

ДЕРЖАВНЕ АГЕНТСТВО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО 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»



ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНА СФЕРА: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ

ЗБІРНИК ТЕЗ

Міжнародної науково-практичної конференції

м. Хмельницький 22 квітня 2024 року



ДЕРЖАВНЕ АГЕНТСТВО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО 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»

МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
«ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНА
СФЕРА: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ»

ЗБІРНИК ТЕЗ



22 квітня 2024 року

м. Хмельницький

УДК 338.48

Т 86

Т 86 Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності : Збірник тез Міжнародної науково-практичної конференції (м. Хмельницький, 22 квітня 2024 року). Хмельницький : Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2024. 159 с.

ISBN 978-617-7572-76-2

У збірнику представлені доповіді, які були подані на Міжнародну науково-практичну конференцію «Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності»-рекреаційна сфера: виклики сучасності», що відбулась у Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова 22 квітня 2024 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 музеєзнавство; 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 Міжнародної науково-практичної конференції «Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності»-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

© Колектив авторів, 2024

© Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2024

ISBN 978-617-7572-76-2



9 786177 572762



Шановні учасники конференції!

Щиро вітаю з відкриттям Міжнародної науково-практичної конференції на тему «Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності». Дозвольте висловити щиро вдячність всім присутнім за розвиток наукового діалогу в цій сфері.

Розвиток туристичної галузі, як високоприбуткового сектора економіки, є важливим чинником соціального розвитку та культурного піднесення України при збереженні її самобутності та національної суті, гармонійної інтеграції України у європейські та світові глобалізаційні і гуманізаційні процеси.

Безсумнівно, тимчасова окупація територій, військова агресія суттєво впливають на економіку країни, є соціальною катастрофою і значно знижують туристичну привабливість України. Відновлення туристичної інфраструктури, зруйнованих пам'яток культури, відновлення транспортної логістики, туристичний брендинг потребують значних капіталовкладень. Першочерговими заходами для розвитку туристичної сфери є повернення іміджу безпечної країни для комфортного перебування туристів, створення економічних умов стимулювання розвитку туризму, лібералізація фіскальної політики по відношенню до туристичних підприємств, залучення іноземних інвестицій, впровадження інноваційних проєктів для маркетингу та організації туристичної діяльності.

Нехай конференція стане продуктивною платформою для обговорення актуальних викликів, що стоять перед туристично-рекреаційною сферою, а зусилля всіх присутніх приведуть до нових ідей та підходів, спрямованих на покращення цієї галузі. Бажаю всім плідних наукових дискусій, нових відкриттів та натхнення у науковій роботі.

З повагою
ректор університету

Олег ОМЕЛЬЧУК

СЕКЦІЯ 1

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ТУРИЗМУ Й РЕКРЕАЦІЇ

Голик Валерія Геннадіївна,

здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні

факультету публічного управління

Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Вплив реформи місцевого самоврядування та децентралізації влади в Україні на організацію внутрішнього туристично-рекреаційного бізнесу

Реформа місцевого самоврядування та децентралізації влади в Україні, що розпочалася у 2014 році, суттєво вплинула на різні аспекти життя країни, зокрема на внутрішній туризм та організацію внутрішнього туристичного бізнесу. Ці зміни розширили повноваження та ресурси місцевих громад, що дало їм більше можливостей для розвитку та просування свого туристичного потенціалу. Оскільки децентралізація передбачає передачу відповідальності й ресурсів у регіони, саме туристична галузь має всі шанси — і скористатись ресурсами, і забезпечити регіонам їх поповнення. За спостереженнями Ю.Алексеевої, яка поміж іншого, займається розвитком туристичних кластерів, практично всі регіони України включили туризм як один з ключових напрямків розвитку економіки. Мотивація проста, пояснює експертка: «Це й не дивно. Разом зі збільшенням місцевих бюджетів приходять і відповідальність за дохідну частину. А туризм є найшвидшим способом створити робочі місця, а значить і отримати надходження до бюджету» [1].

У сучасних умовах реформування національної економіки, суспільства України та повномасштабного вторгнення Московії на територію нашої держави, очікується поживлення сфери туризму на місцевому рівні у північних, центральних та, особливо, західних областях України. Поштовхом до активізації ділової активності має стати принцип децентралізації. Завдяки участі територіальних громад і розширенню їх повноважень в результаті децентралізації, туризм може стати одним з локомотивів підйому місцевої економіки [2]. Місцева влада повинна забезпечувати хороші та сприятливі умови для економічного зростання на місцях, задіяти всі важелі для залучення інвестицій, розвитку підприємництва, малого та середнього бізнесу, сприяти створенню нових робочих місць і зростанню самозайнятості населення [3].

Передача повноважень веде до збільшення відповідальності місцевих органів влади. Місцева влада все більше зацікавлена в розвитку туризму через його прямий вплив на добробут громад. Підвищується відповідальність за ефективне використання бюджетних коштів, призначених на розвиток туризму, розширюються можливості для організації туристичної діяльності. Важливо зазначити, що внутрішній туризм є доступнішим, дешевшим і, щонайважливіше, національно свідомішим для мешканців різних регіонів України. Такий перебіг спонукає вивчати туристичну привабливість місцевості, продумувати й розробляти нові туристичні маршрути і напрямки, збільшувати чисельність внутрішніх туристів і рекреантів, створювати нові робочі місця в туристично-рекреаційній сфері. Завдяки цьому, хоча не в значній мірі, але почали збільшуватися інвестиційні надходження в місцеву інфраструктуру. Посилення таких тенденцій буде поступово покращувати умови для туризму. Місцеві громади матимуть більше ресурсів для розвитку туристичних маршрутів, будівництва готелів та інших елементів туристичної інфраструктури. Уже за крайні роки можемо спостерігати збільшення чисельності туристів і рекреантів, які подорожують різними регіонами України.

Такі позитивні фінансово-інвестиційні внутрішньо-туристичноорієнтовані тенденції дадуть місцевим громадам більше можливостей для розробки та просування нових туристичних продуктів. Це може включати екотуризм, зелений туризм, агротуризм, культурно-пізнавальний туризм, етнографічний туризм, гастрономічний туризм, транзитний туризм та інші види туризму. Диверсифікація туристичних продуктів робить Україну більш привабливою для українських та іноземних туристів з різними інтересами.

Крім того, в результаті децентралізації конкуренція серед туроператорів стала більш помітною. Це спонукає їх поліпшувати якість своїх послуг, щоб краще задовольняти потреби туристів і рекреантів. Останні, у свою чергу, також можуть розраховувати на вищий рівень обслуговування і комфорт під час подорожей Україною.

Позитивні тенденції у розвитку внутрішнього туризму й рекреації в Україні природно сприятимуть працевлаштуванню в цій галузі. Місцеві жителі тепер матимуть більше можливостей працювати в готелях, мотелях, ресторанах, туристичних агенціях, туристичних операторів та інших підприємствах, пов'язаних з туризмом і рекреацією. Це сприятиме економічному розвитку місцевих громад і зменшить відтік молоді з сільських місцевостей.

У результаті всіх вищезазначених факторів місцеві громади матимуть більше можливостей для захисту й популяризації своєї природної і культурної спадщини. Це може бути реставрація історичних пам'яток, активізація роботи музеїв і бібліотек, організація фестивалів та інших культурних заходів, реалізація екологічних і природоохоронних проєктів. Збереження культурної та природної спадщини робить Україну більш привабливою для туристів, які цікавляться історією, культурою і природою нашої країни.

Отже, реформа місцевого самоврядування та децентралізація влади в Україні позитивно впливатиме на розвиток внутрішнього туризму й рекреації. Ці зміни сприяють збільшенню інвестицій у внутрішній туризм і рекреацію; розширюють та урізноманітнюють туристично-рекреаційні продукти; підвищують якість туристично-рекреаційних послуг; активізують працевлаштування у туристично-рекреаційному секторі; спонукають дбайливе ставлення, збереження та популяризацію історичної, культурної і природної спадщини України.

Література:

1. Туризм і децентралізація: як українці відкривають для себе країну. URL : https://lb.ua/economics/2018/11/03/411461_turizm_i_detsentralizatsiya_yak.html
2. Регіональний розвиток туристичної галузі в умовах децентралізації. URL : <http://surl.li/rwour>
3. Муніципальна програма врядування та сталого розвитку. Проєкт Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй. URL : <http://msdp.undp.org.ua/>

*Дулька Ольга Степанівна,
кандидатка технічних наук,
доцентка кафедри готельно-ресторанної справи
Національного університету харчових технологій,*

*Прибильський Віталій Леонідович,
доктор технічних наук, професор,
професор кафедри біотехнології продуктів бродіння та виноробства
Національного університету харчових технологій*

Значення права інтелектуальної власності в індустрії гостинності

Інтелектуальна власність в індустрії гостинності України має велике значення через специфіку цієї галузі. Найчастіше право на об'єкти інтелектуальної власності передбачає авторські права на меню та концепції закладів, патенти на винаходи та корисні моделі, а

також франчайзинг та ліцензування, що відіграє ключову роль у забезпеченні конкурентних переваг.

Термін «географічне зазначення походження товару» відносно новий для українського законодавства. Закріплення цієї правової категорії зумовлюється потребою уніфікації термінології та гармонізації національного законодавства з міжнародно-правовими вимогами.

Географічне зазначення походження товару та послуг є важливою складовою права інтелектуальної власності, зокрема промислової і відіграє ключову роль у захисті географічних ідентифікаторів певного регіону. Воно може відігравати важливу роль у розвитку туризму в Україні, зокрема гастротуризму та агротуризму. Зареєстроване географічне походження визначається як унікальна якість, репутація або інші характеристики продукту чи послуг, які пов'язані із певним географічним регіоном. Такі продукти чи послуги мають визначений регіональний або локальний характер, а їх якість, характеристики визначаються природними та/або людськими факторами.

Зареєстроване географічне походження товарів та послуг є важливою складовою права інтелектуальної власності, стимулює соціально-економічний розвиток громад, підвищує конкурентоспроможність, сприяє збереженню культурної спадщини, що є важливим для розвитку туризму у післявоєнному відновленні України.

Вплив закладів готельно-ресторанного господарства на розвиток туризму в Україні обумовлений такими чинниками:

- привабливість регіонів, які відомі своїми крафтовими продуктами, що може бути привабливим для туристів, у т.ч. місцевими сортами вина, сирів, м'яса та м'ясопродуктів, меду, овочів, фруктів тощо;

- створення туристичних маршрутів, які передбачають можливість відвідування ферм, крафтових виробництв, майстерень тощо;

- підвищення популярності сільського туризму із можливістю надання туристам страв та послуг безпосередньо від виробників;

- залучення інвестицій у розвиток інфраструктури сіл та селищ, зокрема будівництво готелів, ресторанів, доріг та інших об'єктів;

- популяризація місцевої культури та традицій, що може стимулювати розвиток туризму та збереження місцевої культури та традицій.

Заклади готельно-ресторанного господарства різних регіонів України можуть стати певним каталізатором розвитку туризму в Україні, сприяти регіональному розвитку держави та підвищенню обізнаності туристів з інших країн про унікальні регіональні продукти та послуги.

Розроблення і просування продуктів із зазначенням географічного походження може слугувати поштовхом для розвитку індустрії гостинності в Україні, зокрема західного регіону де вже є зареєстроване географічне зазначення – «Гуцульська овеча бриндзя».

Лукашук Валентина Сергіївна,

*аспірантка кафедри публічного управління та адміністрування
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова*

Пріоритетні напрями державного управління у сфері охорони культурної спадщини та туризму

Державне управління у сфері охорони культурної спадщини та туризму в Україні сформувалося під дією низки чинників, що свою чергу відобразилося на підходах до реалізації. Ефективність управління залежить від розподілу повноважень між органами державної влади та органами місцевого самоврядування, залучення приватного капіталу,

джерел фінансуваннята визначених пріоритетів, які спрямовані на підвищення ефективності та досягнення результатів.

Між державним управлінням у сфері туризму та культурної спадщини існує тісний взаємозв'язок і вони часто взаємодоповнюють, формуючи важливу складову розвитку регіонів. Ключовими аспектами взаємозв'язку виступають: привабливість місць культурної спадщини для туристів, збереження культурної спадщини через туризм, стимулювання місцевої економіки, розвиток туристичної інфраструктури, створення туристичних маршрутів та маркетингових ініціатив, розвиток сталого туризму.

Збереження культурної спадщини як пріоритетний напрям державної політики включає в себе низку заходів державного управління, що передбачають реставрацію, консервацію, пристосування, а також фінансування конкретних проектів збереження та розробку довгострокових стратегій використання культурної спадщини в сучасних умовах. Досить значна частина пам'яток культурної спадщини перебуває у аварійному та незадовільному стані, що знижує сприйняття пам'ятки як туристичного об'єкта. Саме тому, фінансування заходів з державного та місцевих бюджетів, залучення приватного партнерства, передача у приватну власність є тими векторами, що сприяють збереженню пам'ятки, її реставрації та використання для сучасних потреб.

Разом зі збереженням спадщини розвивається туризм, адже розбудова інфраструктури для туристичного обслуговування, включаючи готелі, ресторани, транспортні маршрути та інші послуги, залучення приватних інвестицій для створення привабливих туристичних об'єктів та маршрутів, забезпечують позитивний вплив на економіку та культурний обмін між регіонами країни. Реалізацію державної політики у сфері туризму забезпечує Державне агентство розвитку туризму в Україні, візією якого є розвивати конкурентоспроможну, екологічно стійку та соціально відповідальну індустрію туризму [1].

Освіта та підвищення кваліфікації є також одним із пріоритетних напрямів державного управління, адже розвиток освітніх програм з культурної спадщини та туризму для фахівців у цих галузях є необхідним. Для отримання практичного досвіду в сфері культурної спадщини та туризму, фізичні та юридичні особи можуть брати участь у практичних тренінгах, стажуваннях або програмах, он-лайн семінарах та вебінарах, проходити різноманітні курси та отримувати сертифікати. Підвищення кваліфікації та професійна освіта у сфері туризму та культурної спадщини не тільки допомагають вдосконалюватися, а й сприяють кар'єрному зростанню та підвищенню конкурентоспроможності працівників, в тому числі і державних службовців.

Базовимизаконами у сфері охорони культурної спадщини та туризму є Закон України «Про охорону культурної спадщини» та Закон України «Про туризм». Крім того, існує ціла низка нормативно-правових актів, які регулюють державне управління. Україна ратифікувала ряд міжнародних конвенцій та угод, а також має чимало меморандумів про співпрацю з міжнародними партнерами у цих сферах. Надзвичайно важливими є розробка та впровадження законодавства, що регулює сферу охорони культурної спадщини, туризму та забезпечує права та інтереси учасників.

Нормативно-правова база у сфері охорони культурної спадщини встановлює правила щодо збереження, охорони, реставрації та належного використання культурних об'єктів, таких як пам'ятки, історичні місця, музеї тощо. Створення дієвого публічного механізму регулювання державної політики у сфері туризму та культурної спадщини, використання зарубіжного досвіду, сприяє формуванню позитивного іміджу України на міжнародній арені [2, с.52].

Залучення до співпраці з міжнародними організаціями та партнерами особливо стало відчутно в останні декілька років, що обумовлено пошкодженнями культурної спадщини від російської збройної агресії. Саме зараз Україна проходить шлях становлення як партнер та співпрацює з багатьма міжнародними організаціями та донорами. Провідна роль належить ЮНЕСКО (спеціалізована установа ООН з питань освіти, науки та культури), яка була створена у 1946 році. Що стосується сфери туризму, що провідну роль відведено Всесвітній

організації туризму (World Tourism Organization – UNWTO), яка вважається міжурядовим універсальним органом співробітництва країн у галузі туризму [3, с.38].

