівень розвитку персоналу безпосередньо впливає на конкурентоспроможність туристичних підприємств та їх стратегічні переваги. Конкурентоспроможні туристичні підприємства намагається максимально ефективно використовувати можливості своїх співробітників, створюючи всі умови для максимальної віддачі та інтенсивного розвитку свого потенціалу. Щоб досягти довгострокового успіху у сфері туризму і рекреації, необхідно постійно виявляти цінні можливості та реалізовувати їх у вигляді нових пропозицій.

У нашій країні, в умовах конкурентної боротьби та стрімко мінливої ситуації, підприємства, що стрімко змінюються, повинні зосереджуватися не лише на стані внутрішніх справ, а й особливо на управлінні персоналом. Тому однією з важливих складових управління є сам персонал, оцінка якого дозволить визначити знання, уміння та навички, необхідні працівнику для виконання конкретного завдання на своєму робочому місці [1].

Управління персоналом у сфері туризму і рекреації – це сукупність впливів на організаційну поведінку людей, спрямованих на активізацію ще невикористаних професійних і духовних можливостей для розв’язання поставлених завдань. Управління персоналом у сфері туризму і рекреації є одним із найважливіших елементів системи менеджменту підприємства, який забезпечує процес ефективного управління працівниками і їхньою діяльністю.

Набір інструментів, на яких базується система управління людськими ресурсами сфери туризму та рекреації, потребує постійного оновлення та вдосконалення, оскільки ринкове середовище, в якому працюють національні компанії, постійно змінюється. Для створення вискоєфективної системи управління персоналом туристичної сфери необхідно дослідити складові функціонування відповідної системи в нових ринкових умовах. Удосконалення системи управління персоналом в умовах воєнного стану має бути спрямоване на зміну командної взаємодії, розвиток лідерства та комунікації, психологічну підтримку працівників. Керівництво має постійно дбати про вдосконалення та розширення компетенцій працівників сфери туризму та рекреації, що підвищить ефективність діяльності та стане основою для подальшого розвитку туристичної галузі. Стосовно системи управління персоналом у сфері туризму і рекреації можуть бути застосовані теоретичні основи аналізу: техніко-технологічні, організаційні, соціальні, економічні та правові; рівні: стратегічний, управлінський і тактичний та види: комплексний, ситуаційний, оперативний. Залежно від складності проблеми та ступеня її впливу на діяльність туристичних підприємств вибирається той чи інший вид, рівень, напрями та методи аналізу.

Для ефективної реалізації та оцінки управління персоналу у сфері туризму і рекреації, на нашу думку, необхідна наявність чотирьох обов'язкових компонентів, які тісно взаємопов'язані між собою та утворюють інфраструктуру управління. Зв'язок між цими факторами (компонентами) і процесом представлений на рисунку [1].

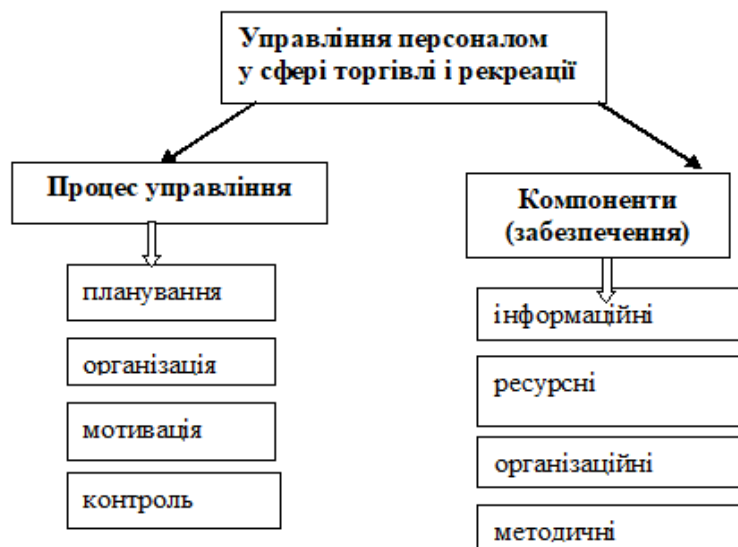


Рис. 1. Зв'язок між компонентами та процесом управління персоналу у сфері туризму і рекреації

У туристично-рекреаційній сфері оцінка рівня виконання функцій управління персоналом доповнюється впровадженням коригувальних заходів. На цьому етапі застосовуються коригувальні дії для усунення невідповідності контрольних установок на кожному етапі фактичної ситуації. Необхідність коригування виникає, коли фактичні і планові показники відрізняються на певну критичну величину. У цих випадках за результатами причинно-наслідкового аналізу складається перелік коригувальних дій, який залежить від недоліків та етапів їх виявлення, з метою їх усунення. Також на цьому етапі здійснюється перерахунок скоригованих показників, що дозволяє визначити позитивні чи негативні наслідки вжитих коригувальних дій та визначити їх кількісні значення [2, с. 152–162].

Правильно розроблена система управління людськими ресурсами в туристично-рекреаційній сфері дозволяє ефективно та економно використовувати наявні трудові ресурси, планувати та коригувати їх залежно від мінливих умов ринку. Грамотне використання управлінських та аналітичних методів дозволить своєчасно вдосконалювати систему управління персоналом і забезпечить туристичній фірмі додаткові конкурентні переваги.

Список використаних джерел:

1. Шурпенкова Р. К., Сарахман О. М. Аналіз системи управління персоналом підприємства. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*, № 14. 2025. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14767276>
2. Калайтан Т. В., Гримак О. Я., Кушнір Л. П., Шурпенкова Р. К., Сарахман О. Я. Управління доходами ресторанного господарства та аналітична оцінка його ефективності. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*, № 17. 2023. С. 152–162. URL : <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-17-13>

СЕКЦІЯ 4

Екологічні та безпекові аспекти розвитку туризму

*Антонюк Катерина Геннадіївна,
докторка філософії з економіки, доцентка кафедри туризму та готельно-ресторанної
справи Вінницького торговельно-економічного інституту
Державного торговельно-економічного університету,
Виговська Євгенія Іллівна,
здобувачка вищої освіти Вінницького торговельно-економічного інституту
Державного торговельно-економічного університету*

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДИКИ АПІТЕРАПІЇ В УМОВАХ КУОРТУ

На сьогодні існує велика кількість лікувальних методик, які слід досліджувати. Кожен метод лікування може як вилікувати, так і нашкодити здоров'ю людини, тому важливим є детальне дослідження та вивчення даних методик. Апітерапія є одним з методів лікування та профілактики хвороб.

Апітерапія – це метод лікування та профілактики різноманітних захворювань із використанням продуктів бджільництва: меду, прополісу, маточного молочка, воску, перги, бджолиної отрути та навіть повітря з вулика. У контексті курортного відпочинку ця методика набуває особливого значення завдяки поєднанню природних факторів, сприятливого клімату та професійного медичного супроводу.

Питання комплексного лікування та профілактики захворювань, є одним з актуальних у сучасній медицині. В останні роки у вітчизняній і закордонній літературі все частіше стали з'являтися роботи, присвячені лікуванню захворювань продуктами бджолярства. Актуальність використання лікарських препаратів природного походження, а саме продуктів бджільництва зросла впродовж останніх десятиліть, оскільки їх лікувальна, профілактична та зміцнююча дія перевищує дію багатьох синтетичних препаратів [1, с. 113].

Зважаючи на екологію та теперішній вплив на людину хімічних елементів, в тому числі з їжі, велике значення має усе природне та натуральне. Цим пояснюється попит на бджолину сировину та її використання у лікувальних цілях. Також корисно вживати просто їжу, через велику кількість вітамінів. Щодо вітамінів, найбільше їх зосереджено у бджолиному пилку. Квітковий пилок особливо багатий на вітаміни. У порівнянні з медом їх кількість значно більше, а за вмістом вітамінів В₁, В₂ і Е пилкові зерна багатші ніж фрукти [2]. Роль вітамінів в організмі людини дуже важлива, так як їх нестача або достатня кількість впливає на самопочуття, настрій. Наприклад, коли бракує вітамінів групи В, людина відчувається слабкою і втомленою, брак селену, як і фолієвої кислоти – погіршує настрій та може посилювати депресивні відчуття, брак заліза – викликає відчуття втоми, слабкості та млявості, дефіцит вітаміну D також може впливати негативно на настрій і погіршення когнітивних функцій [4].

Апітерапія – це метод лікування, заснований на застосуванні цілющих продуктів для оздоровлення організму людини, які виробляються бджолами: меду, перги, прополісу, маточного молочка. Використання природних генетичних програм, закладених в цих продуктах, дозволяє ефективно відновлювати не тільки окремі органи, а й цілі системи організму [1, с. 116]. Не зважаючи на те, що даний метод є безпечним, існують протипоказання до апітерапії: непереносимість бджолиної отрути; важка ниркова недостатність; печінкова недостатність; виражена серцево-судинна недостатність [3].

Існують наукові дослідження, які доводять здатність бджолиної отрути гальмувати розвиток запального процесу в суглобах, навіть на фоні введення медикаменту, який

викликав виникнення артриту, набряку суглобів і поліартриту. Вчені рекомендують апітерапію як метод альтернативного лікування при хронічних артритах, в тому числі з хронічним провокуючим фактором в організмі [3]. Бджолина отрута (апітоксин) має досить складний склад, речовини з якого мають на організм людини помітний позитивний вплив, але основна роль в апітерапії відведена, все ж таки, пептидам – саме вони сприяють усуненню запалень, надають антибактеріальну дію, мають знеболювальну функцію. Апамін чинить заспокійливу дію на нервову систему, кардіопептид – незамінний для стабілізації роботи серця та судин. Точки бджолоужалення і дози отрути підбираються індивідуально, адже для кожної з хвороб є оптимальні зони введення отрути [1, с. 114].

Серед основних особливостей застосування апітерапії в умовах курортного відпочинку та оздоровлення варто виділити наступні:

1. Курорти, як правило, розташовані в екологічно чистих регіонах, де якість бджолопродуктів вища. Це створює ідеальні умови для ефективного лікування.

2. Апітерапія поєднується з іншими курортними методами: кліматотерапією, водолікуванням, масажами, фізіотерапією, що підсилює її ефект.

3. Індивідуальний підбір програм. У багатьох курортних закладах створюють індивідуальні апітерапевтичні програми з урахуванням стану здоров'я, віку та потреб пацієнта.

4. Психоемоційна релаксація. Перебування в апі-будиночках або «бджолиних хатках», де пацієнт відпочиває під вібрації та ароматами з вуликів, позитивно впливає на нервову систему.

5. Профілактична ефективність. Особливо корисна апітерапія в міжсезоння – для зміцнення імунітету, відновлення після хвороб, нормалізації обміну речовин.

6. Безпечність за належного контролю. Під час курортного оздоровлення пацієнт перебуває під наглядом фахівців, що мінімізує ризик алергічних реакцій чи передозування продуктами апітерапії.

Отже, апітерапія як природна оздоровча методика ефективно доповнює курортне лікування, забезпечуючи м'який, але глибокий вплив на організм, а курортні умови сприяють максимальній ефективності апітерапії, завдяки чистому повітрю, природному середовищу та можливості комплексного впливу на організм. Використання апі-будиночків, інгаляцій з повітрям вулика, медових масажів та інших форм апітерапії створює унікальні умови для відновлення нервової, імунної та серцево-судинної систем, а також сприяє гармонізації фізичного і психологічного стану, зміцненню захисних сил організму та профілактиці низки захворювань.

Список використаних джерел:

1. Закотій Д. О., Каськів М. В. Апітерапія – лікування бджолами та продуктами бджільництва, як альтернативний метод профілактики та лікування хвороб у медицині. *Актуальні питання лабораторної діагностики та громадського здоров'я*: матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (Житомир, 15 листопада 2022 р.). Житомир : вид-во ПНУ. 2022. С. 113–116.

2. Склад квіткового пилку, корисні речовини пилку. URL : https://medova.poltava.ua/publ/khimichnij_sklad_kvirkovogo_pilku/1-1-0-34 (дата звернення: 10.04.2025).

3. Укуси бджіл для лікування суглобів. URL : <https://narsimed.com.ua/ua/apiterapiya-likuvannya-ukusamy-bdjil/apiterapiya-pry-artryti/> (дата звернення: 10.04.2025).

4. Що їсти, коли у вас поганий настрій. Поради. URL : <https://life.pravda.com.ua/health/2020/08/18/242011/> (дата звернення: 10.04.2025).

ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНІ ФОНДИ ЯК ОСЕРЕДКИ ЕКОЛОГІЧНОЇ ОСВІТИ Й РЕКРЕАЦІЇ

У наш час, коли екологічні проблеми набувають світового масштабу, питання збереження навколишнього середовища та формування екологічної свідомості стали як ніколи актуальними. Разом із тим зростають потреби людей у повноцінному відпочинку та єднанні з природою без шкоди їй. За таких обставин природно-заповідні фонди відіграють роль не лише природоохоронних об'єктів, а й важливих центрів екологічного просвітництва і рекреації.

Природно-заповідний фонд України є зібранням найцінніших природних територій та об'єктів країни. Він оберігає рідкісні ліси та безкраї степи, таємничі болота й величні гори, скелі, печери, річки, моря, заплави і навіть неповторні пустельні ландшафти. У межах цих територій найкращим чином збережено природне різноманіття екосистем, багатий світ рослин і тварин, а також унікальні їх види, зібрані у садах та парках. Території природно-заповідного фонду бувають природного та штучного походження. До природних територій належать природні та біосферні заповідники, національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, заказники, пам'ятки природи та урочища – вони зберегли свій природний стан та мають велике значення для охорони екосистем. Штучно створені території включають у себе ботанічні сади, зоологічні та дендрологічні парки, а також парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва – вони були створені людиною, проте також виконують важливі функції в екологічній освіті та збереженні біорозмаїття [2].

Основні правила проведення еколого-виховної роботи в установах природно-заповідного фонду регулюється положеннями Закону України «Про природно-заповідний фонд України» [4]. Водночас, якщо екоосвітні заходи проводяться як частина навчального процесу в закладах освіти, то слід користуватися ще й Законом України «Про освіту» [1].

Розглядаючи значення природно-заповідних територій і об'єктів у контексті біосфери та суспільства можна виділити кілька основних функцій. В першу чергу вони підтримують екологічну рівновагу в країні, бо є частиною єдиної природної мережі. Також вони відіграють важливу роль у збереженні генофонду флори і фауни; заповідні території допомагають охороняти унікальні, рідкісні або просто мальовничі природні ландшафти. До того ж, вони охоплюють і цікаві об'єкти неживої природи, наприклад, печери чи скелі. Ці території використовуються для наукових досліджень і спостережень за станом довкілля, слугують місцем для рекреації та оздоровлення людей, а також є важливими центрами екологічного просвітництва [3].

До основних форм еколого-освітньої діяльності в установах природно-заповідного фонду належать:

- а) розробка і реалізація програм з екоосвіти для різних груп населення;
- б) методична підтримка установ і громадськості з питань екологічного виховання;
- в) співпраця з засобами масової інформації, підготовка і розповсюдження друкованих/електронних матеріалів з екологічною тематикою;
- г) створення візит-центрів, музеїв природи, організація виставок і заходів для ознайомлення з екосистемами та їх охороною;
- г) проведення екскурсій екомаршрутами;
- д) співпраця з громадськими організаціями, підтримка волонтерства і природоохоронних ініціатив;
- е) організація екотаборів, толок, гуртків, а також проведення масових заходів — акцій, конкурсів, форумів, тренінгів за участю молоді та громадськості [1].

Можливості та обмеження щодо проведення туристичної і рекреаційної діяльності залежно від категорії ПЗФ регламентує вищезгаданий Закон України «Про природно-заповідний фонд України». Відповідно до нього туристична діяльність заборонена в межах природних та біосферних заповідників, заповідних зон національних парків і регіональних ландшафтних парків. Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України є підзаконним нормативно-правовим документом, що регулює порядок організації рекреації та туризму в межах ПЗФ.

Основні напрями рекреаційної та туристичної діяльності в межах природно-заповідного фонду охоплюють:

а) забезпечення умов для проведення туристично-рекреаційних маршрутів і відпочинку з дотриманням режиму охорони природно-заповідного фонду;

б) організація інфраструктури – стежок, маршрутів, зон відпочинку, кемпінгів, таборів, оглядових майданчиків;

в) розміщення рекламної та довідкової інформації про відпочинок через медіа та веб-сайти;

г) використання найкращого вітчизняного та міжнародного досвіду у сфері рекреації;

г) розвиток культури природного відпочинку, формування екологічного мислення, дбайливого ставлення до довкілля серед туристів, рекреантів і місцевого населення.

Цікавими формами рекреаційної і туристичної діяльності є організація відпочинку, оздоровлення, різноманітні екскурсії, аматорське і спортивне рибальство. Для зменшення негативного впливу відвідувачів на природні та історико-культурні комплекси розробляються та реалізуються програми зі збереження біорозмаїття та ландшафтів, охорони культурної спадщини; проводяться еколого-освітні роботи серед населення; здійснюється екологічний нагляд територій; у міру можливостей відновлюються пошкоджені природні та культурно-історичні об'єкти [5]. Варто зазначити, що локаційні бойові дії 2014-2022 років і повномасштабне вторгнення варварської московії, що триває з лютого 2022 року по сей день, спричинили свідомий і штучний екоцид, геноцид і знищення історико-культурно-релігійних пам'яток на великих територіях окупованих і прифронтових територіях України. Саме ця багаторічна трагедія стоїть на заваді повноцінного екологічного розвитку України.

Отже, природно-заповідний фонд України має надзвичайно велике значення для збереження природної та культурної спадщини, розвитку екологічної свідомості населення й забезпечення можливостей безпечного та свідомого відпочинку. Також відбувається поєднання охоронної, просвітницької, туристичної та рекреаційної функцій, що дозволяє гармонійне співіснування людини та природи, зменшуючи негативний вплив на довкілля.

Список використаних джерел:

1. Екоосвіта. URL : <https://wownature.in.ua/pro-nas/nasha-diialnist/ekoosvita/>
2. Природно-заповідний фонд. URL : <https://wownature.in.ua/oberihaymo/pryrodno-zapovidnyy-fond/>
3. Природно-заповідні території – основа екологічної мережі. URL: <http://volya.if.ua/2011/07/pryrodno-zapovidni-terytoriji-%E2%80%93-osnova-ekolohichnoji-merezhi/>
4. Про природно-заповідний фонд України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12#Text>
5. Рекреація. URL : https://wownature.in.ua/pro-nas/nasha-diialnist/rekreatsiia/?utm_source

*Леоненко Неллі Анатоліївна,
докторка наук з державного управління, професорка, завідувачка кафедри менеджменту
Національного університету цивільного захисту України,
Склярова Анастасія Олегівна,
здобувачка Національного університету цивільного захисту України*

ЕКО-ТРЕНДИ В СИСТЕМІ ОРГАНІЗАЦІЇ КРУЇЗНИХ ПОДОРОЖЕЙ

Сучасна круїзна індустрія є динамічною та інтегрованою в глобальну економіку галуззю, що постійно еволюціонує. Круїзні подорожі набувають все більшої популярності серед туристів, оскільки пропонують зручний формат відпочинку, який поєднує комфортне розміщення, широкий спектр розваг і можливість відвідати кілька локацій за короткий проміжок часу на борту сучасних круїзних лайнерів.

Упродовж останніх 20-ти років щорічний приріст вартості круїзної індустрії у світі складає в середньому 7,4 %. Кількість круїзних туристів щорічно збільшується на 1 млн. осіб [1].

Круїзна індустрія традиційно асоціюється з комфортом, розкішшю й унікальними маршрутами, однак в останні роки все більше уваги приділяється проблематиці екологічної стійкості. Круїзні лайнери забруднюють акваторію, скидаючи стічні води та нафтопродукти, а також сприяють пластифікації океанів. Викиди CO₂, SO₂ та інших шкідливих речовин у повітря перевищують рівень забруднення від тисяч автомобілів, що посилює глобальне потепління та кислотні дощі. Крім того, шумове та світлове забруднення шкодить морським тваринам, а велика кількість туристів у круїзних портах руйнує природні екосистеми та виснажує місцеві ресурси.

Зміна кліматичних умов, забруднення океанів і потреба в раціональному використанні природних ресурсів стали основними викликами для круїзних компаній. У відповідь на ці виклики індустрія впроваджує різні еко-тренди, спрямовані на зниження вуглецевого сліду, оптимізацію енергоспоживання та мінімізацію впливу на морську екосистему. Зокрема, міжнародна асоціація круїзних ліній (cruise lines international association – CLIA), активно впроваджує заходи для зменшення впливу на довкілля в аспектах якості повітря, збереження океанів та підтримки прибережних екосистем [2]. Так, для захисту якості повітря круїзні компанії впроваджують сучасні технології для зменшення викидів шкідливих речовин в атмосферу. Серед іншого, встановлення систем очищення вихлопних газів, яке дозволяє знизити викиди сірчаних оксидів до 98 %. Використання альтернативних видів палива, таких як зріджений природний газ (LNG – liquefied natural gas), сприяє зменшенню викидів оксидів азоту та парникових газів. Крім того, підключення суден до берегового електропостачання під час стоянки в порту дозволяє вимикати бортові генератори, зменшуючи забруднення повітря та шумове навантаження на місцеві громади.

Також круїзні лайнери дотримуються суворих міжнародних стандартів щодо скидання стічних вод та управління відходами, щоб мінімізувати вплив на морські екосистеми. Сучасні судна оснащені передовими системами очищення стічних вод, що дозволяє знижувати рівень забруднення океанів. Застосовується технологія так званих «безвідходних кухонь», що вирішує проблему мінімізації харчових відходів та їх переробки. Впроваджуються програми зменшення використання одноразового пластику на борту, які сприяють зниженню забруднення морського середовища пластиковими відходами.

Сучасні круїзні компанії прагнуть мінімізувати вплив на екосистему портових міст і заповідних зон. Для цього, круїзна індустрія плідно співпрацює з місцевими громадами та органами влади для забезпечення сталого туризму в прибережних районах. Це включає освітні програми для пасажирів про збереження природи та стале споживання, регулювання кількості відвідувачів, складання екорейтингів маршрутів, які враховують збереження природних пам'яток і біосферних заповідників, інвестування в інфраструктуру, що зменшує

екологічне навантаження, та підтримку місцевих ініціатив з охорони природи. Такі заходи сприяють збереженню біорізноманіття та забезпечують довгострокову стійкість прибережних екосистем [3].

Підтримкою цих екологічних технологій є низка допоміжних інновацій та практик, які допомагають круїзній індустрії досягти екологічнішого майбутнього, а саме [4]:

- системи повітряного змащування корпусів суден для зменшення опору та споживання палива для підвищення ефективності;
- енергоефективні двигуни, які споживають менше палива та зменшують викиди;
- світлодіодне освітлення, яке працює в 25 разів довше і споживає на 80% менше енергії;
- встановлення тонованих вікон, високоефективних приладів і систем опалення, вентиляції та кондиціонування, які вловлюють і переробляють тепло;
- спеціальні лакофарбовані покриття для корпусів суден, які знижують споживання палива до 5%;
- удосконалені системи та методи переробки, які дозволяють деяким суднам переробляти 100% відходів, які можна переробити.

Серед найперспективніших розробок у цьому напрямі можна виділити: круїзні лайнери на водневому паливі, повністю автономні судна, що працюють на відновлюваних джерелах енергії, використання біопалива та уловлювання вуглецевих викидів.

Отже, екологічна стійкість стає невід'ємною частиною круїзної індустрії. Завдяки впровадженню інноваційних технологій, підтримці сталого туризму та перегляду традиційних методів організації подорожей, круїзні компанії роблять значні кроки до зниження негативного впливу на навколишнє середовище, забезпечуючи при цьому комфорт і безпеку пасажирів.

Список використаних джерел:

1. Круїзне судноплавство як чинник розвитку приморських регіонів України. Аналітична записка. *Національний інститут стратегічних досліджень*. URL : <http://www.niss.gov.ua/articles/1054/>
2. CLIA. URL : <https://cruising.org/en-gb/>
3. Charting the Future of Sustainable Cruise Travel. URL : https://cruising.org/-/media/CLIA-Media/StratCom/Charting-the-Future-of-Sustainable-Cruise-Travel_1115_Oct-2023
4. We Are #SailingSustainably. URL : <https://cruising.org/en-gb/environmental-sustainability>

Любченко Валентина Вікторівна,

*кандидатка історичних наук, доцентка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Державного університету «Житомирська політехніка»,*

Кузьменко Дарина Ігорівна,

*здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні факультету бізнесу та сфери
обслуговування Державного університету «Житомирська політехніка»*

МОЖЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ЕКОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Екотуризм має більше значення, ніж просто відвідування пам'яток природи та природних місць, це означає діяти відповідально та екологічно. Сам термін означає подорож природними територіями з головною ціллю – збереження навколишнього середовища.

Можливості розвитку екотуризму на окремих територіях визначаються такими критеріями:

1. Природні характеристики території. Включає показники комфортності природних умов, екологічної ситуації та непрямий показник ландшафтного різноманіття на основі оцінки лісистості, густоти річкової мережі та фрагментарності рельєфу.

2. Соціально-економічне становище. Включає інтегральний показник інвестиційної привабливості та показник якості здоров'я населення.

3. Потенційний туристичний попит. Він призначений для відображення розташування району відносно основних населених пунктів, які є основними постачальниками екотуристів.

4. Рівень розвитку туристичної інфраструктури, що характеризує спроможність території для розміщення та обслуговування екотуристів [1].

Україна має багато природних ресурсів для розвитку екотуризму. Високі гори, ліси, близько 120-150 водоспадів, річки (понад 71 тис.) та унікальні озера (понад 20 тис.), велика кількість тварин – все це є дуже привабливим для туристів. У кожному регіоні країни можна знайти різноманітні можливості для відпочинку, які можуть сприяти екотуризму. Ще однією перевагою є наявність розвиненої матеріально-технічної бази для розміщення – тут багато готелів, санаторіїв, баз відпочинку, щороку вони наповнюються новими еко-готелями для екологічно чистих туристів.

Еко-котеджі («Бескиди», Львівська область; «Ясногородка», Київська область; «ТАОР», Львівська область) та кемпінги, зазвичай, розташовуються в красивих місцях з захоплюючими краєвидами. Це невеликі будиночки, створені таким чином, щоб вони гармонійно вписувалися в навколишню природу. Перспективною альтернативою волелюбному відпочинку та розвитку місцевої громади є еко-ферми. Такі проекти ферм включають існуючі господарські будівлі або спеціальні споруди для обслуговування туристів. Їхня мета – створити альтернативні джерела доходу для фермерів і малих населених пунктів.

В Україні активно розвивається мережа екологічних стежок – спеціально облаштованих маршрутів для прогулянок та пізнавального туризму серед природи. Еко-стежки дозволяють мандрівникам досліджувати унікальні ландшафти, рідкісну флору й фауну, а також дізнаватися більше про екологію регіону. Еко-стежки стають все більш популярними серед українців і туристів завдяки можливості відпочити на природі без шкоди довкіллю, розвитку екоосвіти для дітей і дорослих, популяризації активного та сталого туризму. Деякі з найвідоміших еко-стежок: «Стежка Довбуша» (Карпати), «Буковинське Око» (Чернівецька обл.), «Заповідне урочище Кам'яне Село» (Полісся), Маршрути в національному парку «Синевир», Еко-стежки в Асканії-Новій (Херсонщина) [2, с. 234]. Такі маршрути облаштовують у національних парках, заповідниках, лісах та горах. Уздовж стежок зазвичай встановлені інформаційні щити, оглядові майданчики, місця для відпочинку, а іноді – вежі для спостереження за птахами чи тваринами.

Екотуризм має за мету дбайливе ставлення до природи, але в Україні все ще бракує екологічної культури серед населення. Багато людей не сприймають природу як ресурс, який потрібно зберігати. Забруднення територій пластиком, залишками їжі та іншими відходами є поширеною проблемою в популярних туристичних місцях.

За останні роки в Карпатах стрімко зростає кількість таких об'єктів як готельні комплекси, гірськолижні курорти. Багато з цих будівель зводяться без належних дозволів у регіонах, де будівництво заборонено через їхню екологічну значущість. Це спричиняє масштабну вирубку лісів, збільшує загрозу ерозії ґрунтів і поступово знижує загальну привабливість регіону для туристів.

Недостатнє державне фінансування інфраструктури екотуризму залишається основною перешкодою для розвитку галузі. Екотуризм потребує значних інвестицій, але в Україні ця галузь отримує невелику фінансову підтримку від держави. В результаті військових дій потреби оборони стали основним джерелом доходу, що значно скоротило ресурси, доступні для розвитку туризму. Також заповідникам і природним паркам часто

бракує фінансування для якісних стежок, кемпінгів або екологічних стежок. На жаль, немає державних програм, які підтримували б розвиток малого бізнесу [3].

Найбільшою проблемою на сьогодні є війна. 24 лютого 2022 року змінило ситуацію із потенційним майбутнім розвитком України, в тому числі екологічного туризму, оскільки наслідки активне ведення бойових дій завдає негативного впливу природі щодня. Повномасштабна війна вплинула на складність фіксування наслідків для навколишнього природного середовища. Станом на сьогодні немає можливості оцінити всю повноту збитків, оскільки ситуація змінюється щодня (горіння нафтобаз, АЗС, складів з хімічними та іншими небезпечними речовинами, забруднення та засмічення водних ресурсів та інші). Заповідники, які є об'єктами екологічного туризму, теж отримали ряд негативних наслідків. За даними Міністерства захисту навколишнього середовища та природних ресурсів України, бойові дії проходили на території природно-заповідного фонду площею 12,4 тис. кв. км. А це становить третину всього природно-заповідного фонду України [4].

Для розвитку цього виду туризму в Україні необхідно запровадити ефективне регулювання як на регіональному, так і на державному рівнях, заохочуючи людей до цього виду діяльності, заохочуючи власників садиб реєструвати та легалізувати свою діяльність, розвивати туристичну інфраструктуру, впровадження інновацій тощо. Тільки тоді цей вид туризму зможе набутися популярності та виконувати всі покладені на нього функції в регіонах України.

Список використаних джерел:

1. Екотуризм: його сутність та визначення. Перспективи розвитку екологічного туризму на природоохоронних територіях Закарпаття. 2023. С. 3. URL : <https://reposit.nu.pp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/12467/1/75%20%D0%A2.2-26-28.pdf>
2. Паньків Н., Скрипник М. Екологічний туризм як пріоритетний напрямок сталого розвитку туризму в Україні: виклики сьогодення. *Herald of Khmelnytskyi National University*. № 308 (4). 2022. С. 229–240. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-308-4-36>
3. Ecotourism and sustainable development. *Prospects for Ukraine. Ukrainian Journal of Ecology*. 2021. URL : <https://www.ujecology.com/articles/ecotourism-and-sustainable-development-prospects-for-ukraine.pdf>.
4. Перга Т. Ю. Екологічні наслідки війни Росії проти України URL : <https://ivinas.gov.ua/viina-rf-protyukrainy/ekolohichni-naslidky-viiny-rosii-proty-ukrainy.html>

Марусей Тетяна Володимирівна,

кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

В останні десятиліття туризм переживав процеси розширення та диверсифікації, перетворюючись в один з найбільш швидкозростаючих секторів економіки в світі, що являє собою проблему з точки зору нераціонального використання ресурсів, деградації природної та культурної спадщини, а також негативних соціальних наслідків. Неабияку роль відіграла пандемія COVID-19 та воєнні дії в нашій державі. Це обумовлює необхідність зміни парадигми розвитку сфери туризму в бік раціонального та відповідального використання рекреаційно-туристичних ресурсів з дотриманням принципів сталого розвитку, так як сталий розвиток – це загальна концепція стосовно необхідності встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному та здоровому довкіллі.

Цілі сталого розвитку, які ще називають «Глобальними цілями», представлені у Резолюції A/70/L.1 «Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року», прийнятій Генеральною Асамблеєю ООН 18 вересня на 70 сесії 2015 року – це загальний заклик до дій, спрямованих на ліквідацію бідності, захист планети і забезпечення миру та процвітання для всіх людей у світі. Перераховані 17 Цілей «Порядку денного» є розширенням Цілей розвитку тисячоліття, які охоплюють нові сфери, такі як кліматичні зміни, економічна нерівність, інновації, стале споживання, мир і справедливість. Цілі є взаємопов'язаними та успіх в одній із цілей є вирішенням питань, що пов'язані з іншими цілями. У «Порядку денному у сфері сталого розвитку до 2030 року» серед Глобальних цілей передбачено цілі, що безпосередньо стосуються розвитку туризму і культури, як на світовому рівні так і державному, а саме цілі 8, 9, 11 [3].

–«Ціль 8. Сприяння безперервному, всеохоплюючому і сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх.

–8.9 До 2030 року розробити та реалізувати політику сприяння розвитку сталого туризму, який забезпечує створення робочих місць і сприяє розвитку місцевої культури та виробництву місцевої продукції.

–Ціль 9. Створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям.

–9.1 Розвивати якісну, надійну, стійку та сталу інфраструктуру, включаючи регіональну та транскордонну інфраструктуру, з метою підтримки економічного розвитку та добробуту людей, приділяючи особливу увагу забезпеченню недорогого і рівноправного доступу для всіх.

–Ціль 11. Забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості й екологічної стійкості міст і населених пунктів.

–11.2 До 2030 року забезпечити всім людям можливість користуватися безпечними, недорогими, доступними та сталими транспортними системами, підвищити безпеку дорожнього руху, зокрема шляхом розвитку громадського транспорту, приділяючи особливу увагу потребам тих, хто перебуває в уразливому становищі, жінок, дітей, осіб з інвалідністю та літніх людей.

–11.4 Активізувати зусилля із захисту і збереження світової культурної та природної спадщини».

Перераховані цілі забезпечення сталого розвитку сфери туризму передбачають розвиток місцевої культури та виробництва місцевої продукції, забезпечення надійної та якісної регіональної та транскордонної інфраструктури [5].

Основними напрямками сталого розвитку туризму України у післявоєнний період мають стати: забезпечення державної підтримки розвитку туризму як важливої галузі економіки країни; розробка та реалізація регіональних програм розвитку туризму в контексті сталого зростання; підвищенні рівня національної свідомості та ідентичності українського народу шляхом збереження автентичної матеріальної структури нерухомої культурної спадщини та створення національних культурних атракцій; комплексний розвиток та ефективне використання туристичного потенціалу країни в контексті реалізації Цілей сталого розвитку; диверсифікація туристичних послуг, підвищення їх якості та конкурентоспроможності з позиції збереження та розвитку національної ідентичності, культурної спадщини, культурних цінностей та національна пам'яті; розбудова, покращення та вдосконалення туристичної інфраструктури після війни; популяризація цікавих туристичних об'єктів в країні та за її межами; залучення інвестицій в розвиток туристичної галузі, реконструкцію та розбудову туристичних об'єктів шляхом створення сприятливого інвестиційного клімату; надання податкових пільг для новостворених малих туристичних підприємств; вдосконалення системи наукового забезпечення та якісної підготовки туристичних кадрів; гармонізація законодавства у сфері туризму з європейським та світовим, дотримання міжнародних стандартів якості туристичних послуг; гарантування безпеки

споживачів туристичних послуг та захист їхніх прав; використання досвіду держав, що займають провідні позиції на ринку туристичних послуг, та їх адаптації до національних особливостей України; участь в міжнародних програмах розвитку туризму; використання сучасних інформаційних технологій для ефективного розвитку туристичної сфери [1, 2].