Ще одним пріоритетним напрямом державного управління є створення доступності об'єктів культурної спадщини, туристичної інфраструктури та послуг. Забезпечення фізичної та інформаційної безбар'єрності у сфері туризму та культурної спадщини є важливим аспектом створення інклюзивного середовища для всіх громадян, незалежно від їхніх можливостей та компетентностей.

За останні роки цифрова трансформація в Україні виходить на якісно новий рівень та охоплює майже усі сфери життєдіяльності. Міністерство культури та інформаційної політики України у 2023 році представило довгоочікуваний проект «е-пам'ятка», що має на меті створення електронного Державного реєстру нерухомих пам'яток України. Цифрові технології мають на меті значно підвищити також і ефективність управління туристичною галуззю, зробити її більш доступною та привабливою для подорожуючих, а також сприяти сталому розвитку туризму.

Одним із окремих напрямів є фінансування сфери туризму та культурної спадщини, адже варто зазначити, що ці сфери ніколи не фінансувалися відповідно до потреб. Але разом з тим, на сучасному етапі поруч із обмеженістю видатків місцевих бюджетів відкриваються нові можливості у формі грантів, різноманітних культурних програм, державно-приватного партнерства та інші форми фінансування.

Сукупність усіх пріоритетних напрямів державного управління у сфері туризму та культурної спадщини дають підстави стверджувати, що головне завдання це – створення сприятливих умов для залучення інвестицій у відновлення об'єктів культурної спадщини, розвитку туристичної індустрії та підвищення іміджу України на міжнародному ринку.

Література:

1. Візія. Сайт Державного агентства розвитку туризму України. URL : <https://www.tourism.gov.ua/>.
2. Овсяникова А. Державна політика у сфері охорони культурної спадщини: міжнародний досвід. *Ефективність державного управління*. 2019. Вип. 1 (58). Ч. 1. С. 52-61.
3. Купрійчук В. Державне управління у сфері охорони культурної спадщини в умовах воєнного стану 2022-2023 рр. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2023. Вип. 45/2023. С. 36-42.

Мазур Олександр Олександрович,
*аспірант кафедри публічного управління та адміністрування
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова*

Механізми публічного управління у сприянні розвитку регіонального готельного бізнесу

Питання розвитку регіонального готельного бізнесу є важливим для покращення туристично-рекреаційної інфраструктури. Основні механізми публічного управління щодо партнерства між органами місцевого самоврядування та малими й середніми бізнес-структурами готельного господарства повинні бути прописані в нормативному документі. Це може бути Програма розвитку, яка повинна включати комплекс механізмів, спрямованих на сталий розвиток малого й середнього готельного підприємництва та відкритого партнерства влади, відповідних бізнес-асоціацій та громадських організацій регіональних підприємців. Така програма може стати основним інструментом реалізації публічної політики з метою сталого розвитку готельного підприємництва, зокрема, й поліпшення туристично-рекреаційної інфраструктури, загалом. Створення сприятливого бізнес-середовища для ефективного розвитку готельного бізнесу можливе за умов реалізації відповідної

регуляторної політики. Разом із тим, повинна функціонувати координаційна рада з питань розвитку підприємництва [1].

Великим готельним бізнес-структурам також варто додатково співпрацювати з департаментом фінансів. Така співпраця регуляторної діяльності необхідна для забезпечення постійних надходжень від місцевих податків та зборів до бюджетів різних рівнів.

Механізми публічного управління у сфері партнерства між місцевими органами влади й готельними бізнес-структурами можна класифікувати таким чином:

а) механізми щодо сприяння розвитку готельного підприємництва. Сюди обов'язково входить дерегуляція його діяльності. Себто, регуляторна діяльність, що передбачає перегляд відповідних нормативно-правових актів і своєчасне ухвалення необхідних регуляторних актів;

б) зменшення податкового навантаження. Регіональна та місцева влада, відповідно до чинного законодавства України, має вагомий регулятивний важелі з вирішення важливих питань місцевого оподаткування. Серед іншого, сюди відносять зниження розмірів ставок єдиного податку;

в) розробка й організація муніципальних проєктів, продовольчих ярмарок та інших необхідних виставково-ярмаркових заходів. Все це є спільною ініціативою і роботою органів публічної влади й готельних бізнес-структур;

г) соціальне партнерство, що включає реалізацію різних муніципальних проєктів для ветеранів, учасників війни, дітей, молоді, гостей;

ґ) здача в оренду підприємцям приміщень муніципальної власності для ведення готельного господарства. Умовою оренди повинно бути їхнє ефективне використання, утримання і регулярне поповнення місцевих бюджетів;

д) неухильне дотримання регіональної та локальної екологічної програми. Систематичне фінансування її заходів;

е) сприяння розвитку й активізації внутрішнього та в'їзного туризму.

Отже, механізми публічного управління у сфері партнерства між місцевими органами влади й готельними бізнес-структурами позитивно сприятимуть розвитку не тільки цього виду підприємництва, але й туристичної сфери і покращення екологічної ситуації в населених пунктах, регіоні, країні.

Література:

1. Іщенко М. І., Міщук Є. В., Костенко А. С. Механізми та технології публічного управління й адміністрування у сфері партнерства місцевої влади з бізнес-структурами. *Держава та регіони. Серія: Державне управління*, 2019. № 3 (67). С.159-164. URL: http://pa.stateandregions.zp.ua/archive/3_2019/31.pdf

2. Громоздова Л. В., Маляревський В. М., Маркіна М. І., Рвач А. М. Теоретичні основи поняття «механізм публічного управління». URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d43f8c69-076d-4539-b2cc-8d518d14090b/content>

3. Матвійчук Л. Ю., Лепкий М. І., Молнар-Бабіля Дж.І. Регіональний аналіз розвитку готельного господарства в Україні. *Економіка та суспільство*. 2021. Випуск 31. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/738/710>

Марущин Юрій Віталійович,

кандидат наук з державного управління, заступник керуючого справами виконавчого апарату Хмельницької обласної ради, старший викладач кафедри публічного управління та адміністрування Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Стійкість та адаптація: механізми стимулювання розвитку туристичної галузі в умовах воєнного стану

Зазвичай туризм у воєнний час сприймається як сфера, яку слід обмежити або мінімізувати, але досвід України показує, що він може не тільки існувати, а й активно розвиватися, сприяючи економічній стабільності та підтриманню морального духу населення. Звідси – необхідно активно працювати над заходами державної підтримки розвитку, які б допомогли адаптувати туристичну сферу до умов воєнного стану та забезпечити її стабільність і доступність.

В Україні діє комплексний підхід до регулювання туризму, який включає законодавчі та нормативні акти. Безсумнівно, російсько-українська війна призвела до змін, які вимагають гнучкості законодавчої бази для забезпечення виживання та розвитку туристичних ініціатив. Водночас, завдяки ефективно реалізованій реформі децентралізації у минулі роки, органи місцевого самоврядування отримали більше повноважень у питанні регулювання податків на туризм та інвестицій в інфраструктуру.

В умовах повномасштабної війни туризм зіткнувся з такими проблемами, як зміна туристичних потоків і нестабільність цінової ситуації. Купівельна спроможність населення задовольнити свої основні потреби також впала, а потреба у подорожах відійшла на другий план [1]. Тим не менш, криза відкрила можливості для розвитку внутрішнього туризму, особливо в безпечних територіях. Так, сьогодні області та громади макрорегіону «Умовно безпечний тил» [4] можуть та повинні стати альтернативами традиційним місцям літнього відпочинку. А ефективне управління туристичним збором та інвестиціями в інфраструктуру може значно підвищити привабливість територій для туризму. Враховуючи об'єктивні військові потреби, державне фінансування цієї сфери обмежене; необхідно активніше використовувати інші джерела (грантові проекти) та механізми (соціальне партнерство, міжмуніципальне співробітництво [2]). Прозорість та активна участь громади в процесах прийняття рішень сприяють більш ефективному використанню наявних ресурсів та більшій довірі між владою та місцевим бізнесом.

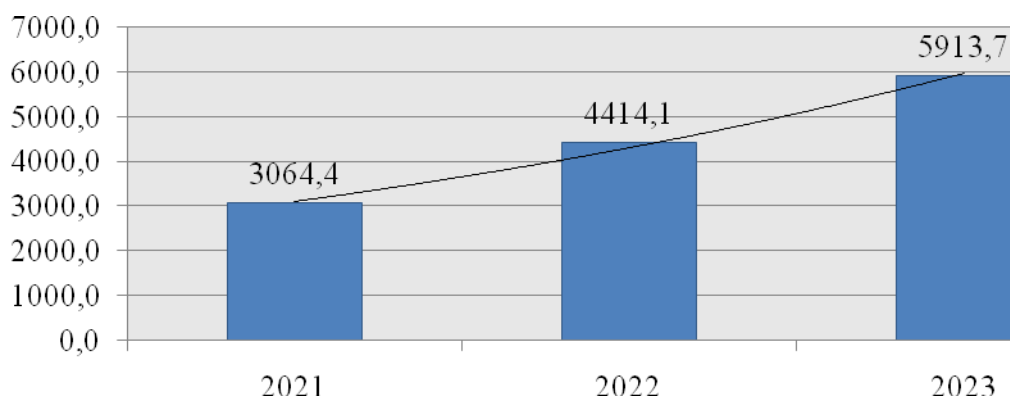


Рис. 1. Динаміка надходжень туристичного збору по Хмельницькій області за 2021-2023 роки, тис. грн

Примітка. Побудовано автором на основі [3]

Як бачимо з рис.1, надходження туристичного збору по Хмельницькій області щорічно збільшуються, попри всі ризики та виклики воєнного стану. Це свідчить також про те, що в

суспільстві існує так званий відкладений попит: оскільки люди хотіли подорожувати під час COVID-19, але не змогли; та і у перший рік вторгнення вони не знали, що буде далі, боялися і понад усе думали про безпеку. З 2022 року ситуація стабілізувалася, українці почали мандрувати. Тому відновлення та розвиток туризму є вкрай важливим, що підтверджує і соціологія: 81% українців планують подорожувати країною найближчим часом [5].

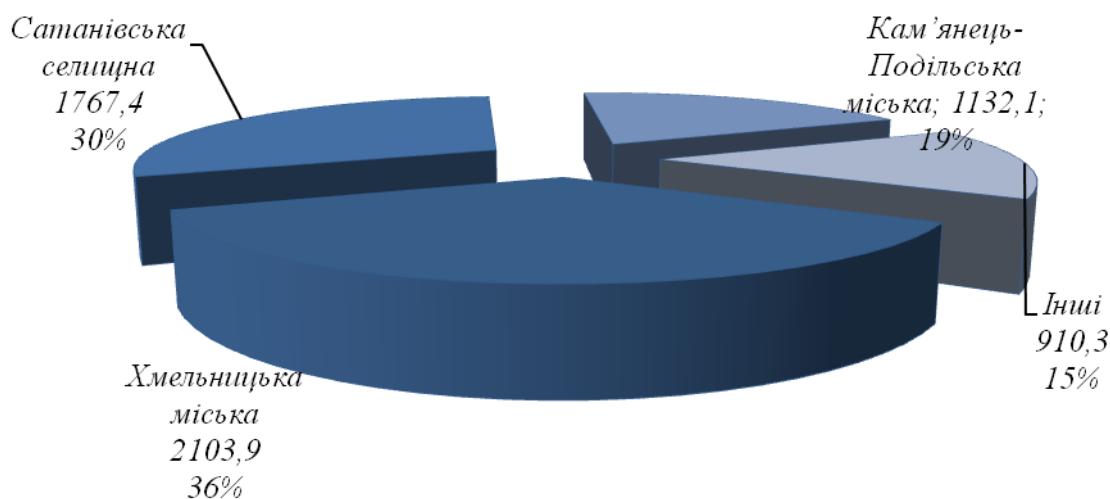


Рис. 2. Структура надходжень туристичного збору по Хмельницькій області у 2023 році, тис. грн

Примітка. Побудовано автором на основі [3]

Також важливо відмітити, що всього у 2023 році 32 громади Хмельниччини стягували туристичний збір, 28 громад області – ні, хоча окремі з них і знаходяться в зоні потенційних територій туризму, що може свідчити про нереалізованість потенціалу. Найбільші надходження від туризму у 2023 році отримали Хмельницька, Кам'янець-Подільська та Сатанівська громади, частка яких становить 85% всіх надходжень по цьому збору, що відображено на рис. 2.

Україна загалом може використовувати набуті досвід та адаптації для залучення іноземних туристів, особливо у безпечні та привабливі регіони. Створення інклюзивних маркетингових стратегій та розвиток інфраструктури можуть допомогти цьому процесу. А державне регулювання відіграє вирішальну роль у підтримці та розвитку туристичної галузі України в умовах військового конфлікту. Завдяки гнучкості, законодавчим інноваціям та активній участі жителів і органів влади Україна показує, як туристичний сектор може адаптуватися до викликів війни, одночасно закладаючи основу для майбутнього розвитку.

Література:

1. Кириченко А. Купимо вже після перемоги: як війна змінила споживчі настрої українців. *UNIAN.NET*. URL: <http://surl.li/sotnr> (дата звернення 14.04.2024).
2. Проект «Dnistercanyon» – чудовий приклад переваг децентралізації. *Портал «Децентралізація»*. URL: <http://surl.li/sotrg> (дата звернення 14.04.2024).
3. Обласний бюджет. *Хмельницька обласна державна адміністрація*. URL: <http://surl.li/sotkw> (дата звернення 14.04.2024).
4. Ткачук А. Про територіальні підходи до реалізації державної регіональної політики (вимушені макрорегіони). *Інститут громадянського суспільства*. URL: <http://surl.li/sotia> (дата звернення 14.04.2024).
5. Шаріпов О. Тривожний відпочинок. Попит на внутрішній туризм зріс у декілька разів, у виграші – Захід України, Одеса програє. Куди українці подорожують під час війни. *Forbes.ua*. URL: <http://surl.li/mltqw> (дата звернення 14.04.2024).

Понятійна сутність та зміст гостинності

В даний час туризм, як і інші сфери послуг, зазнає серйозних змін. Сучасні виклики часу – пандемія, масштабне вторгнення РФ на територію України, і як наслідок – орієнтація туризму на внутрішній розвиток, зростання цифровізації багатьох сервісних процесів тощо – мають докорінно вплинуло на розвиток галузі та її інфраструктури.

Термін «гостинність» досить поширений у сучасній науковій та публіцистичній літературі, однак визначеність його понятійної сутності певні труднощі та потребує наукового обґрунтування. Щоб їх подолати, видається необхідним пояснити, що означає кожна категорія, де застосовується даний термін.

«Гостинність» (від англ. – *hospitality*) – це «універсальна традиція повсякденної культури, яка передбачає обов'язок гостинності та турботи про гостя». Поняття «гостинність» походить від давньофранцузької «хоспіс» (*hospice*), тобто місця, де мандрівники можуть отримати кров і їжу» [1, с.12].

Гостинність пройшла тривалий шлях еволюції та зазнала серйозних якісних змін, ставши однією з найважливіших складових соціально-культурного обслуговування сучасного суспільства. Як основна характеристика людського буття гостинність набувала на різних етапах розвитку людської культури та історії специфічних національно-культурних особливостей і різних історичних форм.

На сьогодні й досі не існує єдиного підходу до трактування понять «сфера гостинності» та «індустрія гостинності».

У перекладі з латинської *industria* (промисловість) це означає діяльність. У багатьох словниках слово «індустрія» (англ.) означає промисловість, а «промисловість» визначається як найбільша галузь господарства, група взаємопов'язаних підприємств, що характеризуються єдністю господарського призначення продукції, що виробляється, однорідністю сировини, матеріаломісткістю, спільністю технологічної та технічної основи, особливий професійний склад і специфічні умови праці. Таким чином, слово «індустрія», початкове значення якого було «промисловість», стало позначати велику сукупність споріднених підприємств (видів діяльності). Дж.Вокер спеціально вказував на те, що гостинність, як «одне з основних понять цивілізації, давно трансформувалася в індустрію» [1, с. 17].

Вважаємо, що у вітчизняних теоріях ще немає чіткого розуміння природи гостинності. Деякі автори не розрізняють такі поняття, як «індустрія гостинності», «індустрія туризму», «індустрія дозвілля» та «готельне господарство» і використовують їх як синоніми. У світлі виниклого питання про те, чим індустрія гостинності відрізняється від готельної та туристичної, необхідно розглянути різні підходи до визначення їх співвідношення. Думки вчених розділилися особливо щодо питання взаємозв'язку між готельною індустрією та туризмом. Автори першого підходу вважають, що готельна індустрія є частиною індустрії туризму, яка відповідає за розміщення та харчування туристів, а також включає галузі, пов'язані з розважальною діяльністю. Прихильники другого підходу стверджують, що готельна індустрія поєднує в собі туризм, ресторанно-готельну діяльність, дозвілля, розваги та громадське харчування.

Поняття «сфера гостинності» не так давно застосовується в українській науковій та практичній діяльності, більш поширеним до останнього часу було поняття «індустрія гостинності». Поняття «сфера» означає область дії, межі поширення чого-небудь[2]. У широкому розумінні зміст поняття «сфера гостинності» асоціюється з готельною діяльністю, а також із проявом професійної та персональної уваги до споживачів цієї послуги, тому досить часто до характеристик поняття закладається рівень обслуговування відвідувачів з точки зору надання ним готельних, ресторанних та додаткових сервісних послуг. Саме

наявність останнього компонента (додаткові послуги) ускладнює процес визначення змісту цього поняття, оскільки охоплює велику кількість складових частин, спрямованих на максимальне задоволення потреб туристів [3].

Сфера гостинності пов'язана з функціонуванням численних підприємств різної спрямованості та спеціалізації: готелі, ресторани, туристичні агенції, музеї, транспортні компанії, інформаційні центри тощо, об'єднаних спільною метою – задоволення будь-яких запитів та бажань споживачів.

Отже, на нашу думку, сфера гостинності є складною категорією, яка розглядається як соціально-економічна система зі створення, просування і реалізації послуг з розміщення, харчування, побутового обслуговування, дозвілля, а також реалізації товарів у закладах готельного й ресторанного господарства.

Література:

1. Walker J.R. Introduction to Hospitality Management. PrenticeHall, 2004. 769p.
2. Словник іншомовних слів URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgibin/u/book/sis.pl?Qry=%D1%F4%E5%F0%E0> (Дата звернення: 20.04.2024р.).
3. Нагернюк Д.В., Коваленко Л.Г. Особливості сфери гостинності: Дефініція поняття. *Електронний фаховий науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку»*. Випуск 59. 2021. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9023> (Дата звернення: 20.04.2024р.).

Помаза-Пономаренко Аліна Леонідівна,
доктор з державного управління, старший дослідник,
доцент кафедри менеджменту
Національного університету цивільного захисту України

Полякова Оксана Сергіївна,
здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні
Національного університету цивільного захисту України

Безбар'єрність і безпековість туристичної галузі як державна та суспільна ідеологія

Війна проти України набула таких масштабів, що загрожують не тільки її територіальній цілісності, а й соціальній безпеці. Власне кажучи, станом на кінець 2023 року за кордон виїхало понад 7 млн. українців (з яких 6,2 млн. отримали статус біженців), внутрішньо переміщених осіб-українців уже понад 5 млн. осіб [1; 6]. При цьому зростає чисельність осіб як серед цивільних, так і серед військових, які зазнають фізичних і психологічних травм, а також отримують інвалідність. Це становить загрозу соціально-економічному розвитку України та її регіонів. Особливо це відчувається на стані функціонування туристичної галузі. Туристичні потоки всередині та за межами України значно зменшилися через повномасштабну агресію РФ. Відтак, завданням для України на середньострокову перспективу є визначення концепції стимулювання розвитку туристичної галузі, адже її занепад останніми роками унеможливило належний відпочинок українців з лікувальною, оздоровчою, пізнавальною та іншою метою. Усе це визначає актуальність обраної проблематики дослідження.

У 2017 році була прийнята Стратегія розвитку туризму та курортів в Україні на період до 2026 року [3]. У цій Стратегії визначені пріоритетні напрямки розвитку туристичної галузі. У той же час, російсько-українська війна внесла корективи в пріоритетах розвитку нашої держави та її суспільства, і це ще продовжуватиме відбуватися, навіть у повоєнний період. Сьогодні та в майбутньому нагальними питаннями для туристичної індустрії зокрема та галузі

загалом буде забезпечення відновлення довоєнного стану. Вирішення цієї проблеми вимагає вдосконалення системи публічного управління туристичною галуззю в бік забезпечення його прозорості, відкритості, ефективності, результативності, і головне безпековості та безбар'єрності. Безпековість взагалі є конституційно встановленою вимогою, за дотриманням якої має слідувати держава. Так, в Основному Законі України визначено, що людині гарантується безпечне для життя та здоров'я довкілля [3]. Дотримання цієї законодавчої вимоги повинно відбуватися у суміжних сферах, що передбачають використання природних ресурсів. Не є виключенням з цього правила й туристична сфера, що охоплює користування природними та іншими рекреаційними ресурсами. Це, у свою чергу, також означає дбайливе ставлення до таких ресурсів, адже частина з них є вичерпними (що означає, що вони мають тенденцію до знищення та закінчення). У чинній Стратегії також акцентовано на дотриманні безпековості в туристичній галузі, а також у інших нормативно-правових актах в цій галузі визнано важливість упровадження принципу безпековості [2; 5; 6]. Виникає логічне запитання, а як же гарантувати безпековість туристам і відпочивальникам в Україні. Уважаємо, що це можливо за рахунок упровадження цифрових технологій у туристичну галузь та індустрію. Сьогодні з упевненістю можна стверджувати, що е-туризм для України - це перспективний напрям, але мало досліджений. Хоча для всього світу він є потужним джерелом для розвитку територій, рекреацій, населення та держав загалом. Крім того, перспективним напрямом розвитку в Україні можна визнати темний туризм, але поки що складно забезпечити його безпековість для туристів.

Який би вид туризму в Україні ми не розглядали з точки зору його перспективності, потрібно розуміти, що він має відповідати вимогам не тільки часу, а й суспільства. Однією з таких вимог є безбар'єрність. У деяких наукових напрацюваннях можна зустріти термін «інклюзивність», але то не є абсолютно правильно. Оскільки є люди, у яких немає інвалідності, але вони мають тимчасові фізичні чи психічні обмеження, що становлять перешкоду для реалізації ними права на відпочинок. Ці стани пов'язані з репродуктивною функцією організму чи зоровою, чи руховою тощо. Відтак, вважаємо, що коректно говорити та впроваджувати саме безбар'єрні підходи у туристичну галузь та індустрію. У Європі встановлюється щорічно нагорода за безбар'єрність європейського міста для туристів. Як відомо, містами-лідерами в цьому конкурсі є ті, що розташовані на території Німеччини, Польщі, Франції тощо[4]. України в цьому рейтингу немає. На цій підставі вважаємо, що погляд високо посадовців повинен бути звернутий на даний факт, під час оновлення Стратегії розвитку туризму та курортів в Україні.

Підсумовуючи, відзначимо, що наша держава має потужний рекреаційний потенціал, її транзитивне територіальне розташування може надавати їй безліч переваг для приваблення туристів. Однак для цього потрібно вживати необхідних публічно-управлінських заходів, а саме: правового, організаційного, економічного, інформаційного та іншого ресурсного характеру. Важливо дієво використовувати платформу OpenUkraine, залучати мас-медіа та інші засоби медіатизації з метою рекламізації туристичних можливостей України, і все має зреалізовуватися із дотриманням принципів безпековості та безбар'єрності.

Література:

1. В Україні майже 5 мільйонів ВПО. URL: <https://suspihne.media/631564-v-ukraini-viplati-vpo-somisaca-otrimuut-26-mln-ludej-veresuk/#:~:text=%D0%92%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96%D0%BC%D0%B0%D0%B9%D0%B6%D0%B5%20%D0%BC%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%B9%D0%BE%D0%BD%D1%96%D0%B2%20%D0%92%D0%9F%D0%9E>.
2. Домбровська С. М., Помаза-Пономаренко А.Л., Рибальченко Н.П. Туризм і право на нього в контексті гарантування безпеки : монографія. Харків: НУЦЗУ, 2022. 272 с.
3. Стратегія розвитку туризму і курортів на період до 2026 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>.
4. Kravchenko O., Koliada, N., Berezivska L., Dikhtyarenko S., Baida S., Danylevych L.

Digital Barrier-Free and Psychosocial Support for Students with Disabilities in Distance Learning Environments. *International journal of computers cience and network security*. 2022. Vol. 22. Issue 8. Pp. 15–24.

5. Pomaza-Ponomarenko A., Hren L., Durman O., Bondarchuk N., Vorobets V. Management mechanisms in the context of digitalization of all spheres of society. *Revista San Gregorio. Special edition-2020.* №42. URL: <http://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/issue/view/RSAN42/showToc>.

6. Pomaza-Ponomarenko A., Taraduda D., Leonenko N., Poroka S., Sukhachov M. Ensuring the safety of citizens in times of war: aspects of the organization of civildefense. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. 2024. Vol. 14. Issue 1. Pp. 216-220.

Сторошук Богдан Дмитрович,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії, менеджменту і адміністрування
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Роль влади у формуванні та використанні урбаністичних закономірностей соціально-економічного розвитку Чернівців

Сучасні Чернівці є містом, як в більшість періодів історичного розвитку мало типово європейські риси. Про це неодноразово згадували різні відомі люди – політики, економісти, митці, та й просто пересічні обивателі – «Чернівці — на півдорозі між Києвом і Бухарестом, Краковом і Одесою — були таємною столицею Європи, де тротуари підмітали букетами троянд, а книгарень було більше, ніж пекарень» [1]. Чернівці як і більшість інших міст є одним із ключових елементів просторово-економічної і соціально-культурної організації життя людей в сучасному світі. Суттєва частина проблем сучасних Чернівців, як і більшості інших населених пунктів, що певний час знаходилися у складі Радянського Союзу, пов'язана з тим, що в той період повністю ігнорувалися об'єктивні історичні закономірності еволюції Чернівців як органічного європейського урбаністичного центру [2], що суттєво спотворило його сучасну природу, територіальні межі, взаємозв'язки з навколишніми територіями та механізм функціонування. Найбільш болючою з цих проблем є надмірне, часом критичне, навантаження і відповідний дефіцит якісних об'єктів економічної, транспортної, торгівельної, соціальної, рекреаційної, освітньої інфраструктури, що суттєво погіршує повноцінне функціонування міста. Дана проблема суттєво ускладнюється величезним дефіцитом самоусвідомлення функцій, повноважень, обов'язків та відповідальності більшості представників місцевого самоврядування [3].

Таким чином, дуже важливо визначити фактично існуючі теперішні межі міста, враховуючи прилеглі райони, а також оцінити потенційні прилеглі райони, а також визначити основні параметри для здійснення розширення на основі відповідних особливостей міської економіки і процесів розвитку міста. Проведений всебічний експертний аналіз сучасного стану соціально-економічного та рекреаційно-культурного розвитку міста Чернівці та прилеглих до нього територій дав можливість визначити ключові параметри, які найбільш повно і всебічно відображають рівень і характер інтегрованості взаємозв'язків в даному контексті: рівень розвитку та насиченість і стабільність транспортної інфраструктури, працевлаштування мешканців міста Чернівці та прилеглих до міста територій, задоволення освітніх потреб на рівні загальноосвітньої школи I-III ступенів перш за все мешканцями прилеглих до міста територій, задоволення потреб у медичному обслуговуванні мешканцями прилеглих до міста територій, задоволення культурно-рекреаційних потреб мешканцями міста та прилеглих до міста територій.

На основі експертного аналізу, проведеного за даними параметрами, чітко і однозначно визначається об'єктивна потреба у розгляді Чернівців як сучасного туристичного міста, структурованому за п'ятьма рівнями його функціонування: мікро-Чернівці (історично сформована частина центру міста із збереженою старою унікальною архітектурою), міні-Чернівці (мікро-Чернівці разом із сучасним адміністративно-діловим центром), власне Чернівці (місто в його сучасних адміністративних межах), макро-Чернівці (місто разом із безпосередньо прилеглими найближчими селами, які фактично злилися з містом і не входять до нього виключно лише з формально-адміністративної точки зору), мега-Чернівці (включно з населеними пунктами, які пов'язані з містом в його сучасних адміністративних межах регулярними двосторонніми щотижневими, або й щоденними маятниковими міграціями більшості мешканців як самого міста Чернівці так і цих населених пунктів, які групуються за декількома напрямками відповідно до наявності та зручності використання основних транспортних магістралей).

Суб'єкти кожного з цих рівнів об'єктивно зацікавлені саме в таким чином структурованому за рівнями розгляді міста, так як всі вони при цьому отримують значно більші потенційні можливості здобуття суттєвих обоюдно вигід. Власне даний підхід якраз і забезпечує всебічне і повне втілення на практиці гасла міста «Viribusunitis! – Спільними зусиллями!»

Література:

1. Бойченко Олександр З великої любові. *Український журнал*. № 11, 2011. С.12-15.
2. Сторощук Б. Проблеми розвитку економічних функцій публічної влади на місцевому рівні. *Влада та управління. Збірник наукових праць*. Вип. 4. Чернівці: Букрек, 2016. С.206-216.
3. Сторощук Б.Д. Дискомунікація як інституційна проблема економічної влади. *Комунікаційні практики в сучасному політичному дискурсі: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Чернівці, 20 травня 2016 року)*. Чернівці, 2016. С.73-77.

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

Організація туристичного бізнесу в Україні

Туризм – це галузь, яка стрімко розвивається та удосконалюється з кожним роком. Дану індустрію можна вважати окремою складовою економічної діяльності, яка посіла вагоме місце у розвитку внутрішньої та зовнішньої політики держави. А також, заволоділа увагою та перманентно підвищує свою популярність серед більшості населення країни. Крайніми роками, майже 94% громадян здійснювали подорожі різного напрямку та виду. Теперішня загарбницько-окупаційна війна Московії супроти України, стрес, злість, роздратування, страх є тим негативним згустком, що забирає сили та енергію населення. Проте, українцям вкрай необхідно і важливо їх поновлювати, особливо за таких складних умов. Саме тому, навіть попри військовий стан в Україні, туристичний бізнес зберігає свою популярність.

Відпустка для усіх наших виснажених співвітчизників є довгоочікуваним та омріяним відпочинком. Населення України прагне на деякий час замінити щоденні турботи, роботу і навчання відпочинком для відновлення свого духовного, психічного і фізичного стану. Кожен індивід має власне уявлення стосовно досягнення вказаної мети. Це може бути як і самоорганізована подорож, так і сформований та детально продуманий фахівцем туристично-рекреаційний тур.

Кожне туристичне агентство і кожен туристичний оператор керуються відповідним українським законодавством, Ліцензійними умовами провадження господарської діяльності, які затверджені наказом Державного комітету з питань регуляторної політики та підприємництва і Державного комітету молодіжної політики, спорту і туризму. Першочерговою метою господарювання кожної туристичної фірми є реалізація туристичного продукту. Так, згідно з першою статтею Закону України про туризм, «туристичний продукт — попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною» [2].