Отже, розвиток сталого туризму є одним із пріоритетних напрямів соціально-економічного та культурного розвитку країни. У подальшому необхідно приділити достатньої уваги щодо розроблення і здійснення заходів, спрямованих на розвиток сталого туризму, створення конкурентоспроможного на національному та міжнародному ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби, впровадження заходів щодо створення та розвитку матеріально-технічної бази й сучасної інфраструктури туризму, сприятливих умов для залучення інвестицій, ефективного використання природного, історико-культурного й туристично-рекреаційного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Моца А., Шевчук С., Серeda Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-3>
2. Філюк С. М. Вплив кризових процесів на туристично-рекреаційний потенціал України: ретроспективний аналіз туристичних даних 2014–2022 рр. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. 2022. Вип. 34. С. 296–305. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7220110>
3. Цілі сталого розвитку. *Програма розвитку ООН в Україні*. URL : <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals.html>.
4. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. URL : <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>.
5. Цілі сталого розвитку: Україна. *Портал Сталий розвиток для України*. URL : <http://www.sd4ua.org/v-ukrayini-prezentuvaly-natsionalnu-dopovid-tsili-stalogo-rozvytku-ukrayina/>.

Мірзодасєва Тетяна Віталіївна,

кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри туристичного та готельного бізнесу Національного університету харчових технологій

ХАРЧОВА БЕЗПЕКОВІСТЬ У ГАСТРОНОМІЧНОМУ ТУРИЗМІ. ЯКІ Є ВИКЛИКИ?

Харчова безпековість у гастрономічному туризмі – це комплекс заходів, практик і стандартів, спрямованих на забезпечення того, щоб харчові продукти та напої, які пропонуються туристам під час їхніх гастрономічних подорожей, були безпечними для споживання та не становили ризику для їхнього здоров'я.

Іншими словами, це означає створення такого середовища в гастрономічному туризмі, де:

1. Харчові продукти є безпечними на всіх етапах: від виробництва та постачання інгредієнтів до приготування, зберігання та подачі страв.
2. Ризики харчових отруєнь та захворювань, що передаються через їжу, мінімізовані.
3. Туристи мають доступ до інформації про склад страв, потенційні алергени та гігієнічні стандарти закладів харчування.
4. Заклади харчування (ресторани, кафе, вуличні торговці, ринки тощо) дотримуються належних санітарних норм та гігієнічних практик.

5. Існують ефективні системи контролю та нагляду за якістю та безпекою харчових продуктів.

У сфері гастрономічного туризму існує низка специфічних викликів.

1. Різноманіття та неформальність харчових пропозицій:

– Вулична їжа та невеликі місцеві заклади. Гастрономічний туризм часто передбачає знайомство з автентичною місцевою кухнею, яка може пропонуватися на вулицях, ринках або в невеликих сімейних закладах. Ці об'єкти часто мають обмежені ресурси для забезпечення високих стандартів харчової безпеки, включаючи належне обладнання для зберігання, приготування та гігієни.

– Традиційні методи приготування. Деякі традиційні методи приготування можуть не відповідати сучасним стандартам безпеки, особливо щодо контролю температури або обробки сирих інгредієнтів.

– Неформальні постачальники. Забезпечення простежуваності та безпеки сировини від дрібних місцевих фермерів або постачальників може бути складним.

2. Сезонність та коливання туристичних потоків:

– Пікові навантаження. Під час туристичних сезонів заклади харчування можуть відчувати значне зростання навантаження, що може призвести до послаблення контролю за стандартами безпеки через поспіх та брак персоналу.

– Сезонні продукти. Використання сезонних продуктів може створювати виклики у забезпеченні стабільних та безпечних ланцюгів постачання протягом усього року.

3. Мовний та культурний бар'єри:

– Комунікація щодо алергенів та інгредієнтів. Недостатнє розуміння мови може призвести до проблем у комунікації щодо наявності алергенів у стравах або особливостей інгредієнтів, що становить серйозну загрозу для туристів з харчовою алергією.

– Різні стандарти та практики. Туристи можуть бути не знайомі з місцевими стандартами харчової безпеки, а місцеві працівники можуть мати різне розуміння гігієнічних норм.

4. Логістика та інфраструктура:

– Віддалені дестинації. У віддалених туристичних локаціях можуть існувати проблеми з інфраструктурою, такі як ненадійне електропостачання для зберігання продуктів, обмежений доступ до чистої води для гігієни та недостатня кількість обладнаних закладів для обробки харчових відходів.

– Транспортування продуктів. Забезпечення належних температурних режимів та гігієнічних умов під час транспортування харчових продуктів, особливо на великі відстані або в умовах спекотного клімату, є складним завданням.

5. Відсутність уніфікованих стандартів та контролю:

– Різні регуляторні вимоги. Стандарти харчової безпеки можуть суттєво відрізнятися в різних країнах та регіонах, що ускладнює для туристичних компаній та туристів розуміння та дотримання відповідних норм.

– Недостатній контроль та правозастосування. У деяких туристичних дестинаціях контроль за дотриманням стандартів харчової безпеки може бути недостатнім, а правозастосування – слабким.

6. Зміна клімату та екологічні фактори:

– Зростання ризику харчових захворювань. Зміна клімату може сприяти поширенню харчових патогенів та збільшувати ризик харчових отруєнь.

– Забруднення навколишнього середовища. Забруднення води та ґрунту може негативно впливати на безпеку місцевих харчових продуктів.

7. Кризи та непередбачувані події:

– Харчові отруєння та спалахи захворювань. Спалахи харчових захворювань можуть мати серйозні наслідки для здоров'я туристів, репутації дестинації та туристичної галузі в цілому.

Подолання цих викликів вимагає комплексного підходу, що включає:

- 1) Посилення контролю та правозастосування стандартів харчової безпеки на всіх рівнях.
- 2) Навчання та підвищення кваліфікації персоналу, залученого до харчового обслуговування туристів.
- 3) Впровадження систем управління харчовою безпекою (наприклад, НАССР [1]) у закладах харчування.
- 4) Покращення інфраструктури, особливо у віддалених туристичних дестинаціях.
- 5) Забезпечення чіткої комунікації щодо алергенів та інгредієнтів різними мовами.
- 6) Підтримка місцевих виробників у впровадженні безпечних практик виробництва та постачання.
- 7) Підвищення обізнаності туристів щодо харчової безпеки та відповідального вибору харчування.
- 8) Розробка та впровадження уніфікованих стандартів харчової безпеки для гастрономічного туризму на національному та міжнародному рівнях.
- 9) Ефективне управління кризовими ситуаціями, пов'язаними з харчовими отруєннями.

Успішне вирішення цих викликів є запорукою розвитку безпечного, якісного та стійкого гастрономічного туризму, який приносить задоволення туристам та користь місцевим громадам.

Список використаних джерел:

1. НАССР для малого бізнесу: покроковий посібник для ресторанів і кафе. URL : <https://surl.li/qkhpkp>

Оболенцева Лариса Володимирівна,

докторка економічних наук, професорка, завідувачка кафедри туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

ОРІЄНТИРИ ВІДНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС

Однією з ключових умов ефективного функціонування туристично-рекреаційної індустрії є оперативне реагування на кризові ситуації, серед яких особлива роль припадає на воєнні умови діяльності галузі. Війна на території України не лише суттєво вплинула на функціонування туристичного бізнесу, але й спричинила «замороження» діяльності цієї галузі в умовах кризових обставин.

За умов воєнного стану в Україні індустрія туризму стикається з численними перешкодами, які суттєво обмежують її нормальне та звичне функціонування. До основних проблем, які впливають на цей сектор, доцільно віднести [1]:

– скорочення в'їзних туристичних потоків. Це можна пов'язати з воєнними діями та заборонаю авіапольотів до України, що призвело до значного зменшення кількості міжнародних туристів. До цього варто додати безпекові ризики, які впливають на бажання іноземних громадян відвідувати, навіть, відносно спокійні регіони країни;

- ушкодження туристичної інфраструктури. Значні руйнування зазнали готелі, музеї, історичні будівлі та інші об'єкти, які формують основу туристичної пропозиції, що суттєво обмежує можливість прийому туристів і проведення культурних заходів;

- недостатня доступність туристичної інформації. У нинішніх умовах відсутність актуальних і достовірних даних про безпечні маршрути, об'єкти для відвідування та доступні послуги стає значним бар'єром для залучення туристів;

- відтік інвестицій. Іноземні та внутрішні інвестори уникають вкладень у туристичну галузь через високі ризики, зумовлені війною, що уповільнює її відновлення та розвиток;

- відсутність якісної автоматизованої системи обліку туристичної статистики. Відсутність такої системи унеможливорює оперативний і точний аналіз стану галузі, її доходів, витрат і потенціалу для формування ефективної туристичної політики.

Основою розробки вітчизняної політики щодо туристично-рекреаційної індустрії у післявоєнний період повинна стати деталізація механізмів регіонального розвитку та активізація державно-приватного партнерства. Успішне впровадження цих інструментів у сфері туризму сприятиме не лише відновленню економічної стабільності в окремих регіонах, а й забезпечить значний внесок у загальний розвиток економіки країни. До таких основних інструментів та можливостей належать [2]:

- формування нового міжнародного іміджу України. Україна має унікальну можливість позиціонувати себе як частину європейської спільноти, яка бореться за демократичні цінності та мир. Цей імідж може стати ключовим елементом для залучення туристів, які прагнуть підтримати країну та відвідати місця, які символізують її історичну боротьбу;

- використання глобального інформаційного простору. Світова увага до подій в Україні відкриває можливість для широкої промоції її туристичного потенціалу. Новини про героїзм, культуру та історію України можуть бути перетворені на ефективний інструмент популяризації післявоєнного туризму;

- розроблення інформаційно-комунікаційної стратегії. Важливим кроком є створення стратегії, орієнтованої на міжнародний ринок, яка включатиме промоцію туристичних продуктів, історичних і природних об'єктів, а також культурних подій, здатних привернути увагу іноземних туристів;

- залучення інвестицій у туристичну галузь. Необхідно створити сприятливі умови для інвесторів, зокрема через запровадження державних гарантій, пільгових програм і стимулів. Це допоможе відновити інфраструктуру, зруйновану під час війни, і стимулювати розвиток нових проєктів;

- цифровізація туристичного обслуговування. Інтеграція сучасних цифрових технологій, таких як онлайн-букінг, віртуальні тури, мобільні застосунки для туристів, може значно підвищити якість послуг і зробити їх більш доступними для іноземної аудиторії;

- заснування фонду підтримки післявоєнного розвитку туристично-рекреаційної індустрії. Заснування спеціального фонду сприятиме акумулюванню ресурсів для відновлення туристичної інфраструктури, підтримки малого та середнього бізнесу у сфері туризму, а також реалізації нових ініціатив, які стимулюватимуть розвиток галузі.

Реалізація зазначених заходів сприятиме не лише зростанню кількості робочих місць у сфері туризму та суміжних галузях, а й забезпечить збільшення податкових надходжень до державного бюджету. У довгостроковій перспективі це сприятиме сталому розвитку регіонів, підвищенню рівня життя населення та створенню позитивного іміджу України на міжнародній арені.

Підсумовуючи результати дослідження, можна стверджувати, що перспективними напрямками післявоєнного відновлення індустрії туризму та рекреації в Україні є комплексна стратегія, яка охоплює як розвиток, так і популяризацію туристичних можливостей країни. До ключових аспектів цієї стратегії належать:

- розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, який сприятиме залученню іноземних відвідувачів та стимулюватиме активність місцевих туристів;
- реновація туристичної інфраструктури, включаючи модернізацію транспорту, готельної бази, закладів харчування та створення нових туристичних об'єктів;
- ефективне інституційне забезпечення функціонування туристично-рекреаційного бізнесу, що включає нормативно-правову базу, стимулювання інвестицій та формування сприятливого бізнес-середовища;
- популяризація меморіальних маршрутів і знакових місць, які висвітлюють події та уроки повоєнного періоду, що може зацікавити як вітчизняних, так і міжнародних туристів;
- активізація маркетингової діяльності для просування бренду України як унікальної туристичної дестинації на глобальному ринку, з акцентом на культурну спадщину, природні багатства та історичний досвід;
- розробка і впровадження якісних освітніх програм для підготовки фахівців у сфері туризму, а також удосконалення існуючих навчальних ініціатив для забезпечення галузі кваліфікованими кадрами.

Таким чином, концептуальні принципи реструктуризації туристичного потенціалу повоєнної України створюють стійку основу для визначення майбутнього напрямку розвитку вітчизняного туризму в контексті стратегії повоєнного відновлення. Під час відбудови туристичної сфери в Україні необхідно орієнтуватися на досвід інших країн, які ефективно відновили свою туристичну індустрію після кризових ситуацій, зокрема після війн.

Список використаних джерел:

1. Царук В. В. Туризм в Україні в умовах воєнного стану – проблеми відновлення та пошуку нових моделей управління. *Таврійський науковий вісник*. 2023. № 4. С. 15–24.
2. Ковальчук С. В. Дослідження стану та тенденцій розвитку індустрії гостинності України. *Трансформаційна економіка*. 2024. № 2 (07). С. 27–32.

Омельчук Леся Володимирівна,

кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри публічного управління та адміністрування Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ У ТУРИЗМІ СЬОГОДЕННЯ ТА В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

В сучасних умовах надзвичайних ситуацій, небезпек, збройних та військових конфліктів ризик-менеджмент в туризмі має надзвичайно важливе значення, оскільки безпека в туристичній галузі є основною вимогою для розвитку туристичної інфраструктури, туристичних підприємств та безпосередньо впливає на рівень туристичної активності країни в цілому. З огляду на це, стає зрозумілим актуальність ризик-менеджменту в туризмі, мета якого полягає саме в максимальній ефективності управління ризиками, попередженні потенційних небезпек, забезпеченні безпечного проходження усіх етапів туристичної діяльності, управлінні існуючими та ймовірними ризиками впродовж прийняття управлінського рішення.

Ризик-менеджмент – це сукупність методів, прийомів і заходів, що дозволяють певною мірою прогнозувати настання ризикових подій і вживати заходів щодо їхньої мінімізації [1, с. 69]. До ризик-менеджменту належить:

- ідентифікація, аналіз та оцінка ризиків;
- превентивна розробка програми заходів щодо ліквідації наслідків кризових ситуацій;

- розробка механізмів виживання;
- створення системи страхування;
- прогнозування розвитку туристичних підприємств з урахуванням можливої зміни кон'юнктури та інші заходи [2, с. 6].

У ризик-менеджменті виділяють кілька етапів:

I. Виявлення ризику з супутньою оцінкою ймовірності його реалізації і масштабу наслідків.

II. Розробка ризик-стратегії з метою зниження ймовірності реалізації ризику і мінімізації можливих негативних наслідків.

III. Вибір методів і інструментів управління виявленим ризиком.

IV. Проведення безпосереднього управління ризиком.

V. Оцінка досягнутих результатів і коригування ризик-стратегії [2, с. 7].

Основним етапом ризик-менеджменту вважається вибір методів і інструментів управління ризиком. Саме використання методів ризик-менеджменту щодо діяльності туристичного підприємства є ключовим аспектом на ринку туристичних послуг, що дозволяє оптимізувати наявні ризики та спрогнозувати можливі.

Система управління ризиками орієнтована на досягнення певної мети, а саме – розробка та впровадження ризик-стратегії, забезпечення стабільності функціонування туристичних підприємств, зниження рівня непередбачуваності, захисту інтересів туристів і організаторів подорожей, а також підвищення загального рівня безпеки та довіри до туристичної галузі. Проте, вирішення завдань системи управління туристичними ризиками, в сукупності з реалізацією поточних та стратегічних планів підприємства, дає можливість здійснювати діяльність за кризових умов з найменшими втратами, в тому числі в умовах відкритої військової агресії росії проти України.

Ключовими напрямками антикризового розвитку туристичних підприємств у системі ризик-менеджменту на національному ринку туристичних послуг у теперішній час та в повоєнний період можуть стати:

1. Відновлення та відбудова зруйнованої туристичної інфраструктури (аеропорти, дороги, засоби розміщення, туристичні атракції) з урахуванням новітніх досягнень у сфері гостинності за міжнародними стандартами у цій сфері, що дозволить Україні в майбутньому отримати конкурентну перевагу.

2. Вдосконалення внутрішнього туризму, з акцентом на просування внутрішніх маршрутів, зеленого туризму, історико-культурних локацій, що мають безпечний статус.

3. Розвиток воєнного туризму метою якого є відвідування місцевості та об'єктів, пов'язаних з військовими діями, та вшанування пам'яті жертв російської агресії.

4. Підвищення стандартів безпеки, впровадження нових протоколів безпеки, цифрових інструментів моніторингу, страхових пакетів для туристів.

5. Надання податкових пільг суб'єктам туристичного бізнесу (у тому числі іноземним туристичним компаніям), що дозволить створити сприятливий інвестиційний клімат для залучення фінансових ресурсів у відновлення та розвиток туристичної діяльності в майбутньому.

6. Заснування маркетингових кампанії з відновлення довіри, створення позитивного іміджу країни та регіонів як безпечних напрямків для подорожей.

7. Підготовка кваліфікованих кадрів, навчання персоналу щодо дій у надзвичайних ситуаціях, нових викликів, цифрових інструментів.

Можна говорити про значні втрати та кризові явища у туристичній діяльності в Україні, а також про трансформацію світових туристичних потоків унаслідок вторгнення росії на територію України та розгортання повномасштабних воєнних дій. Водночас, серед перспектив розвитку туристичної індустрії як елементу зниження ризиків у воєнних умовах варто відзначити:

1. Зростання попиту на рекреаційний туризм.

2. Підвищення інтересу до релакс-турів та зеленого туризму.
3. Активізацію розвитку сакрального й арт-туризму.
4. Формування в Україні напрямку військового туризму.

Військовий туризм дасть змогу іноземцям поспілкуватися з очевидцями подій, які відбувалися в Україні після російського вторгнення, а також зібрати матеріали, для того щоб, наприклад, створити і поширити допис, репортаж або відео про нашу державу [3].

Отже, ключовими особливостями ризик-менеджменту в туристичній галузі України є своєчасне виявлення, оцінка та аналіз ризиків, а також вибір ефективних методів і інструментів управління для їх мінімізації. Зокрема, йдеться про ризики, пов'язані з веденням воєнних дій, поширенням пандемій, економічною нестабільністю та змінами у глобальних туристичних трендах. Особливого значення набуває стратегічне планування, гнучкість управлінських рішень і впровадження інноваційних підходів, що дозволяють адаптуватися до динамічних умов зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Писаревський І. М., Стешенко О. Д. Ризик-менеджмент у туризмі: навчальний посібник для вищих навчальних закладів. Харків : ХНУМГ імені О. М. Бекетова, 2017. 128 с.
2. Боровик М. В. Ризик-менеджмент. Харків : Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва імені О. М. Бекетова, 2018. 65 с.
3. Military museums in Ukraine. *Tripadvisor*. URL: <https://www.inspirock.com/military-museums-in-ukraine>.

Осадчий Максим Леонідович,

аспірант Одеського національного економічного університету

ЗАБРУДНЕННЯ ВОДНИХ РЕСУРСІВ ВНАСЛІДОК ДІЯЛЬНОСТІ МОРСЬКИХ ПОРТІВ: ВПЛИВ НА ТУРИСТИЧНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ РЕГІОНІВ

Сучасні тенденції глобального економічного розвитку супроводжуються інтенсивним зростанням транспортної інфраструктури, зокрема морської. Морські порти відіграють ключову роль у забезпеченні міжнародної торгівлі, логістики та перевезення вантажів, однак, попри свою стратегічну значущість, вони є джерелом значного антропогенного навантаження на навколишнє природне середовище. Одним із найуразливіших компонентів природного середовища є водні ресурси, які зазнають постійного тиску з боку портової діяльності. Забруднення води у припортових акваторіях призводить не лише до погіршення екологічної ситуації, а й має безпосередній вплив на туристичну привабливість регіонів, що розташовані на узбережжі.

Портова інфраструктура є багатофункціональним комплексом, що включає вантажні термінали, нафтобази, судноремонтні підприємства, пасажирські вокзали та численні допоміжні служби. Усі ці об'єкти генерують широкий спектр забруднюючих речовин, серед яких найбільш небезпечними є нафтопродукти, важкі метали, хімічні реагенти, продукти життєдіяльності суден та стічні води з берегових об'єктів [1]. Найбільш вираженим є забруднення внаслідок розливів нафти під час бункерування, витоків з паливних систем суден та аварій. Потрапляння нафтопродуктів у морське середовище формує так звану нафтову плівку, яка порушує кисневий обмін, призводить до загибелі планктону, риби та морських ссавців, негативно впливає на біорізноманіття та здатність акваторії до самоочищення.

Поряд із цим, у портових водах спостерігається підвищений вміст фосфатів, нітратів, фенолів та інших органічних сполук, які надходять як із суден, так і з міської каналізації. Інтенсивна портова діяльність також супроводжується механічним забрудненням: у воду

потрапляють тверді побутові відходи, пластикове сміття, залишки тари та упаковки. Висока концентрація суспензій у воді знижує прозорість, що зменшує фотосинтетичну активність водоростей і, як наслідок, пригнічує продукційність екосистеми [2]. У цілому, сукупність хімічних, біологічних і фізичних факторів забруднення перетворює припортові акваторії на зони екологічного ризику, знижуючи їхню рекреаційну та ландшафтну цінність.

Одним із важливих наслідків екологічного неблагополуччя у портових регіонах є зниження туристичної привабливості. Туризм, як галузь, чутливо реагує на якість природного середовища. Узбережжя з чистими пляжами, прозорою водою, багатою фауною та мальовничими пейзажами приваблюють рекреантів, тоді як забруднені території втрачають конкурентні переваги. У регіонах, де функціонують великі морські порти, особливо за умови відсутності ефективного екологічного моніторингу та контролю, спостерігається зменшення кількості туристів, скорочення сезонної зайнятості населення в туристичному секторі та падіння доходів місцевих громад. Туристи уникають територій із високим рівнем забруднення води, неприємними запахами, зменшенням можливостей для купання, дайвінгу, риболовлі та інших видів морського дозвілля [3]. Усе це свідчить про необхідність комплексного підходу до управління портами з урахуванням екологічних, соціальних та економічних чинників.

Існує певний парадокс: регіони з вигідним географічним розташуванням, які мають потенціал для розвитку і туризму, і портової інфраструктури, часто стикаються з проблемою конфлікту інтересів між цими двома напрямками. У низці випадків спостерігається домінування промислових пріоритетів над рекреаційними, що призводить до одностороннього розвитку території. Однак міжнародна практика доводить, що можливе ефективне поєднання портової діяльності й туристичного потенціалу за умови впровадження принципів сталого розвитку. Зокрема, у країнах Європейського Союзу активно застосовуються механізми екологічної сертифікації портів, встановлюються обмеження на забруднення, створюються буферні зони між промисловими та рекреаційними територіями. Значну увагу приділяють інвестиціям у сучасні системи очищення стічних вод, впровадженню зелених технологій, розвитку інфраструктури екологічного моніторингу [4].

Україна, маючи вихід до Чорного та Азовського морів, володіє значним потенціалом як у портовій, так і туристичній сферах. Однак проблеми забруднення припортових акваторій залишаються актуальними, особливо в контексті недостатнього контролю за екологічним станом вод, обмеженого фінансування природоохоронних заходів та недосконалості правової бази. Серед українських портових міст, таких як Одеса, Чорноморськ, Южне, Маріуполь (до 2022 року), спостерігалось поступове погіршення якості морської води, що призводило до періодичних заборон на купання та зниження потоку туристів [5]. Така ситуація потребує стратегічного планування й тісної взаємодії між органами влади, портовими операторами, екологічними службами та представниками туристичного бізнесу.

Забезпечення балансу між розвитком портової інфраструктури та збереженням чистоти водних ресурсів є передумовою сталого розвитку приморських регіонів. У довгостроковій перспективі виграють ті території, які зможуть гармонізувати ці два напрями, забезпечивши не лише економічну вигоду від портової діяльності, а й високий рівень екологічної безпеки та привабливості для туристів. Для цього необхідно впроваджувати сучасні моделі управління прибережними зонами, застосовувати інструменти стратегічної екологічної оцінки, стимулювати екологічну відповідальність суб'єктів господарювання та формувати екологічну свідомість населення. Лише за таких умов стане можливим перетворення портових міст на екологічно сталий, безпечний і конкурентоспроможний простір для життя, роботи й відпочинку.

Список використаних джерел:

1. Осадчий М. Л. Галузеві особливості транспортних підприємств, тенденції та пріоритети їх розвитку. Управління бізнесом в парадигмі сталого розвитку : економіко-правовий аспект: колективна монографія. Одеса : ОНЕУ, Ч. 2, 2024. С. 154–209.
2. Куликов Д. В. Економічна ефективність екологізації діяльності підприємств портової галузі. *Економіка та суспільство*. 2024. № 67. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-127>.
3. Стовба Т. А. Патерни інноваційного розвитку морських портів. *Транспорт, порт, логістика, безпека: виклики сучасності та перспективи розвитку*: збірник матеріалів І Міжнародної науково-практичної конференції (28 вересня 2023 р., м. Херсон). Херсонська державна морська академія. 2023. С. 64–73.
4. Осадчий М. Л. Сучасні інституціональні особливості розвитку водного транспорту України. *Економіка та суспільство*. 2024. № 67. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4814>
5. Домусчи С. В. Чинники і географія забруднення ґрунтів одеської міської та приміської зон: дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 106 «Географія» галузі знань 10 «Природничі науки». Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, Одеса, 2023. Одеса, 2023. 247 с.

Порчинська Вікторія Богданівна,
*учениця 9 класу Комунального закладу загальної середньої освіти
«Ліцей № 2 Хмельницької міської ради»*

Науковий керівник: Лучинська О.О

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ У ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ

Зелений туризм надзвичайно популярний як в Україні, так і в світі. Цікавість до такого виду відпочинку зростає особливо після пандемії COVID-19, коли люди почали цінувати тишу, природу, екологічність і бажання втекти від шуму міст. Зелений туризм визначається як екологічно чиста туристична діяльність з різним фокусом і значенням. У широкому розумінні, зелений туризм означає бути екологічно чистим туристом або надавати екологічно чисті туристичні послуги.

Сільський туризм має свою специфіку. Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), сільський туризм – це «вид туристичної діяльності, в якому досвід відвідувача пов'язаний з широким спектром продуктів, як правило, пов'язаних з діяльністю на природі, сільським господарством, сільським способом життя / культурою, риболовлю та оглядом визначних пам'яток» [1]. ОЕСР стверджує, що сільський туризм повинен розташовуватися у сільській місцевості на особливостях сільського світу (малих підприємствах, відкритому просторі, контакті з природою та природним світом, спадщиною, традиційними суспільствами і традиційними практиками). Також він повинен бути сільським за масштабом і традиційним за характером – себто органічно пов'язаним із місцевими сім'ями. Разом із тим, його розвиток має сприяти збереженню особливого сільського характеру місцевості і сталим у використанні ресурсів.

Сільський зелений туризм розширює сферу зайнятості сільського населення, позитивно впливає на економіку та екологію районів України, сприяє відродженню, збереженню та розвитку місцевих народних звичаїв, промислів, пам'яток історико-культурної спадщини. Селянське господарство особливо вразливе в період міжсезоння. Саме

тому розвиток сільського зеленого туризму може стати для селянського господарства додатковим джерелом фінансових надходжень.

Регіонами становлення і розвитку сільського зеленого туризму в Україні є Полтавська, Закарпатська, Одеська, Черкаська, Запорізька, Тернопільська, Миколаївська області і Полісся. Для Львівської, Харківської, Сумської, Івано-Франківської, Вінницької, Хмельницької та Чернівецької областей цей вид туристичної діяльності є перспективним вектором розвитку, проте він ще недостатньо розвинений.

Давайте розглянемо приклади зеленого, сільського туризму у Хмельницькій області. Мабуть, першим населеним пунктом, де почали розвивати зелений туризм на Хмельниччині та й загалом в Україні, можна вважати селище Гриців Шепетівського району. Тут об'єднали у садибний кластер сільського туризму «Оберіг». До нього увійшли 10 агроосель, здатних забезпечити проживанням і гастрономічними послугами близько двох сотень туристів. Купання у ставках і кар'єрі, походи в ліс, катання на конях, дегустація страв, недороге житло, участь у народних обрядах, майстер-класи з виготовлення поробок та душевне спілкування з господарями. Все це неабияк приваблює мандрівників. Іншим цікавим осередком сільського зеленого туризму є Староушицька територіальна громада. Наразі, за даними облдержадміністрації, тут діє 50 сільських зелених садиб. Туризм визначили пріоритетним напрямком розвитку. У 2020 році територію відвідало близько 40000 туристів. У громаді запустили Зелений туристичний маршрут «Легенди Пониззя». Підхід до туризму тут комплексний. Мандрівники, зупинившись у садибі, можуть відвідати не лише скельний монастир та насолодитися відпочинком на Дністрі, а й скуштувати місцеві смаколики: трав'яні чаї, сири, вино. Одна із садиб села Гораївка, окрім ночівлі та харчування, пропонує туристам прокат велосипедів, дегустацію кави, спостереження за небесними об'єктами у телескоп. Зіньківська територіальна громада славиться такими унікальними об'єктами як: дерев'яна Свято-Михайлівська церква, церква Святої Трійці, старовинна броварня, залишки фортеці XV сторіччя. При місцевому ліцеї діє музей історії Зінькова. Поблизу із селом є маловідомі, але привабливі для туристів об'єкти. До прикладу, закинуті штольні, де раніше видобували фосфорити. При цьому у селі немає жодної зеленої садиби. Інколи селяни все ж дозволяють приїжджим переночувати. До слова, Зіньків долучився до туристичного проєкту «Camino Podolico» («Подільський шлях святого Якова»), який поєднує Вінницю та Кам'янець-Подільський історичною дорогою через місто Бар, що на Вінничині.

Підсумувавши, можна зробити висновки, що зелений туризм актуальний та потребує подальшого розвитку. Адже це підтримка локального бізнесу, автентичність, тренд на екологічність та найголовніше — емоційне перезавантаження.

Список використаних джерел:

1. Tourism Notes. URL : <https://tourismnotes.com/rural-tourism/>
2. Всесвітній день туризму – що таке зелений туризм і як ви можете долучитися? URL : <https://www.northkent.ac.uk/news-events/blogs/world-tourism-day-what-is-green-tourism-and-how-can-you-be-involved>
3. Rural tourism URL : [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/751464/EPRS_BRI\(2023\)751464_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/751464/EPRS_BRI(2023)751464_EN.pdf)
4. Сільський зелений туризм в Україні: проблеми та перспективи URL : https://tourlib.net/statti_ukr/bojko17.htm
5. Сільський зелений туризм на Хмельниччині: все тільки починається? URL : <https://zhar.org.ua/silskyj-zelenyj-turyzm-na-hmelnichchyni-vse-tilky-pochynayetsya/>

ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ВОЄННОГО СТАНУ

Дослідження теми туризму в Україні з урахуванням викликів воєнного стану є надзвичайно актуальним, адже повномасштабне вторгнення, розпочате рф у 2022 році, кардинально змінила туристичну сферу країни, призвівши до різкого скорочення в'їзного туризму та руйнування інфраструктури в багатьох регіонах. Воєнний стан створив безпекові, економічні та логістичні виклики, що ускладнюють функціонування галузі, водночас підкреслюючи важливість внутрішнього туризму як потенційного драйвера відновлення. Актуальність теми зумовлена також необхідністю аналізу цих змін для розробки стратегій післявоєнного відродження туризму, який може стати важливим чинником економічного зростання.

Воєнний стан, введений в Україні через військову агресію рф, запровадив низку суворих правил, які серйозно позначилися на розвитку туризму. Зокрема, унеможливлено проведення сплавів, туристичних походів, прогулянок та екскурсій у районах, розташованих поблизу об'єктів критичної інфраструктури, військових баз чи інших стратегічно важливих зон. Такі заходи застосовуються по всій території країни через високий рівень небезпеки для безпеки [1]. Крім того, організація масових подій, таких як концерти чи фестивалі, опинилася під заборорою, що значно ускладнює реалізацію туристичних ініціатив із культурним акцентом. Особливо складна ситуація склалася у східних областях України, де відпочинок у районах, близьких до зони бойових дій, є надзвичайно ризикованим через активні військові операції. Подорожі до територій, які нещодавно звільнили від окупації, також не рекомендуються через наявність небезпек, що залишилися після конфлікту. Ці обмеження суттєво змінили туристичну галузь, зробивши її функціонування вкрай ускладненим у сучасних умовах [1].

Україна володіє значним туристичним потенціалом, який до недавнього часу приваблював численних відвідувачів із різних куточків світу. Однак із початком російсько-українського збройного конфлікту в лютому 2022 року сектор туризму зіткнувся з безпрецедентними труднощами. Війна спричинила руйнування об'єктів туристичної інфраструктури в багатьох регіонах, різке скорочення кількості іноземних гостей і повну заборону на використання авіаційного простору [2, с. 7]. Незважаючи на ці обставини, туристична діяльність не припинилася повністю, а почала адаптуватися до нових викликів. Сучасний туризм в Україні характеризується розробкою маршрутів із врахуванням доступності бомбосховищ, плануванням поїздок у межах дії комендантської години та суворим дотриманням обмежень, що стосуються відвідування зон поблизу критичної інфраструктури, лісів, водойм і гірських стежок. Ці зміни відображають спроби галузі вистояти в умовах воєнного стану [2, с. 7].

У період тривалого збройного конфлікту успішність роботи туристичного сектору значною мірою залежатиме від реконструкції логістичної інфраструктури туризму. Ключовими аспектами цього процесу є створення безпечних маршрутів для пасажирських перевезень, які враховуватимуть як попит, так і вимоги безпеки, а також налагодження мультимодальної співпраці на міжрегіональному та міжнародному рівнях. Важливе значення має також підвищення транспортної доступності як усередині країни, так і за її межами. Особливу увагу слід приділити відновленню безперебійного руху автомобільного транспорту в регіонах, що зазнали руйнувань через бойові дії, адже ці заходи закладуть підґрунтя для поступового поживлення галузі навіть у воєнних умовах [3, с. 56]. У період воєнного стану віртуальний туризм набув значного значення як перспективний вектор розвитку туристичної сфери. Цей формат дає змогу відвідувачам досліджувати культурні й

історичні пам'ятки дистанційно, залишаючись удома, що забезпечує безпеку, сприяє емоційному відновленню та мотивує до реальних подорожей у майбутньому. Він також відіграє важливу роль у зміцненні національної свідомості та популяризації історії українського народу. Таким чином, віртуальні подорожі стали важливим елементом туристичного ринку, який ефективно функціонує в умовах боротьби за суверенітет і цілісність України. Зразки віртуальних турів та їхнє значення Серед прикладів цього напрямку можна виділити 3D-екскурсію Софійським собором – однією з найдавніших релігійних споруд України, заснованою в 1037 році. Учасники туру можуть детально ознайомитися з інтер'єром собору та дізнатися про особливості його ікон і настінних зображень. Ще одним прикладом є онлайн-огляд Краснавчого музею в Острозі, розміщеного в історичному замку, де зберігаються археологічні артефакти, портрети, скульптури, ікони та інші цінності епохи князів Острозьких [4, с. 147]. Такі ініціативи сприяють збереженню культурної спадщини та вихованню патріотизму серед громадян.