У структурі згаданих послуги виокремлюють:

- а) перевезення туристів і рекреантів;
- б) розміщення туристів і рекреантів;
- в) організація для туристів і рекреантів відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг.

Українські туристичні підприємства займаються оформленням путівок для туристів і рекреантів як на місцевому, так і міжнародному рівнях. Відповідно, всі ці перелічені дії мають бути офіційно дозволені та затверджені на законодавчому державному рівні. В першу чергу, фізична особа, засновник майбутнього туристичного агентства чи іншої туристичної фірми, зобов'язана оформити статус ФОП, який надає можливість здійснювати підприємницькі дії шляхом самостійної діяльності з метою отримання прибутку.

Коли питання з реєстрацією ФОП вирішено, важливим кроком до заснування підприємства є отримання ліцензії на розробку, організацію та надання туристичних послуг. Згідно Положення про Державне агентство розвитку туризму України (далі – ДАРТ), саме цей орган видає ліцензії на право провадження туроператорської діяльності. Разом із тим, ДАРТ веде ліцензійний Реєстр усіх суб'єктів, що займаються туроператорською діяльністю.

В організації та наданні туристичних послуг є два учасники процесу: туроператор і турагентство. Туроператор створює туристичний продукт, а туристичні агенції є посередниками, які просувають та реалізують розроблений туроператором пакет і/або продукт на підставі відповідним чином укладеного договору між цими обома учасниками. Основне завдання діяльності турагентства полягає у знаходженні клієнта і формування власної клієнтської бази. Заразом здійснюється підбір туру згідно потреб та вимог туристів і рекреантів, проведення платежу, оформлення усієї необхідної документації та дистанційний супровід своїх клієнтів у разі виникнення форс-мажорних питань упродовж усього відпочинку.

Також, у течії з усіма необхідними документами має бути оформлена банківська гарантія, яка передбачає відшкодування збитків, заподіяних туристу і рекреанту в разі виникнення обставин неплатоспроможності, ліквідації або банкрутства відповідного суб'єкта туристичної діяльності [3].

Оформлення офісу є важливим та заключним етапом, яке також супроводжується вимогами згідно до Ліцензійних умов.

Базовим фактором вважається місцерозташування, яке, у першу чергу, має бути людним. Також рекомендовано перший-другий поверх у приміщенні вітринного типу. Обов'язковою є наявність вивіски, на якій зазначена назва турагентства й туроператора та індивідуальний логотип компанії. При вході повинен бути розміщений графік роботи підприємства. В середині офісу, на видному місці для клієнта, має бути розміщений куточок споживача, в якому розміщується інформація про найменування власника, книга відгуків та пропозицій, адреси та номери телефонів органів, що забезпечують захист прав споживачів.

Отже, успішно пройдені етапи й виконані процедури щодо створення турагентства чи туроператора, підприємство має право розпочинати свою діяльність з надання туристичних послуг.

Література:

1. Мальська М.П., Худо В.В., Занько Ю.С. Організація туристичного обслуговування: підручник. Київ: Знання, 2011. 275 с.

2. Про туризм. Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

3. Гарантія платежу для суб'єктів туристичної діяльності. URL: <https://raiffeisen.ua/biznesu/kredyty/garantii-banka/garantiya-platezhu-dlya-subyektiv-turistichnoy-diyalnosti>

4. Забаштанський М. М., Забаштанська Т. В., Роговий А. В. Економічна безпека держави в умовах трансформаційних змін туристичної галузі України. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Вип. 4(1). С.50-55.

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

Роль рекреаційного районування у забезпеченні належного розмаїття глобального туристичного простору

Ключова ідея подорожування і туризму полягає в існуванні різноманітності географічних районів світу та бажанні людей з цим розмаїттям ознайомитись. Для складної туристично-рекреаційної системи, в якій величезна кількість елементів поділяється на підмножини різних рівнів – підсистеми, що володіють властивістю цілісності і пов'язані багатоступінчатими відносинами підпорядкування підсистем одних рівнів іншим, більш високим [1, с. 217], – характерні фрактальність та ієрархічна таксономія. Відповідно, для стратегічного управління розвитком туристичних дестинацій і вироблення ефективної державної (регіональної) політики у цій сфері необхідна детальна інформація про регіональну специфіку просторового розміщення туристично-рекреаційних ресурсів. Такі знання генеруються у процесі рекреаційного районування, що виступає інструментом багатоаспектного аналізу регіональних соціально-економічних систем і застосування якого забезпечує міждисциплінарний характер дослідження сучасного туристичного простору.

У загальному розумінні районування – це процес багатофакторного поділу території на множину непересічних цілісних районів, що є компактним згущенням деяких вихідних чарунок у просторі [2, с. 439]. Це послідовний процес просторового впорядкування інформації, що дозволяє комплексно оцінити особливості розміщення досліджуваних явищ і об'єктів та їх територіальної організації [3], а відтак, контролювати рівень ентропії, що неминуче збільшується у туристичних дестинаціях під впливом інтенсифікації туристичних потоків.

Рекреаційним районуванням вважають поділ території на окремі комплексні ієрархічні таксономічні одиниці, які диференціюються за спеціалізацією рекреаційного обслуговування, структурою рекреаційних ресурсів і напрямками їх освоєння та охорони [4]. Головним принципом районування є врахування ступеня розвиненості туристичних і рекреаційних функцій територій, тобто концентрації підприємств рекреації і туризму. Власне, районування забезпечує комплексність, системність і пропорційність розвитку з найповнішим використанням природних та економічних умов [5, с. 205–207]. Метод районування застосовується з метою забезпечення оптимального функціонування територіальних туристично-рекреаційних систем і належного виконання ними географічних, економічних, соціальних, екологічних, генетичних функцій [3], що, у свою чергу, дозволяє уникнути проявів дезорганізованості і неузгодженості у цій сфері.

Проектування регіональних туристично-рекреаційних систем базується на виділенні різних композиційних, функціональних і планувальних елементів [2, с. 437] (рис. 1), серед яких можна виокремити такі композиційні типи: ареали (тотожні поняттю рекреаційного регіону); ядра – містобудівні та функціонально-економічні центри районів і зон; осі –

ландшафтно-маршрутні коридори, що зв'язують між собою ареали і ядра в єдиний територіальний каркас; локуси (тотожні поняттю рекреаційного пункту).

Рекреаційні райони формуються за певними критеріями (рис. 2). Найстабільнішою ознакою є характер туристично-рекреаційної спеціалізації, оскільки він обумовлений наявними ресурсами. Ступінь освоєння району багато в чому залежить від місцевої політики у сфері туризму: наприклад, за підтримки з боку місцевої адміністрації в районі може різко збільшитись кількість зареєстрованих суб'єктів підприємництва. Географія туристичних потоків пов'язана з комбінацією унікальних туристично-рекреаційних ресурсів і популярністю території на туристичному ринку. Однак під впливом зовнішніх обставин (відсутність гарантій безпеки, політична нестабільність, погіршення економічних показників) приплив туристів може йти на спад або, навпаки, мода на екзотичні тури інколи провокує «сплеск туризму» навіть у тих районах, де ще немає розвиненої інфраструктури.



Рис. 1. Композиційні типи елементів туристично-рекреаційних систем
Примітка: складено авторкою на основі [6, с. 164]

Власне, незважаючи на відносну географічну сталість, періодична зміна районоутворюючих чинників (як аналогів параметрів порядку у туристичній системі) обґрунтовує потребу внесення коректив до схеми рекреаційного районування, для того щоб більш повно відображати певний етап еволюції територіальної організації туристично-рекреаційної діяльності та відповідати актуальним запитам туристів.

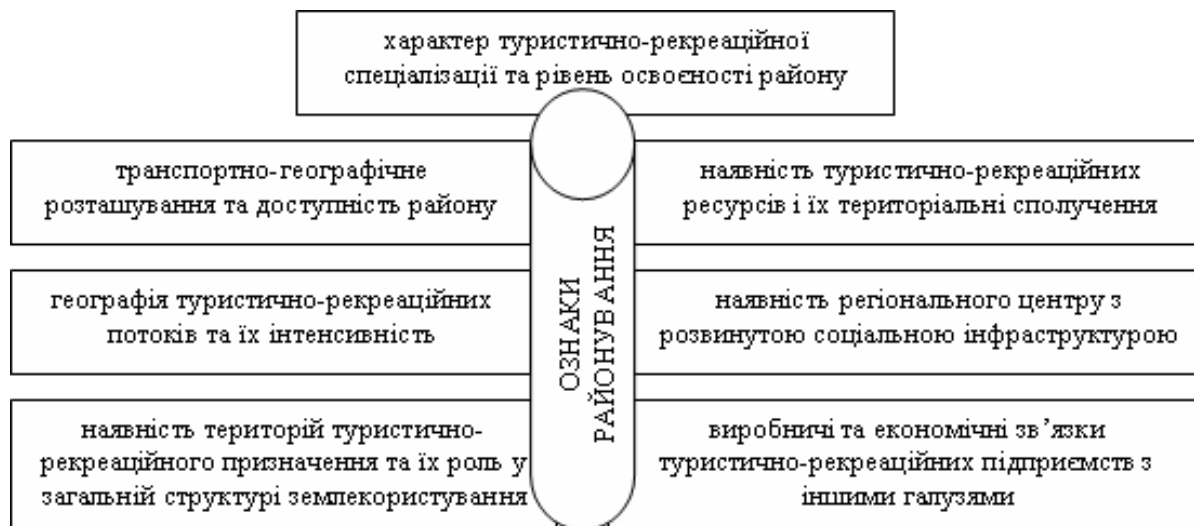


Рис. 2. Основні ознаки рекреаційного районування
Примітка: складено авторкою на основі [3; 6, с. 166]

Коректне застосування методу районування потребує дотримання низки основоположних принципів. Передусім це загальногеографічні принципи ієрархічності, конструктивності, об'єктивності, багатоаспектності [2, с. 434; 6, с. 162–163]. Окремо виділяють правила розробки державної політики у цій сфері: 1) економічний принцип, що розглядає рекреаційний регіон як спеціалізовану частину туристично-рекреаційного комплексу країни з визначеним складом виробництв; 2) національний принцип, що враховує національний склад населення регіону, історично сформовані особливості праці й побуту; 3) адміністративний принцип, що визначає єдність рекреаційного районування та адміністративно-територіального устрою країни [5, с. 206].

Загалом, слід враховувати, що районування є комплексним (рис. 3) і базується на поєднанні різних аспектів: фізико-географічних (райони виокремлюють на основі кліматичних умов і медико-біологічних характеристик, широтної зональності і висотної поясності); історичних (аналіз територіальної організації туристично-рекреаційного господарства і прогнозування його розвитку); соціальних (районування має забезпечувати оптимальне функціонування туристично-рекреаційних систем); економічних (аналіз рівня економічного розвитку території); екологічних (створення умов для ощадливого використання туристично-рекреаційних ресурсів) [6, с. 162].

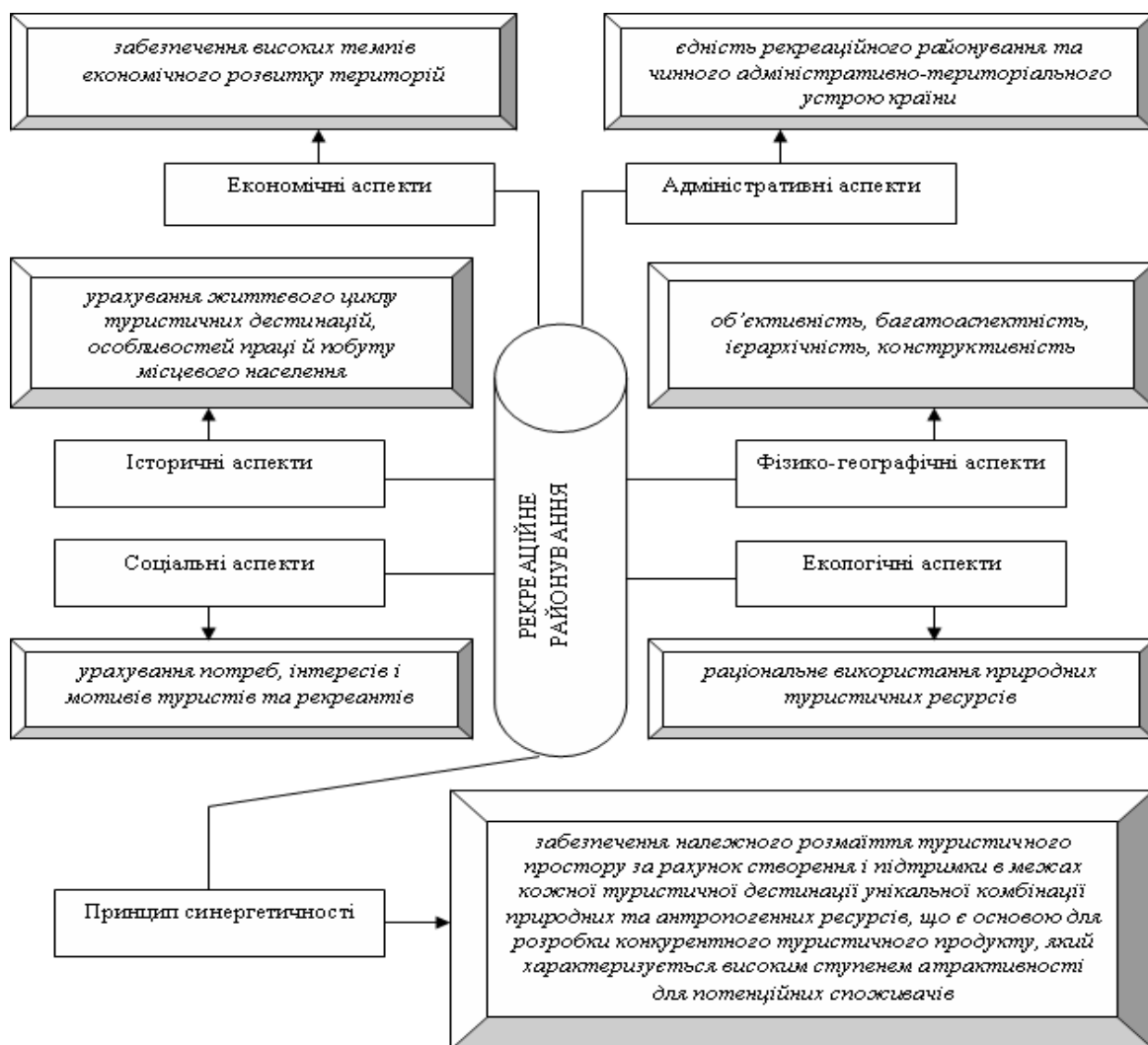


Рис. 3. Основні принципи туристичного районування, що забезпечують належне розмаїття глобального туристичного простору

Примітка: складено авторкою

Рекреаційне районування (зонування) регіону виконують за його територіальними дестинаціями, в яких втілюються комплексні географічні характеристики ресурсів та умов туристично-рекреаційної діяльності на макрорегіональному рівні. Макротуристичне районування необхідне для кращої просторової організації сфери туризму, здійснення політики її регіонального розвитку та удосконалення управління туристичною діяльністю [2, с. 437]. На локальному та мікрорегіональному рівнях об'єкти рекреаційно-туристичної діяльності виділяють за окремими видами і формами рекреації. Такими, зокрема, є рекреаційно-туристичні об'єкти та рекреаційні осередки – місця масового самодіяльного (некомерціалізованого) відпочинку. На наступних рівнях організації поширені вже організаційно-економічні форми – рекреаційно-туристичні центри, курортні райони, туристично-екскурсійні міста. Завдяки інформаційно-просторовому впорядкуванню з'являється якісно новий туристичний продукт. На рівні рекреаційних районів (зон) спостерігається ще одна принципова трансформація функцій туристично-рекреаційної діяльності: усі попередні її форми інтегруються в межах рекреаційних районів і підлягають відповідному плануванню. Головна функція таких таксонів полягає у створенні та максимальному використанні туристично-рекреаційного потенціалу відповідної території [1, с. 219].