Після завершення воєнних дій Україна має всі шанси перетворитися на центр масового туризму. Попри нинішні заборони, зокрема на відвідування лісів і прикордонних територій, населення країни не припиняє відкривати для себе нові туристичні локації, шукаючи способів відпочити та зняти напругу, викликану війною [5, с. 64]. У післявоєнний період держава може привернути увагу іноземних гостей можливістю відвідати місця бойових дій, ознайомитися з історією боротьби, оглянути уламки техніки агресора чи дослідити затоплені об'єкти, як-от крейсери, під час дайвінгу, що сприятиме розвитку синьої економіки. Ці фактори стануть важливим поштовхом для економічного відновлення країни.

Підсумовуючи, підкреслимо, що дослідження труднощів, з якими зіткнулася туристична сфера України під час воєнного стану, має вирішальне значення для формування стратегій її відродження та подальшого розвитку після закінчення війни. Попри обмеження, пошкодження інфраструктури та відтік іноземних відвідувачів, внутрішній туризм і віртуальні екскурсії створюють нові перспективи для збереження галузі. У повоєнний час туризм здатен стати значним драйвером економічного піднесення країни за умови адаптації до сучасних умов і створення дієвих планів відновлення.

Список використаних джерел:

1. Подорожі під час війни: яких правил безпеки варто дотримуватись. *Державне агентство розвитку туризму України*. URL : <https://surl.li/jmaegm> (дата звернення: 11.04.2025).
2. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. (41). С. 8. URL: <https://surl.li/qcdphh>.
3. Костинець Ю. В., Костинець В. В., Шевченко О. О. Розвиток туризму України в умовах війни. *Актуальні проблеми економіки*. 2023. № 3 (261). С. 51–57.
4. Багрій К. Віртуальний туризм як новий напрямок туризму в умовах війни. *Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Чернівці, 5 травня 2022 р.). Чернівці : Технодрук, 2022. С. 144–149.
5. Карпенко Ю., Логвин М., Тараненко О., Логвин Д., Луценко О. Стан розвитку туризму в умовах війни та повоєнне відновлення. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2023. № 2 (108) С. 59–68.

WASTE MANAGEMENT IN TOURIST AREAS: MODERN APPROACHES AND TECHNOLOGIES

Tourism is a powerful economic engine, but it comes with environmental challenges – particularly waste generation. From plastic packaging to food scraps and construction debris, tourist hotspots often struggle with seasonal waste surges that overwhelm local infrastructure. In response, innovative approaches and modern technologies are transforming how tourist areas manage waste, ensuring environmental sustainability while enhancing visitor experience.

Tourist destinations – especially those with natural attractions such as beaches, mountains, or cultural heritage sites – often see dramatic population increases during peak seasons. This seasonal influx leads to: increased generation of solid waste (plastic bottles, food wrappers, single-use items); overflowing bins and illegal dumping; pressure on local waste collection and processing systems; degradation of natural landscapes and ecosystems [4]. Addressing these issues requires proactive, efficient, and environmentally friendly solutions tailored to the dynamics of tourism. Modern approaches to waste management include the following: 1) integrated waste management systems; 2) source separation and recycling stations; 3) extended producer Responsibility (EPR).

Integrated waste management involves a combination of methods including waste reduction, reuse, recycling, composting, energy recovery, and landfilling. Tourist areas are increasingly adopting this holistic approach to reduce landfill dependency and encourage circular economy principles. Encouraging tourists to separate waste at the source is crucial. Many destinations now provide: clearly labeled recycling stations; multilingual signage for international tourists; color-coded bins for organic, recyclable, and residual waste. Examples include cities like Amsterdam and Tokyo, where public recycling is a cultural norm supported by strategic placement and education campaigns. Some tourist areas implement EPR policies where manufacturers and businesses must take responsibility for the disposal of the products they sell. This incentivizes eco-friendly packaging and product design, especially in hotels, restaurants, and shops [3].

Technological innovations in waste management: 1) smart bins; 2) mobile apps for waste tracking; 3) composting and anaerobic digestion units; 4) reverse vending machines (RVMs); 5) artificial intelligence (AI) in waste sorting; 6) blockchain for transparent waste management; 7) Internet of Things (IoT) Solutions. Smart waste bins equipped with sensors can monitor fill levels and notify collection services when full. Some even compact waste automatically to maximize capacity. This reduces unnecessary collection trips and lowers emissions. Mobile applications enable tourists and businesses to: locate the nearest recycling point; learn what materials can be recycled; report overflowing bins or illegal dumping. These apps foster community participation and accountability. The «Litterati» app, for instance, allows users to document and geotag litter, aiding in identifying problem areas and facilitating targeted actions [6]. Tourist areas with a high volume of organic waste (e.g., food courts, markets, resorts) are investing in on-site composting or anaerobic digestion units to convert waste into compost or biogas. This minimizes transport costs and promotes local energy production or agriculture. RVMs reward users for recycling bottles or cans, often with cash or coupons. Popular in tourist areas of Europe and Asia, they offer a simple and rewarding way to engage tourists in environmental responsibility [5]. AI-powered systems can accurately identify and sort recyclables, enhancing recycling efficiency. Companies like AMP Robotics have developed technology that uses image analysis to sort recyclables with higher accuracy than traditional methods. Blockchain technology ensures transparency and traceability in waste disposal processes, preventing illegal dumping and unauthorized processing. Platforms like the «Plastic Bank» incentivize individuals to collect plastic

waste in exchange for digital tokens, promoting responsible waste management and economic opportunities. IoT devices provide real-time data on waste generation and collection, allowing for predictive analytics and efficient resource allocation. Singapore employs sensors that detect bin fill levels and even odors, enabling real-time tracking essential in dense urban environments [4].

Examples of successful implementation of modern approaches and technologies for waste management in tourist regions. Barcelona has introduced a «Pay-As-You-Throw» (PAYT) pilot program in select districts to encourage proper waste sorting among residents and businesses, including those in the tourism sector. Under this system, waste collection fees are based on the amount of non-recyclable waste generated, providing economic incentives for waste reduction and recycling. The initiative aims to decrease landfill dependency and promote environmental responsibility. While specific outcomes are still being evaluated, the program reflects Barcelona's commitment to sustainable urban living [1]. In 2013, Balinese sisters Melati and Isabel Wijsen founded «Bye Bye Plastic Bags» (BBPB), a youth-driven movement aimed at eliminating single-use plastic bags on the island. Their persistent advocacy led to the official ban on single-use plastic bags, straws, and polystyrene in Bali as of June 23, 2019. BBPB has also organized large-scale events like «Bali's Biggest Beach Clean-Up», which in 2017 mobilized approximately 12,000 volunteers across 55 locations, collecting over 40 tons of waste. This grassroots initiative has significantly raised awareness and inspired global youth-led environmental movements [2]. Zermatt, a renowned car-free tourist destination in Switzerland, has implemented an efficient waste management system tailored to its unique environment. The town enforces strict waste sorting regulations, requiring residents and businesses to separate recyclables, organic waste, and general refuse meticulously. To manage waste collection without conventional vehicles, Zermatt utilizes electric carts and a network of cable cars to transport waste from the town to processing facilities. This system minimizes environmental impact and maintains the area's pristine condition, aligning with Zermatt's commitment to sustainability and eco-friendly tourism [7].

Effective waste management in tourist areas is essential for preserving the natural beauty and appeal that draw visitors in the first place. By combining integrated strategies, advanced technology, and public engagement, tourist destinations can turn waste challenges into opportunities for innovation and sustainability. As tourism continues to grow globally, the adoption of smart, scalable, and eco-friendly waste solutions is not just a trend – it is a necessity.

Literature:

1. Barcelona Zero Waste Plan 2021-2027. *Ajuntament*. 2025. URL : <https://ajuntament.barcelona.cat/neteja-i-residus/en/presentation/waste/zero-waste-plan> (accessed 04.04.2025)
2. Bye Bye Plastic Bags. *UNESCO*. 1 December 2022. URL : <https://www.unesco.org/en/articles/bye-bye-plastic-bags> (accessed 04.04.2025)
3. Czekala W., Drozdowski J., Łabiak P. Modern Technologies for Waste Management: A Review. *Appl. Sci.* 2023. № 13. P. 8847. DOI: <https://doi.org/10.3390/app13158847>
4. Haugaard A. Smart Waste Management and Increasing Adoption of IoT Solutions. *The Smart City Journal*. 18 June 2020. URL : <https://www.thesmartcityjournal.com/en/articles/smart-waste-management> (accessed 04.04.2025)
5. Smart Waste Management: IoT Solutions for Sustainable Cities. *Smart Sight Innovations*. 2024. URL : <https://www.smartsight.in/industry-insights/smart-waste-management-iot-solutions-for-sustainable-cities/> (accessed 04.04.2025)
6. Waste Management Technologies: Creating Cleaner And Greener Cities. *FasterCapital*. 2025. URL : <https://fastercapital.com/topics/waste-management-technologies:-creating-cleaner-and-greener-cities.html> (accessed 04.04.2025)
7. Zermatt Bergbahnen: Building bridges for a more sustainable world. *Swiss Travel System*. 21.08.2024. URL: <https://www.travelswitzerland.com/en/zermatt-bergbahnen-building-bridges-for-a-more-sustainable-world/> (accessed 04.04.2025)

DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE TOURISM IN UKRAINE: ENVIRONMENTAL STANDARDS AND SECURITY POLICY

With the rapid development of the tourism industry, the gap between satisfying tourist demand and rational use of resources is deepening. Based on these contradictions, the concept of sustainable tourism is aimed, the main idea of which is the harmonization of economic activity in the tourism industry with the surrounding natural and cultural environment, increasing the environmental awareness of society, ensuring a positive social and economic effect through the principles of sustainability at all stages of the implementation of tourism activities, which is undoubtedly relevant for the tourism industry of Ukraine.

The conceptual principles of sustainable development were considered in their works by domestic and foreign scientists: V. Berens, G. O. Bilyavsky, O. G. Bilorus, H. Bruntland, M. Zgurovsky, D. K. Korten, O. V. Mikhalov, V. M. Navrotsky, K. A. Panasyuk, J. Randers, A. A. Sadyekov, F. Frangialli, V. I. Shevchuk, O. O. Shubin and others. However, the issues of sustainable tourism development strategy remain insufficiently studied and require further research. The relevance and significance of these issues determined the choice of the research topic, its purpose, objectives and content.

Sustainable development of the tourism industry should be focused on eliminating three main problems necessary for the formation of a human community, in particular: 1) improving the quality of life of people, their living conditions and increasing their cost; 2) improving the tourist service to the level of world requirements and standards; 3) supporting and renaturalizing the natural environment [5, p. 1].

Therefore, the development of tourism in the context of sustainable development involves the introduction of environmentally friendly technologies in tourism that contribute to the improvement or preservation of the natural environment, to increase the tourist attractiveness of Ukraine. The territory of Ukraine can be attributed to such territories that have significant potential in terms of tourism development.

Ecological safety of recreational and tourist areas implies maintaining their natural resource potential in a state that could ensure the fulfillment of three groups of functions by the natural environment: social functions aimed at ensuring the health and social development of the local population and vacationers and tourists; ecological functions aimed at maintaining a stable state of ecosystems of recreational and tourist areas; economic functions that assume that the rate of use of renewable natural resources should not exceed the rate of their natural reproduction, and the rate of use of non-renewable resources should be at the level of the rate of their replacement by renewable ones [2, p. 48].

One example of the successful development of ecotourism in Ukraine is the Carpathian Biosphere Reserve, which is one of the most famous tourist destinations in Ukraine and attracts a significant number of visitors from different countries. It offers tourists not only nature observation, but also the opportunity to see traditional Hutsul culture and visit local villages and cities.

Another example is the Synevyr National Nature Park, located in Transcarpathia, which is one of the most visited tourist areas in the region. Here tourists can enjoy the beauty of the Carpathians, see the Shypit waterfall, Synevyr Lake, visit ancient churches and museums.

Other examples of ecotourism development in Ukraine are the Black Sea Biosphere Reserve, the Dniester River Floodplain, the Polissya Nature Reserve and many others. Each of these regions offers unique natural and cultural attractions that can be explored by visiting them for ecotourism purposes [3, pp. 3–9].

The implementation of sustainable development goals in the field of nature management in tourism is an important task that contributes to the conservation of natural resources and ecosystems, as well as improving the quality of life of local populations and tourists.

Safety in the field of tourism and recreation cannot be considered separately from other public or national interests of the country. Ensuring the safety of tourists (recreationalists) should be starting from the tourist location or place of recreational activity and ending with state organizations that regulate the activities of the tourism sector. The regulatory and legal framework for the development and implementation of rules for the stay of tourists (recreationalists), during the implementation of tourist or recreational services, which would ensure high-quality and safe recreation standards, the interests of tourists (recreationalists) and are accepted by the party, must be simultaneously harmonized and integrated into safe conditions.

Effective security management in the field of tourism and recreation, the implementation of preventive measures, the creation of conditions for safe recreation for tourists (recreationists) will contribute to the formation of high quality tourist and recreational services, the creation of a positive image of the enterprise that provides this type of service, the development of infrastructure, ensures the income of the local population, prevents environmental risks of the tourist destination, has a positive impact on overcoming cultural barriers between tourists and the local population. This, in turn, will affect both the socio-economic policy within the country and its foreign policy activities in general [4].

With the onset of the spring season, Ukraine is experiencing a significant revival of the tourism industry. After several difficult years associated with the pandemic and economic challenges, the tourism business is gradually recovering and even showing signs of growth. According to the Ukrainian Tourism Association, in the first quarter of 2025, the number of domestic trips increased by 28 % compared to the same period last year.

One of the key factors in the revival of the tourism business is the introduction of digital technologies. Online platforms, mobile applications, chatbots and services based on artificial intelligence greatly facilitate travel planning. Some agencies have already introduced virtual tours, as well as personalized offers based on customer preferences.

The Ukrainian government is launching new programs to support small and medium-sized businesses in the tourism industry in 2025. These include preferential loans, grant programs for infrastructure development and advertising of regional routes. Special attention is planned to be paid to the restoration of historical sites and the development of green tourism.

Experts are confident that if positive trends continue, tourism will again become one of the drivers of the Ukrainian economy in the near future [1].

Literature:

1. Spring 2025: tourism business in Ukraine is experiencing a new stage of development. KNUKIM. Faculty of Hotel, Restaurant and Tourism Business. URL : <https://surl.li/goknbt> (access date: 09.04.2025).

2. Vorobeva O. A. Ecological safety as a component of sustainable development of recreational and tourist areas. *Sustainable development and ecological safety of society in economic transformations* : materials of the third all-Ukrainian scientific and practical conference, pp. 46–48.

3. Zamula I. V., Kyrylyuk D. R. Development of ecological tourism in Ukraine. *Economics of management and administration*. 2023. Vol. 2, No. 104. pp. 3–9. URL : [https://doi.org/10.26642/ema-2023-2\(104\)-3-9](https://doi.org/10.26642/ema-2023-2(104)-3-9).

4. Kozhukhivska R., Tymchuk S. Security activities in the sphere of tourism and recreation in Ukraine: analytical review. *Economy and Society*. 2023. No. 53. URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-43>.

5. Syroyd N. P. Problems of tourism development in Ukraine in the context of sustainable development. State University «Zhytomyr Polytechnic». 2020. P. 1.

TOURIST SAFETY IN THE CONTEXT OF GLOBAL ENVIRONMENTAL THREATS: APPROACHES TO RISK MANAGEMENT

In the modern world, the tourism industry faces numerous challenges, among which global environmental threats occupy a special place. Climate change, natural disasters, environmental pollution, and scarcity of natural resources affect not only tourist destinations but also directly impact tourist safety. Therefore, effective risk management in the tourism sector is essential to ensure the comfort and safety of travelers. Among the main environmental threats affecting tourist safety, several key aspects should be highlighted. First and foremost, climate change, manifested in rising temperatures, extreme weather events, glacier melting, and the rising level of the World Ocean. The increase in average annual temperatures leads to a higher incidence of heat strokes among tourists, especially in regions with high temperatures, such as desert areas and tropical countries. Additionally, extreme weather phenomena, including hurricanes, severe storms, and abnormal rainfall, pose a threat to the destruction of tourism infrastructure, which can cause disruptions in the supply of water, electricity, and food [1, p. 4]. Natural disasters such as earthquakes, volcanic activity, tsunamis, floods, and wildfires also pose a significant threat. Earthquakes can lead to the collapse of buildings and the destruction of transportation routes, making the evacuation of tourists more difficult. Volcanic eruptions not only endanger the lives of travelers but can also cause flight cancellations due to the danger of volcanic ash entering aircraft engines. Tsunamis and floods can cause considerable damage to coastal resorts, resulting in loss of life, hotel damage, and the destruction of tourist facilities. Wildfires, caused by both natural processes and human activity, are becoming increasingly frequent, posing risks not only to local residents but also to tourists, especially in national parks and nature reserves [1, p. 4].

Another important factor is environmental pollution caused by anthropogenic activities, such as uncontrolled use of natural resources, air and water pollution. Polluted air, particularly in large metropolitan areas, can cause respiratory diseases among tourists, reducing the comfort and quality of travel. At the same time, poor drinking water quality in some countries increases the risk of intestinal infections, negatively affecting travelers' health. Uncontrolled exploitation of natural resources, such as deforestation and water pollution, leads to the degradation of the natural environment, which can reduce the attractiveness of tourist sites [1, p. 5].

Finally, the threat of biological hazards is increasing, particularly the spread of infectious diseases and ecosystem disruption, which leads to a higher risk of encounters with dangerous animals. Globalization and active human mobility contribute to the rapid spread of new viruses, as was the case with the COVID-19 pandemic, which significantly impacted the tourism sector. The destruction of natural animal habitats also increases human contact with wildlife, which can lead to the transmission of new zoonotic diseases. For example, in tropical countries, tourists may face a higher risk of contracting malaria, dengue fever, or the Zika virus due to the expanding range of mosquitoes caused by climate change [2, p. 14]. To minimize the impact of global environmental threats, a comprehensive approach to risk management must be applied. One of the most important directions is the forecasting and monitoring of threats, which involves the use of modern meteorological and geophysical systems for early warning of natural disasters. It is also necessary to analyze environmental indicators to identify potential risks [2, p. 15]. The next step is the development of adaptation strategies, which include the creation of environmentally sustainable tourist routes, the use of resource-saving technologies in tourism facilities, and the development of emergency evacuation plans for tourists. Raising tourist awareness plays a vital role, implemented through information campaigns, the introduction of environmental education systems, and the provision of recommendations on responsible behavior while traveling [3, p. 152].

In addition, it is necessary to improve legislative regulation by introducing environmental standards for tourism companies, strengthening responsibility for violations of environmental norms, and implementing «green» certificates for hotels and travel agencies. An important aspect is the development of international cooperation, including the exchange of experience between countries, joint environmental protection initiatives, and cooperation with international organizations to implement best practices in the field of tourist safety [3, p. 152]. Ensuring tourist safety under conditions of global environmental threats requires a comprehensive approach that includes risk forecasting, adaptation of tourist routes, increasing travelers' environmental awareness, and improving the legal framework. The combined efforts of government agencies, businesses, and tourists themselves will help minimize the impact of environmental threats on the tourism industry and make travel safer and more environmentally responsible.

Literature:

1. Zamula I. V. Development of ecological tourism in Ukraine. *Economics, Management and Administration*. Issue 12. 2023, pp. 3-8. URL : https://www.researchgate.net/publication/372933262_Rozvitok_ekologicnogo_turizmu_v_Ukraini (accessed 04.04.2025)
2. Korobeinykova Ya. S. Environmental safety of tourist destinations: definitions, mechanisms, and challenges. *Scientific and Technical Journal*. Issue 1 (23). 2021, pp. 12–22. URL : <http://elar.nung.edu.ua/bitstream/123456789/9242/1/8583p.pdf> (accessed 04.04.2025)
3. Environmental impacts of hospitality establishments on the environment. *Environmental Safety of Tourist and Recreational Complex Facilities* : materials of the I International Scientific and Practical Conference. Lviv: LDU BZhD, 2019, pp. 150–153.

Zamashnyuk Yulia,
*a bachelor's degree student at the Faculty of Law
of Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law*

SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT: BALANCING ECONOMIC BENEFITS AND ENVIRONMENTAL RISKS

Modern tourism is one of the most dynamic sectors of the global economy. It contributes to GDP growth, job creation, infrastructure development, and the strengthening of cultural ties between countries. For example, in countries such as France, Spain, and Thailand, tourism is a key source of income and supports the prosperity of small and medium-sized businesses. At the same time, mass tourism can negatively impact the environment, leading to resource depletion, pollution, and ecosystem destruction. A striking example is Venice, which suffers from excessive tourist traffic, causing erosion of historic buildings, canal pollution, and rising water levels.

Therefore, the primary task of the modern tourism industry is to balance economic benefits with environmental risks, which is the foundation of the concept of sustainable tourism development. Sustainable tourism aims to preserve natural and cultural resources, ensure long-term economic growth, and improve the quality of life for local communities [1, p. 22].

To achieve this, it is necessary to implement environmentally responsible practices such as the use of renewable energy sources, waste minimization, sustainable water resource management, and reducing transportation impacts on the environment. For example, the Maldives actively integrates solar panels into hotels and water purification systems to minimize environmental impact. In Yellowstone National Park in the USA, strict waste management rules and visitor restrictions are enforced to lessen the ecological footprint [1, p. 25].

A crucial aspect is the promotion of ecotourism, which encourages travel to natural areas with minimal environmental impact. For instance, in Costa Rica, ecotourism is thriving, allowing

tourists to experience nature while staying in eco-friendly hotels powered by alternative energy sources, with excursions conducted under strict environmental standards [1, p. 28].

The economic benefits of tourism are undeniable. This sector generates income for local entrepreneurs and stimulates the development of related industries such as trade, transportation, and agriculture. For example, in Greece, many family-owned businesses depend on tourism, from small hotels to restaurants that use local produce. However, without proper management, economic growth can be accompanied by negative environmental consequences [2, p. 40]. Excessive hotel construction, the destruction of natural landscapes, water pollution, and the increase in plastic waste are among the major challenges for popular tourist destinations. For example, on the island of Bora Bora, rapid expansion of resort complexes has led to the degradation of coral reefs. In the Himalayas, the large number of tourists leaves behind significant waste, creating serious disposal problems [2, p. 41]. To achieve sustainable tourism development, it is essential to implement national and international policies for industry regulation. The principles of sustainability encompass environmental protection, economic stability, and socio-cultural aspects of tourism development. A balance must be established among these three dimensions to ensure its long-term viability [2, p. 42].

Thus, sustainable tourism development should [3, p. 18]:

1. Ensure the optimal use of environmental resources, which constitute a key element of tourism development, maintaining essential ecological processes and helping to preserve natural heritage and biodiversity.
2. Respect the socio-cultural authenticity of host communities, preserve their cultural heritage and traditional values, and promote intercultural understanding and tolerance.
3. Guarantee the long-term viability of economic operations, generating socio-economic benefits for all stakeholders, including stable employment, income-generating opportunities, and social services for host communities, while contributing to poverty reduction.

Sustainable tourism development requires the conscious participation of all relevant stakeholders, as well as strong political leadership to ensure broad engagement and consensus. Achieving sustainable tourism is an ongoing process that requires constant monitoring of its impact and the introduction of necessary preventive and corrective measures when needed. One effective solution is the development of responsible tourism, where every participant – tourists, businesses, and authorities – takes responsibility for minimizing negative impacts. The use of eco-friendly transportation, support for local artisans, adherence to behavior rules in natural areas, and reducing the consumption of disposable materials can significantly improve the environmental situation [3, p. 20].

Thus, sustainable tourism development is not only a challenge but also an opportunity for the global community. It fosters the creation of innovative business models, the protection of natural and cultural heritage, the improvement of local communities' well-being, and the preservation of tourist sites for future generations. By integrating economic interests with environmental responsibility, tourism can become a powerful tool for harmonious societal development and environmental conservation.

Literature:

1. Myronov Y. B. The Concept of Sustainable Tourism Development. *Management of Socio-Economic Systems Development* : materials of the VI International Scientific and Practical Conference (Kharkiv, June 15-16, 2022). Kharkiv : DBTU, 2022, pp. 473-475. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/myronov67.htm.
2. Melnyk P. V. Models of Sustainable Green Tourism Development Management in Ukraine. *Bulletin of Economic Science*. No. 25(1). 2023. pp. 29–46.
3. Ositnianko D. O. Implementation of Sustainable Development Principles in the Tourism Industry. *Electronic Scientific Professional Edition «Effective Economy»*, Issue 1. 2020, pp. 12–22. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2020/154.pdf.

СЕКЦІЯ 5

Цифровізація туристично-рекреаційної індустрії

*Курига Ірина Миколаївна,
здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні факультету публічного управління
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова*

ЦИФРОВІ ХАБИ ЯК ІННОВАЦІЙНІ ОСЕРЕДКИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ НАСЕЛЕННЯ

У 2019 році світова спільнота зіткнулася з пандемією коронавірусної хвороби, що суттєво вплинула на всі сфери суспільного життя. В умовах загрози поширення інфекції виникла необхідність забезпечення дистанційної форми організації праці при одночасному збереженні ефективності функціонування налагоджених виробничих та управлінських процесів.

Цифрова трансформація суспільства вимагає нових підходів до розвитку цифрових компетентностей населення. У цьому контексті цифрові хаби стають ключовими інноваційними осередками, що сприяють поширенню знань, підвищенню цифрової грамотності та впровадженню сучасних технологій у повсякденне життя, оскільки забезпечують доступ до цифрових ресурсів, навчальних програм, консультаційної підтримки та сприятливого середовища для формування необхідних навичок в умовах швидких технологічних змін.

Умови існування держави потребують нормативно-правового регулювання цієї сфери, зокрема Компетенція розвитку цифрових компетентностей включає загальні положення; проблеми, які потребують розв'язання, зокрема наголошення на відсутності правового регулювання питань розвитку цифрових компетентностей; мету та строки реалізації Концепції; основні завдання Концепції; шляхи та способи вирішення розв'язання проблем; прогноз впливу на ключові інтереси заінтересованих осіб; власне, очікувані результати; обсяг фінансових, матеріально-технічних, трудових ресурсів. Додано План заходів з реалізації Концепції розвитку цифрових компетентностей [1]. Аналіз наукової статті Олени Гриценчук висвітлює міжнародний та вітчизняний досвід впровадження цифрових освітніх хабів для підтримки громадянської освіти як елементу інформаційно-цифрового навчального середовища [2, с. 341].

Роль цифрових хабів особливо важлива в умовах стрімкого розвитку технологій та цифровізації всіх сфер економіки. Вони не лише забезпечують доступ до інноваційних ресурсів, а й сприяють соціальній інтеграції, надаючи можливості для підвищення кваліфікації та перекваліфікації населення через організацію освітніх курсів, тренінгів, вебінарів, менторських програм, а також шляхом створення умов для практичного застосування отриманих знань у проєктній діяльності, підприємництві та громадських ініціативах. Таким чином, цифрові хаби виступають рушійною силою цифрової освіти та інноваційного розвитку суспільства. Цифрові хаби – це спеціально обладнані простори, де кожен громадянин може безкоштовно здобути цифрові навички та отримати доступ до онлайн-ресурсів, таких як платформа «Дія.Освіта» [3]. До мережі цифрових хабів входять бібліотеки, школи, університети, компанії приватного сектору, ІТ-організації, центри надання адміністративних послуг та громадські організації. В Україні функціонує понад 6000 таких хабів, які сприяють підвищенню цифрової грамотності населення.

У цифрових хабах громадяни можуть скористатися безкоштовним доступом до інтернету, пройти навчання з цифрової грамотності, отримати консультації щодо користування електронними послугами та сервісами. Це сприяє ефективному та безпечному використанню сучасних цифрових технологій у повсякденному житті [4]. Для прикладу, Центральна публічна бібліотека у Хмельницькому є офіційним хабом цифрової освіти, де надаються послуги з навчання основам комп'ютерної грамотності, доступу до мережі Wi-Fi, друку матеріалів та консультацій щодо використання електронних сервісів.

У 2021 році, центральна публічна бібліотека Хмельницької міської територіальної громади стала найкращим хабом цифрової освіти, здобувши перемогу у всеукраїнському конкурсі [5]. Загалом у Хмельницькій області налічується близько 324 хабів цифрової освіти, з них –21 хаб у місті Хмельницькому [3].

У січні 2020 році, саме на базі центральної публічної бібліотеки Хмельницької міської територіальної громади було відкрито перший хаб цифрової освіти в Україні. Цей хаб надавав послуги з навчання цифрової грамотності, включаючи використання онлайн-ресурсів та електронних послуг [6]. Вже станом на січень 2022 року до мережі хабів цифрової освіти, де бібліотеки стали ключовими елементами, приєдналося понад 2 тисячі бібліотек, які продовжують навчати українців цифрової грамотності [7].

Варто наголосити, що перед відкриттям саме хабів цифрової освіти, в Україні були вдалі спроби започаткування схожих цифрових просторів, а саме:

- UNIT.City - перший інноваційний парк в Україні, який було відкрито у 2017 році в Києві, цей парк об'єднує бізнес-кампуси, лабораторії, акселератори та інвестиційні фонди для підтримки та розвитку українських стартапів [8];

- VCENTRI HUB - перший міський простір для обговорення нових ідей розвитку столиці відкрили 3 березня 2020 року у Києві. Даний простір створено для громадських організацій, де вони можуть проводити заходи, обговорювати проєкти та сприяти розвитку міста [9];

- імерсивний мультифункціональний хаб – перший в Україні хаб із технологіями доповненої реальності відкрити в грудні 2023 року на базі Західноукраїнського національного університету в Тернополі. Він оснащений сучасним обладнанням, включаючи AR-гарнітури та інструменти для створення голограм, що дозволяє реалізовувати проєкти в різних галузях та освоювати нові професії [10].

Загалом, рівень цифрових навичок українців має тенденцію до зростання. За результатами дослідження, 93 % дорослого населення країни віком від 18 до 70 років володіють цифровими навичками на різних рівнях. Крім того, у 2023 році Міністерство цифрової трансформації України досягло своєї мети, залучивши понад 6 мільйонів українців до розвитку цифрових навичок, що свідчить про значний прогрес у цифровій грамотності населення [11].

На підставі проведеного аналізу доцільно запропонувати такі напрямки розвитку цифрових хабів. Передусім, хаби слід розглядати не лише як освітні осередки, але і як інструменти децентралізації цифрової трансформації та розвитку місцевих громад через інтеграцію в регіональні стратегії сталого розвитку. Окремої уваги потребує дослідження ролі цифрових хабів у подоланні цифрового розриву серед людей похилого віку, ВПО, людей з інвалідністю, мешканців сільської місцевості – з фокусом на доступність, якість послуг і результативність навчання. Крім того, доцільно вивчати потенціал хабів як платформ для підвищення рівня цифрової участі громадян: у використанні е-сервісів, залученні до процесів прийняття рішень і формуванні культури електронної демократії. Водночас, варто ініціювати залучення студентів різних спеціальностей – зокрема, публічного управління та адміністрування, туризму, інформаційних технологій – до створення спільноти цифрових волонтерів. Така спільнота може стати ефективним ресурсом для надання цифрової підтримки людям старшого віку, сприяючи соціальній інтеграції, міжпоколінній взаємодії та поширенню цифрових навичок серед вразливих категорій населення.

Отже, цифрові хаби в Україні стали важливими осередками розвитку цифрових компетентностей населення, сприяючи підвищенню рівня цифрової грамотності громадян. Завдяки їхній діяльності тисячі українців здобули необхідні навички для ефективного використання сучасних технологій, що особливо актуально в умовах цифрової трансформації країни.

Постійне зростання кількості таких хабів та активна участь населення у програмах цифрового навчання свідчать про позитивні зміни у формуванні цифрового суспільства. Таким чином, цифрові хаби відіграють ключову роль у розвитку інноваційної економіки та забезпеченні рівного доступу до цифрових можливостей для всіх громадян.

Список використаних джерел:

1. Про схвалення Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 03.03.2021 р. № 167-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-p#Text>
2. Гриценчук О. Цифрові освітні хаби для підтримки громадянської освіти як складова інформаційно-цифрового навчального середовища: досвід Нідерландів, Бельгії та України. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2020. Т. 79, № 5. С. 341–360.
3. Дія.Освіта – Мережа хабів. *Дія.Освіта*. URL : <https://osvita.diia.gov.ua/hubs>
4. Цифровий хаб – ДОБМ. ДОБМ. URL : <https://dobm.dp.ua/poslugy-biblioteky/tsyfrovyy-hab/>
5. Центральна публічна бібліотека – найкращий хаб цифрової освіти. Сайт Хмельницької міської ради. URL : <https://www.khm.gov.ua/en/node/28830>
6. Білик І. Хаби цифрової освіти у бібліотеках Хмельницької громади: з досвіду роботи / ред. О. Василюшина. Хмельницький : Центр. публ. б-ка Хмельн. міськ. територ. громади, 2021. 52 с. URL : https://www.cbs.km.ua/uploads/files/Doc/cpb_hab_cifra_posibnik.pdf
7. Бібліотека – хаб цифрової освіти: з досвіду роботи бібліотек Хмельниччини за проектом «Дія. Цифрова освіта» : електрон. вид. / Департамент інформаційної діяльності, культури, національностей та релігій Хмельниц. облдержадмін.; Хмельниц. ОУНБ; уклад. В. В. Пасічник. Хмельницький, 2022. 64 с.
8. Офіційний сайт UNIT. URL : <https://unit.city/>
9. У Києві відкрили перший міський простір для обговорення нових ідей розвитку столиці VCENTRI HUB (+фото) – Bing. *Офіційний портал Києва*. URL : <https://kyivcity.gov.ua/news/u-kiyevi-vidkrili-pershiy-miskiy-prostir-dlya-obgovorenniya-novikh-idey-rozvitku-stolitsi-VCENTRI-HUB/>
10. Перший в Україні хаб із технологіями доповненої реальності відкрили у Тернополі: у чому рішення. *Рубрика*. URL : <https://rubryka.com/2023/12/13/pershyj-v-ukrayini-hab-iz-tehnologiyamy-dopovnenoyi-realnosti-vidkryly-u-ternopoli-u-chomu-rishennya>
11. 93% українців володіють цифровими навичками. *Урядовий Кур'єр*. URL : <https://ukurier.gov.ua/uk/news/93-ukrayinciv-volodiyut-cifrovimi-navichkami/>

Марусей Тетяна Володимирівна,

кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ: НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТА ПРОБЛЕМИ

Туристична галузь в Україні є однією із фундаментальних в економічному значенні. До початку повномасштабної війни в Україні частка прибутку з туристичних подорожей складала вагомому частину в бюджеті держави. А в період глобальної цифровізації розвиток галузі відбувається із використанням інноваційних, цифрових технологій, тому саме

цифровий розвиток стане вирішальним фактором зростання української туристичної галузі. Впровадження цифрових технологій, таких як системи онлайн-бронювання, віртуальні тури та цифрові маркетингові платформи, полегшило туристам планування та бронювання подорожей до України. Цифрові технології також дозволили просувати туристичний потенціал України серед світової аудиторії, тим самим підвищуючи інтерес до країни як туристичної дестинації.