На нашу думку, проаналізовані тенденції сприяють підвищенню рівня цілісності, інтегрованості туристичних дестинацій, що асоціюються зі зниженням ступеня розмаїття і можуть вести до їх занепаду. Тому в процесі районування доцільно враховувати принцип синергетичності, який орієнтує на досягнення вигоди від підтримки розмаїття у відносно цілісному та водночас ієрархічно організованому туристичному просторі, де розвиток окремих дестинацій узгоджується з загальними орієнтирами державної політики і тенденціями розвитку світового туристичного ринку, передбачає взаємодію (як конкуренцію, так і співпрацю) з іншими територіями і, разом з тим, має залишатися унікальним, для того щоб якісно відрізнитися від інших дестинацій зі схожим набором туристично-рекреаційних ресурсів і забезпечувати завдяки цьому високу конкурентоспроможність туристичного продукту.

Отже, рекреаційне районування території має певну специфіку, оскільки воно базується не лише на наявних курортно-рекреаційних та історико-культурних ресурсах, але й повинне враховувати фізико-географічні особливості, економічне районування тощо [6, с. 166]. З плином часу характер регіональної спеціалізації, рейтинг рекреаційних осередків і туристично-екскурсійних міст, спрямованість «ландшафтно-маршрутних коридорів» можуть змінюватися. Тому для збереження динамічної рівноваги у туристичному просторі і підтримки належного розмаїття туристичних дестинацій доцільно впроваджувати заходи щодо: 1) функціонального зонування рекреаційних територій, визначення допустимого рекреаційного навантаження (екологічний аспект); 2) збереження культурної самобутності народів, ефективного задоволення зростаючих рекреаційних потреб населення (соціальний аспект); 3) створення умов для реалізації комерційних інтересів господарюючих суб'єктів, у тому числі в рамках інноваційних стартапів, туристичних кластерів, проектів публічно-приватного партнерства (економічний аспект).

Література:

1. Ніколаєва О.І. Форми територіальної організації рекреаційного господарства регіону. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. Вип. 7. С. 215–220.
2. Шулик В.В. Про рекреаційне районування території України. *Коммунально-економічне господарство: науково-технічний збірник*. 2007. № 76. С. 431–440.
3. Гайда Ю.І., Ілюк В.І. Туристично-рекреаційне районування України: емпірично-статистичний підхід. *Ефективна економіка*. 2020. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7645> (дата звернення: 08.04.2024).
4. Бейдик О.О. Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристських ресурсів України: автореф. дис. ... докт. географ. наук: 11.00.02; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2004. 36 с.

5. Романова А.А., Щепанський Е.В. Районування як інструмент ефективного стратегічного управління розвитком туристичної індустрії країни. *Університетські наукові записки*. 2018. № 1. С. 200–213.

6. Горун В.В. Аналіз теоретико-концептуальних основ рекреаційного районування. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія «Географія»*. 2012. № 1. С. 161-169.

Чала Єлізавета Олегівна,

*здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні
факультету публічного управління*

Хмельницького університету управління і права імені Леоніда Юзькова

Особливості туристично-рекреаційної сфери за умов воєнного стану

Туристично-рекреаційна сфера є однією з потенційно-перспективних в українській економіці. Її розвиток тісно пов'язаний з розвитком транспортної інфраструктури, екологізацією навколишнього середовища, а також із розвитком готельно-ресторанної сфери, індустрії розваг та будівельно-інженерними роботами. Туристично-рекреаційний ринок дуже чутливий до криз різного походження. Серед них варто виокремити стихійні лиха, війни, епідемії, соціально-економічні кризи, політичну нестабільність, що зумовлюють негативні коливання регіонального й національного характеру. Це підтверджується ситуацією в туристично-рекреаційній галузі України, яка пережила два потрясіння – пандемію коронавірусної хвороби і повномасштабну війну, що триває уже третій рік. Багато туристичних компаній змушені були припинити свою діяльність або змінити своє підприємницьке спрямування. Велика кількість готелів, санаторіїв і туристичних баз приймали та досі приймають біженців з окупованих і прифронтових територій. Ситуація також ускладнена закриттям повітряного простору над Україною. Й навіть за таких перешкод та обмежень, туристично-рекреаційний сектор продовжує функціонувати у відносно безпечних областях України. Тут є свої особливості, що потребують додаткового дослідження та аналізу.

Опираючись на весняні дослідження Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC) у 2020 році, коронавірусна пандемія щодня залишала без роботи близько мільйона працівників у масштабах світової туристичної індустрії. Півтора року ситуація залишалася складною й тільки в січні 2022 року відбувся значний поштовх в обсягах туристичних потоків.

Почала відновлюватися українська туристично-рекреаційна сфера, але ця позитивна тенденція була перервана повномасштабним московитським вторгненням 22 лютого 2022 року. Це стало черговим новим випробуванням для української туристично-рекреаційної галузі. Європейський туристичний ринок також зазнав незначних втрат через скорочення туристично-рекреаційних потоків з України (через війну), Московії (через санкції) та Білорусі (через санкції). Зазначимо, що перед пандемією корона вірусної хвороби Московія була 11-м за розміром джерелом туристів у Світі, а Україна – 13-м. За даними Всесвітньої туристичної організації, на ці дві країни припадало 75000000 туристів і рекреантів, що становило 5% від загальносвітового туристичного потоку. Що стосується витрат на різноманітну туристичну продукцію, то їхній сукупний обсяг складає 50000000000 доларів США, що у відносних параметрах приблизно дорівнює 8% від загального світового обсягу.

За країни два роки московитські туристи мають певні труднощі з подорожуванням через обмеження на московитські авіалінії та використання повітряного простору. Водночас, мільйони українців змушені залишати Батьківщину через агресивно-окупаційне московитське вторгнення. Для української і зарубіжної туристично-рекреаційної сфери й

готельно-ресторанної така ситуація стає перешкодою у розвитку. Проблема посилюється тим, що біженці не приносять туристичного прибутку, а створюють додаткові витрати.

Варто згадати, що морські курорти України стали недоступними для українських та іноземних туристів – окремі з них перебувають в окупації уже 10 років, багато зазнають безпосередніх ракетних і безпілотних ударів, бомбардувань та обстрілів. Це стосується Запорізької, Херсонської та Миколаївської областей. Курортний сезон також не відкрився в Одеській області. Попри те, що західні області України вважаються відносно безпечними для туристів і рекреантів – вони не можуть перекрити потенційні доходи туристично-рекреаційної сфери України за мирних часів і цілковитої деокупації.

Слід відзначити, що початком літнього сезону 2023-го року в українському туризмі почалося збільшення внутрішніх запитів на відпочинок, у тому числі відкриття дитячих таборів. Переважаючим інтересом користуються ті регіони, які вважаються відносно безпечними – це Львівська, Івано-Франківська та Закарпатська області. Значний попит спостерігається на поїздки в Карпати. Нещодавно відновилися екскурсійні тури до замків та музеїв, які через воєнний стан були закриті на тривалий час. Збільшується інтерес до екскурсій по Київській і Полтавській областях. Залишається недоступним морський відпочинок. За таких умов планування подорожей повинно відбуватися з урахуванням усіх безпекових умов, у першу чергу це стосується місцезнаходження бомбосховищ і комендантської години. Окрім сказаного, слід уникати прогулянок та екскурсій поблизу об'єктів критичної чи військової інфраструктури, участі в масових заходах, відвідування прифронтових зон і подорожей по окупованих територіях.

З настанням літнього сезону 2023 року в поволі почали відроджуватися зовнішні туристично-рекреаційні подорожі українців. Найбільш популярними стали рейси до Болгарії, оскільки ця країна пропонує безкоштовне проживання в готелях для українців. Регулярними стали відвідування курортів Туреччини, Єгипту, Іспанії та Тунісу. Проте, для цього українцям потрібно самостійно дістатися до аеропорту в Польщі та/або Молдові. Крім того, почалися відпочинкові тури до Молдови і Литви. Хоча внутрішні й зовнішні туристично-рекреаційні подорожі українців активізувалися, але вони також обмежуються виїздом чоловіків і скороченням добробуту населення. Основною проблемою в'їзного туризму для іноземних громадян є війна та безпека.

Оскільки туристично-рекреаційна сфера має велике значення для стратегії економічного відновлення України після війни – роботу у цьому напрямку слід почати вже зараз. Для цього необхідно: активно просувати розвиток туризму і рекреації у післявоєнний період; проводити перемовини зі світовими готельними мережами; підготувати масштабну маркетингову й інвестиційну кампанію для залучення іноземних туристів та інвестицій у відновлення туристично-рекреаційних об'єктів і розбудову туристичної інфраструктури; розробити туристично-рекреаційні програми, присвячені місцям військової слави Збройних Сил України та місцям військових злочинів московитів супроти України й українців; просувати нестандартні формати туризму й рекреації.

Література:

1. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>
2. Жирій К. Основні втрати ще попереду: українцям розповіли, як війна вдарила по туризму. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/osnovni-vtrati-shche-poperedu-ukrajincyam-rozpovili-yak-viyna-vdarila-po-turizmu-novini-ukrajina-11866203.html>

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

Модернізація державного регулювання розвитку туристично-рекреаційної сфери в Україні в сучасних умовах суспільних трансформацій

Формування сучасної системи державного регулювання в Україні підвищило інтерес до форм і методів надання туристичних послуг населенню, які активно використовуються на практиці за кордоном. Посилення негативних наслідків конкуренції та комерціалізації туристичної діяльності призвело до необхідності державного регулювання діяльності суб'єктів туристичного бізнесу. Значна частина українців користується туристичними послугами протягом кількох поколінь, тому попит на них набув масового характеру, тобто став нормою життя та став частиною національної культури. Часто в різних країнах туризм виявляється важелем, використання якого може покращити «здоров'я» всієї національної економіки країни. Індустрія туризму та відпочинку відіграє важливу роль у формуванні ВВП, нових робочих місць, зайнятості населення, поживленні зовнішньоторговельного балансу. Туризм впливає на ключові сектори економіки, такі як транспорт, будівництво, сільське господарство, виробництво споживчих товарів тощо. Іншими словами, він є каталізатором соціально-економічного розвитку країни.

Ефективному розвитку туризму в Україні значною мірою перешкоджає відсутність чіткої системи державного регулювання сфери туризму та розваг, погана інфраструктура. Аналіз вітчизняної літератури та практики свідчить про недостатню розробленість концептуального інструментарію та відсутність системних методів і наукових методів для обґрунтування сутності та масштабів державного регулювання індустрії туризму та розваг в Україні. Таким чином, проблема державного регулювання розвитку туристично-рекреаційної сфери позбавлена методологічних засад і недостатньо розроблених методів, а також можливості практичного застосування результатів досліджень при здійсненні стратегічних і процесуальних нормативно-правових дій.

Неможлива активна державна політика у сфері регулювання будь-якої галузі економіки без глибокого вивчення конкретних обставин і особливостей історичного розвитку та оцінки сучасного стану туризму. Третє тисячоліття ставить перед публічним управлінням виклик – його системи мають стати більш конкурентоспроможними та ефективними, одночасно демонструючи високий ступінь професіоналізму та поваги до верховенства права. Тільки культивуючи сучасні управлінські таланти та свідомо реалізуючи управлінську модернізацію структур управління на всіх рівнях, сфера публічного управління може досягти значних результатів. Сьогодні існує необхідність модернізації публічного управління з метою підвищення ефективності та результативності діяльності державних органів у соціально-економічній сфері. Це вимагає змін базової моделі управління публічною службою, яка виконує основні завдання публічного управління [1].

Незважаючи на те, що український сектор туризму та розваг досяг певних позитивних результатів і зміцнив свою діяльність за останні роки, все ще є багато питань, які потребують великої уваги на державному рівні. Ці завдання потребують удосконалення наукової проблеми – модернізації державного регулювання розвитку туристично-рекреаційної сфери в Україні в сучасних умовах суспільних викликів та криз. Це питання є дуже складним, охоплює теоретико-методичний, фінансово-економічний, інноваційно-інвестиційний, організаційно-управлінський, кадровий, стратегічний, інформаційно-аналітичний, інституціональний аспекти тощо (рис. 1) і потребує відповідної наукової розробки. Рациональність є і вона зумовлена об'єктивною необхідністю сьогодення.



Рис 1. Структурна схема наукової проблеми модернізації державного регулювання розвитку туристично-рекреаційної сфери в Україні

Аналізуючи завдання, основні напрями, інструменти і методи регулювання щодо єдиного національного комплексного механізму регулювання розвитку індустрії туризму та відпочинку, можна зробити такі висновки:

1. Суб'єктами національного туристичного менеджменту є спеціально уповноважені державні органи та громадські туристичні організації. На їх активній взаємодії має базуватися процес формування єдиної національної комплексної політики розвитку туризму.

2. Державне регулювання розвитку індустрії туризму та розваг – це вплив держави на діяльність суб'єктів комерційної діяльності та кон'юнктуру ринку з метою забезпечення нормального функціонування ринкових механізмів, реалізації національних соціально-економічних пріоритетів та вироблення єдиної філософії для розвитку цього сектора. Це комплексний процес, що включає формування єдиної та комплексної національної політики регулювання розвитку туризму, визначення її цілей, основних напрямів, вибір засобів і методів реалізації.

3. Зміст державного регулювання розвитку туризму залежить від завдань, які стоять перед державними інституціями, та засобів, за допомогою яких держава реалізує цю політику.

4. За відсутності єдиної та комплексної національної політики регулювання розвитку туризму та включення окремих положень до інших національних політик втрачається цільова спрямованість регулювання туристичної діяльності.

5. Серед засобів просування національних туристичних продуктів винятково важливе місце займають заходи з просування національних туристичних продуктів. Вони є важливою частиною національного макромаркетингу і є метою формування позитивного іміджу країни та підвищення національної конкурентоспроможності.

Незважаючи на те, що український сектор туризму та розваг досяг певних позитивних результатів і зміцнив свою діяльність за останні роки, все ще є багато питань, які потребують великої уваги на державному рівні. Ці завдання потребують удосконалення наукової проблеми – модернізації державного регулювання розвитку туристично-рекреаційної сфери в Україні в сучасних умовах суспільних викликів та криз. Це питання є дуже складним, охоплює теоретико-методичний, фінансово-економічний, інноваційно-інвестиційний, організаційно-управлінський, кадровий, стратегічний, інформаційно-аналітичний, інституціональний аспекти тощо (рис. 1) і потребує відповідної наукової розробки. Рациональність є і вона зумовлена об'єктивною необхідністю сьогодення.

Вирішуючи наукові завдання державного регулювання розвитку індустрії туризму та відпочинку, необхідно комплексно враховувати результати вітчизняних і зарубіжних наукових досліджень, теорії та напрями, вивчати основи розвитку сфери туризму та розваг, світові тенденції соціально-економічного розвитку, місце туризму та розваг в інтеграційних процесах та концептуальні основи державного управління. Такі передумови дозволяють всебічно розглянути всі аспекти проблемного явища.

Тому державне регулювання розвитку індустрії туризму та відпочинку є актуальним науковим питанням. Вирішення цієї проблеми дозволить забезпечити прийнятний рівень розвитку індустрії туризму та відпочинку та посилити її вплив на соціальну економіку країни.