Більшою мірою, до основних цифрових технологій у туризмі України варто віднести:

1. Цифровий маркетинг та соціальні медіа. Туристичний бізнес в Україні запровадив стратегії цифрового маркетингу та охопив такі соціальні медіа-платформи, як Instagram, Facebook і Twitter, для просування своїх пропозицій.

2. Платформи та агрегатори онлайн-бронювання. Поява платформ та агрегаторів онлайн-бронювання полегшила мандрівникам пошук, планування та бронювання подорожей до України. Платформи пропонують зручний користувацький досвід, а відгуки, рейтинги та рекомендації допомагають туристам приймати обґрунтовані рішення.

3. Віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність (AR). Туристичні об'єкти та музеї в Україні почали використовувати технології віртуальної та доповненої реальності, щоб забезпечити відвідувачам ефект занурення. Ці технології пропонують інтерактивні та захоплюючі способи вивчення історії та культури країни, покращуючи загальний досвід відвідувачів.

4. Мобільні додатки. Були розроблені, щоб допомогти туристам орієнтуватися в містах України, знаходити визначні пам'ятки та отримувати доступ до розкладу громадського транспорту. Вони містять офлайн-карти, аудіогіди та важливу туристичну інформацію.

5. Ініціативи «розумного міста». Кілька міст України, зокрема Київ та Львів, впровадили ініціативи «розумного міста», щоб покращити загальний досвід подорожей. Проекти включають громадські точки доступу до Wi-Fi, системи електронного квитка для громадського транспорту та розумне вуличне освітлення[4, с. 4].

На сьогодні цифрові технології все більше проникають у всі сфери людської діяльності, включаючи сферу гостинності. Оскільки світ стає все більш взаємопов'язаним, ключові суб'єкти ринку поступово змінюють свої бізнес-моделі, щоб інтегрувати цифрові інновації, прагнучи використати їх численні переваги. Така міграція до цифрових платформ докорінно змінила спосіб надання туристичних послуг, доступ до них і досвід туристів. Однак цифровізація також приносить нові виклики, так як швидкі темпи діджиталізації в сучасній індустрії туризму зумовили виникнення низки проблем, основними з яких є:

1. Конфіденційність і безпека даних. Із поширенням діджиталізації зростає і збір персональних даних. За допомогою онлайн-бронювань, електронних платежів і персоналізованого маркетингу компанії накопичують конфіденційні дані клієнтів.

2. «Цифрова нерівність». Незважаючи на те, що цифрові технології поширені в багатьох частинах світу, все ще існують значні розбіжності в доступі до цифрових ресурсів. Ці відмінності існують між міськими та сільськими районами, між соціально-економічними групами населення, а також між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються.

3. Технологічна інфраструктура та цифрова грамотність. Діджиталізація вимагає надійної інфраструктури та певного рівня цифрової грамотності. У регіонах із поганим підключенням до Інтернету або населенням із низьким рівнем цифрової грамотності використання переваг цифровізації є серйозною проблемою. Навчання персоналу адаптації до нових цифрових інструментів може бути складним і ресурсомістким.

4. Дегуманізація послуг. Індустрія туризму та гостинності – це бізнес, орієнтований на людей, який процвітає завдяки людському спілкуванню. Оскільки діджиталізація замінює деякі людські взаємодії на автоматизовані системи, існує ризик втрати звичних людських комунікацій, що є основою для формування позитивного враження про подорож чи перебування в готелі.

5. Залежність від онлайн-оглядів. Багато туристів, приймаючи рішення про подорож, покладаються на онлайн-огляди. Однак відповідні онлайн-платформи не захищені від маніпуляцій, оскільки такі проблеми, як підроблені відгуки, призводять до викривленого сприйняття та несправедливої ділової практики.

6. Надмірний туризм (Over-tourism) і вплив на навколишнє середовище. Цифрові платформи полегшили туристам пошук «прихованих» дестинацій. Хоча зростання туризму може підтримувати місцеву економіку, воно також створює ризик виснаження туристичних ресурсів, що призводить до шкоди навколишньому середовищу.

7. Зміна очікувань клієнтів. У міру того як цифровізація покращує можливість надання персоналізованих і миттєвих послуг, очікування клієнтів також зростають [1, с. 3].

Отже, українська туристична галузь швидко адаптується до цифрової трансформації та використання технологій для залучення більшої кількості туристів і покращення їх досвіду, що останнім часом спрямоване на використання сучасних цифрових технологій. Саме цифровізація індустрії туризму приносить безліч можливостей, але водночас створює значні виклики, які потрібно вирішувати за допомогою продуманих стратегій і технологій. Цифровізація трансформує туризм і надає безпосередній доступ бізнесу до світових ринків.

Список використаних джерел:

1. Головчук Ю. О., Худоба О. М., Боднар Р. О. Діджиталізація у сучасній індустрії туризму та гостинності: проблеми і перспективні напрями. *Проблеми сучасних трансформацій*. (8). 2023. DOI : <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-12-03>
2. Марусей Т. В. Віртуальна екскурсія як напрямок розвитку сучасного туризму. *Економіка та суспільство*. 2021. № 26. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/402>
3. Марусей Т. В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8116>
4. Морозов Д., Домашенко С., Каптюх Т. Інноваційна діяльність туристичних підприємств в умовах глобальної діджиталізації. *Економіка та суспільство*. (50). 2023. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-15>

Паньків Марія Михайлівна,

кандидатка історичних наук, доцентка кафедри ресторанного, готельного та туристичного бізнесу Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

В умовах високої конкуренції на ринку готельних послуг ефективне управління маркетинговою діяльністю стає ключовим фактором успіху для підприємств індустрії гостинності. Сучасний розвиток маркетингу пов'язаний з постійним ускладненням його інструментів, які допомагають ефективному формуванню відносин зі споживачами. Особливої популярності сьогодні набув цифровий маркетинг, який використовує цифрові канали комунікації для охоплення споживачів на всіх етапах взаємодії з метою просування послуг, підвищення ефективності брендингу і збільшення збуту.

Американська асоціація маркетингу визначає цифровий маркетинг як будь-які маркетингові методи, що реалізуються за допомогою електронних пристроїв. У цифровому маркетингу можуть використовувати веб-сайти, пошукові системи, блоги, соціальні мережі, відео, електронну пошту та аналогічні канали для охоплення споживчої аудиторії [1, с. 288]. Таким чином, цифровий маркетинг розглядається не як принципово нова концепція, а лише

як сучасна технологічна база, що забезпечує процеси класичного маркетингу та дає змогу більш ефективно взаємодіяти з аудиторією в сучасному цифровому світі.

Звісно що не всі інструменти цифрового маркетингу мають однакову ефективність в індустрії гостинності. Готелі повинні враховувати специфічні особливості свого продукту, такі як невловимість, невіддільність від джерела, мінливість якості і не збереження. Правильне використання цифрового маркетингу дає змогу готельним підприємствам збільшити свою конкурентоспроможність, залучити нових гостей і утримати наявну клієнтську базу. Розглянемо основні інструменти цифрового маркетингу в готельному бізнесі:

1. Вебсайт – є основним інструментом для презентації послуг готелю. Веб-сайт має бути зручним, з актуальною інформацією та можливістю онлайн-бронювання. Якісно розроблений сайт допомагає привернути увагу потенційних клієнтів і переконати їх забронювати номер.

2. Соціальні мережі – такі як Instagram, Facebook – слугують потужним каналом для взаємодії з клієнтами. Готелі можуть публікувати фотографії, відео та спеціальні пропозиції, а також взаємодіяти з гостями через коментарі та повідомлення.

3. Email-маркетинг – розсилки електронною поштою дають змогу підтримувати зв'язок з наявними клієнтами та залучати нових. Готелі можуть надсилати персоналізовані пропозиції, новини та інформацію про спеціальні акції, що сприяє підвищенню лояльності.

4. Реклама в інтернеті – контекстна реклама і банерна реклама допомагають залучати нових клієнтів. Важливо правильно налаштовувати рекламні кампанії для цільової аудиторії.

5. SEO (пошукова оптимізація) – оптимізація сайту для пошукових систем допомагає поліпшити видимість готелю в результатах пошуку. Це передбачає використання ключових слів, створення якісного контенту та оптимізацію структури сайту [2, с. 425].

6. Управління репутацією – інструменти для управління онлайн-репутацією допомагають відстежувати відгуки та коментарі про готель на різних платформах. Це важливо для підтримки позитивного іміджу та швидкого реагування на негативні відгуки.

7. Чат-боти – використання чат-ботів на сайті або в месенджерах дає змогу автоматизувати відповіді на поширені запитання і поліпшити клієнтський сервіс. Це допомагає підвищити рівень задоволеності клієнтів і прискорити процес бронювання.

8. Геосервіси – допомагають у локальному просуванні готелю, даючи змогу залучати клієнтів, які перебувають поблизу. Це може включати рекламу на картах і використання сервісів для пошуку місця розташування [3].

Ці інструменти можуть бути адаптовані залежно від бюджету і цілей готельних підприємств, що дає змогу ефективно управляти цифровим маркетингом і досягати успіху в конкурентному середовищі.

До переваг цифрового маркетингу відносяться: точне таргетування аудиторії; вимірюваність результатів; гнучкість і оперативність у коригуванні стратегій; можливість персоналізації повідомлень; широке охоплення аудиторії; інтерактивність взаємодії зі споживачами.

Для готелів важливою є можливість за рахунок цифрових інструментів забезпечити персоналізований маркетинг – використання даних попередніх відвідувань для адаптації email-кампаній і спеціальних пропозицій, щоб гості відчували себе особливими. Автоматизовані системи допомагають готелям спростити операції, підвищити задоволеність клієнтів і збільшити зростання доходів, створюючи профілі гостей для розуміння вподобань та адаптації досвіду [4].

1. Контент-маркетинг – створення привабливого контенту, такого як повідомлення в блогах, відео та віртуальні тури, щоб продемонструвати, що робить готель унікальним.

2. Винагорода гостей за рекомендації – стимулювання поточних гостей для рекомендації готелю друзям і знайомим.

3. Мобільна оптимізація – оптимізація веб-сайту для мобільних пристроїв, щоб забезпечує зручність роботи користувачів.

Отже, цифровий маркетинг в готельному бізнесі є ефективним засобом формування споживчої лояльності. Використання різноманітних цифрових інструментів відкриває перед готелями нові можливості для персоналізації сервісних процесів, сприяє збільшенню ступеня задоволеності гостей та дозволяє утримувати конкурентні позиції на ринку. Особливістю цифрового маркетингу є те, що він ґрунтується на технологіях, які постійно змінюються та вдосконалюються. Вибір і впровадження конкретних цифрових інструментів маркетингу має ґрунтуватися на регулярних дослідженнях споживачів, ринку і самого готельного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Parvez S., Moyeenudin H., Arun S., Anandan R., & Janahan S. Digital marketing in hotel industry. *International journal of engineering and technology*. 2018. № 7. pp. 288–290. DOI : <https://doi.org/10.14419/IJET.V7I2.21.12383>
2. Dieguez T., Ly N., Ferreira L., Silva F. Digital Customer Network Strategy Influences on Hotel Business. *Innovations in Industrial Engineering*. 2021. pp. 420–431. DOI : https://doi.org/10.1007/978-3-030-78170-5_36
3. Марусей Т. В. Пріоритети розвитку digital-маркетингу готельного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 26. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-76>
4. Шикіна О., Нечева Н., Тіщенко І. Застосування digital-маркетингу в готельному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2023. № 58. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-29>.

Постова Валентина Вікторівна,

кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Вінницького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ ЗАМОВЛЕННЯ ТА ДОСТАВКИ ЇЖИ НА ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ТА РОЗВИТОК МІСЦЕВИХ РЕСТОРАНІВ

Гастрономічний туризм є важливим сегментом туристичної індустрії, що сприяє економічному розвитку регіонів, збереженню культурної спадщини та підвищенню їхньої привабливості. Місцеві ресторани відіграють ключову роль у формуванні гастрономічного досвіду туристів, пропонуючи автентичні страви та знайомлячи з кулінарними традиціями регіону.

З розвитком цифрових технологій та зростанням популярності онлайн-сервісів, цифрові платформи замовлення та доставки їжі стали невідомою частиною ресторанного бізнесу. Ці платформи надають зручний спосіб для споживачів замовляти їжу онлайн та отримувати її з доставкою, що особливо актуально в умовах сучасного ритму життя та обмежень, пов'язаних з пандемією COVID-19. Водночас, вплив цих платформ на гастрономічний туризм та розвиток місцевих ресторанів є багатограним і потребує детального вивчення. З одного боку, вони можуть розширити аудиторію місцевих закладів, зробити їхню кухню доступнішою для туристів, які можуть не мати можливості відвідати ресторан особисто, та сприяти їхній промоції. З іншого боку, зростання залежності від агрегаторів, високі комісійні витрати та ризик втрати прямого контакту з клієнтами можуть негативно позначитися на прибутковості та ідентичності місцевих ресторанів [1, с. 158].

Останні дослідження у сфері гастрономічного туризму та цифрових технологій підкреслюють зростаючу роль онлайн-платформ у споживанні туристичних послуг,

включаючи харчування. Ряд наукових робіт розглядають вплив платформ доставки на ресторанний бізнес в цілому, акцентуючи увагу на змінах у бізнес-моделях, операційній ефективності та відносинах з клієнтами. У контексті гастрономічного туризму, дослідження зосереджуються на тому, як цифрові платформи можуть бути використані для промоції місцевої кухні, залучення туристів до автентичних гастрономічних вражень та підтримки місцевих виробників. Однак, недостатньо уваги приділяється комплексному аналізу впливу саме платформ замовлення та доставки на розвиток місцевих ресторанів як ключових елементів гастрономічного туризму.

Метою даного дослідження є аналіз впливу цифрових платформ замовлення та доставки їжі на гастрономічний туризм та розвиток місцевих ресторанів. Для досягнення цієї мети поставлено завдання визначити основні переваги та недоліки використання цифрових платформ для місцевих ресторанів у контексті гастрономічного туризму, проаналізувати вплив цифрових платформ на доступність місцевої кухні для туристів та їхній гастрономічний досвід, оцінити роль цифрових платформ у промоції місцевих ресторанів та регіональних кулінарних традицій серед туристів, дослідити вплив пандемії COVID-19 на інтеграцію цифрових платформ у діяльність місцевих ресторанів, орієнтованих на гастрономічний туризм, та сформулювати рекомендації для місцевих ресторанів та органів управління туризмом щодо ефективного використання цифрових платформ для розвитку гастрономічного туризму та підтримки місцевого бізнесу [2, с. 120].

Результати дослідження демонструють багатогранний вплив цифрових платформ. З одного боку, вони забезпечують розширення ринку для місцевих ресторанів, роблячи їхні пропозиції доступними для ширшої аудиторії туристів, які можуть знаходитися на відстані або мати обмежений час. Зручність онлайн-замовлення та доставки дозволяє туристам ознайомитися з місцевою кухнею без необхідності фізичного відвідування закладу, що особливо цінно в умовах обмежень або при насиченій програмі подорожі. Платформи також надають інструменти для промоції ресторанів, демонструючи фотографії страв, описи та відгуки інших користувачів, що може впливати на вибір туристів. Водночас, використання цифрових платформ пов'язане з певними викликами. Високі комісійні збори, які стягують агрегатори, можуть суттєво зменшувати прибутковість місцевих ресторанів, особливо невеликих. Зростання залежності від цих платформ може призвести до втрати прямого контакту з клієнтами та обмеження можливостей для формування власного бренду та лояльної аудиторії. Існує також ризик нівелювання унікальності місцевих закладів, оскільки вони змушені конкурувати в одному цифровому просторі з великою кількістю інших пропозицій. Пандемія COVID-19 значно прискорила інтеграцію цифрових платформ у діяльність ресторанів, орієнтованих на гастрономічний туризм [3, с. 358].

В умовах обмежень на відвідування закладів ресторанного господарства, онлайн-замовлення та доставка стали ключовим способом підтримки бізнесу та забезпечення доступу туристів до місцевої кухні. Це призвело до появи нових бізнес-моделей та адаптаційних стратегій, таких як віртуальні кулінарні майстер-класи, набори для самостійного приготування страв та інші онлайн-пропозиції.

На основі проведеного дослідження можна сформулювати низку рекомендацій. Місцевим ресторанам слід розробляти власну стратегію присутності на цифрових платформах, враховуючи їхні переваги та недоліки, активно використовувати інструменти платформ для промоції унікальних страв та місцевих продуктів, зберігаючи при цьому власну ідентичність та бренд. Інвестування у власні канали онлайн-замовлень може допомогти зменшити залежність від комісійних. Органи управління туризмом повинні співпрацювати з цифровими платформами для промоції гастрономічних турів та місцевих ресторанів, розробляти інформаційні ресурси для туристів з переліком закладів, що пропонують онлайн-замовлення та доставку, підтримувати місцеві ресторани у впровадженні цифрових технологій та стимулювати розвиток локальних цифрових платформ, що враховують специфіку гастрономічного туризму регіону.

В результаті дослідження зроблено висновок, що цифрові платформи замовлення та доставки їжі мають значний вплив на гастрономічний туризм та розвиток місцевих ресторанів, відкриваючи нові можливості, але й створюючи певні виклики. Ефективне використання цих інструментів вимагає зваженого підходу з боку як місцевих ресторанів, так і органів управління туризмом, з метою максимізації переваг та мінімізації негативних наслідків для розвитку гастрономічного туризму та підтримки місцевого бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Постова В. В. Шляхи розвитку гастрономічного туризму під час пандемії COVID-19. *Регіональний туризм: сучасний стан та шляхи оптимізації*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (2 квітня 2021р., м. Київ). Київ. 2021. С. 158-159.
2. Сущенко О. А., Дехтяр Н. А., Клок О. П. Розвиток туризму в умовах цифровізації економіки: монографія. Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2023. 200 с.
3. Postova V., Mazurkevych I., Riabenka M., Lukianets A., Krupitsa I. Development of Information Systems and Technologies in the Field of Hotels and Tourism. *Economic Affairs*, Vol. 69, February 2024. (Special Issue). pp. 355–361.

Тростенюк Тетяна Михайлівна,

докторка філософії, доцентка, доцентка кафедри національної безпеки, публічного управління та адміністрування Державного університету «Житомирська політехніка»,

Андронік Аліна Сергіївна,

здобувачка вищої освіти Державного університету «Житомирська політехніка»

ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНА СФЕРА: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ

Туристично-рекреаційна сфера відіграє важливу роль у сучасному суспільстві. Для багатьох країн туризм – це не просто галузь, а джерело прибутку, створення робочих місць і подальший розвиток. Туристично-рекреаційна сфера надає людям такі можливості, як культурний обмін, місце відпочинку, економічний розвиток. Проте у сучасному світі дана галузь стикається з багатьма викликами, котрі вимагають переосмислення її функціонування. Кожен з нас прагне побачити щось нове і загалом відпочити. Дана сфера є двигуном економіки, особливо в регіонах де туризм – це головне джерело прибутку. Саме тому дана туристично-рекреаційна сфера є такою важливою. Слід відмітити, що в умовах війни, економічної нестабільності та екологічної кризи туристично-рекреаційна галузь має адаптуватися до нових реалій, використовуючи інноваційні та безпечні підходи.

Одним з найважливіших та ключових напрямків – є внутрішній туризм. Його відновлення зараз стає на піку популярності, адже подорож рідною країною, в нашому випадку Україною – це можливість вивчити історію і загалом дозволити собі не виїжджати за кордон та провести час з родиною. Наприклад, зараз популярно їздити в Карпати та Львів, щоб побачити архітектуру і гори, загалом на певний час вийти з рутини. Вважаємо, що розвиток внутрішнього туризму – це вихід з кризи у сучасних умовах, адже він дозволяє активізувати економіку регіонів та підтримати і дозволити розцвісти місцевому бізнесу. Також, необхідно не забувати про швидкий розвиток цифрових технологій і загалом модернізацію туристичних послуг. Онлайн-бронювання, мобільні застосунки, віртуальні тури, QR-коди та чат-боти – стали новими інструментами у цій галузі, тим самим полегшивши роботу туристичних компаній, своїм комфортним доступом до інформації і пришвидшеною обробкою даних. На базі сказаного вище, можна стверджувати що цифровізація у нашому столітті – це необхідний інструмент та умова для конкурентоспроможності у наш час.

Ще один важливий аспект – екологічна свідомість. Сучасний туризм повинен бути не лише приємним для людини, а й безпечним для довкілля. Надмірний потік туристів, неконтрольована забудова, забруднення територій можуть знищити природні об'єкти та спадщину, яка приваблює

мандрівників. Сучасний туризм повинен бути не лише прибутковим, а й екологічно відповідальним: сталий розвиток має стати основною ідеєю нової туристичної політики, а також за для збереження історії об'єктів та пам'яток.

Безперечно, роль держави у розвитку туристично-рекреаційної сфери є вирішальною. Лише завдяки системному підходу, підтримці ініціатив на місцях, інвестиціям у інфраструктуру та залученню міжнародного досвіду галузь зможе подолати наявні труднощі.

Отже, туристично-рекреаційна сфера, має пройти через багато перешкод і викликів, проте ця сфера ніколи не западе, бо завжди матиме потенціал на її відновлення, зростання та покращення. Її майбутнє залежатиме від здатності адаптуватися, впроваджувати та підтримувати інновації. Саме такі чинники як екологічна свідомість, цифровий розвиток допоможуть процвітати цій сфері, але найважливіший фактор з цих усіх – це свідома громадська співпраця, щоб турбуватись про спадщину та подальший економічний розвиток. Дана сфера буде ключем у розвитку внутрішнього туризму з метою національного єднання в Україні і розкриття потенціалу інших країн, надавши їм можливість екологічно процвітати. На нашу думку, без активної підтримки держави, прозорих правил і міжнародної співпраці подальший розвиток туристично-рекреаційної сфери буде неможливим.

Список використаних джерел:

1. Заставний Ф. Д. Географія світового туризму. Львів : Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2017.
2. Мальська М. П., Антонюк Н. В. Міжнародний туризм і сфера послуг. К. : Центр учбової літератури, 2019.
3. Державне агентство розвитку туризму України. URL : <https://www.tourism.gov.ua>
4. Програма розвитку туризму в Україні: аналітичні матеріали. К. : Мінекономіки, 2021.
5. Світова туристична організація (UNWTO). World Tourism Barometer, 2023. URL : <https://www.unwto.org>
6. Офіційний сайт Міністерства охорони навколишнього середовища та природних ресурсів України. URL : <https://mepr.gov.ua>

Тюріна Діна Миколаївна,

*кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри менеджменту
Національного університету цивільного захисту України,*

Дішук Михайло Валентинович,

*здобувач вищої освіти на бакалаврському рівні
Національного університету цивільного захисту України*

РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РОЗВИТКУ ВЕЛОСИПЕДНОГО ТУРИЗМУ: СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

У сучасному світі цифровізація кардинально змінює різні галузі економіки, і туристично-рекреаційна сфера не є винятком. Велосипедний туризм як екологічний і активний вид відпочинку набуває все більшої популярності, а цифрові технології сприяють його розвитку, підвищуючи доступність, зручність та ефективність планування маршрутів. Значний вплив на розвиток велосипедного туризму має впровадження цифрових технологій, які роблять подорожі безпечнішими, комфортнішими та доступнішими для широкого кола користувачів. Нижче розглянуто ключові цифрові тренди, що формують сучасний велосипедний туризм.

Одним із ключових аспектів розвитку велосипедного туризму є використання геоінформаційних систем (ГІС) та мобільних додатків для навігації. Такі платформи, як Komoot, Strava, Ride with GPS, Google Maps та OpenCycleMap, дозволяють велосипедистам будувати маршрути з урахуванням рельєфу, погоди та дорожнього покриття. Завдяки інтеграції GPS та реального часу оновлень користувачі можуть отримувати точні дані про стан маршрутів, що підвищує безпеку та зручність подорожей. Ці можливості особливо

корисні для мандрівників, які досліджують нові регіони або подорожують у складних погодних умовах. Крім того, навігаційні додатки дозволяють користувачам зберігати власні маршрути та ділитися ними в соціальних мережах, що сприяє поширенню велосипедного туризму.

Разом із розвитком навігаційних технологій дедалі ширше застосовуються рішення Інтернету речей (IoT), що сприяють інтеграції велосипедів у цифрову екосистему. Смарт-велосипеди, оснащені датчиками, дозволяють відстежувати швидкість, рівень заряду батареї (у разі електровелосипедів), якість покриття дороги та навіть серцевий ритм велосипедиста. Ці пристрої допомагають велосипедистам коригувати свій маршрут у реальному часі відповідно до їхнього фізичного стану або умов дороги. Крім того, IoT-технології активно впроваджуються в прокатні системи, забезпечуючи автоматизоване розблокування велосипедів, моніторинг місцезнаходження та контроль їхнього технічного стану. Ще однією важливою тенденцією є розвиток цифрових платформ для оренди велосипедів, що забезпечують швидкий і зручний доступ до транспорту в міських умовах. Такі сервіси, як Nextbike, Lime, Donkey Republic, пропонують туристам можливість скористатися велосипедом у будь-якому місті без необхідності купувати власний транспортний засіб. Цифровізація цієї сфери дає змогу користувачам легко знаходити найближчі пункти оренди, бронювати транспортний засіб заздалегідь, а також відстежувати його місцезнаходження через мобільний додаток. Це суттєво спрощує логістику велосипедного туризму та сприяє зниженню екологічного навантаження на міське середовище.

Нові можливості у велосипедному туризмі відкриває використання технологій доповненої реальності (AR) та віртуальних турів. AR-додатки дозволяють туристам отримувати інформацію про історичні місця, природні об'єкти та інші визначні пам'ятки безпосередньо під час подорожі. Ці технології особливо корисні для культурно-історичних маршрутів, оскільки вони дозволяють туристам дізнаватися більше про місцеві пам'ятки без необхідності зупинятися або шукати інформацію в Інтернеті. Віртуальні тури, створені за допомогою 360-градусних камер, також допомагають велосипедистам краще планувати свої подорожі, попередньо ознайомлюючись із місцевістю.

Останнім, але не менш важливим трендом цифровізації велосипедного туризму є активне використання соціальних мереж та краудсорсингових платформ. Facebook, Instagram, Strava та подібні сервіси відіграють значну роль у популяризації велосипедного туризму, дозволяючи користувачам обмінюватися досвідом та враженнями. Краудсорсингові платформи, такі як Wikiloc, дають можливість велосипедистам створювати власні маршрути, оцінювати їх за складністю, безпекою та доступністю, що допомагає іншим туристам у виборі оптимального напрямку. Таким чином, соціальні медіа виконують функцію не лише комунікаційного, а й інформаційного ресурсу для велосипедистів.

Подальший розвиток цифрових технологій відкриває нові можливості для вдосконалення велосипедного туризму, роблячи його ще більш інтегрованим у глобальні процеси розумного планування міського простору та туристичних маршрутів. Штучний інтелект (AI) має великий потенціал у вдосконаленні велосипедного туризму. На основі аналізу даних про трафік, погоду та стан доріг AI може пропонувати оптимальні маршрути, передбачати можливі ризики та надавати рекомендації щодо безпечного пересування. Це сприяє не тільки підвищенню рівня комфорту для туристів, а й підсилює безпеку подорожей, дозволяючи зменшити ймовірність аварійних ситуацій.

Одним із важливих аспектів цифровізації є інтеграція велосипедного транспорту у концепцію «розумних міст» (smart cities). Екологічно чистий транспорт все частіше стає частиною загальної системи мобільності, сприяючи покращенню якості життя у міських агломераціях. Використання датчиків для моніторингу рівня забруднення повітря, розробка екологічних велосипедних маршрутів та створення інтерактивних карт покращують туристичний досвід і підтримують загальні зусилля з розвитку сталої міської інфраструктури.

Ще одним перспективним напрямом цифровізації велосипедного туризму є використання блокчейн-технологій. Вони можуть відігравати ключову роль у забезпеченні безпеки платежів та захисту персональних даних у системах прокату велосипедів. Децентралізовані реєстри дозволяють уникнути шахрайства та забезпечують прозорість фінансових транзакцій, що робить користування сервісами велопрокату більш надійним та довгостроково ефективним.

На завершення, однією з найбільш очікуваних змін у сфері велосипедного туризму є зростання попиту на персоналізовані маршрути. Завдяки Big Data та AI майбутнє велосипедного туризму лежить у створенні унікальних індивідуалізованих маршрутів, що враховують вподобання, рівень фізичної підготовки та інтереси користувачів. Це дозволить туристам отримувати більш індивідуальний досвід подорожей, роблячи їх комфортнішими, безпечнішими та ефективнішими.

Зважаючи на розглянуті аспекти, можна підсумувати, що цифровізація відіграє вирішальну роль у розвитку велосипедного туризму, роблячи його більш доступним, безпечним та зручним для користувачів. Сучасні технології, такі як ГІС-навігація, мобільні додатки, IoT, доповнена реальність та AI, дозволяють створювати нові можливості для велосипедних туристів. Подальший розвиток цифрових рішень сприятиме інтеграції велосипедного транспорту у міську інфраструктуру, підвищенню екологічної стійкості та створенню персоналізованих маршрутів. Враховуючи ці тенденції, велосипедний туризм має всі шанси стати ще більш популярним та комфортним видом активного відпочинку у майбутньому.

Slapouzova Yulia,

a bachelor's degree student of Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law

SMART TOURISM AS A KEY DRIVER OF THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN UKRAINE: DIGITAL PROSPECTS AND INNOVATIONS

Tourism is one of the priority areas of economic and cultural development in Ukraine. Its stable development is a strategically important task for the further socio-economic growth of both the country as a whole and its individual tourist destinations. In today's conditions, when information is a key element of competitiveness, the tourism sector critically depends on rapid and continuous data exchange. This necessitates rethinking approaches to tourism services, establishing effective channels of communication with partners and consumers, as well as active implementation of innovative technologies, among which smart technologies occupy a special place [1, pp.116–117].

The use of modern information technologies, in particular smart technologies, is not only a tool for popularizing tourist destinations, but also a powerful catalyst for their dynamic development. The rapid growth of smart technologies in everyday life indicates the transition to a smart economy, where smart tourism occupies an important place.

The current scientific and practical problem is the modern requirements of society for new formats for providing tourist services, the need for innovations for sustainable development, ensuring long-term relationships with partners and consumers through the use of «smart technologies». These changes are due to the evolution of the information society and the transformation of knowledge in society, as well as changes in consumer preferences and the growing importance of innovations in the tourism sector. Harmonization of communication with consumers using the latest technologies requires new approaches to managing cities and hotel establishments, emphasizing the need to study effective interaction between tourist destinations, business and tourists based on the concept of smart tourism, which is also often called digital tourism.

Today's needs of tourists include various elements combined in a common way to achieve the goal, where in smart tourism there is a smart method. It includes such components as the Internet of Things and neural marketing, which form a holistic communication system. The concept of the Internet of Things, first formulated in 1999, involves the comprehensive implementation of technologies that can radically change the management of logistics processes. Forecasts indicate a significant increase in the popularity of IoT, which makes its application in tourism an innovative requirement of the time. An integral part of this are digital smart customer service systems [2, p. 402]. It is important to note that smart tourism is not limited to computers and the Internet. An important role is played by neural marketing – a technology aimed at stimulating demand by influencing the subconscious patterns of the human psyche. Wireless data transmission technologies, such as NFC, are also gaining popularity, which simplify the implementation of routine operations for tourists, for example, the use of electronic tickets and mobile payments [2, p. 402].

Tourism is one of the key economic sectors of Ukraine, where in recent years there has been an active development of new business models, which is manifested in informatization and the use of web services for booking and purchasing tourist services, forming the so-called E-tourism. The introduction of such technology is to increase the competitiveness of tourist enterprises, which penetrate all aspects of the tourist business, from marketing to customer service, ensuring the availability of services through various applications [4, p. 120]. Travel agents are actively moving to e-commerce, adapting to the global trends that we have identified above, as well as augmented and virtual reality technologies to improve user experience. An important direction for increasing the competitiveness of tourist destinations is the introduction of smart technologies into service and management activities, which is especially noticeable at the level of individual cities in the context of the smart city concept. Smart elements in urban tourist destinations should be considered as an important component of tourist service and as part of a system of tourist resources that increases tourist interest. The effectiveness of the implementation of smart elements depends on the consolidation of the efforts of the state, business, education and the public within the framework of public-private partnership. The resource aspect involves the use of smart technologies as tourist attractions capable of creating a «wow effect» (for example, a unique multifunctional Smart tree in the city of Dnipro) [5, p. 190].

There is a tendency to abandon classic package tours, as tourists plan their trips independently, using online services to purchase air tickets and book hotels. Online sales continue to grow, developing in two directions: independent travel planning by tourists and the entry of travel agencies into the online space. Blockchain technology ensures the security and transparency of transactions without the participation of banks, giving tourists the opportunity to make long trips without the need to carry a large amount of documents and cash [6, p. 55]. Every day, the whole world, including Ukraine, moves forward, because digital technologies have deeply penetrated all aspects of our existence, and the future without them seems difficult. Digital transformation optimizes urban infrastructure, increases the availability of services and stimulates the development of the tourism business. Digitalization is an important tool for creating an open information society, increasing productivity, economic development and improving the quality of life of citizens.

Business processes in the tourism sector are increasingly being transferred to the digital space, which contributes to increased work efficiency. If you do not adapt to these changes in time, you may lose competitiveness. According to the Concept of the Development of the Digital Economy of Ukraine, digitalization is defined as filling the physical world with electronic-digital devices and ensuring electronic-communication exchange, which forms the cyber-physical space. Tourism is one of those industries that is most noticeably affected by digitalization and is a key channel for spreading its trends among consumers. Ukrainian tourism sector enterprises are showing increasing interest in innovations, applying various kinds of innovations: product, technological, management, marketing and others. Creating new tours, developing routes and

implementing services, in addition to improving existing products, are the essence of the innovative work of travel companies.

Business processes are being transformed in accordance with the concepts of the digital economy, including reservation systems, e-commerce, digital marketing and big data analysis. Global trends such as Industry 4.0, with its key components (big data, autonomous robots, the Internet of Things, smart cities, cybersecurity, cloud technologies, virtual reality), determine the directions of development of the tourism industry. Monitoring of global networks confirms the active use of various digital platforms and tools for automation of management and activities in the tourism sector [3].