Література:

1. Стеченко Д.М. Управління регіональним розвитком. К. «Вища школа», 2000. 223 с.

СЕКЦІЯ 2
МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО
У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ

Serazhym Veronika Julianivna
Bachelor 2nd year of study, State University of Trade and Economics

Oliinyk Andrii Anatoliiovych
Ph.D. in Economics,
Associate Professor at the Department of International Management,
State University of Trade and Economics

Potential of international cooperation for the development of the world market of tourism and recreation services

International cooperation in the field of tourism and recreation is a key factor for the sustainable development of this sector. Deepening cooperation between countries contributes to the expansion of the tourism industry, promotes economic growth, increases cultural exchange and strengthens international relations. International cooperation plays a key role in the development of the world market of tourist and recreational services. It promotes the exchange of cultural and economic values, improving the quality of services and expanding tourist opportunities. Cooperation between countries allows for the creation of joint tourism products that meet the various requests of travelers and to develop the infrastructure necessary to ensure a comfortable and safe vacation.

Therefore, the tourism industry is defined as a set of organizational forms of business that perform the functions of accommodation, transportation, food, educational and entertainment, business, health, sports and other tourist destinations. Therefore, it is important to note that the recreational-tourist complex is a system of economically and socially connected separate industries, industries, manufacturing enterprises and service enterprises in a certain territory, the purpose of which is to provide recreational services to the population of a specific territorial unit. The recreational and tourist complex is a typical inter-industry complex, since many different industries and types of economic activity participate directly or indirectly in recreational services [1].

One of the key aspects of international cooperation in the field of tourism is the joint development and improvement of tourist infrastructure. Countries can jointly invest in the construction of hotels, the development of transport networks, the creation of recreational facilities and other tourist facilities. This helps to increase the attractiveness of countries for tourists, provides them with a comfortable stay and helps to increase the tourist flow. Purposeful and systematic activity regarding the development of international tourist relations. The primary direction of activity in this area is the development of the contractual and legal basis of external relations, the conclusion of international agreements of an intergovernmental and interagency nature on cooperation in the field of tourism [2].

The potential of international cooperation in the field of tourism can be considered through the prism of the following aspects:

- cooperation opens up new markets and contributes to the integration of regional tourism markets into the global system. This allows countries to effectively use their tourism potential and attract more foreign tourists;
- countries can exchange knowledge and best practices in the field of tourism, which contributes to the improvement of the quality of services and the development of innovative tourism products;

– tourism is one of the most dynamic sectors of the world economy. International cooperation contributes to the creation of jobs, attracting investments and increasing income from tourism.;

– joint initiatives and projects allow countries to improve their competitive advantages in the international market by offering unique and high-quality tourism services;

– international cooperation can contribute to the preservation of cultural values and the development of environmentally friendly tourism, which is important for the sustainable development of the tourism industry.

It is also important to note the influence of joint marketing and promotion of tourist products, which contributes to increasing global interest in various tourist destinations. Countries can join forces in holding international tourism exhibitions, advertising campaigns and other marketing activities that contribute to drawing attention to their tourism resources. This helps to expand the audience of tourists and ensure the stable development of the tourism industry.

The empirical data indicates that Ukraine could thrive as a tourist destination, with high interest shown by its citizens. Although, the industry has suffered from COVID-19 and ongoing conflict, causing a significant downturn with uncertain prospects for recovery, Ukraine's vast territory offers ample opportunity for tourism infrastructure development, and its population shows a keen willingness to invest in tourism, suggesting potential for significant growth in the future [3]. Ukraine, with its rich historical, cultural and natural potential, has every chance to become an active participant in the world market of tourist services. The development of international cooperation will allow Ukraine to integrate into the global tourism industry, increase the quality and variety of offered services, as well as attract foreign investments for the development of tourism infrastructure.

Given the global trends, it is important for Ukraine to focus on the development of strategies that would take into account the modern challenges and opportunities arising in the field of international tourism. This includes adapting to changes in technology, demand and structure of global trends, as well as developing innovative travel products that meet the needs of today's travellers. By working together, countries can achieve greater success in attracting tourists, developing infrastructure, and promoting the sustainable development of the global tourism market.

Reference:

1. Вуйцик О. Вплив рекреаційно-туристичного комплексу на розвиток економіки держави. *Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини»*. Львів, 2008, 24: 35-42. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/vujcyk2.htm (date of application: 09.04.2024).

2. Фрей, Л. В.; Киба, О. В. Рекреаційно-туристичний потенціал України. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання*: матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (24 – 25 березня 2016 року, м. Черкаси). Т. 2, 248 с. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/potencial.htm (date of application: 10.04.2024).

3. Oliinyk Andrii, Dichenko Daniil. Ukrainian tourism market: analysis, challenges, and opportunities. *Economy and Society*. 2023, 50. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2428/2348>

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

Свічкарь Віталій Анатолійович,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин та туризму
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Особливості конкурентної боротьби в сфері міжнародного туристичного бізнесу

Світовий ринок послуг у сучасних умовах характеризується інтенсивним розвитком усіх його складових. Одним із найважливіших, динамічно зростаючих, напрямів, що входять до його структури, є туризм. Його значення у світовому масштабі постійно зростає, що пов'язано з місцем туризму в структурі національної економіки багатьох країн світу, можливістю поповнення валютних надходжень, а також перспективою виходу на міжнародний рівень. Туризм – одна із найбільш диференційованих галузей економіки будь-якої країни, що водночас забезпечує міжнародне пізнання, виступає суттєвим «донором» валютних доходів держави та є, практично, найвигіднішою формою експорту, оскільки вилучає фінансові ресурси з інших держав без сплати митних платежів [1, с.472]. Більше того, туризм, на відміну від більшості галузей економіки, може використовувати лише окремі відновлювальні природні ресурси і суттєво обмежувати використання інших.

Конкуренцію на туристичному ринку можна розглядати як на макро-, так і на мікрорівні. На макрорівні вона представлена змаганням держав за залучення найбільшої кількості туристів, які принесуть їм значні доходи. Потенційний турист під час вибору тієї чи іншої країни для подорожі бере до уваги такі фактори, як політична та економічна стабільність, наявність туристично-рекреаційного потенціалу, пропозиції туристичних компаній, ціни, характер транспортних зв'язків, реклама, відгуки від споживачів туристичного продукту, географічні, природні, кліматичні, культурні і релігійні характеристики країни. Отже, конкурентоспроможність туристичної індустрії означає здатність таким чином використати наявні ресурси, щоб задовольнити попит найбільшої кількості споживачів-потенційних туристів. Слід зауважити, що саме чисельність відвідувачів є показником розвитку конкурентоспроможності цієї галузі.

У сфері міжнародного туризму доцільно виділити наступні групи факторів, аналіз яких дозволяє зробити висновок про ступінь конкурентоспроможності країни в галузі туристичного бізнесу:

1. Соціальна та політична ситуація в країні.
2. Клімат та географічне розташування. Цей конкурентний фактор також має першочергове значення для сфери туризму. Саме він зумовлює спеціалізацію країни на певному туристичному напрямі. Так, наприклад, Іспанія є популярним літнім курортом, а Австрія приваблює переважну кількість туристів взимку. Крім того, в деяких країнах є регіони з унікальним кліматом, що дозволяє їм розвивати оздоровчий туризм. Володіння таким особливим туристично-рекреаційним ресурсом дозволяє певним державам монополізувати його використання.
3. Історико-культурні пам'ятки. Ресурси такого роду в різних країнах світу є унікальними і займають монопольне положення серед туристичних цінностей, зумовлюючи високі ціни на відвідування певних місцевостей.
4. Інфраструктура (транспорт, розміщення). Сьогодні країни, які прагнуть бути конкурентоспроможними на світовому туристичному ринку, намагаються активно розвивати свої готельні мережі. На жаль, при класифікації готелів в різних країнах використовуються різноманітні системи, яких на сьогодні існує більше тридцяти. Слід зауважити, що введенню

єдиної класифікації готелів в світі заважає ряд факторів, пов'язаних з культурно-історичним розвитком держав, які здійснюють туристичну діяльність, їх національними особливостями, відмінностями в критеріях оцінки якості обслуговування та ін.

5. Асортимент туристичних послуг. Кожній країні при плануванні розвитку та підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі доцільно звертати належну увагу на систематизацію видів туризму, що дає можливість з більшою точністю визначити місце туристичної галузі серед інших галузей економіки, розрахувати вклад, який може забезпечити туризм у виробництві ВВП, тобто більш цілеспрямовано підходити до створення ефективних систем управління економікою в цілому та туризмом зокрема. Переваги застосування такої систематизації полягають по-перше, в можливості розробки цільових і регіональних програм з використанням елементів національної культури, для рівномірного розвитку територій, захисту екосистем, ефективного стимулювання традиційних місцевих промислів, вирішення проблем підвищення життєвого рівня населення; по-друге, в визначенні напрямів розвитку туризму, що дає можливість раціонально спланувати політику його розвитку та визначити види туристичного бізнесу, які є пріоритетними і конкурентними в кожній конкретній країні. Необхідно відмітити, що переважна більшість країн має можливість розвивати декілька туристичних напрямів [2].

6. Вартість відпочинку. Слід виділити групу факторів, які здійснюють вплив на ціну подорожі в різні країни світу. До них відносяться: рівень економічного розвитку країни, ступінь розвиненості індустрії гостинності, наявність зручних транспортних шляхів та ін.

7. Політика розвитку туристичної галузі. Кожна країна використовує свою політику підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії, яка переслідує як економічні, так і неекономічні цілі.

Отже, підвищенню міжнародних конкурентних позицій та просуванню туристичних центрів країни на нові ринки буде сприяти також запровадження наступних заходів: публікація реклами, каталогів, буклетів, які описують туристичну привабливість регіону; активні рекламні заходи за кордоном через мережу офісів, агентів, пресу, телебачення і радіо; організація конференцій за участю закордонних фахівців з туризму; організація екскурсій іноземних журналістів для представлення туристичних продуктів країни. Слід відмітити, що за розглянутими параметрами найбільш конкурентоспроможними на світовому ринку туризму є Франція, Іспанія, США, Італія, КНР, Великобританія, Канада, Мексика, Австрія, Німеччина.

Література:

1. Підлужна О. Б., Колос З. В. Конкурентоспроможність в туризмі як провідний напрям сталого розвитку. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2019. №1. С. 469–477. URL: https://visen.knau.kharkov.ua/20191_45.html.
2. Скавронська І. В. Конкурентні переваги національної економіки на світовому ринку туристичних послуг. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream>.

Буряк Альона Анатоліївна,

кандидатка економічних наук, доцентка,

доцентка кафедри міжнародних економічних відносин та туризму

Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Міжнародне співробітництво в галузі туризму: особливості сучасного стану та перспективні напрями розвитку

Міжнародне співробітництво в галузі туризму є важливим аспектом розвитку туристичної індустрії для багатьох країн і включає спільні зусилля у сферах маркетингу, просування туристичних продуктів, стандартизації послуг, розвитку інфраструктури та

забезпечення стабільного туристичного потоку. Основні, на нашу думку, аспекти міжнародного співробітництва в галузі туризму зображено на рис. 1.

Маркетинг та реклама

- Країни об'єднують зусилля для спільного просування своїх туристичних продуктів на міжнародному рівні, що включає участь у виставках, рекламні кампанії або спільні програми маркетингу.

Створення туристичних маршрутів

- Країни співпрацюють у створенні маршрутів, що об'єднують кілька країн або регіонів, що сприяє розвитку культурного обміну та розширенню туристичних можливостей.

Обмін досвідом та знаннями

- Країни обмінюються досвідом та кращими практиками в галузі розвитку туризму, включаючи сталість, збалансованість та екологічність туристичних

Транспортна інфраструктура

- Розвиток міжнародних туристичних маршрутів вимагає покращення транспортної інфраструктури, такої як аеропорти, магістралі та залізниці. Спільні ініціативи допомагають у забезпеченні ефективної та безпечної транспортної системи для туристів.

Стандартизація та сертифікація

- Країни спільно працюють над встановленням стандартів якості та сертифікації для туристичних послуг з метою забезпечення безпеки та комфорту для туристів.

Збереження культурної та природної спадщини

- Міжнародне співробітництво спрямоване на захист та збереження культурної та природної спадщини, що є об'єктами туристичної індустрії.

Рис. 1. Систематизація основних аспектів міжнародного співробітництва в галузі туризму

Примітка: складено автором

Міжнародне співробітництво в галузі туризму має значний потенціал для забезпечення сталого та збалансованого розвитку туристичної індустрії, яка є вигідною для всіх учасників, включаючи як країни-партнери, так і туристів.

Сучасний стан міжнародного співробітництва в галузі туризму відзначається рядом особливостей, які відображають сучасні тенденції та виклики, зокрема:

1. Технологічні інновації. Інформаційні технології та цифрові розв'язки стають ключовими елементами у сучасній туристичній індустрії [1]. Міжнародне співробітництво в цьому контексті включає спільний розвиток та впровадження технологічних інновацій для покращення туристичного досвіду та управління туристичними потоками.

2. Сталість та екологічність. Зростаюча увага до сталого розвитку ставить перед країнами завдання розвитку туристичних продуктів та послуг, які б мінімізували негативний вплив на довкілля. Міжнародне співробітництво може сприяти обміну кращими практиками та спільними проектами щодо екологічного туризму та охорони навколишнього середовища.

3. Культурний обмін та інтернаціоналізація. Туризм в умовах сьогодення відзначається зростаючою зацікавленістю до культурного обміну та взаєморозуміння між країнами. Міжнародне співробітництво в цій галузі може сприяти розвитку міжкультурного діалогу та сприяти зближенню різних культур через сферу туризму.

4. Кризове управління та безпека. У зв'язку із різними кризовими явищами у світі, такими як пандемія COVID-19, повномасштабні вторгнення на територію суверенних і незалежних держав, зокрема рф в Україну або терористичні загрози, міжнародне співробітництво у сфері туризму набуває важливого значення для спільного розроблення стратегій кризового управління [2] та забезпечення безпеки туристів.

5. Розвиток нових туристичних ринків. Сучасна туристична індустрія стикається із розвитком нових ринків, таких як «темний» туризм [3], екотуризм, медичний туризм, агротуризм, тощо. Тож, міжнародне співробітництво у цьому контексті може сприяти обміну досвідом та ресурсами для розвитку нових сегментів туристичної індустрії.

Загалом, сучасне міжнародне співробітництво в галузі туризму зосереджується на розвитку сталого, культурної та технологічно продуманої туристичної індустрії, яка б задовольняла потреби сучасного туриста та враховувала виклики національного та глобального масштабу.

Міжнародне співробітництво в галузі туризму має безліч перспективних напрямів розвитку, які можуть сприяти сталому зростанню туристичної індустрії. На наше глибоке переконання, найбільш перспективними напрямами є: екологічно-орієнтовані ініціативи, орієнтовані на збереження довкілля; збільшення інтересу до культурного обміну через туризм, що відкриває нові можливості для міжнародного співробітництва у збереженні та просуванні культурної спадщини; використання технологій та цифрових рішень, таких як штучний інтелект, віртуальна реальність та блокчейн, які відкривають нові можливості для управління туристичними потоками; розвиток нових туристичних ринків; створення туристичних маршрутів, що охоплюють декілька країн або регіонів.

Література:

1. Буряк А. А., Потлов А. М. Розвиток маркетингових комунікації через інтернет ресурси на ринку туристичних послуг. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства*: мат. II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 10 лист. 2023 р. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 511–515.