Martial law in Ukraine has posed a serious challenge to the tourism industry, but also given impetus to the search and implementation of the latest technological developments. Smart tourism, combining digital tools and direct tourist experience, can play a key role in restoring the infrastructure for tourism. One of the main directions of smart tourism development is the digitalization of tourist services. Ukrainian cities are actively implementing mobile applications, interactive maps and virtual tours, which makes it possible to explore cultural attractions remotely, which is extremely important for domestic tourism, especially in conditions of restrictions on physical travel. The use of artificial intelligence and big data analysis makes it possible to optimize tourist routes, predict tourist flows and adapt services to their needs, which contributes to the effective use of available resources. A significant direction is the preservation of cultural heritage through the use of digital technologies, in particular virtual tours and 3D reconstructions, which allows preserving historical memory and attracting new audiences to study Ukrainian culture. Interactive tourism platforms contribute to the dissemination of information about the country's tourism potential, providing up-to-date information about safe routes and available services. In conditions of martial law, sustainable and humanitarian tourism, focused on supporting local communities and providing assistance to affected areas, becomes especially relevant. Despite the difficulties, Ukraine continues to develop cross-border tourism, attracting international partners and integrating Ukrainian tourist attractions into European digital platforms. Smart tourism plays an important role in the restoration of the country's economy, contributing to attracting investments and developing new technologies.

Therefore, the promotion and improvement of smart tourism is a strategy for the future development of the tourism industry, both globally and in Ukraine. Thanks to digital solutions, cultural heritage is preserved, the tourism business is supported, and a new approach to travel is formed, which will be relevant even after the end of the war.

Literature:

1. *Hospitality, service, tourism: experience, problems, innovations*: abstracts of reports of the VI International Scientific-Practical Conference, Kyiv, April 11–12, 2019. Ministry of Education and Science of Ukraine; Ministry of Culture of Ukraine; Kyiv. National University of Culture and Arts; Kyiv. University of Culture; Faculty of Hotel, Restaurant and Tourism Business. Kyiv : Publishing Center of KNUKiM, 2019. 250 p.

2. Smart-Tourism: New Technology and Challenges of Modernit *Tvorchyy poshuk molodi – kurs na efektyvnist'*: tezy dopovidey VI Mizhnarodnoyi naukovo-teoretychnoyi konferentsiyi molodykh uchenykh, aspirantiv, studentiv (February 25, 2015). Khmelnytskyi : KHKTEI, 2015. pp. 401–402. URL : <https://ssrn.com/abstract=3169421>

3. Kagermann H., Lukas W.-D., Wahlster W. Industrie 4.0: Mit dem Internet der Dinge auf dem Weg zur 4. industriellen Revolution. *VDI Nachrichten*. April 2011. Vol. 1.

4. *Tourism and recreation: challenges of the present*: collection of abstracts of the International Scientific and Practical Conference (Khmelnytskyi, April 22, 2024). Khmelnytskyi: Khmelnytskyi University of Management and Law named after Leonid Yuzkov, 2024. 159 p.

5. Gorb K. Smart elements in the development of tourism in cities. *Digital society: finance, economics, management* : collection of materials of additional participants of the International

Scientific and Practical Conference, Dnipro: University of Customs and Finance, 2020. 315 p. URL : <https://surl.li/fimoem>

6. Digital Agenda of Ukraine – 2020 («Digital Agenda» – 2020). Conceptual Framework (version 1.0). Priority areas, initiatives, projects of «digitalization» of Ukraine by 2020. HITECH office, 2016. 90 p. URL : <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>

Tsyurukalo Oleksandra,
a bachelor's degree student of the Faculty of Law
of Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE TOURISM AND HOSPITALITY SECTOR

Digitalization today is an integral part of the development of tourism and hospitality, transforming this sector into a global phenomenon of the modern era. In the context of globalization, digital technologies contribute to transforming tourism into a complex, multifaceted socio-economic phenomenon that encompasses both traditional travel and the latest digital services and virtual formats.

From an economic perspective, digitalization in tourism is manifested through the integration of innovative platforms, mobile applications, online booking systems, and electronic payments. Tourists actively use digital resources to purchase transportation services, book hotels, find dining establishments, and plan cultural and recreational activities. This makes the tourism industry one of the largest, most profitable, and most dynamic sectors of the global economy, with digital transformation generating more than 10 % of the world's gross domestic product [4, p. 234]. In addition, digitalization acts as a catalyst for socio-cultural processes. Today, every fifteenth person in the world is involved in the tourism and hospitality industry, which largely develops with the help of innovative technologies. The introduction of digital tools facilitates the creation of new jobs, improves the quality of services, supports the development of online education and medical tourism, and enhances the flow of information between tourists and host communities [4, p. 235].

In the cultural sphere, digital technologies make a significant contribution to the preservation and popularization of cultural heritage. Virtual tours, 3D models of historical landmarks, interactive museums, and online excursions allow millions of people to discover the culture of different countries regardless of geographic barriers. Digital platforms open opportunities for deeper understanding of the culture, history, art, and traditions of various nations, fostering global cultural dialogue [2, p. 126]. One of the important areas of development, which is actively transforming under the influence of digitalization, is cultural tourism. Thanks to innovative technologies, tourists can familiarize themselves in advance with the cultural and historical potential of a region, create their own itineraries, and make use of audio guides and interactive maps. Modern cultural tourism requires careful preservation of cultural heritage, promotes environmental awareness, supports the revival of national traditions, the development of crafts, and the popularization of historical and cultural monuments through digital channels [2, p. 126]. The philosophy of cultural tourism in the digital age lies in providing the opportunity for tourists to personally discover historical sites even without physical presence, through virtual journeys and online exhibitions. This allows individuals to experience aesthetic pleasure and spiritual enrichment, fosters respect for other cultures, and increases the level of intercultural communication [2, p. 127].

According to forecasts by the World Tourism Organization, the development of digital technologies will continue to stimulate cultural tourism. It is expected that by 2025, the number of virtual and real trips aimed at exploring cultural heritage will exceed 3.5 billion people. This

segment remains the leading type of tourism and is most actively supported by digital innovations [1].

Traditional forms of tourism, such as professional trips (tours), specialized cultural visits, or accompanying excursions, are increasingly complemented by innovative digital formats. New directions in tourism are emerging, including virtual travel, backpacker tourism, film tourism, and scientific-expedition tours, all made possible by the widespread use of digital resources [3, p. 12]. One of the main trends is the growing individualization of tourism services. Consumers are increasingly moving away from relying on travel agencies, choosing instead to plan their trips independently with the help of online services, mobile applications, and interactive maps. As a result, the tourist becomes the main organizer of their own trip, emphasizing the importance of developing digital platforms in the tourism industry. Digitalization has a significant impact on the development of virtual tourism. Modern internet technologies, such as Google Maps, 3D panoramas, and online excursions, make it possible to travel virtually around the world without being physically present. This is especially relevant for those who, for various reasons, are unable to travel. Special digital projects, such as the Google Art Project, allow people to visit world-famous museums online and admire cultural masterpieces. Additionally, technologies make it possible to explore ocean depths or even outer space [3, p. 14]. User-generated content plays a crucial role in the development of virtual travel. Tourists actively share their experiences through photo and video reports, blogs, and social media, thereby creating a powerful digital database that serves as a guide for other travelers. Furthermore, the development of video games also contributes to the popularization of virtual travel. Games such as Second Life offer the opportunity to explore three-dimensional models of real cities and locations, allowing users to «visit» places without being physically present. Digitalization also promotes the growth of film tourism. Thanks to information from media resources and the internet, tourists seek to visit locations where famous films were shot. For many countries, this opens up new opportunities for the development of tourism infrastructure [3, p. 15]. Travel journalism is developing especially dynamically, becoming an important tool of influence on the tourism market thanks to digital platforms and social networks. Bloggers, freelancers, and professional journalists create content in the form of reports, stories, video reviews, and online guides, which are actively used by both tourists and hospitality industry businesses. The role of citizen journalism is also growing, expanding communication opportunities in the tourism sector [2, p. 128].

Thus, digitalization has become one of the key drivers of tourism and hospitality development, transforming traditional formats of interaction between tourists, businesses, and cultural heritage. It contributes to the personalization of services, the expansion of access to tourism products, and the creation of new virtual tourism spaces. In this regard, there is a growing need for professionals who can work with digital technologies and develop modern strategies for the industry's growth based on innovation.

Literature:

1. Cultural Tourism: Definitions and Typology A Research Note. URL : <https://surl.li/rpykny> (date of access: 26.03.2025).
2. Savytska O. P., Savytska N. V. Modern Trends in the Innovative Development of the Tourism Industry in Ukraine. *Business Inform.* 2021, No. 9. pp. 124–130. URL : <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-9-124-130> (date of access: 26.03.2025).
3. Vdovychen A. A., Vdovychena O. H. Model of Managing the Development of the Tourist Business of a Territory Based on Innovative Approaches. *Economic Analysis.* 2018, Vol. 28, No. 2. pp. 9–20. URL : https://www.econa.org.ua/index.php/e_cona/article/view/1512/6565656609 (date of access: 26.03.2025).
4. Vyshnevskaya G. Implementation of Innovative Technologies in the Tourism Industry. *Cultural Thought.* 2017, No. 11. pp. 231–239. URL : https://www.culturology.academy/wp-content/uploads/KD11_Vyshnevskaya.pdf (date of access: 26.03.2025)

СЕКЦІЯ 6

Соціально-культурні, психологічні та комунікаційні аспекти розвитку туризму і рекреації

*Антонюк Катерина Геннадіївна,
докторка філософії з економіки, доцентка кафедри туризму та готельно-ресторанної
справи Вінницького торговельно-економічного інституту
Державного торговельно-економічного університету,
Загалило Євгенія Юрійвна,
здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні Вінницького торговельно-економічного
інституту Державного торговельно-економічного університету*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТА ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Україна, зі своїми давніми традиціями виноробства та багатогранною гастрономічною палітрою, відкриває широкі перспективи для розвитку винного та гастрономічного туризму. Різноманітні виноробні території країни, кожна з яких має свої особливості сортів винограду та унікальні технології виробництва високоякісних вин, є привабливими для туристів. Стимулювання подорожей до цих місць сприятиме не лише просуванню місцевої продукції, але й збереженню та популяризації багатой культурної спадщини України.

Гастрономічний туризм в Україні також набуває популярності, пропонуючи туристам ознайомлення з автентичними стравами та кулінарними традиціями. Різноманітність регіональних кухонь дозволяє створювати унікальні гастрономічні маршрути, що включають відвідування місцевих фермерських господарств, ринків та ресторанів. Сьогоднішні споживачі віддають перевагу натуральним та автентичним продуктам, що зумовлює підвищені вимоги до якості вина [1, с. 109]. Проведення гастрономічних фестивалів і ярмарків сприяє залученню туристів та розвитку місцевого бізнесу. Відроджуючи та популяризуючи традиційні рецепти, Україна може зміцнити свою позицію на світовій гастрономічній карті. Це також сприятиме збереженню культурної спадщини та передачі знань наступним поколінням. Важливим аспектом розвитку винного та гастрономічного туризму є створення інфраструктури, що відповідає міжнародним стандартам. Покращення транспортної доступності до виноробних регіонів, розвиток готельної бази та сервісу підвищать привабливість України для іноземних туристів. Інвестуючи в навчання персоналу та підвищення якості обслуговування, можна забезпечити високий рівень задоволеності відвідувачів. Розвиток цифрових платформ для бронювання турів і отримання інформації сприятиме зручності планування подорожей. Це, у свою чергу, підвищить конкурентоспроможність України на міжнародному туристичному ринку.

Співпраця між виноробними підприємствами, ресторанами та туристичними агенціями є ключовою для створення комплексних туристичних продуктів. Об'єднуючи зусилля, ці сектори можуть пропонувати інтегровані тури, що включають дегустації вин, майстер-класи з приготування страв та культурні заходи. Зазвичай найкраще сприймаються аудиторією майстер-класи з демонстрацією фахової майстерності та дегустаціями [2, с. 345]. Такий підхід дозволить туристам отримати повноцінний досвід занурення в місцеву культуру та традиції. Крім того, це сприятиме взаємному просуванню послуг та збільшенню потоку клієнтів для всіх учасників. Спільні маркетингові кампанії та участь у міжнародних виставках допоможуть підвищити впізнаваність українських винно-гастрономічних турів.

Важливим напрямком є розвиток гастрономічних фестивалів, які стають платформою для презентації місцевих продуктів та залучення туристів. Проведення таких заходів, як «Wine&Spirits Ukraine», сприяє популяризації українських вин та міцних напоїв на міжнародному рівні. Залучаючи експертів та журналістів, ці фестивалі підвищують обізнаність про якість та різноманітність української продукції. Крім того, вони створюють можливості для налагодження бізнес-контактів та експорту. Розширюючи географію проведення таких заходів, можна залучити більше відвідувачів з різних регіонів та країн. У процесі формування культури споживання вина та підтримці вітчизняних виробників важливу роль відіграють сомельє та Асоціація сомельє України, яка у 2019 році ініціювала некомерційний проєкт «Винний Гід України» [3, с. 15].

З огляду на євроінтеграційні прагнення України, розвиток винного та гастрономічного туризму може стати частиною стратегії зближення з країнами ЄС. Дотримуючись стандартів якості та безпеки, рекомендованих Європейським Союзом, українські виробники отримують змогу вийти на нові ринки. Налагоджуючи партнерства з європейськими туроператорами, можна значно розширити географію туристичних потоків. Оновлюючи інфраструктуру відповідно до вимог інклюзивності та сталого розвитку, Україна підвищує свою привабливість як туристичний напрям. Водночас, використовуючи досвід європейських країн, що вже мають успішний досвід у цій сфері, можна уникнути типових помилок.

З метою підвищення привабливості винного туризму варто розвивати концепцію «slow tourism» – повільного, усвідомленого туризму. Це передбачає не просто зміну локації, а глибоке знайомство з іншою культурною спадщиною [4, с. 154]. В умовах війни винно-гастрономічний туризм набуває нового значення, сприяючи збереженню та підтримці локальних громад. Відвідуючи малий і середній бізнес, туристи підтримують фермерів, виноробів, рестораторів, які, попри складні обставини, продовжують працювати. Створюючи нові туристичні продукти, адаптовані до безпечних регіонів, галузь демонструє гнучкість та здатність до відновлення. Проводячи екскурсії, дегустації й кулінарні воркшопи, організатори допомагають зберігати відчуття нормальності та культурної єдності.

Отже, розвиток винного та гастрономічного туризму є стратегічно важливим напрямком для України, що базується на її багатих виноробних традиціях та унікальній кулінарній спадщині, відкриваючи значні економічні та культурні перспективи. Для реалізації цього потенціалу необхідна скоординована робота у сфері інфраструктури, сервісу та співпраці між ключовими гравцями ринку, включаючи виноробів, рестораторів і туристичні агенції. Активне просування на міжнародному рівні, підтримка гастрономічних фестивалів та врахування сучасних тенденцій, сприятимуть підвищенню популярності України як привабливого напрямку. Навіть у складних умовах воєнного часу, ця галузь може відігравати важливу роль у підтримці місцевих громад та збереженні культурної ідентичності, демонструючи свою стійкість та адаптивність.

Список використаних джерел:

1. Печко В. С. Винний туризм як складова стратегічного розвитку виноградарсько-виноробного комплексу. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2025. № 1(115). URL : <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2025-1-15>
2. Устименко Л. М., Булгакова Н. В., Корицька Т. Ю. Фахові майстер-класи як освітні тренди у сфері гостинності та туризму. *Питання культурології*. 2022. № 40. С. 340–348. URL : <https://doi.org/10.31866/2410-1311.40.2022.269392>
3. Брикова Т. Виноробство та виноградарство в Україні: енотуризм, міжнародне співробітництво та мистецтво сомельє в умовах війни. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. № 3 (13). С. 12–18. URL : [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.2](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.2)
4. Штукан Т. Аналіз сучасних тенденцій у туристичному бізнесі. *Причорноморські економічні студії*. 2022. № 73. URL: <https://doi.org/10.32843/bses.73-24>

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДІ ДО МУЗЕЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У сучасному суспільстві музеї набувають нової ролі – вони поступово трансформуються із традиційних закладів зберігання історичної пам'яті у відкриті, динамічні простори культурної взаємодії. Особливу увагу при цьому приділяють залученню молоді, адже саме вона є носієм змін, рушієм інновацій та потенційним спадкоємцем національної і світової культурної спадщини. Проте, спостерігається тенденція віддалення молодого покоління від класичних форм музейної діяльності, що частково зумовлено змінами у способі мислення, сприйнятті інформації, а також появою великої кількості цифрових альтернатив культурного дозвілля.

У цьому ракурсі важливо проаналізувати сучасні підходи до залучення молоді до музейної діяльності і визначити ефективні практики взаємодії музеїв із молодіжною аудиторією за умов цифрового та культурного розвитку суспільства. Окрім того, варто визначити основні інтереси і потреби молоді у сфері культури, розглянути сучасні підходи, які використовують музеї для залучення молодіжної аудиторії, проаналізувати приклади ефективної взаємодії музеїв із молоддю, окреслити перспективні напрямки розвитку музейної діяльності в контексті роботи з молодим поколінням.

Питання залучення молоді до музейної діяльності є досить актуальним і розглядалися у працях багатьох українських дослідників. Зокрема, тематичні доповіді представили О. Караманов та Л. Гайда на Всеукраїнському круглому столі «Музеї навчальних закладів як осередки патріотичного виховання» [2].

У сучасному світі музеї переживають значні зміни, намагаючись знайти нові способи залучення молоді до своїх стін. Молодіжна аудиторія стає все більш вибагливою, коли йдеться про культурні інституції, і музеї повинні відповідати новим вимогам часу. Традиційні підходи до музейної діяльності вже не завжди є достатньо ефективними для залучення молодих людей [1]. Тому сучасні музеї шукають нові, інноваційні способи взаємодії з молоддю, застосовуючи різноманітні підходи, які базуються на інтерактивності, цифрових технологіях і соціальних медіа. У цьому контексті можна виділити кілька основних підходів до залучення молоді до музейної діяльності.

Першим важливим підходом є інтерактивність. Музеї все більше орієнтуються на створення інтерактивних виставок, де відвідувачі можуть не лише спостерігати, а й активно взаємодіяти з експонатами. Це можуть бути інсталяції, де глядач стає частиною процесу, або інтерактивні панелі, на яких можна дізнатися більше інформації або навіть впливати на хід виставки. Такий підхід сприяє більш глибокому зануренню в музейну тематику та створює відчуття залученості, що є важливим для молоді аудиторії.

Другим, не менш важливим підходом, є взаємодія через соціальні медіа. Сучасна молодь активно використовує соціальні мережі, тому музеї намагаються інтегруватися у ці платформи для залучення нової аудиторії. Використання Instagram, Facebook, TikTok та інших платформ дає музеям можливість не тільки інформувати про нові виставки, а й безпосередньо взаємодіяти з молоддю, створюючи контент, який резонує з її інтересами. Музеї все більше звертаються до візуального контенту — фото, відео, стрімів, що дозволяє привернути увагу і спонукати до реальних відвідин. Створення дистанційних активностей, конкурсів, флешмобів чи опитувань у соцмережах дає змогу залучати молодь до участі в житті музею навіть без фізичного відвідування.

Ще одним підходом є створення освітніх програм та проведення волонтерських заходів. Музеї все більше розвивають програми для молоді, які мають освітньо-патріотичний характер, пропонуючи молодим людям можливості для професійного розвитку, участі в

майстер-клясах, лекціях, семінарах. Водночас, волонтерські програми дають змогу молоді безпосередньо брати участь у роботі музею, що дозволяє не лише отримувати нові навички, а й відчувати себе частиною культурної спільноти. Такий підхід особливо важливий для розвитку активної громадянської патріотичної позиції молоді та стимулювання інтересу до музейної діяльності.

Отже, використання цих підходів дозволяє музеям адаптуватися до мінливого культурного і технологічного середовища та зробити свою діяльність більш доступною і цікавою для молоді. У результаті, такі ініціативи не лише збільшують відвідуваність музеїв, а й сприяють розвитку культурної свідомості і зміцненню патріотичного духу молодого покоління, допомагаючи зберегти національну спадщину для майбутніх поколінь. Тому важливість цих підходів для музеїв є безсумнівною, і їх використання є доцільним для забезпечення залученості молоді в музейну діяльність.

Список використаних джерел:

1. Молодь і музеї: точки дотику. URL : <https://zmist.pl.ua/publications/molod-i-muzeji-tochky-dotyku>
2. Педагогічний музей України. Музеї навчальних закладів як осередки патріотичного виховання. URL : https://pmu.in.ua/news/vseukr_krygl_stil_musei_oceredok_patriot_vihov
3. ICOM Deutschland. ICOM Leitfaden: Bildung und Vermittlung im Museum. URL : <https://icom-deutschland.de/images/Publikationen/Buch/icom-leitfaden-bildung-u-vermittlung-ukrainisch-web.pdf>
4. Нагорна А. Глушук О. Сучасні музейні практики: вітчизняний та зарубіжний досвід: дипломна робота. Рівне : РДГУ, 2020, С. 71–108.

Варенюк Ангеліна Віталіївна,

*здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні факультету публічного управління
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова*

РОЛЬ КІНОТЕАТРІВ У РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ: УКРАЇНСЬКИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

Кіномистецтво є унікальною формою творчості, що об'єднує різні види художнього вираження, зокрема літературу, музику, образотворче мистецтво та акторську майстерність. Воно суттєво впливає на культуру, суспільство та світ загалом, здатне пробуджувати емоції, передавати важливі меседжі та переносити глядачів у різні реальності.

Кінотеатри відіграють важливу роль у культурно-пізнавальному туризмі, сприяючи популяризації національного кіномистецтва та культурної ідентичності. Сучасні зміни у кінематографі, зокрема цифровізація та розвиток онлайн-платформ, вплинули на створення та споживання фільмів. Українські стрічки, як-от «Памфір» та «20 днів у Маріуполі», отримують міжнародне визнання, що підвищує інтерес до України як культурної дестинації. Вивчення цієї теми допоможе зрозуміти роль кінотеатрів у розвитку культурно-пізнавального туризму.

Важливою основою для розвитку культурно-пізнавального туризму виступають креативні індустрії – потужний ресурсний пласт, що охоплює театральне і візуальне мистецтво, музику, архітектуру, інноваційні музейні простори, телебачення, радіо, видавничу справу, а також кінематограф. Саме кіно – одна з найбільш динамічних і впливових сфер, яка щороку залучає мільйони туристів і рекреантів по всьому Світу. Об'єкти креативної економіки стають не лише місцями тяжіння, а й активними майданчиками для міжкультурного діалогу, сприяючи популяризації дестинацій через екранну історію та візуальний образ. Культурно-пізнавальний туризм охоплює широку палітру активностей —

від вивчення історико-культурної спадщини до занурення у сучасне мистецтво чи стиль життя певної території. Завдяки креативним ініціативам, таким як кіноподії, кінотури або фестивалі, аудиторія отримує доступ до культури конкретної місцевості в інтерпретованому, емоційно збагаченому форматі.

Український кінематограф має глибокі історичні корені — його формування почалося ще на початку XX століття, з появою перших кіностудій у Києві, Одесі та Харкові. Упродовж останнього десятиліття, завдяки державній підтримці та зростанню національної самосвідомості, спостерігається нова хвиля розвитку українського кіно. Фільми, такі як «Додому», «Атлантида», «Захар Беркут», «Тіні забутих предків» (нове прочитання), а також воєнна документалістика, здобули міжнародне визнання та сформували новий образ України за кордоном. Вартими уваги в цьому ракурсі також є кінострічки 2023-2024 років «Довбуш», «Конотопська відьма» і «Морена», а також мультиплікаційна постановка «Мавка. Лісова пісня».

Попри складну воєнну ситуацію, українське кіно не зникло з культурного горизонту — навпаки, воно стало ще помітнішим. Фільми про війну, історію, людську гідність, зняті українськими режисерами, сьогодні переглядають у всьому Світі. І хоча наразі Україна — не туристично-рекреаційна дестинація в традиційному розумінні, саме через кіно про неї дізнаються, нею захоплюються й хочуть побачити її на власні очі — щойно це стане можливим. Один із найгучніших прикладів — документальна стрічка «20 днів в Маріуполі», яка отримала «Оскар» і стала голосом народу, заблокованого у місті під обстрілами. Цей фільм змусив мільйони глядачів побачити Україну по-справжньому.

На міжнародному рівні яскравим прикладом синергії кіно і туризму є США. Голлівуд — це не просто кінофабрика, це ціла культурна екосистема, що десятиліттями «експортує» уявлення про американське життя. Кіно тут не лише розважає, а й створює бажання: побачити місця зйомок, прогулятись павільйонами Warner Bros чи Universal Studios, зробити фото там, де біг Форест Гамп. Кінематограф у США фактично перетворився на туристичний бренд, який щороку приваблює мільйони мандрівників.

Схожі процеси спостерігаються і в інших країнах — до прикладу, Нова Зеландія, яка стала меккою фанатів «Володаря перснів», або Хорватія, де різко зріс туризм після зйомок «Гри престолів». Це підтверджує: якісне кіно здатне не лише зворушити — воно веде людей у подорожі, у буквальному сенсі.

Кіноподії відіграють важливу роль у формуванні культурної ідентичності, адже через екранні образи суспільство осмислює себе, свої цінності та історію. Вони сприяють популяризації національної культури, мовлення, традицій і навіть ландшафтів. Крім того, фестивалі, прем'єри, зйомки фільмів і міжнародне визнання створюють туристичний інтерес до конкретних локацій, перетворюючи їх на об'єкти культурного туризму. Таким чином, кіноподії не лише зміцнюють внутрішню ідентичність, а й підвищують зовнішню привабливість країни на туристично-рекреаційній мапі Світу.

Отже, кінотеатри та кіномистецтво загалом стають дедалі потужнішими інструментами формування культурної ідентичності й розвитку туризму і рекреації. Завдяки яскравим кіноподіям, фестивалям та зйомкам, культура країни набуває нового виміру — стає емоційною, візуально привабливою та туристично цікавою. Український досвід, особливо у воєнний час, доводить: навіть у найскладніших умовах через кіно можна показати правду, зворушити світ і викликати інтерес до своєї країни. А міжнародні приклади, зокрема США чи Нова Зеландія, демонструють, що синергія кіно і туризму — це не просто тренд, а стратегічний інструмент розвитку культури та економіки. У перспективі — українське кіно також здатне стати таким містком до туристичного відродження нашої держави після перемоги.

Список використаних джерел:

1. Кінотуризм – інноваційний напрямок розвитку культурно-пізнавального туризму. *Туристична бібліотека*. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/mashkina.htm (дата звернення: 03.04.2025).
2. Культурна спадщина – бренд туристичної України. *Наука і техніка*. URL : <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/nov/31813/vse20232-29-42.pdf> (дата звернення: 05.04.2025).
3. Кінотуризм в Україні: нереалізовані можливості та перспективи використання знакових локацій. *Наука і освіта*. URL : <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=983> (дата звернення: 05.04.2025).

Гринюк Софія Олегівна,

*учениця 9 класу Комунального закладу загальної середньої освіти
«Лицей № 2 Хмельницької міської ради»*

Науковий керівник: Лучинська О. О.

ОСОБЛИВОСТІ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Екскурсійна діяльність – це різновид туристично-рекреаційної діяльності, який полягає в організації подорожей, які не перевищують 24 години без ночівлі, у супроводі фахівця туристичного супроводу та за заздалегідь складеними маршрутами для ознайомлення з визначними місцями, пам'ятками природи, історії, культури, музеями тощо. Кожна екскурсія виконує притаманні їй функції. Широке коло об'єктів показу, багатопланова тематика, обґрунтованість методики ведення екскурсій, фахова майстерність екскурсоводів дозволяють екскурсії виконувати визначені функції, кожна з яких відіграє велику роль у вихованні людини.

За формою проведення екскурсії поділяються на звичайні, навчальні, рекламні, екскурсії-лекції, екскурсії-прогулянки, екскурсії-концерти. Підготовка проводиться в декілька етапів: вибір теми, створення екскурсії під вибрану тему, підготовка екскурсовода для проведення екскурсії.

За сучасних умов необхідно розробляти нові види туристичних продуктів із використанням цифрових ідей, наприклад, надання інформації за допомогою QR-кодів, оглядові екскурсії у форматі 3D тощо. Покупець туристичного продукту сам обирає місце відпочинку, аналізує інформацію, порівнює ціни, та обирає найвигіднішу для себе пропозицію, яка буде його задовольняти.

Останніми роками спостерігається зростання попиту на індивідуальні та сімейні подорожі, тоді як групові тури втрачають свою актуальність. Ця тенденція відображає зміну уподобань туристів на користь персоналізованих та гнучких маршрутів. Відтак, це є необхідним і водночас спонукальним мотивом до нових підходів екскурсійної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Екскурсійна діяльність. URL : <https://buklib.net/books/23630/>
2. Екскурсійна діяльність. URL : <https://ips.ligazakon.net/document/TM036983>
2. Філіппова С. В. Інтенсивність використання цифрових технологій у секторі туризму. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/filyppova.htm

ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Наявність та особливості формування історико-культурних рекреаційних ресурсів, які використовують здебільшого для організації різних видів пізнавального туризму зумовлені історико-культурними факторами і впливають на розвиток туризму. На стан здоров'я людей, зокрема на їх психологічне оздоровлення впливають позитивно, як природно рекреаційні так і історико-культурні ресурси. Розташування історичних ресурсів на території України розвиває імідж, має вплив на рекреаційні потоки і напрямки екскурсійних маршрутів, робить різноманітними рекреаційно-туристські пропозиції і формує конкурентоспроможність інфраструктури туристичного бізнесу. Туризм пов'язаний з розвитком суспільства та виконує закон і є важливим соціально-економічним явищем сьогодення. Згідно Закону України «Про туризм» завданням туризму та його розвитку є охорона історико-культурних рекреаційних ресурсів [1]. Культурно-історичні ресурси характеризуються різнобічністю й залежно від їх особливостей поділяються на види:

- історичні (пам'ятні місця: острів Хортиця розташований на річці Дніпро в межах Запорізької області, «Олешківські піски» та Асканія-Нова у Херсонській області, Одеські катакомби, Печера «Оптимістична» в Тернопільській області, затоплене село Бакота в Хмельницькій області, озеро Синевир в Закарпатській області; будівлі: Києво-Печерська Лавра в Києві, Аккерманська фортеця на півдні України, Хотинська фортеця в місті Хотин Чернівецької області та багато інших) [2];

- археологічні (кургани, залишки давніх поселень: Легедзине Черкаська область, Березань, Ольвія Миколаївська область, Крилос, Галич, Івано-Франківська область та ін., укріплень, виробництв, каналів, доріг, давні місця захоронень, старовинні предмети);

- містобудування й архітектури (архітектурні комплекси: будинок з химерами, Костел святого Миколая, Володимирський собор (Київ), Палац Потоцьких (Львів), Сокиринський палац (Чернігівська область), Полтавський краєзнавчий музей (Полтава), історичні центри, вулиці, стародавнє планування й забудови міст, ландшафти);

- духовна спадщина, осередки традиційної культури різних народів;

- документальні (рукописи й архіви, записи фольклору і музики).

Об'єкти культурної спадщини успадковані людством від попередніх поколінь включають в себе місця, споруди, комплекси, території чи водні об'єкти, природно-антропогенні або створені людиною предмети незалежно від стану збереженості є визначною складовою культурно-історичних рекреаційних ресурсів певного регіону. І вони представляють нам ту цінність з антропологічного, археологічного, естетичного, етнографічного, історичного, мистецького, наукового чи художнього погляду і зберегли свою автентичність до сьогодні. Історико-культурні фактори, як і природно-географічні, відносяться до групи статичних факторів, тобто вони є незмінними та нескороминущими. Людина робить їх більш доступними для використання та пристосовує їх до своїх туристських потреб. Відтворення та використання потенціалу соціально-економічного розвитку держави та регіонів є актуальним, так як Україна знаходиться у сприятливій природно-кліматичній зоні, має багато визначних пам'яток історії та архітектури.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про туризм». URL: https://tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm.
2. Визначні місця України: дивовижні локації, які ви маєте відвідати. URL: <https://espresso.tv/viznachni-mistsya-ukraini-divovizhni-lokatsii-yaki-vi-mayte-vidvidati>

*Кобилянська Анна Петрівна,
директорка туристичної агенції «Дім Подорожей»,
асистентка кафедри публічного управління та адміністрування
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова*

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПОДІЛЛЯ: ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА ЦІННІСТЬ, СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ

Поділля – один із найколеритніших регіонів України, чия історія формувалась під впливом багатьох культур і держав, що зумовило унікальне поєднання архітектурних, духовних і етнографічних особливостей. Територія Поділля охоплює частину Вінницької, Хмельницької та частково Тернопільської областей і відзначається розмаїттям природних ландшафтів, пам'яток історії, архітектури та культури.

Впродовж останніх десятиліть спостерігається тенденція до активізації туристичної діяльності в регіоні, проте цей процес має нерівномірний характер, адже багато пам'яток архітектури знаходяться, нажаль, у занедбаному або майже зруйнованому стані, а їх реставрація вимагає значного фінансування. Саме тому, туристичний потенціал Поділля залишається лише частково реалізованим, а його популяризація потребує комплексного підходу. Особливої уваги заслуговують архітектурні та археологічні пам'ятки такі як фортеці та оборонні замки, старовинні церкви і палацові ансамблі. Саме такі історичні надбання створюють можливості для розвитку культурно-пізнавального туризму, а також спеціалізованих форм – історичного, релігійного, гастрономічного, фестивального та інших різновидів туризму. Також одним із важливих факторів, що сприяють туристичному поживавленню, є наявність природно-заповідного фонду, до якого належать національні природні парки, ботанічні сади, геологічні пам'ятки та водно-лісові комплекси. Зокрема, територія національного природного парку «Подільські Товтри» є об'єктом екологічного та рекреаційного туризму та наукових досліджень. Подільський ландшафт ідеально підходить для розвитку активних видів відпочинку: піших, велосипедних, водних маршрутів, санаторного лікування, а також агротуризму (зеленого туризму), який стає дедалі популярнішим у контексті розвитку сільських територій.

Разом із тим, туризм на Поділлі стикається з низкою системних проблем. Серед них — недостатній рівень транспортної інфраструктури, нестача інвестицій у розвиток готельно-ресторанного господарства, відсутність цілісної туристичної стратегії, що об'єднувала б окремі ініціативи в єдиний регіональний туристичний продукт. Також гостро стоїть питання кадрового забезпечення галузі: фахівців із туризму та сервісу не вистачає, а існуючі навчальні програми потребують певного оновлення з урахуванням сучасних вимог ринку.

Незважаючи на виклики, все ж таки існує низка позитивних тенденцій, які створюють сприятливі умови для подальшого розвитку. Активізуються громади, які вбачають у туризмі можливість економічного відновлення. Впроваджуються локальні ініціативи, спрямовані на збереження спадщини, відновлюється розвиток креативних просторів для підтримки місцевих майстрів і підприємців. Запроваджується співпраця між громадами, туристичними операторами та закладами культури, що може стати основою для формування інтегрованого туристичного кластеру.

Таким чином, стратегія розвитку туризму на Поділлі повинна базуватися на збереженні культурної спадщини, активному залученні місцевого населення до туристичних процесів, модернізації інфраструктури, а також широкому використанні цифрових технологій для промоції регіону. Лише системна взаємодія між органами влади, освітніми установами, бізнесом і громадським сектором дозволить перетворити Поділля на потужний туристичний регіон із власною впізнаваною ідентичністю.

ВОЛОДІННЯ ІНОЗЕМНИМИ МОВАМИ ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ В ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОМУ БІЗНЕСІ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ЯКІСНОГО ВІДПОЧИНКУ

Туристично-рекреаційний бізнес є однією з найдинамічніших сфер економіки, що постійно розвивається та інтегрується у міжнародний ринок. У цьому контексті володіння іноземними мовами відіграє ключову роль, позаяк сучасний туристичний ринок орієнтований на взаємодію між представниками різних культур і національностей. Високий рівень комунікативних навичок дає змогу знайти порозуміння, забезпечити якісне обслуговування, ефективно співпрацювати з міжнародними партнерами та сприяти розвитку туристично-рекреаційного підприємництва. Відсутність знання іноземних мов у сучасному туристично-рекреаційному середовищі неможливо досягти високого рівня професіоналізму та конкурентоспроможності.

Значимим фактором успіху в туристично-рекреаційному бізнесі є здатність вільно, грамотно й переконливо спілкуватися з клієнтами та партнерами з різних країн. Вміння легко налагоджувати контакт іноземними мовами відчутно підвищує рівень довіри з боку туристів і рекреантів, оскільки вони почуваються комфортніше і впевненіше, коли можуть отримати всю необхідну інформацію зрозумілою для них мовою. Численні дослідження є доказом того, що туристи й рекреанти частіше обирають готелі, ресторани, туристичні оператори та агенції, персонал яких може спілкуватися окрім рідної іще кількома іноземними мовами [2, с. 6–8].

Беззаперечним фактом є те, що знання іноземних мов відкриває різноманітні кар'єрні перспективи для фахівців туристично-рекреаційної сфери. Працівники, які вільно володіють англійською, іспанською, німецькою, італійською, французькою, польською чи іншими мовами, мають можливість працювати у міжнародних туристичних компаніях, проходити стажування за кордоном і брати активну участь у міжнародних виставках та конференціях. Це одночасно сприяє особистому професійному розвитку й розширенню міжнародних зв'язків туристично-рекреаційного бізнесу загалом [1].

Особливо важливим є вивчення іноземних мов з молодшого шкільного віку, оскільки це значно спрощує їх подальше засвоєння та сприяє розвитку комунікативних навичок. Чим раніше людина починає вивчати іноземну мову, тим легше їй адаптуватися до іншомовного середовища у майбутньому. Наприклад, у країнах Європейської Унії вивчення іноземних мов є обов'язковим з початкової школи, що автоматично гарантує високий рівень мовної підготовки населення. Такий підхід сприяє хорошій мобільності у професійній сфері [2].

Володіння іноземними мовами неабияк сприяє підвищенню якості туристично-рекреаційного обслуговування. Туристичні агенти, екскурсоводи, менеджери і персонал санаторно-курортних, готельних і ресторанних закладів, які можуть спілкуватися кількома мовами, – значно краще розуміють потреби клієнтів та можуть надати персоналізоване обслуговування. Це, у свою чергу, підвищує рівень задоволеності клієнтів і сприяє зростанню валового доходу і прибутковості підприємств туристично-рекреаційної сфери й готельно-ресторанної справи [3, с. 16–18].

Зазначмо й те, що знання іноземних мов є важливим чинником у розвитку міжнародного туризму й рекреації. Завдяки мовній підготовці туристичні компанії (оператори та агенції) можуть встановлювати партнерські відносини з іноземними підприємствами, організовувати міжнародні тури й залучати туристів і рекреантів з різних країн. Успішне функціонування таких компаній багато в чому залежить від здатності їхніх працівників ознайомлюватися і пристосовуватися до різних мовних та культурних середовищ [3, с. 20–22].

Таким чином, володіння іноземними мовами є невід'ємною складовою успіху у туристично-рекреаційній сфері й готельно-ресторанному господарстві. Це не лише підвищує якість туристичних, рекреаційних, готельних і рестораних послуг, а й сприяє кар'єрному зростанню працівників, розширенню міжнародного співробітництва та покращенню фінансових результатів не тільки суб'єктів туристичної індустрії, але й суміжних галузей через ефект мультиплікатора. Подальший розвиток мовної підготовки у сфері туризму є необхідним для зміцнення позицій туристичних компаній, рекреаційних установ, готельних і рестораних підприємств на світовому ринку та забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Як вивчення англійської мови впливає на кар'єрне зростання у сфері цифрового маркетингу. URL : <https://theinweb.media/yak-vyvchennya-anglijskoyi-movy-vplyvaye-na-karyer-ne-zrostannya-u-sferi-cyfrovogo-marketyngu>
2. Багаторічні переваги раннього вивчення англійської мови як запорука успіху у майбутньому. URL : <https://derevo-kazok.org/bagatorichni-perevagi-rannye-vivchennja-anglijskoyi-movi-jak-zaporuka-uspihu-u-majbutnomu.html>
3. Методичні рекомендації щодо організації туристичної діяльності. URL : <http://www.oridu.odessa.ua/7/7/metoduchni-rek/t/04.pdf>

Коломісць Андрій Олександрович,
*учень 10 класу Комунального закладу загальної середньої освіти
«Ліцей № 2 Хмельницької міської ради»*

Науковий керівник: Лучинська О.О

ПОЄДНАННЯ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І РЕАБІЛІТАЦІЇ ВІЙСЬКОВИХ НА ПРИКЛАДІ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ЗАПОВІДНИКА «МЕЖИБІЖ»

Сучасний стан екскурсійної діяльності характеризується динамічним розвитком та адаптацією до нових викликів і можливостей. Сюди можна віднести такі як цифровізація (використання дистанційних платформ, застосування мобільних додатків, розробка навчальних ігор), індивідуалізація (персоналізовані й тематичні екскурсії, розвиток нішевих напрямків), інтерактивність (залучення туристів до активностей, використання інтерактивних технологій, таких як VR та AR) і доступність (умови для людей з особливими потребами).

Розглянемо тенденції розвитку на прикладі Меджибізького історико-культурного заповідника. На території впроваджують цікаві методи реабілітації для поранених бійців «Гвардії наступу». Військові, що перебувають на лікуванні та реабілітації у відомчому шпиталі, відвідують стародавню фортецю у Меджибожі. Організують екскурсійні поїздки поліцейські психологи разом з адміністрацією історико-культурного заповідника «Межибіж». Такі тури демонструють ефективність поєднання культурного збагачення і релаксації для відновлення фізичного та психологічного стану військових. Поранені бійці, незважаючи на милиці та протези, спускаються у замкові підземелля і підіймаються на вали, насолоджуються чудовим відпочинком на природі з традиційним козацьким кулішем, юшкою та спортивною риболовлею.



Рис.1. «Гвардія наступу» в історико-культурному заповіднику «Межибіж»

Організатори планують започаткувати новий проєкт реабілітації воїнів за допомогою археологічних експедицій. Приклад з Меджибізьким історико-культурним заповідником яскраво демонструє наскільки ефективно можна поєднувати історико-культурну спадщину з реабілітацією військових. Організовані екскурсії, відпочинок на природі та навіть плани на археологічні експедиції створюють унікальний простір для відновлення фізичного та психологічного стану бійців.

Список використаних джерел:

1. Державний історико-культурний заповідник «Межибіж». URL : <https://www.facebook.com/@Mezhybizh/>
2. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку екскурсійної діяльності в Україні. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/babushko2.htm

Кулик Славомир Сергійович,

*учень 9 класу Комунального закладу загальної середньої освіти
«Ліцей № 2 Хмельницької міської ради»*

Науковий керівник: Лучинська О. О.

КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ ЯК УНІКАЛЬНИЙ УКРАЇНСЬКИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ОСЕРЕДОК

Перш за все велика шана і вдячність кожному захиснику й захисниці, які оберігають наші життя щодня й щоночі, віддаючи свої життя. Ми щиро віримо у Вас та перемогу. Слава Україні!

Туризм – це багатогранне явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має значний потенціал для постійного прогресу, тісно взаємодіє з різноманітними галузями життя. Туризм – це не просто спосіб відпочинку чи захоплення, а справжня подорож душею до нових горизонтів. Він дарує можливість відкривати незвідане, відчувати колорит і дух епох, зануритися в історію та культуру. Від величних Карпатських гір до безкрайніх хвиль Чорного моря, від вузьких вуличок древніх міст до кам'яних фортець – кожна подорож робить нас живими, наповнюючи серце натхненням.

Одним із таких місць, де оживає середньовічна атмосфера, є Кам'янець-Подільський. Його кам'яні мури, велична фортеця та історія занурюють у часи рицарського Середньовіччя. Це місто – музей просто неба, де кожен куточок розповідає свою унікальну історію, а кожна подорож сюди – це справжнє занурення у минуле. Кам'янець-Подільський

одне з найвідоміший міст України з багатою історією розвитку туризму. Туристична галузь міста почала активно розвиватися ще в XIX столітті, коли дослідники та мандрівники відкрили його історичну цінність. У радянський період Кам'янець-Подільський став важливим туристичним центром завдяки своїм фортифікаційним спорудам та музеям. Після здобуття незалежності України місто отримало новий імпульс у розвитку туризму, зокрема через фестивалі, реконструкції історичних пам'яток та розширення туристичної інфраструктури.

До повномасштабного вторгнення Кам'янець-Подільський був осередком фестивалів надувних куль, мотофестивалів та історичних дійств, що приваблювали туристів не тільки з України, а й з Європи. Одним з історичних фестивалів, про який хочемо розповісти, називається Forpost Metal Brotherhood Fest – цей фестиваль об'єднує шанувальників важкої музики, байкерської культури та історичних реконструкцій одночасно, що приваблює багато різних туристів. Командою організаторів є Forpost Family, які організовували заходи починаючи з 2000-х по 2021 рік. Наразі головний організатор та його колеги — військові, які захищають наші життя й суверенітет України, а деякі уже полягли на полі бою. Ми щиро віримо, що організатори повернуться після завершення війни, а фестиваль, що об'єднує тисячі туристичних сердець, – відродиться.

Сьогодні, коли організатори фестивалю стоять на захисті України, стає очевидним, що туризм – це не лише розвага, а й частина національної ідентичності, яку варто берегти й розвивати. Майбутнє Кам'янця-Подільського, як туристичного осередку, залежить від відродження культурних ініціатив після перемоги та збереження історичної спадщини.

Список використаних джерел:

1. Богданович О. Туризм як важіль розвитку суспільства та економіки. Розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності: проблеми, перспективи, конкурентоздатність. Дніпро, 2021. 478 с.

Леоненко Неллі Анатоліївна,

*докторка наук з державного управління, професорка, завідувачка кафедри менеджменту
Національного університету цивільного захисту України,*

Загинайко Вікторія Сергіївна,

здобувачка Національного університету цивільного захисту України

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕТИМОЛОГІЧНОГО ПОХОДЖЕННЯ ТА ІСТОРИЧНОГО РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛІВ ЯК НЕВІД'ЄМНОЇ СКЛАДОВОЇ СУЧАСНОГО EVENT-ТУРИЗМУ

Фестивалі стали невід'ємною частиною культурного, соціального та економічного життя сучасного суспільства. Вони не лише сприяють збереженню традицій та популяризації мистецтва, а й виконують важливу роль у розвитку туризму, локальних спільнот і креативних індустрій. Історія фестивалів багата й різноманітна, і їх зародження тісно пов'язане з соціальними, культурними та релігійними традиціями.

Етимологічно термін «фестиваль» походить від латинського *festum*. Однак спочатку в латині існували два терміни для позначення святкових подій: *festum* – мало значення «публічна радість, веселощі, святкування» та *feria* – «утримання від роботи на честь богів». Обидва ці терміни використовувалися у множині – *festa* та *feriae*, що свідчить про те, що вже тоді фестивалі тривали багато днів і включали різноманітні заходи. У класичній латині ці два поняття поступово стали синонімами, оскільки обидва типи святкових подій почали зливатися в одне ціле.

Інші значення цих термінів у різних мовах позначають форми святкової поведінки або окремі елементи фестивалів, такі як: англійське *feast* – розкішна урочиста трапеза, іспанське *fiesta* – публічний турнір або бій, де лицарі демонстрували свою майстерність і доблесть, латинське *festa* – святкові жертвоприношення, румунське *grăi* – пустощі або витівки, італійське *festa* та французьке *fête* – святкування дня народження або теплий прийом гостей.

У сучасній англійській мові слово «фестиваль» має такі значення:

- 1) священний період святкування, що супроводжується спеціальними обрядами;
- 2) щорічне святкування видатної особи чи події, або ж збору важливого врожаю;
- 3) культурна подія, яка присвячена конкретному художнику або жанру;
- 4) ярмарок;
- 5) загальна атмосфера радості, святкування, веселощів.

У межах проведеного дослідження було виявлено, що подібні трактування можна зустріти в усіх романських мовах.

У соціальних науках фестиваль розглядається як періодична соціальна подія, в якій беруть участь усі члени спільноти, об'єднаної спільними етнічними, мовними та релігійними зв'язками. Як соціальна функція, так і основне значення фестивалю тісно пов'язані з певними цінностями, які спільнота вважає важливими для своєї ідеології, світогляду, соціальної ідентичності, історичної неперервності та фізичного виживання, що й є тим, що святкується на фестивалі [1, с. 2]. Фестивалі існують з давніх часів і були поширені в різних культурах, зокрема в Стародавній Греції, Римі, Єгипті, Індії та Китаї. Вони супроводжували соціальні події, релігійні свята, зміну пір року та сільськогосподарські роботи. Серед відомих римських свят виділялися Сатурналії (17–24 грудня), що були присвячені богу Сатурну, під час яких проходили бенкети, ігри та виступи, а на час святкувань усі громадяни, вважалися рівними. Однак, варто зазначити, що сучасні фестивалі стали більш різноманітними, охоплюючи та поєднуючи мистецтво, освіту, науку та подорожі. Карнавал, як період веселощів перед початком Великого посту, став популярним у Європі в Середньовіччі. Його назва походить від латинських слів *carne* і *vale*, що означають «прощай, м'ясо». У Середньовіччі Карнавал був часом парадів, вистав і костюмованих вечірок, виконуючи роль очищувального ритуалу перед постом. Пізніше він поступово втратив популярність у містах і перемістився в сільську місцевість [2].

XIX століття стало епохою індустріального прогресу, відзначеною значними досягненнями у сфері транспорту. Індустріалізація спричинила зростання доходів, розширення вільного часу, формування середнього класу та активну урбанізацію. Ці зміни сприяли зростанню інтересу до культури й розвитку туризму, що відобразилося в збільшенні потоку мандрівників, зокрема на події та фестивалі. XIX та початок XX століття стали епохою всесвітніх виставок, присвячених науковим і технологічним інноваціям. Вони проходили в таких містах, як Лондон (1851), Нью-Йорк (1853), Відень (1873), Філадельфія (1876), Париж (1855, 1867, 1878, 1889, 1900) і Чикаго (1893). Сьогодні ці виставки існують під назвою Ехро та залишаються одними з найбільших подій, що супроводжуються культурними та розважальними програмами. Після Другої світової війни фестивальний рух набув значного поширення. У цей період з'явилися Канський (1946), Единбурзький (1947) та Берлінський (1951) кінофестивалі, а також Sundance (створений у 1978 році, а з 1991 року відомий під сучасною назвою). Важливою подією стало запровадження у 1985 році програми «Європейська столиця культури». У 1990-х та після 2000 року кількість фестивалів зросла ще більше, що було пов'язано, зокрема, з розвитком масового туризму. За даними Всесвітньої туристичної організації, кількість поїздок зросла з 25 мільйонів у 1950 році до 760 мільйонів у 2004 році [3]. Сучасний період розвитку фестивалів характеризується такими тенденціями, як: діджиталізація та онлайн формат проведення за допомогою соціальних мереж та стрімінгових платформ; тематична спеціалізація (екофестивалі, гастрономічні, етнокультурні, технологічні, інклюзивні); популяризація заходів, присвячених екології, стійкому розвитку та соціальним ініціативам; інтерактивність та залученість аудиторії через

проведення майстер-класів, творчих воркшопів, інтерактивних інсталяцій, гейміфікації подій через мобільні додатки, QR-коди, квести.

Таким чином, фестивалі мають глибоке історичне коріння і виникли як частина релігійних, соціальних та культурних практик древніх цивілізацій. З часом вони трансформувалися, ставши важливими елементами event-туризму. Сучасні фестивалі не тільки відображають багатство культурної спадщини, але й сприяють сталому економічному розвитку, інтеграції інноваційних технологій, сприяють міжкультурному діалогу, зміцнюють соціальні зв'язки та формують ключові засади культурної ідентичності.

Список використаних джерел:

1. Falassi A. Festival: Definition and morphology. *Time out of Time: Essays on the Festival*. 1987, pp. 2–7.
2. Osnes M. B. Acting: An international encyclopedia of traditional culture. *Bloomsbury Publishing USA*. 2001.
3. Cudny W. The phenomenon of festivals: Their origins, evolution, and classifications. *Anthropos*, (H. 2). 2014, pp. 640–656.

Любченко Валентина Вікторівна,

*кандидатка історичних наук, доцентка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Державного університету «Житомирська політехніка»,*

Скороход Анастасія Сергіївна,

*здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні факультету бізнесу та сфери
обслуговування Державного університету «Житомирська політехніка»*

РОЗВИТОК ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Оздоровчий туризм – це форма туризму, спрямована на покращення фізичного, психологічного та емоційного стану людини шляхом активного відпочинку та використання природних лікувальних факторів. Він поєднує елементи рекреаційного, реабілітаційного та спортивного туризму, забезпечуючи гармонійне поєднання оздоровлення та культурно-пізнавальної діяльності. Оздоровчий туризм є важливою складовою туристичної галузі України, оскільки країна володіє значним потенціалом для його розвитку. Основні напрями розвитку оздоровчого туризму в Україні включають санаторно-курортне лікування, термальні курорти, Spa- та wellness-туризм, а також екологічний та активний відпочинок. Україна має давні традиції санаторно-курортного лікування, що базуються на використанні природних лікувальних факторів. Найвідомішими курортами є Трускавець, Моршин, Східниця, Хмільник, Миргород, Слов'янськ та інші. Кожен з цих курортів спеціалізується на певних видах лікування: бальнеотерапія, грязелікування, кліматотерапія тощо [1, с. 45–46].

В останні роки в Україні активно розвивається напрям термального оздоровлення. Закарпатська область є лідером у цій сфері, зокрема курорти в Косині, Берегові та Велятино приваблюють туристів своїми гарячими термальними джерелами, які сприяють покращенню здоров'я та зміцненню імунітету. Попит на SPA- та wellness-туризм в Україні зростає, особливо серед міського населення [1, с. 50–53]. Туристично-рекреаційний потенціал є основою для розвитку оздоровчого туризму в Україні. Він включає природні, соціально-економічні та інфраструктурні ресурси, що забезпечують можливості для оздоровлення та відпочинку. Україна має багатий природний ресурсний потенціал – мінеральні води, лікувальні грязі, сприятливий клімат, різноманітні ландшафти. Особливу цінність мають Карпатський, Подільський, Поліський та Причорноморський регіони. Бальнеологічні ресурси – важливий компонент туристично-рекреаційного потенціалу, серед яких – джерела в Трускавці, Східниці, Моршині. Лікувальні грязі та озокерит також активно

використовуються для оздоровлення. Туристично-рекреаційний потенціал України постраждав через російську агресію: втрачено Крим, частину інфраструктури зруйновано. Однак у західних регіонах триває активний розвиток туризму [1, с. 17–19].

Функціонування оздоровчого туризму в Україні має регіональну специфіку, зумовлену природними, медичними та інфраструктурними особливостями. Західна Україна та Причорноморсько-Приазовський регіон мають високий потенціал завдяки унікальним ресурсам та інфраструктурі, однак воєнні дії обмежили доступ до частини курортів. Столиця та великі міста демонструють зростання попиту на медичні послуги, зокрема для реабілітації. Львівщина та Закарпаття активно приймають внутрішніх туристів, але через інфраструктурні й безпекові чинники окремі регіони залишаються менш придатними до розвитку, що робить цей процес нерівномірним по всій країні [2, 3]. Оздоровчий туризм є одним із пріоритетних напрямів туристичної галузі України, що сприяє зміцненню здоров'я населення та розвитку рекреаційного потенціалу країни. Проте його розвиток супроводжується низкою проблем. Однією з основних проблем розвитку оздоровчого туризму в Україні є недостатній рівень інфраструктури. Багато санаторіїв і курортних зон потребують модернізації та оновлення технічного обладнання відповідно до сучасних вимог. Ще одна важлива проблема – недостатнє фінансування та інвестиції у розвиток оздоровчого туризму. В умовах економічної нестабільності та війни більшість інвестиційних проєктів на курортах зупинені або обмежені. Також актуальною є проблема нерівномірного розподілу ресурсів: більшість курортів зосереджені в західних та південних областях, тоді як центральні й східні регіони суттєво відстають, що створює дисбаланс у доступі до якісних оздоровчих послуг. Крім того, існує низький рівень поінформованості населення та туристів про можливості оздоровчого туризму в Україні. Відсутність єдиних онлайн-платформ для порівняння послуг ускладнює вибір і знижує потік туристів, що негативно впливає на фінансову стабільність курортів. Ефективний розвиток оздоровчого туризму потребує стратегічного підходу, що включає модернізацію санаторно-курортних комплексів, впровадження інноваційних медичних технологій, розвиток wellness-центрів, інфраструктури та інвестиційного клімату. Важливою є інтеграція екологічних стандартів, популяризація українських курортів, створення національного бренду оздоровчого туризму та цифрових платформ. В умовах війни особливу увагу слід приділяти психологічному здоров'ю населення.

Отже, оздоровчий туризм є перспективним напрямом туристичної галузі України. Він сприяє фізичному та психологічному відновленню населення, особливо в умовах війни. Попри складнощі, Україна зберігає потужний ресурсний потенціал, зокрема в західних регіонах.

Список використаних джерел:

1. Павленко Є. Оздоровчий туризм : навч. посібник для студентів денної форми навчання. Харків : НФаУ, 2021. 114 с. URL : <https://surl.li/fyunaf>
2. Долинська О. Сучасний стан та перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. 2024. № 57(2). С. 129–135. URL : <http://nzg.tnpu.edu.ua/article/view/316046>
3. Безхлібна А. П., Касьянова К. О. Вплив війни на туристичну галузь в Україні. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України* : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 26–27 листопада 2024 р.). Харків : НТУ «Харківський політехнічний інститут», 2024. Ч. 1. С. 67–70. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/bezhlibna2.htm
4. Парфінченко А., Волкова І., Щербина В. Проблеми та перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні (у порівнянні з країнами Центральної Європи). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2018. № 7. С. 130–135. URL : <https://surl.lu/gqbzbq>

УКРАЇНСЬКІ ТА СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЇ

Рекреація є процесом відновлення фізичних, духовних і нервово-психічних сил людини, який забезпечується системою заходів і здійснюється у вільний від роботи час на спеціалізованих територіях. Таке визначення підкреслює відновлювальну функцію рекреації як важливого елементу соціально-економічного розвитку держави. Розвиток рекреації в Україні завдячує значному рекреаційному потенціалу, який охоплює різновиди поєднання природно-географічних та історико-культурних чинників.

Одним із цікавих напрямів рекреаційної діяльності в Україні є гірськолижний відпочинок, що, в основному, зосереджений у Карпатському регіоні. Саме там зосереджені відомі курорти Буковель, Драгобрат і Славське. Значну роль в Україні відіграє бальнеологічна та грязьова рекреація, яка зосереджена у Трускавці, Куяльнику, Моршині та Східниці. Важливе місце займає морська рекреація, представлена некупованою частиною Чорноморського узбережжя. Національна екологічна і зелена рекреація, за сучасних умов, бачить свої перспективи в Карпатах, Поліссі й на Поділлі. Саме тут можна спостерігати інтеграцію туристичної діяльності і традиційних форм господарювання. Таким чином, в Україні спостерігається поєднання активної рекреації, що включає походи в Карпати, скелелазіння, сплави по Дністру, велосипедні маршрути тощо. Важливою частиною рекреаційних турів є культурно-історичні та розважальні програми. Це уможлиблюється завдяки організації таких рекреаційних пакетів у містах з багатою історичною спадщиною, а саме – в Києві та Львові, Кам'янці-Подільському і Чернівцях, Луцьку та Одесі.

Світова рекреаційна галузь щорічно урізноманітнюється, що не в останню чергу спричиняється глобальними економічними, соціальними і технологічними чинниками. Вагомим напрямом світової рекреації є курортна справа, підприємства якої зосереджені на Середземноморських узбережжях Греції, Іспанії, Італії, Туреччини, а також на Кубі, Ямайці, Домінікані, Мальдівах, Сейшелах і Шрі-Ланці. Гірськолижний рекреаційний відпочинок на міжнародному рівні зосереджений в Альпійській частині Італії, Швейцарії, Франції, Австрії і в гірських регіонах Північної Америки. Не менш популярною у світовому масштабі є екологічна рекреація, а найвідомішими місцями її концентрації є Амазонія і національні парки Африки, Австралії та Канади. Позаяк в основі рекреаційних потреб є діагностичні, профілактичні, оздоровчі, лікувальні та реабілітаційні процедури – поліпшення і відновлення здоров'я людей зосереджене у відповідних курортно-санаторних закладах держав із розвиненою системою охорони здоров'я. Це, в першу чергу, Південна Корея, Німеччина, Ізраїль і Швейцарія. Усе більшої популярності набуває круїзна рекреація, а місця її зосередження є в Карибському та Середземному морях і вздовж узбережжя Аляски.

Культурні програми рекреаційних турів представлені історичними та архітектурними пам'ятками Євразії. Сучасні тенденції світової рекреації охоплюють задоволення екзотично-екстремальних потреб. В контексті цього варто згадати сафари в Африці, альпінізм у Гімалаях, дайвінг у Червоному морі. Організація рекреаційних подорожей є багатофакторним процесом, який охоплює кілька важливих етапів. На цьому етапі аналізуються потреби рекреантів, обирається тип оздоровлення і відпочинку. На другому етапі розробляється рекреаційний маршрут з урахуванням потреб у покращенні та відновленні здоров'я рекреантів. Важливими факторами є рівень розвитку рекреаційної інфраструктури і наявність можливостей для реалізації культурно-розважальної частини рекреаційного туру. На третьому етапі бронюється транспорт і житло, а також здійснюється комплектування усіх супутніх послуг. До цього етапу входить вибір, резервування місць та організація додаткових послуг, таких як страхування, харчування й екскурсійні програми.

Важливим аспектом організації рекреаційних подорожей є логістика, супровід, координація і безпека рекреантів. При організації рекреаційних турів усе частіше спостерігається використання сучасних технологій для оптимізації подорожі. Завершальним етапом є оцінка ефективності поїздки, в основу якої закладені відгуки рекреантів. Передбачається аналіз рівня задоволеності рекреантів, визначення сильних і слабких сторін організації таких турів, формування рекомендацій для покращення майбутніх рекреаційних мандрівок.

Отже, рекреаційна діяльність в українському вимірі та світовому масштабі характеризується постійним урізноманітненням послуг та підвищенням їхньої якості. Це є свідченням позитивних тенденцій у розвитку рекреаційної сфери.

Список використаних джерел:

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України. Київ : Вища школа, 2014. 320 с.
2. Гуцуляк В. Рекреація і туризм: теоретичні основи та організаційні аспекти. Чернівці : Рута, 2016. 270 с.
3. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності. Чернівці : Книги – ХХІ, 2020. 350 с.

Остапчук Сергій Миколайович,

*кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри геодезії та картографії
Національного університету водного господарства та природокористування,*

Остапчук Оксана Петрівна,

*кандидатка технічних наук, доцентка, доцентка кафедри комп'ютерних наук та прикладної
математики Національного університету водного господарства та природокористування,*

Прокопчук Андрій Володимирович,

*старший викладач кафедри геодезії та картографії
Національного університету водного господарства та природокористування*

ГЕОГРАФІЧНІ ЦЕНТРИ ТЕРИТОРІЙ ЯК ПРИВАБЛИВІ ТУРИСТИЧНІ ЛОКАЦІЇ

Географічні центри територій традиційно відносять до категорії основних географічних параметрів, які дають змогу отримати потрібне уявлення про її географічне розташування, цілісність, просторове розміщення та окремі ознаки. Вони виконують низку важливих функцій, серед яких, насамперед, звернемо увагу на наступні:

- туристично-краєзнавчі, як привабливі об'єкти при розробці відповідних туристичних маршрутів;
- об'єднавчо-виховні, як елементи культурно-освітнього розвитку, консолідації та патріотичного виховання громадян різних поколінь та сфер інтересів;
- природничо-пізнавальні, як атракції, що відображають суттєві фізико-географічні особливості території.

Відповідно до зазначеного, географічні центри будь-яких окреслених територій (материків, островів, країн, окремих її адміністративних одиниць) повинні сприйматися як єдині і постійні точки. І такі точки на місцевості мають право на облаштування спеціальними пам'ятними знаками. Насправді усе не так однозначно. І таких прикладів є дуже багато. Як от, географічний центр Європи. Він повинен бути однією і загальновизнаною точкою, бо не має визначатися і пояснюватися довільно, а відповідати прийнятим у науковій практиці правилам. А фактично подібних центрів Європи налічується більше двохсот, і у багатьох з них встановлені відповідні символічні пам'ятні знаки. Укладений нами список населених пунктів, де або поблизу яких у хронологічному порядку були встановлені найбільш відомі з таких локацій, виглядає наступним чином:

– Суховоля (Польща). Містечко однойменної гміни, Підляське воєводство. Місцезнаходження було встановлено у точці перетину ліній між найбільш віддаленими точками (мис Нордкап у Норвегії і мис Тенарон (Матапан) у Греції, мис Сент-Вінсент у Португалії і крайня східна точка Уральських гір), острови не враховувалися. Пам'ятний знак на ринковій площі розмістив картограф і астроном короля Речі Посполитої Шимон Антоні Собекрайський. Сталося це 1775 р. В історичному плані наразі вважається вперше встановленим географічним центром Європи. Географічні координати: 53°34'39" пн. ш. і 23°06'22" сх. д.

– Кремниця (Словаччина). Містечко муніципалітету Ж'яр-над-Гроном, Банськобистрицький край. Локація розміщується біля підніжжя гори Крагуле (тому інколи назву центру можна почути у двох варіантах: і Кремниця, і Крагуле). На меморіальній дошці поблизу церкви Яна Хрестителя вказано, що це «центр найменшого кола, описаного в межах Європи». Визначено у 1815 р. Географічні координати: 48°44'37" пн. ш. і 18°55'50" сх. д.

– Ділове (Україна). Село Рахівського району Закарпатської області. У процесі інженерно-вишукувальних робіт з метою будівництва залізної дороги геодезисти військового відомства Австро-Угорщини виконали розрахунки, відповідні вимірювання на місцевості і біля села Ділового на березі Тиси закріпили стовп. Пізніше на ньому з'явилася табличка з написом на латині: «Це постійне, точне, вічне місце, яке визначене спеціальним приладом, виготовленим в Австро-Угорщині, у Європейській системі широт і довгот у 1887 р.». Географічні координати: 47°57'47" пн. ш. і 24°11'14" сх. д.

– Пурнушкес (Литва). Село Вільнюського повіту. Визначено у 1989 р. Французьким національним інститутом географії. Для обчислення використано математичний метод визначення центру ваги геометричної фігури. Пурнушкеський центр отримав найбільш широке визнання. Це єдиний центр Європи, який занесений до Книги рекордів Гіннеса. Знак побудовано у вигляді колони з білого граніту, зверху якої знаходиться зіркова корона як символ Європейського Союзу. Географічні координати: 54°54' пн. ш. і 25°19' сх. д.

– Коуржим (Чехія). Містечко Середньочеського краю. Згідно астрономічних вимірювань чехів, географічний центр Європи знаходиться саме тут. Пам'ятний знак встановлено на міській площі у 1995 р. Він містить металевий висок, який звисає над символічною точкою на карті. Географічні координати: 50°00'10" пн. ш. і 14°58'28" сх. д.

– Тайлья (Угорщина). Село в окрузі Боршод-Абауй-Земплен. За розрахунками угорських географів центр континентальної Європи знаходиться тут. На цьому місці у 2000 р. встановлено скульптуру із написом «Геометричний центр Європи». Географічні координати: 48°14'10" пн. ш. і 21°13'33" сх. д.

Центр Європи виявився неоднозначною точкою, яка блукає по карті у досить широких межах. Суперечки про те, де ж все таки він знаходиться, виникають через різні методи розрахунків, способи і точність обчислень, умовність і неоднозначність частини кордонів Європи (слід пам'ятати і той факт, що у різні часи східну межу Європи проводили по-різному), взяття до уваги тільки континентальної частини, чи включно з найбільшими островами, чи включно з усіма островами та ін. Але незаперечним виглядає й той факт, що абсолютно переважна більшість з двохсот відомих центрів не містить хоча б якісь наведені наукові обґрунтування, а їх «народження» має передусім політичний чи комерційний інтерес. І це виглядає цілком зрозумілим, бо туристична діяльність – це прибуткова справа.

Подібна ситуація, на жаль, спостерігається і з географічним центром України. У науковій і навчальній літературі були наведені різні його локації, які знаходилися за багато десятків кілометрів у різних областях, наприклад, у Кіровоградській області: Добровеличківка, Липняжки, Ружичеве, у Черкаській: Мар'янівка, Шевченкове, Шпола та ін. Авторами, використовуючи загальновизнаний у науці метод визначення центру ваги фігури, обчислено координати географічних центрів: Рівненської області, її адміністративних районів та усіх 64 територіальних громад. Вхідні картографічні матеріали – карти масштабу 1:10 000, використані програмні продукти – Digitals, AutoCad,

кількість оцифрованих точок – більше 54 тис., точність визначення положення центрів – 7,1 м. З метою уникнення плутанини, координати географічних центрів визначено у двох системах координат – WGS-84 і СК-42.

Побудова у визначених локаціях пам'ятних знаків географічних центрів об'єднаних громад, адміністративних районів, області дозволить популяризувати дані території, сприяти культурно-освітньому розвитку населення, покращити патріотичне виховання громадян, пожвавити місцеву економіку.

Полянський Микола Євгенович,

здобувач вищої освіти на бакалаврському рівні навчально-наукового інституту управління та безпеки населення Національного університету цивільного захисту України

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВОЛОНТЕРСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Проблематика поєднання туризму і волонтерства завжди були і є в центрі уваги світової спільноти. Подорожі з метою здійснення волонтерства зародились ще у давнину, але більш масовими вони стали у XIX ст., коли місіонери, лікарі та вчителі подорожували з метою допомогти тим, хто цього потребував найбільше. В 1863 році з метою об'єднання всіх бажаючих допомогти в єдину спільноту Жан Анрі Дюнан ініціював створення такої організації, як Червоний Хрест [4]. Основними завданнями організації стали благодійна діяльність і гуманітарна допомога під час військових конфліктів або стихійних лих.