2. Buriak A. A. Methodological approaches to assessing the impact of threats on the environmental security of society in the international security system. *International security studios: managerial, technical, legal, environmental, informative and psychological aspects*. International collective monograph. Volume II. NMBU, Research and Education. 2024. С. 482–510. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10838779>.

3. Буряк А. А., Левченко І. В., Маховка В. М., Борисенко К. О. Сутність «темного» туризму як перспективного напрямку розвитку туристичних дестинацій: міжнародний досвід. *Ефективна економіка*. 2022. № 10. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/661> DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.10.25>.

Буряк Альона Анатоліївна,

кандидатка економічних наук, доцентка,

доцентка кафедри міжнародних економічних відносин та туризму

Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»,

Крук Ярослава Володимирівна,

Здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні 242 «Туризм»

Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Особливості розвитку міжнародного туристичного бізнесу в сучасних умовах

Міжнародний туристичний бізнес – це галузь економіки, яка охоплює різноманітні види діяльності, пов'язані із організацією та наданням туристичних послуг для міжнародних туристів та включає [1]:

– туроператори та турагентства – компанії, які організують туристичні маршрути, бронюють готелі, транспорт і екскурсії для міжнародних туристів;

– готелі та готельні мережі – підприємства, які надають проживання та різноманітні послуги для міжнародних гостей;

- туристичні агентства з надання допомоги – компанії, які надають послуги із консультації, страхування, візової підтримки та інші послуги, пов'язані із подорожами;
- транспортні компанії – перевізники, такі як авіакомпанії, залізничні та автобусні компанії, що забезпечують перевезення міжнародних туристів;
- ресторани та заклади харчування – ресторани, кафе та інші заклади громадського харчування, які обслуговують міжнародних туристів;
- розважальні та культурні заклади – музеї, театри, парки розваг та інші місця відпочинку, які приваблюють міжнародних туристів;
- екскурсійні компанії – компанії, які організують та проводять екскурсії та тематичні події для міжнародних туристів.

Міжнародний туристичний бізнес має великий економічний вплив, сприяє розвитку галузей послуг, інфраструктури [2] та туристичних пам'яток у різних країнах. Міжнародний туристичний бізнес є важливим джерелом доходу для багатьох країн та регіонів, сприяючи створенню робочих місць та розвитку місцевої економіки. Розвиток міжнародного туристичного бізнесу в сучасних умовах характеризується рядом особливостей, серед яких:

1. Зростання попиту. Загальний тенденційний ріст попиту на туристичні послуги, обумовлений зростанням доходів населення, збільшенням доступності подорожей, а також розвитком інтернету та соціальних медіа, що дозволяють швидко і зручно планувати та здійснювати подорожі.

2. Технологічні інновації. Впровадження технологічних нововведень у сфері туризму, таких як мобільні додатки, онлайн-бронювання, використання віртуальної реальності та розширеної реальності для приваблення та збереження клієнтів.

3. Розвиток масового туризму. Зростання популярності масового туризму і сприяння доступності туристичних послуг для широких мас, що зумовлено розвитком транспортної інфраструктури, зниженням цін на перельоти та проживання, а також рекламно-маркетинговими кампаніями.

4. Сталість політичних та економічних умов. Зміни в політичних і економічних умовах, такі як введення візових обмежень, політичні конфлікти (зокрема в Україні), епідемії та інші фактори, можуть суттєво вплинути на розвиток міжнародного туризму.

5. Стійкий розвиток. Поступовий перехід до сталого розвитку в туризмі, зосередження на збереженні природних і культурних ресурсів, підтримці місцевих спільнот та екологічно чистого туризму.

6. Глобалізація та диверсифікація. Зростання глобалізації та диверсифікація ринків, які приводять до розвитку нових напрямків та форм туризму («темний», екотуризм, гастротуризм, медичний туризм, тощо) та розширення туристичної інфраструктури.

7. Конкурентний тиск. Зростаючий конкурентний тиск у галузі туризму, який змушує компанії шукати нові стратегії [3], вдосконалювати якість обслуговування та забезпечувати конкурентоспроможні ціни на туристичні послуги.

8. Зміни в уявленнях про подорожі. Зміна у підходах до подорожей, зокрема зростання популярності автентичних та індивідуальних подорожей, а також збільшення інтересу до культурного обміну та освітніх турів.

Вищенаведені особливості визначають сучасні тенденції у міжнародному туристичному бізнесі та вимагають від компаній постійного адаптування до нових умов і викликів.

Міжнародний туристичний бізнес має широкі перспективи подальшого розвитку, особливо в контексті змін у сучасному світі та тенденції споживчої поведінки. На нашу думку, найбільш важливими є: зростання попиту на туристичні послуги (попит на туристичні послуги продовжить зростати завдяки зростанню інтересу до подорожей); розвиток нових туристичних напрямків (поява нових туристичних напрямків і форм відпочинку, таких як «темний», екотуризм, гастротуризм, медичний туризм, культурний туризм та інші, що відповідають потребам та уподобанням міжнародних туристів); використання технологій для поліпшення досвіду подорожей (впровадження новітніх технологій для поліпшення досвіду

подорожей та забезпечення більшої зручності та персоналізації для туристів); стрімке розширення туристичної інфраструктури (зростання інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури, включаючи готелі, аеропорти, транспортні зв'язки та інше, для забезпечення зручності та комфорту); підтримання сталого розвитку (зосередження на сталому розвитку туризму з урахуванням захисту природних та культурних ресурсів, збереженням біорізноманіття та забезпеченням користі для місцевих спільнот).

Загалом, враховуючи вищенаведені перспективи подальшого розвитку, міжнародний туристичний бізнес може очікувати на динамічний розвиток, зумовлений різноманітними факторами, такими як зміни в попиті на туристичні послуги, технологічні інновації, розвиток інфраструктури та підтримка сталого розвитку.

Література:

1. Buriak A., Levchenko I., Herashchenko V., Shevchenko O. Impacto ffull-scale waron changes in the format of Ukraine's cooperation with the European Union. *The EU Cohesion policy and healthy national development: Management and promotionin Ukraine*:monograph. In: Letunovska N., Saher L. & Rosokhata A. Szczecin: Centre of Sociological Research, 2023. P. 369–378 (645 p.). DOI: <https://doi.org/10.14254/978-83-968258-5-8/2023>.

2. Буряк А. А., Кудряшова Д. О., Сторожук Л. М. Стратегія розвитку digital-економіки в Україні: національна візія та виклики глобалізації. *Система управління відходами в циркулярній економіці: фінансові, соціальні, екологічні та енергетичні детермінанти*: монографія. Суми: Сумський державний університет. 2023. С. 239–248.

3. Буряк А. А., Маховка В. М., Сторожук Л. М. Стратегія і механізми запровадження цифрової економіки в країнах ЄС та Україні як умова подолання кризових явищ. *Економіка і регіон*. 2023. № 2(89). С. 53–59. DOI: [https://doi.org/10.26906/eip.v0i2\(89\).2934](https://doi.org/10.26906/eip.v0i2(89).2934).

Кірик Алла Юрївна,

*доктор філософії з права, доцент кафедри міжнародного та європейського права
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова*

Розвиток зеленого туризму в країнах-членах Європейського Союзу

Слід почати з того, що туризм грає велику роль для економіки окремих держав-членів Європейського Союзу. Для реалізації своїх цілей Європейський Союз наділений відповідною компетенцією. В туристичному секторі ЄС наділений доповнюючою компетенцією, тобто він може діяти на підтримку ініціатив держав-членів, не замінюючи їх повноважень. Стаття 195 ДФЄС наголошує на тому, що Союз підтримує туристичний сектор на території Співтовариства за допомогою певних заходів, однак виключаючи гармонізацію правових систем держав-членів у туристичному секторі [1].

Незважаючи на це, Європейський Союз може підтримувати держави-члени в цьому секторі, зокрема для сприяння конкурентоспроможності компаній, що працюють у цьому секторі і, в той же час, Європейський Союз отримує додаткову компетенцію для просування туризму через визначення таких цілей, як створення сприятливого середовища для розвитку туристичного бізнесу та сприяння співробітництву між державами-членами, зокрема в обміні передовим досвідом [1].

В останні роки сільський зелений туризм стає найбільш поширеним видом відпочинку у державах-членах Європейського Союзу. Сільський зелений туризм активно розвивається в Чехії, Франції, Італії та в інших країнах ЄС. У більшості з них зелений туризм є основним напрямком збереження та відтворення національних ландшафтів сільської місцевості.

Зелений туризм, також званий сталим туризмом, є формою туризму, яка зосереджується на захисті навколишнього середовища та сприянні відповідальним

практикам для мінімізації негативного впливу на природу. Останніми роками ця практика туризму значно зросла.

Головною метою зеленого туризму є скорочення викидів вуглекислого газу шляхом уникнення діяльності, яка шкодить навколишньому середовищу або використовує занадто багато ресурсів. Йдеться про збереження екосистем, тварин і рослин, а також про мінімізацію негативного впливу на природу. Зелений туризм наголошує на відповідальних практиках, таких як використання громадського транспорту, споживання місцевих продуктів, проживання в екологічно чистих будинках і підтримка місцевих підприємств, які використовують відповідальні практики.

Переваги зеленого туризму можна побачити на екологічному, соціальному та економічному рівнях. Обмежуючи негативний вплив на навколишнє середовище та зберігаючи біорізноманіття, зелений туризм сприяє захисту природи та боротьбі зі зміною клімату. Крім того, ця форма туризму сприяє місцевому економічному розвитку та сприяє створенню робочих місць у готельній індустрії, закладах громадського харчування та відпочинку.

Варто розглянути досвід розвитку сільського туризму в Італії де туризм є однією з найбільш розвинених галузей промисловості.

В Італії сільський туризм регулюється на національному рівні законом № 26 від 1996 року, який встановлює, що тільки сільськогосподарські підприємці можуть відкрити структуру сільського туризму, дотримуючись відповідного законодавства [2]. Окрім цих положень, існують також регіональні закони, які встановлюють додаткові вимоги, які необхідно виконати.

Починаючи з 2013 року, Італія створила справжню модель просування та захисту національного сектору зеленого туризму, яка складається з набору інструментів:

- Національний бренд «Agriturismo Italia», який виділяє агротуризм, який регулярно працює на національній території, і є потужним інструментом брендингу для національних та міжнародних клієнтів;

- Єдина «соняшникова» система класифікації садиб із розміщенням здатна надати інформацію про рівень комфорту та спектр пропонованих послуг, подібно до того, що відбувається з зірки для готелів;

- Національний довідник з агротуризму, який являє собою офіційний список усіх компаній, визнаних окремими регіонами та містить детальну інформацію про послуги, що пропонуються, що є першим прикладом у Італії офіційної каталогізації компаній, яка спільно гарантується як державою, так і територіально компетентними адміністраціями [3, с.62].

Для підтримки сталої моделі розвитку туризму уряд Італії створив Фонд сталого туризму, економічний ресурс для фінансування проектів та інвестицій приватних компаній, що працюють у туристичному секторі.

Фонд сталого туризму має намір підтримувати інвестиційні проекти, що сприяють екотуризму та сталому туризму, які мінімізують економічні, екологічні та соціальні наслідки, створюють дохід і робочі місця та зберігають місцеві екосистеми.

Сільський туризм має дуже високий потенціал для стимулювання місцевого економічного зростання та соціальних змін завдяки його взаємодоповнюваності з іншими видами економічної діяльності, його внеску у ВВП та створенню робочих місць.

Роль туризму в сільській місцевості є фундаментальною для підвищення привабливості місць з точки зору екологічних ресурсів. Соціокультурне та рекреаційне забезпечення зростаючого попиту на екосистемні послуги; збільшення зайнятості населення, посилення багатофункціональності сільського та лісового господарства, збереження життєво важливих сільських територій в економічному та соціальному плані.

На основі проаналізованого європейського досвіду стає можливим виокремити основні напрямки та перспективи організації та розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Насамперед, це удосконалення правового регулювання та запровадження єдиної бази зелених місць відпочинку та розташування. Також необхідно працювати над

популяризацією зелених місць відпочинку та виданням різноманітних довідників для зацікавлених осіб.

Незважаючи на наявні проблеми, Україна завдяки своїм природним ресурсам, унікальним кліматичним умовам, географічному розташуванню, має значний потенціал і сприятливі умови для перетворення сільського зеленого туризму у прибуткову галузь.

Література:

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/994_b06W

2. Legge Regionale 28 giugno 1994, n. 26. Norme per l'esercizio dell'agriturismo e del turismo rurale ed interventi per la loro promozione. URL : <https://demetra.regione.emilia-romagna.it/al>

3. Rapporto di Ricerca. IL panorama multiforme del turismo rurale. Politichee esperienze. A cura di Catia Zumpano, Annalisa Del Prete URL: <https://www.crea.gov.it/>

Майстер Андрій Анатолійович,

кандидат географічних наук,

доцент кафедри інформаційних технологій та туризму

Відокремленого структурного підрозділу закладу вищої освіти

«Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»

Луцького інституту розвитку людини

Сучасний стан розвитку винного туризму в країнах Європи

Європа є найпопулярнішим туристичним напрямком. У Європейському туристичному регіоні набув значного розвитку винний туризм. Для розвитку винного туризму важливим є стан винної індустрії. Основним показником є обсяги виробництва вина та його споживання. Існує трійка європейських лідерів у виробництві вина: Італія, Франція та Іспанія. Обсяги виробництва в цих країнах значно відрізняються від обсягів інших країн. У 2022 році на Іспанію припадало приблизно 13,1 % світової площі виноградників, що робить її провідним виноробним регіоном серед європейських країн і світу. На Францію та Італію припадало 11,2 % та 9,9 % світової площі виноградників відповідно [1].

У 2022 році вироблено в Європі 128,3 млн. гл. вина, що на 10 % менше показника 2021 року. Упродовж 2014-2019 рр. виробництво вина мало тенденцію до зростання, коли кількість виробленого вина збільшилася з 157,68 млн. гл. до 162,04 млн. гл. Найбільша кількість вина була вироблена у 2019 році, коли цифра становила 162,04 млн. гл. З 2019 року зафіксовано зменшення виробництва вина. У 2020 році кількість виробленого вина скоротилася до 144,76 млн. гл., а в 2021 р. ще більше зменшилася – до 142 млн. гл. [1].

Європейські країни є одними з найпродуктивніших виробників вина у світі. Три європейські країни, відомі своїми виноробними галузями, – Італія, Франція та Іспанія – очолили рейтинг країн-лідерів із виробництва вина у 2022 році. На ці три країни припадає значна частка світової площі виноградників, значною мірою завдяки середземноморському клімату, який історично сприяв процвітанню виноградарства в цих країнах.

У 2022 році обсяг європейського ринку вина сягнув 146,97 млрд. дол. США і, як очікується, продовжить зростати до 218 млрд. дол. США до 2025 р. Протягом 2014-2022 рр. динаміка доходів ринку вина в Європі мала досить нерівномірний характер. Доходи ринку вина змінювалися протягом 2014-2022 рр. У 2014-2015 рр. доходи ринку вина зменшилися на 35,32 млрд. дол. США. У 2020 р. доходи ще більше скоротилися до 142,67 млрд. дол. США. У 2015-2017 рр. доходи ринку вина показували зростання. У 2018 році доходи продовжили

зростати до 179,68 млрд. дол. США. У 2020-2022 рр. доходи ринку вина показують невелике зростання з 142,67 млрд. дол. США до 146,97 млрд. дол. США[1].