Волонтерський рух, як один з сучасних видів туризму, що розвивається в Україні, з часом набуває все більше можливостей. Зокрема, шляхом залучення до волонтерства осіб, наприклад для таких заходів, як: допомога армії (грошова, матеріальна, технічна чи людські ресурси); порятунок людей з місця бойових дій; надання першої медичної допомоги особам, які цього потребують; гуманітарна допомога (продуктами харчування, засобами гігієни, медичними препаратами, одягом та ін.); визволення, прихисток, догляд та годування домашніх тварин тощо. Звичайно, крім українських громадян, до волонтерства в умовах війни залучаються й багато іноземних волонтерів. Як відомо, туристи-волонтери здійснюють свої подорожі під час своєї відпустки та роблять добрі справи на добровільних засадах. Тож, звичайно існує певна відмінність таких подорожей від організованих групових турів. Волонтери, які подорожують з метою надання допомоги населенню в умовах війни, мають можливість здійснювати свій особистий розвиток, зокрема шляхом підвищення рівня своїх знань, наприклад, з вивчення мови, медичних навиків та навиків швидкого реагування та допомоги особам, які цього потребують. Відтак, волонтери вносять вагомий вклад у порятунок, насамперед, цивільного населення.

У книзі С. Маккарлі та Р. Лінча «Управління діяльністю волонтерів» подається таке визначення волонтерства (волонтерської діяльності) – «це добровільна, неприбуткова, суспільно корисна діяльність, що провадиться у вільний від основної роботи час» [2]. У таких подорожах, зазвичай, не має терміну обмежень у часі. Волонтер, який обрав короткострокову «відпустку», може її подовжити, або взагалі залишитися на більш великий термін. Зазвичай, усі витрати повністю покладаються на самого туриста і можуть бути достатньо високими. Волонтерський туризм істотно трансформувався з моменту початку повномасштабного вторгнення російських військ в Україну. Так, з хаотичного стану, коли з'явилося багато бажаючих, які хотіли допомогти, але не мали керівників, структур, загальноприйнятих правил, він перетворився на організований рух, у якому були встановлені, хоч і на неформальному рівні, але чіткі правила. Згодом, рух став більш професіональним, що дало можливість окремим групам волонтерів розширити пропозиції з надання послуг та підвищити їх якість. Цей процес супроводжується появою нових

волонтерських груп і напрямів діяльності, крім того, відбувається інтеграція українського волонтерського руху з міжнародною спеціалізованою спільнотою. Поява великої кількості суб'єктів волонтерського руху призводить до появи здорових конкурентних переваг. Конкурують, в першу чергу, за залучення ресурсів та увагу медіа. Негативним фактором можна назвати те, що в Україні під час війни, на жаль, продовжує зростати число нових туристичних атракцій. На весь світ стали відомими населенні пункти України, які в перші дні війни зазнали масованих авіаударів та пережили жахливі часи окупації російських військ, це такі міста, як Буча, Ірпінь, Гостомель, Бородянка, Макарів, Горянки, Охтирка, Ізюм, Балаклея та ін. [1]. У їх відновленні брали участь як українські, так і зарубіжні волонтери. Розуміємо, що після закінчення війни таких місць буде ще більше і всі вони потребуватиме, крім інших, також і зусиль волонтерів.

Нова форма волонтерського руху, яка зародилась в Україні, інтегрує в собі елементи ділового туризму. Так, з початку 2022 р. в Україну приїжджає велика кількість різних іноземних делегацій, які висловлювали свою підтримку українському народу. Ці делегації потребують елементарних туристичних послуг – поселення, харчування, трансферу, мовного супроводу, а взамін надають реальну допомогу конкретним місцевим територіальним громадам та локальним бізнес-структурам, зокрема, коштами, благодійними концертами та акціями, обладнанням та ін. Хотілось би сказати, що волонтери стають свого роду амбасадорами тієї місцевості, де вони надають допомогу. Вони можуть додатково звертати уваги суспільства до певних проблем тієї чи іншої території. Крім того, співпрацюючи з органами влади, місцевим населенням, вони сприяють інформаційній підтримці України, протидіючи дезінформації та пропаганді з боку рф. Загалом, в Україні на сучасному етапі можна виділити такі напрями волонтерського руху, як:

- евакуація цивільного населення з місця бойових дій;
- адресна соціальна допомога постраждалим від бойових дій громадянам;
- фізична допомога у відновленні пошкодженого/зруйнованого помешкання;
- евакуація тварин, розміщення їх у притулках, пошук нових домівок;
- медико-евакуаційна діяльність з гарячих точок;
- організація і проведення безкоштовної психологічної допомоги;
- організація і проведення безкоштовних юридичних консультацій для постраждалих людей, фіксація та документування воєнних злочинів тощо;
- організація і проведення екскурсій на волонтерських засадах з метою психологічного розвантаження для переселенців та інших категорій населення.

Отже, волонтерський туризм, який поєднує туризм і благодійну діяльність, є перспективним видом туризму та є значимим для України не тільки під час активних бойових дій, а також буде важливим після закінчення воєнних дій, коли країна стане на шлях повоєнної відбудови. В цілому, волонтерський туризм відіграє важливу роль у сучасній Україні, зокрема, волонтери допомагають відновлювати інфраструктурні та господарські об'єкти в зонах військових дій, а також допомагають зі збереженням культурної спадщини України [3]; іноземні волонтери, які мають професійні навички та знання, діляться ними з українськими волонтерами та з місцевими жителями.

Список використаних джерел:

1. Карпенко Н., Логвин М. Тенденції та перспективи розвитку туризму в Україні в умовах війни. *Розвиток туристичної сфери в умовах глобалізації*. 2023. С. 268–271.
2. Маккарлі С., Лінч Р. Управління діяльністю волонтерів. *Ресурсний центр розвитку громадських організацій «Гурт»*. Київ, 2008. 279 с.
3. Поступна О. В. Проблеми збереження та захисту нематеріальної культурної спадщини України в умовах військової агресії: публічно-управлінський аспект. *Успіхи і досягнення у науці*. 2025. № 3 (13) 2025. С. 576–591.
4. Путівник волонтера. URL : <https://myvolontery.com.ua/toolkit>.

Поступна Олена Вікторівна,
докторка наук з державного управління, професорка,
доцентка кафедри менеджменту навчально-наукового інституту управління та безпеки
населення Національного університету цивільного захисту України,
Бочаров Євген Володимирович,
здобувач вищої освіти на бакалаврському рівні навчально-наукового інституту управління
та безпеки населення Національного університету цивільного захисту України

НАЙКРАЩІ ГІРСЬКОЛИЖНІ КУРОРТИ ЄВРОПИ, ЇХ ОСОБЛИВОСТІ

Європа останнім часом є безперечним світовим лідером за рівнем розвитку туризму. Лише у 2024 році вона прийняла 747 млн туристів. Серед найбільш відвідуваних європейських країн стали Франція (100 млн туристів) та Іспанія (98 млн туристів). Безперечно, у збільшенні кількості туристів важливу роль відіграв подієвий туризм, а саме літні Олімпійські ігри, відкриття собору Паризької Богоматері та 80-ліття висадки союзників у Нормандії. Вважається, що туризм у 2024 році відновив на 99 % допандемічні показники [5]. І це особливо вражає, зважаючи на близькість туристичних країн до України, на території якої з 2022 році відбуваються активні військові дії внаслідок повномасштабного вторгнення російських військ. Навіть цей факт не утримує подорожуючих від відвідання найулюбленіших місць і курортів у Європі.

Європа є частиною Євразійського материка, що займає площу 10,2 млн км². Європейські країни славляться не тільки своєю історією, культурою, гастрономічними традиціями, а також і надзвичайною природою – омивається двома океанами (Атлантичним і Північно-Льодовитим) з їх морями, є рівнини та гори (гірські системи), острови та півострови, озера, річки та ставки. На території Європи існує 46 держав [1]. Така різноманітність дає можливість для формування пропозицій широкого спектру туристичних подорожей і маршрутів. Зокрема, красиві пейзажі й рельєфи, наявність гір, гірських систем, вершин, що вкриті снігом, приваблюють туристів, які полюбують зимовий відпочинок, у тому числі лижний та гірськолижний туризм.

Гірськолижні курорти Європи є ідеальними для поєднання природи, спорту, відпочинку і комфорту. Вони мають сучасні гірськолижні траси, підготовлені як для новачків, так і для професійних спортсменів. Також мають сучасну інфраструктуру, автентичну атмосферу та пропозиції розваг для всіх видів катання. Катання на гірських схилах поступово виходить за межі звичайних спусків на підготовлених трасах. Сучасний гірськолижний турист прагне спробувати себе в різних видах гірськолижного туризму, що вимагає наявності специфічного спорядження та вміння різних видів технік та стилів катання – карвінгові лижи, скітур, фрірайд, беккантрі та ін. За версією Gototrip, до п'ятнадцяти найкращих гірськолижних курортів Європи в 2024 р. потрапили такі курорти, як Валь-д'Ізер, Куршевель, Шамоні, Мерібель, Ле-дез-Альп (Франція), Сагкт-Антон, Ішгіль, Зельден, Кіцбюель, Лех (Австрія), Кран-Монтана, Гштаад, Церматт (Швейцарія), Лівіньо, Сестрієре (Італія) [4]. За даними турагенції «Море турів», найкращими лижними курортами Європи є Валь-Торанс, Куршевель та Шамоні (Франція), Церматт, Санкт-Моріц та Давос (Швейцарія), Кіцбюель та Ішгль (Австрія), Селла Ронда та Сестрієре (Італія) [3]. Ці курорти мають відмінну туристичну інфраструктуру, чудові траси та пропозиції для ексклюзивних розваг для різних категорій туристів.

Як видно із зазначених рейтингів, лідерами серед країн з найкращими гірськолижними курортами в Європі є Франція, Швейцарія, Австрія та Італія. Так, найбільшою популярністю серед туристів користується французький курорт Шамоні, який є справжнім туристичним магнітом для любителів катання на лижах і сноубордах. Курорт має довжина схилів до 152 км, висота курорту – 1035 м, тривалість сезону – близько 140 днів (з кінця листопада до початку квітня), вартість дорослого квитка – 65 євро [2]. Різноманітність

пропозицій забезпечують п'ять районів курорту – Гран Монте, Лез Уш, Ле Тур/Бальм, Ла Флежер і Ле Бреван. Окрім катання на лижах, на курорті можна побачити найкрасивіші краєвиди регіону, наприклад, скориставшись канатною дорогою, дістатись до головних гірських вершин, а також познайомитись із європейською архітектурою, традиціями та поринути у яскраве нічне життя. На іншому французькому курорті, Валь-д'Ізер, що розташований в Альпах та охоплює понад 300 км трас, пропонуються, крім катання на лижах, також катання на собачих упряжах, прогулянки засніженими вуличками містечка, шопінг у бутиках та дегустація місцевих страв у ресторанах, а також відвідання термальних спа. У найбільш престижному гірськолижному курорті світу – Куршавель, який пропонує понад 600 км трас (червоні, сині, чорні) та славиться високим рівнем обслуговування, серед варіантів додаткового дозвілля – катання на санях, спа і оздоровчі процедури та вечеря у ресторанах із мішленівськими зірками. У французькому Мерібелі (600 км трас) пропонується відвідування льодової арени, катання на ковзанах, дегустація французької кухні.

У швейцарських гірськолижних курортах поєднується спорт, розкіш і мальовнича природа, що приваблює спортсменів і туристів-любителів катання на лижах. Серед варіантів дозвілля для туристів, окрім основного – катання на лижах, пропонуються такі: відвідування виноробень регіону, шопінг у місцевих бутиках, прогулянки пішохідними маршрутами, відвідування спа і фітнес-центрів, катання на санях (Кран-Монтана); прогулянки по льодовикових стежках, відвідування культурних заходів (наприклад, музичних фестивалів), катання на санях і ковзанах, шопінг, вечері в розкішних ресторанах (Гштаад); відвідування музеїв, шопінг у люксових магазинах, катання на санях, вечеря у ресторанах із видом на Альпи (Цермат). Австрійський Кітцбюель відомий своїм легендарним спуском «Штрайф» для професіоналів, автентичною атмосферою та відмінним поєднанням катання та аперскі; курорт Ішгаль відомий своїми яскравими аперскі вечірками, високим рівнем підготовки трас та чудовою інфраструктурою для сімейного відпочинку. В італійському Лівіньо туристам пропонується катання на велосипедах по зимових маршрутах.

Отже, гірськолижний туризм є одним з популярних видів туризму, який об'єднує різновікових членів родини, друзів, колег – любителів лижного катання, а також пропонує свої послуги для професійного лижного спорту. Цей вид туризму щорічно дає значні прибутки, що дозволяє місцевій владі інвестувати в розвиток туристичної інфраструктури.

Список використаних джерел:

1. Попович-Кузнецова Н. В. Європа. *Енциклопедія Сучасної України* / редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. Київ: Ін-т енциклоп. дослідж. НАН України, 2009 (оновл. 2023). URL : <https://esu.com.ua/article-17368>.
2. Найкращі гірськолижні курорти 2024–2025 по всьому світу: де відпочити у горах цієї зими? *Visit World Today*. URL : <https://visitworld.today/uk/blog/1825/the-best-ski-resorts-20242025#top-10-naibilsix-girskoliznix-kurortiv-u-sviti>.
3. Рейтинг найкращих лижних курортів Європи та Туреччини. 10.02.2025. URL : <https://www.more-turiv.com.ua/rejting-najkrashnix-lizhnix-kurortiv-yevropi-ta-turechchini/>.
4. ТОП-15 найкращих гірськолижних курортів Європи. *Gototrip*. 2024. URL : <https://gototrip.blog/top-hirskolyzhnykh-kurortiv-yevropy/>.
5. Marcus L. More than 1.4 billion people traveled internationally in 2024 as tourism returns to pre-pandemic highs. *CNN travel*. 2025. URL : <https://edition.cnn.com/travel/united-nations-tourism-data-2024-intl-hnk/index.html>.

Тюріна Діна Миколаївна,
кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри менеджменту
Національного університету цивільного захисту України,
Скирда Валерія Володимирівна,
здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні
Національного університету цивільного захисту України

ВПЛИВ ФЕСТИВАЛІВ ЇЖІ НА ПОПУЛЯРИЗАЦІЮ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ПОЛЬЩІ

Гастрономічний туризм у сучасному світі набуває дедалі більшої популярності, стаючи важливим інструментом просування культурної спадщини та економічного розвитку регіонів. Польща, країна з багатою кулінарною традицією, активно використовує гастрономічні фестивалі для залучення туристів і популяризації своєї кухні. Такі заходи, як Фестиваль перогів у Кракові та Ярмарок смаків у Познані, є яскравими прикладами того, як їжа може стати каталізатором туристичного інтересу.

Польща має унікальну гастрономічну спадщину, яка поєднує впливи слов'янської, німецької, єврейської та інших культур. Традиційні страви, такі як перогі (вареники з різноманітними начинками), бігос (тушкована капуста з м'ясом), журек (кислий суп на заквасці), а також регіональні делікатеси, наприклад, осципек (копчений сир із Татр), давно стали візитівкою країни. Ця кулінарна різноманітність створює міцну основу для розвитку гастрономічного туризму, адже сучасні мандрівники шукають не лише пам'ятки, а й автентичні смакові враження.

Фестивалі їжі в Польщі відіграють ключову роль у популяризації цих традицій. Вони не лише знайомлять туристів із місцевою кухнею, а й сприяють створенню емоційного зв'язку з культурою країни. Такі заходи об'єднують кулінарію, музику, народні традиції та гостинність, що робить їх привабливими для широкої аудиторії. У цьому контексті Фестиваль перогів у Кракові та Ярмарок смаків у Познані є прикладом того, як гастрономічні події можуть стати драйверами туристичного потоку.

Фестиваль перогів (пол. Festiwal Pierogów), який щорічно проходить у Кракові, є одним із найвідоміших гастрономічних заходів Польщі. Зазвичай він відбувається в серпні на Малому ринку (Mały Rynek), у самому серці історичного центру міста. Ця подія присвячена перогам – страві, яка вважається символом польської домашньої кухні. Учасники фестивалю – ресторани, пекарні та локальні виробники – змагаються за звання найкращого майстра перогів, пропонуючи як класичні рецепти (з м'ясом, сиром, грибами), так і креативні інтерпретації (наприклад, з лососем чи фруктами). Фестиваль приваблює тисячі відвідувачів, серед яких значна частка – іноземні туристи. За оцінками організаторів, щороку подію відвідують від 30 до 50 тисяч людей. Для туристів це не лише можливість скуштувати різноманітні перогі, а й зануритися в атмосферу польської культури: виступи фольклорних колективів, майстер-класи з ліплення перогів і ярмарок місцевих продуктів додають заходу колориту.

Внесок фестивалю в гастрономічний туризм очевидний: він популяризує Краків як дестинацію для гурманів. Туристи, які приїжджають на фестиваль, часто залишаються в місті на кілька днів, відвідуючи інші пам'ятки – Вавельський замок, Казімеж чи соляні копальні у Величці. Таким чином, подія стимулює економіку міста, сприяючи розвитку готельного бізнесу, ресторанів і транспортних послуг. Крім того, фестиваль активно просувається в соціальних мережах і туристичних платформах, що підвищує його видимість серед міжнародної аудиторії. Ще одним важливим заходом є Ярмарок смаків (пол. Jarmark Smaków), який проходить у Познані – місті з давньою торговельною історією та багатою кулінарною культурою. Ця подія зазвичай відбувається на Старому ринку (Stary Rynek) і триває кілька днів, залучаючи як місцевих жителів, так і туристів. Ярмарок акцентує увагу на регіональних продуктах Великопольщі – ковбасах, сирах, меді, а також традиційних стравах, таких як ругу z gzikiem (картопля з сиром і сметаною).

На відміну від Фестивалю перогів, Ярмарок смаків у Познані має ширший гастрономічний фокус, пропонуючи відвідувачам не лише скуштувати їжу, а й придбати локальні продукти. Це робить його привабливим для туристів, які хочуть привезти додому частинку польського смаку. У рамках ярмарку також проводяться кулінарні шоу, дегустації та презентації від місцевих шеф-кухарів, що додає заходу інтерактивності.

Познань, хоча й менш популярна серед туристів, ніж Краків чи Варшава, завдяки таким подіям поступово завоює статус гастрономічної дестинації. Ярмарок смаків приваблює щороку близько 20-30 тисяч відвідувачів, значна частина яких – іноземці, що приїжджають спеціально на подію. Туристичні агенції навіть включають ярмарок до своїх маршрутів, поєднуючи його з відвідуванням собору на острові Тумському чи знаменитих познанських козликів – механічних фігур на ратуші. Таким чином, захід сприяє не лише популяризації гастрономії, а й розширенню туристичного потенціалу міста.

Фестивалі їжі, такі як у Кракові та Познані, мають прямий вплив на залучення туристів до Польщі. По-перше, вони створюють унікальну пропозицію, яка вирізняє країну серед інших європейських дестинацій. Якщо Франція асоціюється з вином і сиром, а Італія – з пастою і піцою, то Польща завдяки таким заходам просуває власний гастрономічний бренд, акцентуючи на простоті, автентичності та смаковій різноманітності своєї кухні. По-друге, ці заходи стимулюють внутрішній і зовнішній туризм. Для іноземних гостей фестивалі стають приводом відвідати Польщу, а для місцевих жителів – можливістю відкрити для себе нові регіони країни. Наприклад, жителі Варшави чи Вроцлава можуть поїхати до Кракова на Фестиваль перогів, поєднуючи гастрономічні враження з культурною програмою. Економічний ефект від таких подій також значний. За даними польських туристичних асоціацій, гастрономічний туризм у Польщі щороку приносить мільйони злотих до місцевих бюджетів. Фестивалі сприяють зростанню доходів ресторанів, готелів, транспортних компаній і малих підприємств, які продають свою продукцію. Крім того, вони створюють робочі місця – від кухарів і організаторів до гідів і продавців.

Незважаючи на успіх, фестивалі їжі в Польщі стикаються з певними викликами. Одним із них є сезонність: більшість заходів відбувається влітку, що обмежує туристичний потік у холодні місяці. Іншою проблемою є недостатня міжнародна промоція. Хоча Фестиваль перогів і Ярмарок смаків відомі в Польщі, їхня популярність за кордоном поступається, наприклад, Октоберфесту в Німеччині чи фестивалю "Єврошоколад" в Італії. Для подолання цих викликів Польща могла б активніше інвестувати в маркетинг, співпрацювати з міжнародними туристичними операторами та розширювати календар гастрономічних подій. Наприклад, зимові фестивалі гарячих страв чи напоїв могли б залучити туристів у міжсезоння. Також варто розвивати інфраструктуру – покращувати транспортне сполучення між містами та забезпечувати комфортні умови для гостей.

Отже, фестиваль перогів у Кракові та Ярмарок смаків у Познані є важливими складовими гастрономічного туризму в Польщі. Вони не лише популяризують польську кухню, а й сприяють залученню туристів, економічному зростанню та формуванню позитивного іміджу країни. Ці заходи демонструють, як їжа може стати мостом між культурами, об'єднуючи людей із різних куточків світу. Розвиток таких фестивалів має великий потенціал, якщо Польща продовжить інвестувати в їхню промоцію та інноваційний підхід. У перспективі гастрономічний туризм може стати одним із ключових напрямів туристичної індустрії країни, зміцнюючи її позиції на міжнародній арені. А перогі, ковбаси та інші смаколики залишатимуться не лише стравами, а й символами гостинності та багатой спадщини Польщі.

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Як відомо, рекреація, будучи однією з найбільш динамічних галузей, виступає потужним чинником економічного та культурного розвитку людства, збереження історико-культурної спадщини і навколишнього середовища, підтримки міжнародного діалогу. Під рекреацією розуміють сукупність явищ і відносин, які виникають у процесі використання вільного часу для оздоровчої, спортивної, пізнавальної, культурно-розважальної діяльності людей на спеціалізованих територіях [1, с. 173]. У широкому значенні рекреація є суспільним явищем, яке відображає відносини з приводу відновлення й розвитку життєвих сил людини. Генеруючи широкий спектр занять, диференційованих за видами та інтенсивністю навантажень, рекреація сприяє саморозвиткові людини, підвищуючи фізичну і соціальну активність індивіда [2, с. 30]. А отже, її важливим соціальним аспектом є безпосередній вплив на людський розвиток, створення належних умов для відпочинку та оздоровлення населення, проведення змістовного дозвілля для представників різних демографічних груп [1, с. 172].

Процес створення і споживання матеріальних та духовних цінностей з метою відновлення і розвитку фізичного, психічного та культурного потенціалу людей [2, с. 30] можна трактувати як рекреаційну діяльність. Згідно з Положенням про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України, «рекреаційна діяльність – це діяльність, що здійснюється з метою відновлення розумових, духовних і фізичних сил людей шляхом створення умов для їх загальнооздоровчого і пізнавального відпочинку» [3]. Втім, варто погодитись з точкою зору, що рекреаційна діяльність розмита, адже вона неявно існує в багатьох сферах людської діяльності [4, с. 4]; це досить складна система, яку формують тісно пов'язані між собою біологічні, соціальні, технічні й інші компоненти [2, с. 31]. Метою рекреаційної діяльності є виробництво специфічного продукту – сукупності послуг, які б задовольняли потреби населення у відновленні затрачених сил [1, с. 172].

В сучасних умовах рекреаційна сфера має розвиватися на засадах інклюзивного підходу, оскільки «абсолютною цінністю є людина з її потребами у відпочинку, відновленні психофізичних кондицій, фізичному та культурно-інтелектуальному розвитку» [5]. Такий підхід, зрештою, відображає тенденцію до індивідуалізації як самого змісту, так і процесу надання рекреаційної послуги. У цьому контексті неминучим стає урізноманітнення та розширення рекреаційної діяльності, «ініціювання та розроблення концепцій і програм для розвитку рекреації, їх правове, інформаційне, фінансове та кадрове забезпечення» [6]. За нашим переконанням, стратегія розвитку рекреаційної сфери має базуватися на гендерно чутливому підході (рис. 1).

Оскільки в основі рекреаційної діяльності лежать суспільні цінності, що формують рекреаційні потреби, досі в рекреаційній сфері можуть проявлятися ознаки патріархальної гендерної культури, яка пропагує уявлення про домінуюче становище чоловіка в родині та суспільстві, що, у свою чергу, породжує [інколи відверто дискримінаційні] розбіжності життєвих практик чоловіків і жінок, зокрема у підходах до організації дозвілля [7, с. 129]. Існуючі гендерні упередження (соціальні установки з негативним і спотвореним змістом, упереджене ставлення до представників іншої статі [8, с. 81]), стереотипи (стійкі загальноприйняті уявлення про ролі того чи іншого гендеру [8, с. 77]) призводять до гендерної асиметрії (незбалансованої представленості культурних та соціальних ролей обох статей [8, с. 51]) і, відповідно, обмежують чоловіків і жінок у виборі прийнятних (корисних, змістовних) рекреаційних занять.



Рис. 1. Особливості впровадження гендерно чутливого підходу в рекреаційній сфері
Примітка. Складено автором

Рекреаційна сфера має виступати об'єктом гендерного аналізу, спрямованого на визначення залежності характеру рекреаційних потреб від чинника статі та, навпаки, визначення відмінностей впливу рекреаційної діяльності на відновлення і розвиток людського потенціалу чоловіків та жінок (рис. 2). Гендерна нерівність у рекреаційній сфері може трактуватися як прояв дискримінації щодо певної статі (зокрема, у виборі характеру, частоти й тривалості рекреаційних занять), що супроводжується тиском з боку суспільства, нав'язуванням певної гендерної ролі, виявом нетерпимості та антипатії, неможливістю повноцінного задоволення рекреаційних потреб.

Передусім гендерна нерівність проявляється у кількісних характеристиках рекреаційних занять (йдеться про обсяг і структуру часового ресурсу) та, відповідно, підходах до конструювання циклу рекреаційної діяльності. У цьому контексті варто згадати, що згідно зі стереотипними уявленнями про закріплення сімейних і професійних ролей, для жінок провідною роллю вважається сімейна, для чоловіків – професійна. Проте сучасні жінки є досить активними у професійній діяльності, прагнучи задовольнити власні кар'єрні амбіції і досягти фінансової незалежності. Це породжує проблему «подвійного

навантаження» – поєднання професійної зайнятості і завантаженості у приватній сфері, коли жінки змушені виконувати додаткову неоплачувану роботу, пов'язану з домогосподарством [7, с. 129]. Такий стан справ, з одного боку, зумовлює появу більш високих вимог до рекреаційних занять, які покликані відновити життєві сили жінки, а з іншого боку – пояснює обмеженість часу, який жінка може виділити для рекреації. Звісно, чоловіки також потерпають від надмірних навантажень і високого суспільного тиску в питаннях їх фінансової спроможності утримувати родину. Тому можна дійти висновку, що, незважаючи на наявні диспропорції у витратах людського капіталу для виконання професійних завдань і ведення домашнього господарства, представники як жіночої, так і чоловічої статі часто відчують на собі наслідки порушення балансу «робота – життя». Відтак, кожен /кожна усвідомлює, що рекреація може врятувати як від виснаження на робочому місці, так і емоційного вигорання у родинному колі. Але і тут можуть даватися взнаки гендерні стереотипи: у патріархальному середовищі чоловікові не прийнято демонструвати втому і слабкість (отож, і рекреація може асоціюватися, наприклад, з престижними спортивними заняттями або службовими поїздками, що у підсумку, знову ж таки, сприятиме підвищенню соціального статусу чоловіка), а від жінки очікують, що вона пов'язуватиме рекреаційні заняття в основному з турботою про добробут сім'ї чи вихованням дітей (що спрямовано на демонстрацію її жіночності і відданості родині).



Рис. 2. Основні чинники, що формують гендерний контекст рекреаційної діяльності
Примітка. Складено автором

Звідси випливає, що гендерна нерівність проявляється також у якісній характеристиці рекреаційних практик, притаманних чоловікам і жінкам. Згідно з пануючими стереотипами, чоловіки більш схильні до рекреаційно-спортивних занять (увага акцентується на розвиткові фізичних сил), тоді як жінки віддають перевагу рекреаційно-пізнавальним заняттям (екскурсії, відвідування музеїв, виставок, театрів заради духовного розвитку). Схильність жінок до відвідування театрів і виставок асоціюється з переживаннями, отриманням нових емоцій і вражень (стереотип про вищу вразливість жінок, переважання у них емоційної складової над раціональним мисленням). До того ж, часто такі походи жінки здійснюють разом з дітьми в освітніх цілях, що цілком відповідає стереотипу щодо провідної ролі жінки у вихованні дітей [7, с. 130].

Розбіжності у виборі рекреаційних занять також детерміновані соціально-економічною нерівністю статусних позицій чоловіків і жінок. Оскільки вартість рекреаційних послуг часто стає вирішальним чинником щодо їх вибору, у кращому становищі опиняються чоловіки, рівень доходів яких зазвичай вищий, ніж у жінок, і тому вони готові виділити на задоволення рекреаційних потреб більшу частку свого доходу, що

певною мірою є відповіддю на запити патріархально налаштованого суспільства, яке вимагає від чоловіка демонстрації його фінансової спроможності. Навіть критерії оцінювання результатів рекреаційної діяльності можуть мати гендерне забарвлення: якщо для чоловіка домінуючими стають мотиви престижності або об'єктивні показники стану здоров'я (наприклад, у випадку лікувально-рекреаційних процедур), то для жінки критерієм доцільності витрачених на рекреацію часу і коштів може вважатися одержання нових вражень, позитивних емоцій, спілкування з приємними людьми.

Таким чином, рекреаційна діяльність повинна здійснюватися на засадах гендерної рівності та інклюзії, сприяючи, зі свого боку, становленню у суспільстві егалітарної гендерної культури, орієнтованої на розвиток гендерної демократії та усунення будь-яких проявів гендерної дискримінації на робочих місцях і в родині шляхом рівномірного розподілу ресурсів та участі. Для цього в першу чергу слід сформувати гендерно чутливу державну політику в рекреаційній сфері, заохочувати підвищення гендерної компетентності, впроваджувати дієві механізми попередження і розв'язання гендерно-рольових конфліктів, у т. ч. шляхом їх трансформації у конструктивну гендерну взаємодію заради підвищення загальної ефективності рекреаційної діяльності. Для оперативного реагування на виникнення гендерних дисбалансів показники рекреаційної діяльності варто аналізувати крізь призму гендерної статистики, а також застосовувати процедуру гендерного аудиту стосовно стратегічних рішень, які потенційно можуть змінити доступність та /або якість рекреаційних послуг для чоловіків чи жінок.

Список використаних джерел:

1. Каленюк І. С., Котенко Т. М. Соціальні аспекти розвитку рекреації і туризму як значущого сегменту світового господарства: теоретико-методологічні засади. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2015. Вип. 3. С. 172–176.
2. Близнюк А. С. Понятійно-категорійний апарат механізмів державного регулювання розвитку рекреаційної сфери. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2018. № 2 (19). С. 28–34.
3. Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України : Наказ Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України від 26 липня 2022 року № 256. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1043-22#Text> (дата звернення: 09.04.2025).
4. Гурова Д. Д., Шморгуненко Є. О. Рекреаційна географія : навчальний посібник. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 110 с.
5. Інклюзивний розвиток рекреаційного природокористування : монографія / Л. Черчик, Н. Хмарова. Одеса : ДУ «ІРЕЕД НАНУ», 2022. 157 с. (дата звернення: 12.04.2025).
6. Славінський О. В. Теоретичні аспекти державного регулювання рекреаційної сфери. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2023. № 8. URL : <https://nauka.com.ua/index.php/dy/article/view/1981/2003> (дата звернення: 12.04.2025).
7. Гончаренко О. В. Проблема дозвілля в контексті гендерного знання. *Збірник наукових праць Херсонського державного університету*. 2016. Вип. 74 (3). С. 128–131. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/znppn_2016_74%283%29__28 (дата звернення: 12.04.2025).
8. Словник гендерних термінів / Укл. З. В. Шевченко. Черкаси : видавець Чабаненко Ю., 2016. 336 с.

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ: РЕСУРСИ, МОЖЛИВОСТІ, ПЕРСПЕКТИВИ

Одним із пріоритетних напрямків сталого розвитку територіальних громад високорозвинених країн світу є розвиток туристичної сфери. Успішне функціонування туристичної індустрії України значною мірою залежить від ефективного використання природно-рекреаційних та культурно-історичних ресурсів її територій.

Пріоритетні напрями розвитку туризму в Україні базуються на природних ресурсах, природно-заповідному фонді і культурно-історичних пам'ятках. Найбільш поширеними видами туризму є культурно-пізнавальний та спортивний, основна мета яких – ознайомлення туристів з природою, культурно-історичним надбанням і сучасним життям країни. Сьогодні розвиток туризму в Україні забезпечується загальним рівнем соціально-економічним розвитком держави. Саме тому, нововведення у туристичній галузі допоможуть підвищити рівень організації та обслуговування, покращать матеріально-технічну базу туристичних операторів та агенцій, сприятимуть збереженню і відновленню пам'яток історії та культури [2, с. 22].

Україна володіє привабливими та розмаїтими туристичними ресурсами. Локаційні військові дії, розпочаті варварською московією у 2014 році і продовжені повномасштабним окупаційним вторгненням, тимчасово позбавив Україну контролю над багатьма цікавими й унікальними природними ресурсами. Однак ті, які залишилися на підконтрольній Україні території, якісно задовольняють туристичні прагнення українського населення та іноземних громадян. Почнемо з природних ресурсів. Зокрема, Українські Карпати є ідеальними для гірськолижного, екологічного та зеленого туризму; Чорне море задовольняє потреби у пляжному та лікувально-оздоровчому туризмі; Шацькі озера, Подільські Товтри, Дністровський каньйон є мальовничими місцями для активного відпочинку і релаксації. Культурно-історичні ресурси яскраво представлені такими ємними комплексами: Київ, Львів, Чернівці, Кам'янець-Подільський, Одеса з їхньою багатою архітектурою, музеями, фестивалями. Об'єкти ЮНЕСКО Софія Київська, Києво-Печерська лавра, центр Львова, Буковинська митрополія є туристичними перлинами, що безперервно приваблюють бажаючих пізнати їхню безцінну історико-культурну таїну. Козацька спадщина (Запорізька Січ, Хортиця) є уособленням незламно-вольової сили Української нації та місцем задоволення туристичних потреб. Величезний потенціал на сьогодні є у замкового туризму. В Україні налічується близько 116 замків, а найбільша кількість знаходиться Тернопільській області – 34 [1, с. 11]. З метою популяризації зруйнованих замків та фортець можна використовувати новітні інформаційні технології.

Великий потенціал мають етнографічні та гастрономічні ресурси. Весь світ відкриває для себе Україну: її культуру, звичаї, традиції, пісні, вишиванки, а також смачну і неповторну українську кухню. Україна, в силу своїх теперішніх можливостей і складених обставин, усе ж таки здатна якісно та гранично безпечно організувати більшість видів туризму на своїй території, а саме:

- а) екотуризм – зростає попит на подорожі з повагою до природи;
- б) медичний і wellness-туризм – мінеральні води, санаторії (Трускавець, Моршин, Хмільник та інші);
- в) культурно-пізнавальний туризм – завдяки численним історико-культурним пам'яткам;
- г) фестивальний туризм – музичні, етнічні, винні фестивалі;

г) екстремальний туризм (сплави та рафтинг по Дністру, скелелазіння, подорожі печерами);

д) релігійний туризм – паломницькі маршрути до Зарваниці, Почаївської лаври, Унівської лаври й інших святих місць;

е) військово-патріотичний туризм – новий напрям у зв'язку з понадодинадцятирічною агресивно-завойовницькою московитською війною в Україні (музеї війни, меморіали, маршрути по звільнених територіях).

Звісно, що повноцінний ефективний розвиток туризму уможливиться тільки після повноцінного припинення усіх бойових дій і диверсійно-підривної діяльності на території України зі збереженням її державного суверенітету з самостійним вирішенням військово-економічного та соціально-культурного розвитку й інтеграційного курсу.

На даному етапі нагального вирішення також потребують: покращення інфраструктури (транспорт, дороги, обслуговування, зручності), безпека й відновлення довіри іноземних туристів після війни, популяризація бренду України як туристичної дестинації, підготовка кадрів у сфері туризму, цифровізація (дистанційні сервіси, туристичні аплікації, віртуальні тури) [3, с. 87].

Україна – це скарбниця туристичних можливостей. Її потенціал криється в історії, природі, у самих людях, які зберігають традиції, готують смачні страви, відроджують ремесла та готові гостинно приймати туристів. У повоєнний час туризм може стати потужним інструментом економічного відновлення й культурної дипломатії.

Список використаних джерел:

1. Даниленко-Кульчицька В. Розвиток замкового туризму в Україні: застосування європейського досвіду. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 68. С. 10–16.
2. Самодай В. Характерні особливості туристичного потенціалу України. *Економіка та суспільство*. Вип. 2023. С. 21–26.
3. Фастовець О.О. Туризм в Україні в умовах воєнного стану. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2022. Вип. 3(80). С. 87–97.

СЕКЦІЯ 7

Освітньо-професійна підготовка фахівців для **туристично-рекреаційної сфери**

Казаков Володимир Леонідович,

*кандидат географічних наук, доцент, завідувач кафедри туризму та економіки
Криворізького державного педагогічного університету, ФОП і стейкхолдер в галузі
туризму, найкращий гід України 2021 року за версією Ukraine Tourism Awards*

ПРОФЕСІЙНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЕКСКУРСІЙНОГО ГІДА НА ОСНОВІ ФІДБЕКУ

Фідбек – зворотній зв'язок. В екскурсійній діяльності фідбеком є думка екскурсантів про роботу гіда та якість самої екскурсії. Туризм це економіка, а на ринку послуг визначальними критеріями якості товару завжди є оцінка від покупця. В екскурсійній справі це також має працювати. Вивчення реакцій екскурсантів на роботу гіда слід проводити наступними методами – аналізом коментарів людей у соцмережах та в Інтернеті, «підслуховування» розмов під час екскурсії, аналіз зовнішніх реакцій екскурсантів, сарафанне радіо та ін. У роботі гіда обов'язково постає питання професійної оцінки – як якісно була розроблена, організована та проведена екскурсія. Аналіз фідбеку від екскурсантів дозволив виділити 16 критеріїв оцінки професійності гіда.

1. Інформативність розповіді гіда – екскурсія повинна бути насиченою корисною інформацією про об'єкти відвідування; гід повинен мати глибокі знання про територію екскурсійного маршруту – історію, культуру, архітектуру, природу, населення тощо.

2. Стиль розповіді гіда. В стилі роботи гіда, як позитивні елементи, екскурсанти називають насиченість, щирість і емоційність. Це зближує гіда з групою, що дозволяє більш атмосферно і глибоко розкрити тему екскурсії, показати місцевість і передати ментальність.

3. Використання гідом різноманітного спектру екскурсійних прийомів розповіді та показу. Це забезпечує численні переходи та різноманіття ходу самої екскурсії, що надовго запам'ятовується відвідувачами.

4. Тема екскурсії розкрита повністю, про що говорить реакція людей у такій формі – нам все сподобалося та ми почули все, що хотіли. Додати до такої екскурсії майже нічого.

5. Комунікабельність гіда. Гарна екскурсія має сприяти взаємодії між гідом і учасниками. Фідбек від екскурсантів – гід за короткий термін встановив контакт з групою людей різного віку та їх інтересами, ми стали одним цілим, мали можливість висловлювати свої думки, гід створив умови для відповідей і питань, звучав тільки позитив. Від себе додам, що гід повинен з незнайомих людей за 3–4 години стандартної екскурсії зробити колектив та забезпечити атмосферу, нібито люди знають один одного багато років. Надважливим є ставлення гіда до екскурсантів як до друзів, а не до «плохів» або джерела власного фінансового збагачення.

6. Гід створює умови для знайомства і спілкування між учасниками екскурсії у майбутньому. Фідбек – ми екскурсанти подружилися, тепер багато часу проводимо й без екскурсій, я знайшов однодумців.

7. Харизма гіда. Екскурсанти пишуть про харизматичний чар гіда, який виражається у вмінні привернути увагу та зацікавити своєю оригінальністю учасників екскурсії так, що подорож буде захоплюючою та запам'ятовується надовго. Тут можна ще додати такі ознаки харизматичного гіда, як наявність дару спілкування та здатності вражати своєю особистістю. Він може використовувати різноманітні техніки, такі як жести, інтонація голосу, виразність

мовлення та загальна енергія, щоб залучити увагу групи. Такий гід може вміло використовувати гумор, створювати емоційне зв'язок з учасниками та створювати атмосферу відкритості та співпраці. Харизматичний гід часто може використовувати нестандартні підходи та інтерактивні методи, щоб зробити екскурсію більш цікавою і незабутньою.

8. Акторська майстерність гіда. За висловами екскурсантів гід – актор, сценарист і режисер одночасно. Акторська майстерність перегукується з вимогами до харизматичності гіда. У гіда з високими акторськими компетентностями екскурсія автоматично перетворюється на театр одного актора. До такого гіда люди йдуть не лише на тему екскурсії, а найчастіше просто на його особистість.

9. Майстерність створити обстановку чудового відпочинку для екскурсантів. У своїх коментарях люди прямо вказують на те, що відпочили під час екскурсії, наскільки все було легко, ненав'язливо і водночас цікаво. Зазначимо ще й такий фідбек – під час екскурсії відвідувачі сміялися, світло сумували, безмірно дивувалися.

10. Розповідь з любов'ю. У роботі гіда головними прийомами є показ та розповідь. Звісно це можна робити механічно, особливо якщо це серійні екскурсії з повтореннями упродовж дня. Але екскурсанти нам дають наступний фідбек: якщо гід відноситься з любов'ю до того, про що він показує і розповідає, то ця любов до рідного краю буде передаватися до екскурсантів.

11. Наука – не наука у роботі гіда. Звичайно гід має нести об'єктивну та достовірну інформацію в маси. Але, як відзначають екскурсанти, їм хочеться почути й легенди, повір'я, міфи, певні вигадані історії. З такими вставками у гіда виходить більш різнобарвна екскурсія, яку запам'ятають відвідувачі. Якщо у гіда немає легенд, їх можна придумати на місці, вміння увімкнути власну фантазію і долучити до неї екскурсантів є точно виграшним для підвищення якості екскурсії. З іншого боку наукові факти мають подаватися гідом у виключно простій і доступній формі, з розтлумаченням аббревіатур, аналогіями, цікавими порівняннями та ін.

12. Ораторська майстерність гіда. Фідбеком тут є відзначення чіткої дикції та сили голосу, всі чули, про що розповідав гід і текст був зрозумілим. Розповідь гіда – це завжди публічний виступ, вміння ёмко, логічно і доступно говорити, ловити погляди і реакцію людей та реагувати на це.

13. Вдячність екскурсантів. Тут фідбек проявляється по різному. Напрямую по закінченню екскурсії гідую слова вдячності висловлюються напрямую. Другою формою – подяка у власних сторісах та на сторінках в Інтернеті, під постами гіда про проведену екскурсію або екскурсантів, окремі вдячні пости відвідувачів у соціальних мережах.

14. Шум в Інтернеті про екскурсію. Як правило це проявляється через появу численних постів відвідувачів і відгуків позитивного схвалення роботи гіда. Факт появи самих постів з фотографіями це пряма ознака, що робота гіда не пройшла осторонь екскурсантів, екскурсія в нормі, тому про неї пишуть і говорять.

15. Будемо ходити ще. Одним з показників вдалої роботи гіда є ситуація, коли вже екскурсія закінчена, а відвідувачі не хочуть розходитись. В театрі та в музиці це називається «на біс». Від гіда нібито ще чекають чогось додаткового. Тут же по завершенню лунають питання: коли наступна екскурсія, а які ще у вас є маршрути і коли? Це свідчить про те, що гід сподобався і на нього є бажання ходити ще.

16. Форма відповідає суті гіда. Мова про зовнішній вигляд гіда. Зовнішній вигляд гіда має бути відповідним до статі, віку, погоди та місця проведення екскурсії.

Виділені критерії професійної роботи гіда дозволяють формувати якість екскурсійного обслуговування та визначити ознаки його професійної майстерності.

ТУРИЗМ – ШЛЯХ ДО ЗДОРОВ'Я

Туризм називають клінікою під відкритим небом. Це підтверджують постійні пошановувачі туризму. Іноді дивишся на людину, яка постійно займається туризмом знімається інвалідність і ми пишаємося такими людьми.

Артеріальний тиск – це біда яка супроводжує довгий час життя. Артеріальний тиск це відхилення від норми. Почавши займатися туризмом виводите себе у здоровий режим і як наслідок організм приходить до норми. Регулярні туристичні походи, особливо літом нормалізують важливі життєві функції:сон, настрій, обмін речовин, працездатність. При таких змінах артеріальний тиск завжди відступає. Люди, які займалися, особливо пішим туризмом, позбавляються багатьох хвороб, які були до цього: аритмія, стенокардія, тонзиліт, відкладення солей, остеохондроз, невростенія, холецистит і варикозне розширення вен.

У середньостатистичної людини 630 м'язів, 530 з яких працюють під час походів. Потреба кисню при цьому може збільшитися у 10 разів. Пішоходний туризм це виховання волі. Він зрівнює напругу сучасного ритму роботи і дозволяє витримати її з меншими затратами. Туризм організовує людина і покращує її здоров'я, дозволяє ущільнити графік роботи на день, знаходити резерви завдяки яким покращується самопочуття. Організм людей ефективно справляється з фізичними та фізіологічними навантаженнями.

Туризм благотворно впливає на нервову систему. Імпульси від кінцівок немов заряджають кору головного мозку, яка відповідає за настрій людини. Фізична активність - найкращий засіб боротьби з неврозами. Неприємні емоції завжди супроводжуються виділенням адреналіну який нейтралізується в процесі фізичної напруги. Багатоплановий вплив туризм має на серцево-судинну систему, яким би видом не був туризм він обов'язково впливає на частоту пульсу і показник роботи серця стає набагато кращим. Туризм завжди віддаляє процес зношування серця. Походи нормалізують артеріальний тиск людини. Під час походу людина краще думає. Багато проблемних рішень приходять в той час коли людина знаходиться на повітрі, а під час робочого часу не могла до цього додуматись. Любителі туризму покладають великі надії на регулювання функцій ваги людини, люди які люблять поїсти можуть скинути вагу – головний аргумент за що вони страждають під час походів. Люди зберігають звичку до солодкого, до мучного не обтягуючи себе надуманим презирством. Тільки під час туристичного походу вони самі по собі відмовляються від надлишкового харчування. Дослідження показують, один з кращих засобів для схуднення є ходьба, чим більше вага опускається на ноги, тим більше поштовх на землю. Через це можуть виникнути больові відчуття в руховому апараті. Ще із позитивних наслідків занять туризмом являється збільшення потенції у чоловіків.

Люди які палять не лякаються ні погрозових таблиць, ні роговиці черепа з сигаркою яка горить, ні презирства тих хто не палить, ні попереджувальних написів на пачках...Але факт залишається фактом. Багато курців після того як регулярно можуть займатися спортом ,туризмом, курити не хочуть. Ці люди запевняють що в них покращується характер. Спорт і туризм виховує силу волі. Напевне, звідси є стриманість у ситуаціях коли б міг бути нервовий зрив і навпаки, відомий вчений Олександр Віхров стверджує що кожний рік життя після 60-ти років є подарунком природи. Зараз помирають і в 40 років з ураженням серцевої недостатності, але є такі люди які і після 60-ти років біжать марафон, зверніть увагу, не грають у доміно.

Великою гідністю туризму є можливість виправити свій характер, людина міняється прямо на очах. Його знали хворобливим, нервовим, дратівливим. Тепер після туристичних

походів в яких він приймає участь і через деякий час повертається іншим: спокійним, веселим, доброзичливим. Такі зміни відбуваються не так швидко, але людина стає кращою.

Наукові дослідження стверджують що заняття туризмом, спортом у поєднаннях з іншими гігієнічними нормами віддаляють старіння. Мова йде про продовження активного періоду життя, характерного високою працездатністю, відмінним самопочуттям, повноцінною роботою всіх життєвоважливих функцій. Довго живуть тільки активні та дієздатні люди: 99 років прожив Теціан, 86 років Павлов і т.д. Туризм дає настільки багато що ні один лікар не може зробити своїми чудодійними ліками, але це не виключає значення медицини. Людина яка бореться за своє благополуччя і цілеспрямовано добивається потрібного результату через туризм.

Список використаних джерел:

1. Дутчак М. В. Реалії та перспективи трансформації масового спортивного руху в країні. *Концепція розвитку галузі фізичного виховання і спорту в Україні*. Вип. 3. Част. 2. 2003. Рівне : Редакційно-видавничий центр Міжнародного університету «РЕГБІ», С. 44.
2. Плахтій П. Д. Основи гігієни фізичного виховання : навчальний посібник. Кам.-Под. : Медобори, 2003. 240 с.
3. Організація та методика оздоровчої фізичної культури і рекреаційного туризму: навч. посіб. для студ. ВНЗ фіз.виховання і спорту / О. М. Жданова, А. М.Тучак та ін. Луцьк : Вежа, 2000. 240 с.
4. Шиян Б. В. Теорія і методика фізичного виховання. Частина 1. Тернопіль : навчальна книга. Богдан, 2008 р. 137 с.
5. Левицький Е. Л. Здоров'я, фізична культура, спорт, афоризми, крилаті вислови / Е. Л. Левицький., И. О.Кірілов. ПП «Видавництво ОПОМ» 2011. С. 45

Сірий Олександр Михайлович,

*старший викладач кафедри філософії, соціально-гуманітарних наук та фізичного виховання
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова*

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Актуальність дослідження обумовлена глибокими змінами способу життя, викликаними глобалізаційними процесами, урбанізацією та впливом цифрових технологій. Рівень фізичної активності населення стрімко знижується, що супроводжується погіршенням фізичного і психоемоційного здоров'я. В умовах зростаючої гіподинамії та стресогенних факторів особливого значення набуває пошук дієвих механізмів оздоровлення і підтримки активного способу життя. У цьому контексті важливу роль відіграє синергія фізичної культури та туризму. Їх поєднання створює сприятливі умови для розвитку рекреаційних практик, формування сталих моделей здорової поведінки та підвищення загальної якості життя. Активний туризм, як доступна форма рухової активності, сприяє оздоровленню, соціальній інтеграції та екологічній свідомості. Водночас екологічні, соціальні й економічні виклики потребують нового підходу до розуміння ролі фізичної активності як ключового ресурсу сталого розвитку та збереження людського потенціалу [1].

У контексті глибоких трансформацій, які переживає сучасне суспільство під впливом соціально-економічних, технологічних та культурних змін, зростає значущість фізичної культури та спорту як універсального інструмента позитивного впливу на якість життя населення. Їх роль виходить за межі традиційного зміцнення здоров'я – вони стають чинниками соціальної інтеграції, формування ціннісних орієнтацій, міжособистісної комунікації та розвитку особистості в цілому. Актуальність теми зумовлена потребою адаптації підходів до фізичної активності відповідно до нових викликів – зокрема, зниження

рівня рухової активності, розриву соціальних зв'язків, зростання психоемоційного навантаження та впливу цифрового середовища [2].

Тематика фізичної культури, спорту та викликів сучасності досліджується багатьма вченими з різних країн і дисциплін. У рамках цієї теми працюють фахівці у галузях фізичної культури, медицини, соціології, психології та освіти. Наприклад, Біда О. В., Ткачук О. В. – досліджують питання фізичної культури в освітніх закладах та технології збереження здоров'я; Джеймс С. Скіннер – відомий дослідник фізіології фізичних вправ і їх впливу на серцево-судинну систему [3].

Сучасне суспільство стикається з низкою викликів – цифровізацією, урбанізацією, екологічними та соціально-економічними змінами, які безпосередньо впливають на рівень фізичної активності населення. У цьому контексті фізична культура і спорт відіграють важливу роль не лише у зміцненні здоров'я, а й у формуванні соціальної згуртованості, інклюзії та особистісного розвитку. Особливої актуальності набуває активний туризм як сучасна форма фізичної активності, що поєднує оздоровчі та соціально-культурні аспекти. Його доступність і багатофункціональність дозволяють залучати до рухової активності широкі верстви населення. Туризм сприяє не тільки фізичному розвитку, а й соціальній взаємодії, пізнанню та стресорезистентності.

Мета дослідження – виявити актуальні виклики у сфері фізичної культури і спорту та проаналізувати потенціал туризму як ефективного інструмента популяризації здорового способу життя, гармонійного розвитку особистості та соціальної інтеграції в умовах сучасних трансформацій. Водночас українські науковці, такі як Т. Ю. Круцевич, О. В. Біда, О. В. Іващенко та О. В. Ткачук, акцентують увагу на адаптації фізкультурних програм і туристичних маршрутів для різних верств населення, включаючи людей з обмеженими можливостями, молодь та осіб старшого віку. Такий підхід сприяє створенню рівних умов для фізичної активності, зміцненню психофізичного здоров'я та зменшенню соціальної ізоляції.

Метою дослідження є комплексний аналіз сучасних викликів у сфері фізичної культури і спорту, з урахуванням потенціалу туризму як інноваційного ресурсу для стимулювання фізичної активності, популяризації здорового способу життя та формування гармонійно розвиненої особистості. Особлива увага приділяється ролі інфраструктури, інклюзивності та мотиваційного середовища, які формують передумови для стійкого соціального розвитку в умовах цифрової епохи [4]. Сучасні виклики у сфері фізичної культури та спорту вимагають комплексного підходу, що поєднує зусилля держави, науки та суспільства. В умовах цифровізації та зростання гіподинамії актуальним є впровадження національних програм, які популяризують фізичну активність, розвиток інклюзивних ініціатив і цифрових рішень для залучення різних груп населення.

Отже, одним із ефективних інструментів є активний туризм, який поєднує рухову активність із пізнавальними та оздоровчими цілями. Його доступність і різноманіття маршрутів робить його особливо привабливим для широкого кола людей, стимулюючи формування здорового способу життя. Зміцнення ролі фізичної культури й туризму можливе лише через цілеспрямовану співпрацю всіх зацікавлених сторін, що сприятиме формуванню здорової, згуртованої та активної нації.

Список використаних джерел:

1. Spruit M. A., Pitta F., McAuley E., ZuWallack R., Nici L. Pulmonary Rehabilitation and Physical Activity in Patients with Chronic Obstructive Pulmonary Disease. *Am J Respir Crit Care Med*. 2015. pp. 924–933.
2. Фізичне виховання. *Вікіпедія*. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%96%D0%B7%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B5_%D0%B2%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F

3. Касьян Т. Ні гаджетам, так здоров'ю: 6 переваг, які спорт дає дітям. WoMo – Видання Для Дивовижних Жінок. 2018. URL : <https://womo.ua/ru/intervyu/>
4. Проскурова О. Вплив гаджетів на поставу: Супрун розповіла про негативні ефекти. Рубрика. 2018. URL : <https://rubryka.com/2018/05/27/vplyv-gadzhativ-na-postavu-suprun-rozpovila-pro-negativni-efekty/>

Урбан Людмила Юріївна,

*здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні факультету публічного управління
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова*

РОЛЬ ІНОЗЕМНИХ МОВ В УСПІШНОМУ ВЕДЕННІ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ

Сучасний розвиток туристично-рекреаційної сфери супроводжується зростанням вимог до володіння іноземними мовами. Глобалізований світ, де туризм і рекреація є важливими компонентами економіки багатьох країн, знання іноземних мов стає водночас конкурентною перевагою та базовою умовою ефективного господарювання. Якісна підготовка фахівців цієї сфери повинна включати спеціалізовані знання про організацію туристично-рекреаційних послуг і високий рівень володіння іноземними мовами. Такий підхід створить основу для обслуговування більшої чисельності іноземних туристів і рекреантів.

Володіння іноземними мовами покращує рівень обслуговування клієнтів у галузі рекреації і туризму. Володіючи кількома іноземними мовами, якісно підвищує здатність краще задовольняти потреби різноманітних груп рекреантів і туристів. Відтак, це позначається на обсязі клієнтської бази, в тому числі з різних регіонів Світу. Таким чином, відбувається розширення потенціалу туристичної компанії (оператора й агенції) на міжнародному ринку [1].

Мовні навички є конкурентоутворюючим чинником на ринку туристичних і рекреаційних послуг. Звідси випливає, що інвестування туристичних фірм у мовну підготовку працівників дозволяє створити кращі змагальні переваги на ринку. Такі компанії заручаються більшим рівнем довіри з боку рекреантів і туристів. Позитивним наслідком є покращення репутаційної характеристики з боку клієнтів. Це дозволяє таким туристичним підприємствам успішно просувати свій бізнес на локальному ринку та покращує можливості виходу на міжнародний. Особливої ваги набуває володіння саме англійською мовою, яка є основною міжнародною мовою спілкування в обслуговуванні туристів і рекреантів. Англійська мова переважною чисельністю туристів і рекреантів вважається основним засобом комунікації з гідями, агентами й іншими представниками туристичних підприємств. Наявність англомовного персоналу є ознакою професіоналізму, позаяк безпосередньо можна домовитися з іноземними партнерами і клієнтами про всі аспекти туристично-рекреаційного туру. Туристи і рекреанти, в такому випадку, швидше оберуть туроператора і турагенцію, де персонал вільно володіє англійською мовою [2].

Володіння декількома іноземними мовами сприяє налагодженню, покращенню та поглибленню міжкультурного спілкування і співпраці в туристично-рекреаційному й готельно-ресторанному середовищі. Враховуючи планетарний характер туризму і рекреації, усе ймовірнішим стає можливість обслуговування рекреантів і туристів з різних культурно-мовних середовищ. Мовні навички персоналу є незамінними інструментами й засобами налагодження ефективного спілкування, що є важливим та необхідним для забезпечення комфортних умов усім клієнтам. Це дозволяє туристичним операторам та агенціям краще адаптувати свої послуги під потреби різних культурно-мовних груп, що підвищує рівень задоволення клієнтів і сприяє розвитку лояльності.

Проведені дослідження виявили, що інвестиції у мовну освіту співробітників туристичних компаній позитивно позначаються на динаміці їхніх фінансових результатів. Вкладенні у навчання й підготовку туристичного персоналу кошти поступово перетворюються в більшу чисельність клієнтів і більшу кількість замовлених туристично-рекреаційних турів. У продовження сказаного варто сказати, що мовні навички дозволяють залучати іноземних рекреантів і туристів. Це також сприяє збільшенню доходів туристичних компаній і їхній здатності розширювати ринок. Це особливо важливо для туристичних агентств та операторів, що працюють з міжнародними клієнтами й завдяки мовній підготовці персоналу дає можливість працювати на кількох ринках одночасно [3]. Спілкування з іноземними рекреантами й туристами їхньою рідною мовою чи мовою міжнародного спілкування дає їм відчуття безпеки та комфорту, що збільшує ймовірність їхнього повернення і вибору цих туристичних компаній у майбутньому [4].

Отже, володіння іноземними мовами є важливим фактором успіху для туристичних операторів та агенств. Хороші мовні навички сприяють кращому обслуговуванню клієнтів і підвищенню рівня їхнього задоволення, забезпечують значні переваги на міжнародному ринку шляхом створення конкурентоспроможного туристично-рекреаційного продукту. Відтак, важливим є посилення мовної підготовки студентів туристичних спеціальностей, що забезпечить їм перспективи для професійного зростання і працевлаштування у перспективних українській та міжнародних туристичних компаніях.

Список використаних джерел:

1. Потапенко В. В. Професійна підготовка фахівців туристичного профілю: мовний аспект. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/potapenko2.htm
2. Макухіна І. О. Формування іншомовної комунікативної компетентності в студентів спеціальності «Туризм». URL : https://tourlib.net/statti_ukr/makuhina2.htm
3. *Володіння іноземними мовами в контексті фахової підготовки туристів* : збірник матеріалів конференції ХНУМГ імені О. М. Бекетова. 2020. URL : https://science.kname.edu.ua/images/dok/konferentsii/2020konf/17_04_2020_compressed.pdf
4. Роль іноземних мов у сфері туризму. URL : <https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/3688d1a3-5040-431a-bab2-0465bbd7cb72/content>

ЗМІСТ

Вітальне слово.....	3
---------------------	---

Секція 1

Публічне управління та регулювання у сфері туризму й рекреації

Безтелесна Л. І., Федор С. І. Стратегія громади як інструмент публічного управління у сфері розвитку рекреації і туризму	4
Лалуєва Н. М. Чинники формування туристичного іміджу територіальних громад.....	6
Литвинчук О. В. Особливості розвитку системи публічного управління у сфері туризму в умовах воєнного стану.....	8
Мазур О. О. Інноваційна складова механізму публічного управління готельним господарством України.....	10
Поступна О. В. Правові аспекти захисту культурної спадщини України в умовах воєнного стану.....	12
Сем'янчук П. М. Державна політика у сфері туризму та рекреації за умов війни і повоєнного відновлення.....	14
Стефанчук І. С. Державна політика у сфері лікувально-оздоровчого туризму в умовах воєнного стану і повоєнного відновлення	16
Ярошович В. І. Ефективність державно-приватного партнерства у реалізації масштабних туристичних проєктів.....	17
Ivanova R. Public governance and legal regulation in the field of tourism and recreation: the role of international financial organizations.....	19
Lastovska S. Administrative and legal regulation and state management of the tourism sector in Ukraine	20
Nianko V. Legal risks of running a tourism business: ways to minimize them.....	22

Секція 2

Міжнародне співробітництво у сфері туризму і рекреації

Войтюк О. С., Кудінова Є. В. Міжнародні інституції та міждержавна співпраця у реалізації принципів сталого розвитку туризму.....	24
Войтюк О. С., Нестеренко І. А. Роль ВТО ООН та ЮНЕСКО у формуванні актуальних напрямів міжнародного співробітництва України в галузі туризму.....	26

Кірик А. Ю. Механізми взаємодії туристичної політики з іншими політиками Європейського Союзу.....	28
Павлик О. Б. Сучасний стан розвитку туристичної галузі Швейцарії.....	30
Собко А. К. Глобалізація, інтернаціоналізація та міжнародний досвід у розвитку туризму...	31
Тростенюк Т. М. Чагарова С. М. Міжнародне співробітництво у сфері туризму і рекреації..	33
Щепанський Е. В., Заремба К. Д. Тренди італійського туризму: досвід для повоєнного відновлення туристичної сфери України.....	34

Секція 3

Економіка, менеджмент та маркетинг туризму і рекреації

Багрій М. В. Подорожі у 2025 році: як нові тенденції змінюють туристичну індустрію.....	37
Березюк В. В. Удосконалення організації та реалізації туристичних послуг.....	38
Возна Д. В. Розвиток регіонального туризму в Україні в умовах воєнного стану.....	40
Герасимчук М. С. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні.....	42
Горкун М. О. Мотоеволюція як головний чинник становлення та розвитку мототуризму.....	43
Денисюк Н. В. Закономірності розвитку курортної справи в Україні.....	45
Звягінцева О. Б. Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі.....	47
Іщенко Ю. О. Основні фактори формування якості туристичних послуг.....	48
Колеснікова П. М. Організація готельно-ресторанного бізнесу.....	50
Куницький М. П., Майстер А. А. Сучасний стан розвитку круїзного туризму в Європі.....	52
Ляшенко А. Р. Чинники та перспективи розвитку екологічного туризму в Хмельницькій області.....	53
Маховка В. М., Козуб Л. М. Історико-культурна спадщина Полтавщини як основа розвитку туризму.....	55
Миронюк В. В. Сучасні виклики для розвитку готельно-ресторанного бізнесу.....	56
Нестерук А. А. Сучасні тенденції розвитку сфери гостинності.....	58
Партика К. М. Готельно-ресторанний бізнес як складова туристичної привабливості регіонів України.....	60

Радіонова О. М., Борисенко А. Ю. Конкурентні переваги різних видів туризму, які впливають на роботу туристичних підприємств.....	62
Рибчинський М. Ю. Реалії готельно-ресторанного господарювання в Україні в умовах воєнного стану.....	64
Романюк І. А. Тренди споживчої поведінки на ринку туристичних послуг.....	65
Чорна Л. В., Тимків В. В. Показники розвитку туристичної системи України в умовах воєнного стану	67
Шурпенкова Р. К., Сарахман О. М. Управління персоналом як один із важливих елементів системи менеджменту у сфері туризму і рекреації.....	69

Секція 4

Екологічні та безпекові аспекти розвитку туризму

Антонюк К. Г., Виговська Є. І. Особливості застосування методики апітерапії в умовах курорту.....	71
Богданович А. О. Природно-заповідні фонди як осередки екологічної освіти й рекреації....	73
Леоненко Н. А., Склярова А. О Еко-тренди в системі організації круїзних подорожей.....	75
Любченко В. В., Кузьменко Д. І. Можливості та проблеми екотуризму в Україні.....	76
Марусей Т. В. Сталий розвиток туристичної галузі в Україні в умовах сьогодення.....	78
Мірзодаєва Т. В. Харчова безпековість у гастрономічному туризмі. Які є виклики?.....	80
Оболенцева Л. В. Орієнтири відновлення національної туристично-рекреаційної індустрії України в післявоєнний час.....	82
Омельчук Л. В. Особливості впровадження ризик-менеджменту у туризмі сьогодення та в повоєнний період.....	84
Осадчий М. Л. Забруднення водних ресурсів внаслідок діяльності морських портів: вплив на туристичну привабливість регіонів.....	86
Порчинська В. Б. Сільський зелений туризм у територіальних громадах Хмельниччини.....	88
Цегельник М. І. Туризм в Україні: виклики воєнного стану.....	90
Barbosova V. Waste management in tourist areas: modern approaches and technologies.....	92
Chumak V. Development of sustainable tourism in Ukraine: environmental standards and security policy.....	94
Soldatova K. Tourist safety in the context of global environmental threats: approaches to risk management.....	96

Zamashnyuk Y. Sustainable tourism development: balancing economic benefits and environmental risks.....	97
---	----

Секція 5

Цифровізація туристично-рекреаційної індустрії

Курига І. М. Цифрові хаби як інноваційні осередки розвитку цифрових компетентностей населення.....	99
Марусей Т. В. Цифровізація туризму: напрямки розвитку та проблеми.....	101
Паньків М. М. Перспективи використання інструментів цифрового маркетингу в готельному бізнесі.....	103
Постова В. В. Вплив цифрових платформ замовлення та доставки їжі на гастрономічний туризм та розвиток місцевих ресторанів.....	105
Тростенюк Т. М., Андронік А. С. Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності.....	107
Тюріна Д. М, Діщук М. В. Роль цифрових технологій у розвитку велосипедного туризму: сучасні тренди та перспективи.....	108
Slapouzova Y. Smart tourism as a key driver of the development of the tourism industry in Ukraine: digital prospects and innovations.....	110
Tsyurukalo O. The impact of digitalization on the tourism and hospitality sector.....	113

Секція 6

Соціально-культурні, психологічні та комунікаційні аспекти розвитку туризму і рекреації

Антонюк К. Г., Загалило Є. Ю. Перспективи розвитку винного та гастрономічного туризму в Україні.....	115
Бучко В. А. Сучасні підходи до залучення молоді до музейної діяльності.....	117
Варенюк А. В. Роль кінотеатрів у розвитку культурно-пізнавального туризму: український та міжнародний досвід.....	118
Гринюк С. О. Особливості екскурсійної діяльності.....	120
Дочинець І. В. Історико-культурні фактори розвитку туризму.....	121
Кобилянська А. П. Туристичний потенціал Поділля: історико-культурна цінність, сучасні виклики та стратегія розвитку.....	122
Козловська К. Ю. Володіння іноземними мовами як запорука успіху в туристично-рекреаційному бізнесі та організації якісного відпочинку.....	123

Коломієць А. О. Поєднання екскурсійної діяльності і реабілітації військових на прикладі історико-культурного заповідника «Межибіж».....	124
Кулик С. С. Кам'янець-Подільський як унікальний український туристичний осередок.....	125
Леоненко Н. А., Загинайко В. С. Дослідження етимологічного походження та історичного розвитку фестивалів як невід'ємної складової сучасного event-туризму.....	126
Любченко В. В., Скороход А. С. Розвиток оздоровчого туризму в Україні.....	128
Мельник В. Р. Українські та світові тенденції розвитку рекреації.....	130
Остапчук С. М. Остапчук О. П., Прокопчук А. В. Географічні центри територій як привабливі туристичні локації.....	131
Полянський М. Є. Особливості розвитку волонтерського туризму в Україні в умовах воєнного стану.....	133
Поступна О. В. Бочаров Є. В. Найкращі гірськолижні курорти Європи, їх особливості.....	135
Тюріна Д. М., Скирда В. В. Вплив фестивалів їжі на популяризацію гастрономічного туризму в Польщі.....	137
Хитра О. В. Гендерні аспекти рекреаційної діяльності.....	139
Чала Є. О. Туристичний потенціал України: ресурси, можливості, перспективи.....	143

Секція 7

Освітньо-професійна підготовка фахівців для туристично-рекреаційної сфери

Казаков В. Л. Професійні компетентності екскурсійного гіда на основі фідбеку.....	145
Лозінський С. В. Туризм – шлях до здоров'я.....	147
Сірий О. М. Сучасні виклики фізичної культури у контексті розвитку туризму.....	148
Урбан Л. Ю. Роль іноземних мов в успішному веденні туристично-рекреаційного бізнесу.....	150

ЗБІРНИК ТЕЗ

II Міжнародна науково-практична конференція

«Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності»

Відповідальні редактори – *Щепанський Е. В., Шевчук І. В.*
Комп'ютерний набір – *Сем'янчук П. М.*

Підписано до друку 18.04.2025 р. Формат 60×84 1/16.

Ум. друк. арк. 31,9. Наклад 50 прим. Зам. № 79.

Видано у Хмельницькому університеті управління та права
імені Леоніда Юзькова.

29013, м. Хмельницький, вул. Героїв Майдану, буд. 8. Тел.: (382) 71-75-91,
(382) 71-80-80

Ел. адреса: наука@univer.km.ua

Свідоцтво Державного комітету інформаційної політики, телебачення та
радіомовлення України про внесення суб'єкта видавничої справи до
Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої
продукції

Серія ДК № 6982 від 19.11.19 р.