За даними онлайн-платформи «Statista», проаналізовано індекс розвитку винного туризму в країнах Європи[2]. Цей індекс був створений на основі п'яти показників: середнє споживання на 100 000 осіб, середнє виробництво на 100 000 осіб, площа виноградників у кожній країні, кількість винних турів на 100 000 осіб та вартість пляшки вина. Кожній країні присвоєно оцінку за 10-бальною шкалою. Інтегральний показник індексу розраховувався як середній результат балів, отриманих за кожним із цих показників. До ТОП-10 країн із найрозвиненішим винним туризмом увійшли шість країн Європи (рис. 1).

Індекс розвитку винного туризму вказує на рівень розвитку і привабливості винного туризму в кожній з країн. Високий рівень розвитку винного туризму мають Франція (6,86), Іспанія (7,16), Португалія (7,88) та Італія (8,28), які відзначаються найвищими значеннями індексу розвитку винного туризму. Ці країни відомі своєю виноробною культурою, винними регіонами та традиціями, і приваблюють велику кількість винних туристів з усього світу.

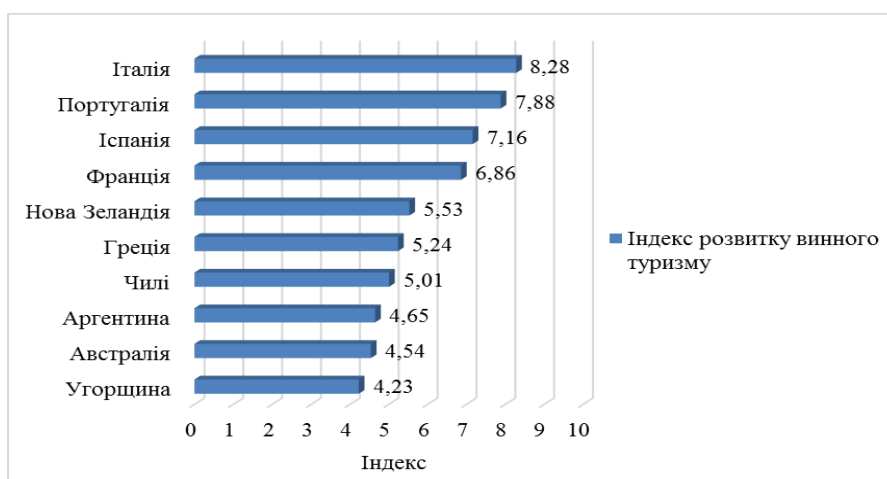


Рис. 1. Місце країн Європи серед світових країн-лідерів винного туризму у 2021 р. (оцінка за індексом)

Примітка: складено автором на основі джерела [2]

Чилі (5,01), Греція (5,24) та Нова Зеландія (5,53) мають середні значення індексу розвитку винного туризму. Вони мають потенціал для розвитку цієї сфери і приваблюють винних туристів.

Найнижчі значення індексу спостерігаються в Угорщині (4,23), Австралії (4,54) та Аргентині (4,65). Це може свідчити про меншу привабливість цих країн для винного туризму порівняно з іншими.

Більшість країн Європи розвивають культурно-пізнавальний напрямок винного туризму. Існують винні шляхи, які охоплюють відвідування пам'яток архітектури, історичних пам'яток з поєднанням дегустації вина, вивчення культури споживання. Вино в країнах Європи стало елементом культури. Розвиток винного туризму забезпечує додаткові туристичні потоки на наявних ресурсах, що не потребує особливих фінансових вкладень для розвитку галузі. Винний туризм Європи представлений такими видами: культурно-пізнавальний, що розвивається у всіх винних країнах Європи та формується на основі культурної спадщини народів, рекреаційно-оздоровчі тури, які набувають неабиякої популярності, оскільки енотерапія є хорошим способом лікування від психофізичних захворювань, винно-розважальні тури, які часто мають на меті поїздки на винні фестивалі та ярмарки, а також освітні та науково-ділові винні тури, де зустрічаються професійні сомельє та винороби.

Отже, сучасний стан розвитку винного туризму в країнах Європи показує, що цей вид туризму відіграє значну роль у туристичній індустрії регіону. Найбільш атрактивними

країнами Європи для винних туристів є Франція, Іспанія, Португалія та Італія, які відзначаються високим рівнем виробництва вина та виноробною культурою. Ці країни привертають увагу туристів своїми винними регіонами, традиціями та культурною спадщиною. Розвиток винного туризму в Європі сприяє не лише збільшенню туристичного потоку, а й збагаченню культурного досвіду, сприяє вивченню історії та традицій виноробства.

Література:

1. Global vine yards surface area share in European countries in 2022. URL : <https://www.statista.com/statistics/1247503/global-vineyard-surface-area-share-europe>.

2. Leading countries for wine tourism world wide as of 2021 (index score). *Statista*. URL : <https://www.statista.com/statistics/892901/leading-enotourism-countries-worldwide>.

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

Післявоєнне відновлення туризму в контексті міжнародного співробітництва

В умовах глобалізаційних трансформацій туризм є однією з найпрогресивніших галузей економіки у світі, він системно пов'язаний з великою кількістю інших галузей господарства та поєднує економічні, соціальні, культурні аспекти розвитку світової економіки. Наразі туризм зміцнює дружні стосунки між країнами світу та посилює міжнародні економічні відносини. Сучасні туристичні потоки формуються під впливом чинників, які визначаються еволюцією історичних процесів, намаганням сучасної людини пізнати навколишній світ.

Згідно статистичних даних Всесвітньої туристської організації ООН (UNWTO) міжнародний туризм до кінця 2023 року відновився майже на 90% від рівня допандемічного 2019 року, із січня до вересня у світі здійснено 975 млн. туристичних поїздок, що на 38% більше, ніж за той самий період роком раніше [1]. При цьому на кінець 2023 року багато країн уже відновили туристичні потоки і навіть перевищили показники 2019 року.

Для розвитку економіки України туризм також має суттєве значення, адже як прямо, так і опосередковано впливає на розвиток цілої системи галузей економіки країни, що безпосередньо діє на соціально-економічне становище населення.

Водночас сфера туризму дуже вразлива до стихійного лиха, епідемії, соціально-економічних та політичних криз, воєнних конфліктів, що призводять до дестабілізації ситуації всередині країни. Так, з початком повномасштабної війни туристична галузь України переживає справжню кризу. Велика кількість туристичних компаній закрилася або перепрофілювала свою діяльність, а готелі, санаторії та туристичні бази, приймають біженців з окупованих територій. Ситуацію ускладнює й те, що небо над Україною закрито для мирних польотів, порушені транспортні зв'язки.

За перше півріччя 2023 року кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, зменшилась на 23% у порівнянні з тим самим періодом у 2022 році. Якщо порівнювати із 2021 роком, то загальне скорочення становило 36% – юридичних осіб стало менше на 45%, підприємницьку діяльність у туризмі згорнули 32% фізичних осіб [2]. Масштаби втрат та руйнувань на початок 2024 року порахувати ще неможливо, адже значна територія ще знаходиться під окупацією, де відбуваються активні бойові дії.

Попри військові дії, які продовжуються в багатьох областях нашої держави, та встановлені обмеження, туристичний сектор продовжує працювати в безпечних регіонах, де

не ведеться активних бойових дій. Однак туристична діяльність під час війни має певні особливості, які потребують додаткового розгляду на аналізу [3].

В цілому, на території нашої держави знаходиться 170 тис пам'яток, 65 історико-культурних заповідників, 7 українських культурно-архітектурних та природних об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО [4]. Також українська туристична галузь приваблює туристів лікувальними водами Львівщини та Закарпаття, гірськими розвагами Буковелю, історичними місцями Полтавщини, соляними шахтами Донеччини, лікувальними грязями та морськими курортами Херсонщини, Одещини, Миколаївщини тощо.

У післявоєнний період, виходячи з національних інтересів, міжнародна туристична політика України повинна бути багатовекторною; реалізуватися на засадах економічної доцільності та взаємовигідної міжнародної співпраці з конкретною країною або регіоном, враховувати особливості певного туристичного ринку.

Україна відкрита для міжнародного туристичного співробітництва, яке повною мірою віддзеркалює загальноєвропейські інтеграційні політичні та соціально-економічні процеси, враховує основні загальнонаціональні пріоритети [3]. Але війна в Україні не має аналогів в сучасній історії, тому неможливо провести коректну аналогію з жодною із країн, які пережили воєнний конфлікт та відродили туризм. Бойові дії в Хорватії, Ізраїлі чи Грузії були не настільки руйнівними, як в нашій країні [5]. Руйнації, що зазнає Україна, потребують особливої реанімації національного туризму. жодній країні, тому його реанімація буде особливою.

Про відновлення туристичної галузі в Україні необхідно прогнозувати вже сьогодні. Для цього аналітики пропонують ряд проектів і програм. Стосовно програм післявоєнного відновлення економіки, які розробляються українським Урядом, то вони повинні обов'язково включати відновлення і розвиток туристичної галузі.. Перемовини зі світовими готельними мережами щодо їх виходу в Україну повинні розпочинатися вже сьогодні, коли інтерес до нашої держави посилюється. Після війни Україна може мати високі темпи розвитку туризму та світової популярності, що буде наслідком науково обґрунтованої антикризової стратегії відновлення туристичної галузі.

У післявоєнний період розвиток туристичної індустрії повинно відбуватися під впливом комплексу чинників, які впливають на розвиток туризму. Міжнародна політика відкритості сприятиме розвитку туристичної індустрії, що вплине на економічне зростання країни.. Водночас збільшення потоків туристів оптимізуватиме торговий баланс країн, накопичуючи кошти за рахунок експорту.

Звичайно відновлення туристичної інфраструктури, зруйнованих пам'яток культури, відновлення транспортної логістики, туристичний брендинг потребують значних капіталовкладень. Аналітики вважають, що першочерговими заходами для розвитку туристичної сфери, є повернення іміджу безпечної країни для комфортного перебування туристів, створення економічних умов стимулювання розвитку туризму, лібералізація фіскальної політики по відношенню до туристичних підприємств, залучення іноземних інвестицій, впровадження інноваційних проектів.

В процесі повоєнного відновлення сфери туризму в Україні доцільно використовувати досвід інших країн у відновленні цієї сфери, яка також постраждала через воєнні дії. Відновлення та розвиток туристичної індустрії в Україні потребує підтримки національних та міжнародних організацій шляхом розробки та реалізації різноманітних програм та проектів в контексті міжнародного співробітництва.

Література:

1. ООН: Всесвітня туристична організація. URL: <https://intent.press/publications/world/2023/oon-vsесvitnya-turistichna-organizaciya/>
2. Як відновлюється український туризм у 2023 році? URL: <https://news.dtki.ua/society/community/85439-iak-vidnovliujetsia-ukrayinskii-turizm-u-2023-roci>

3. Зарубіна А.В., Сіра Е.О., Демчук Л.І. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. Випуск 41/2022. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1543/1484>.
4. Культурна спадщина. URL: https://vue.gov.ua/Культурна_спадщина_України
5. Барвінок Н. Вплив глобальних безпекових факторів на розвиток міжнародного туризму в Україні. *Věda a perspektivy*. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vp/article/view/1423/1420>

Чичеріна Карина Олександрівна,
*здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні
Дніпровського гуманітарного університету,*

Байдак Леонід Андрійович,
*кандидат історичних наук, доцент кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу Дніпровського гуманітарного університету*

Особливості використання страв французької кухні у сфері гостинності та потенціал гастротурів в Україні

Темою дослідження є систематизація та аналіз інформації про французьку кухню як систему кулінарних знань, навичок та традицій. Французька кухня є однією з найстаріших та найвпливовіших у світі. Особливості французької кухні полягають у її вишуканості, багатстві смаків, використанні високоякісних інгредієнтів, вмілому поєднанні складників та ін. Французькі шеф-кухарі відомі своєю високою майстерністю та творчістю, завдяки чому залишаються на передових позиціях у світі гастрономії. Французька кухня славиться своїми вишуканими техніками приготування, які не лише дозволяють зберегти найкращі смакові якості продуктів, але й витягти з них ще більше смакових нюансів і ароматів. Ці техніки включають в себе маринування, брейзінг, пасерування, покриття тістом, душіння та інші методи, які дозволяють створити страви, неповторні у своїй смаковій гармонії та ароматичному багатстві.

Характеризуючи лише деякі, найбільш популярні страви традиційної французької кухні, слід відміти наступне.

Бульйон – одна з найбільш відомих та популярних страв французької кухні, яка має давню історію. Протягом століть рецепт бульйону вдосконалювався, але основна ідея залишалась незмінною – варення м'яса протягом тривалого часу у воді з овочами та травами для видобуття максимального смаку та корисних речовин.

Буйабес (буйябес, бульябес) – це класична страва французької кухні, яка походить з провансальського регіону. Це щільний рибний суп, який зазвичай готується з різних видів риби, морепродуктів, овочів, спецій та. Історія буйабесу пов'язана з рибальством та традиціями готування узбережжя Провансу. Спочатку буйабес був простим, але ситним супом, який варився на відкритому вогні та споживався як ситний обід під час рибальських походів. З часом цей рибний суп став символом прованської кухні та розкіші. Прованська кухня завжди вважалася однією з найвишуканіших і найсмачніших у Франції, завдяки використанню великої кількості свіжих та якісних продуктів.

Рататуй (ratatouille) – ще один символ французької кулінарії, страва, яка завоювала світ своїм багатством смаків та ароматів. І також, створений у регіоні Прованс на південному сході Франції, рататуй стала популярною вже в XVI столітті і залишається однією з найвідоміших страв цієї області. Основними інгредієнтами рататуя є томати, баклажани, кабачки, перці та інші овочі, які тушкуються разом з травами та спеціями, такими як базилік, тим'ян та розмарин. Цей процес приготування дозволяє кожному овочу розкрити свій

неповторний смак, а також створює ароматний соус, який обволікає всі інгредієнти, змішуючи їх смаки в одне ціле.

Французький багет – це не лише хліб, а символ французької кулінарної традиції та культури. Цей витвір мистецтва хлібопекарства відомий своєю хрусткою скоринкою та ніжною серединкою, що робить його неперевершеним у своїй простоті та смаку. Він може бути використаний як супровід до сирів та м'ясних страв, або ж використовуватися для приготування сендвічів та закусок.

Французькі сири є неабияким скарбом французької гастрономії. Камамбер – м'який сир, виготовлений із коров'ячого молока, має ніжну текстуру та легкий грибний аромат. Брі – інший вид м'якого сиру, також виготовлений з коров'ячого молока, з вираженим смаком та ароматом. Рокфор – сир зі смаком, який надається пліснявою, емним та проникливим. Французькі сири – це не просто продукти, а справжні шедеври сироваріння, які відображають культуру та смаки різних регіонів Франції.

Франція славиться своїми винами, які вважаються одними з найкращих у світі. Деякі з найвідоміших французьких вин включають Шампанське, Бордо, Бургундію, Шаблі. Наприклад, Бордо відоме своїми червоними та білими винами, які мають багатий смак та вишукану ароматику. Шампанське відоме своїми бульбашками та свіжим смаком, який робить його ідеальним напоєм для урочистих подій.

Фуа-гра – це витончений деликатес французької кухні, який здобув свою популярність завдяки унікальному поєднанню гусиних або качиних печінок з жиром. Його неймовірно багатий смак і дивовижна текстура роблять його незамінним компонентом у вишуканих стравах та гастрономічних шедеврах французької кухні.

Французька кава – це не лише напій, а справжня культура, що поєднує в собі вишуканість та смак. Її історія налічує сотні років і пов'язана з виникненням перших кав'ярень у Франції в XVII столітті, що зробило її однією з найбільш кавоманських у світі. Кава стала не лише напоєм, а й символом французького способу життя, де кожна кав'ярня – це особливе місце, де можна насолодитися смаком кави, поспілкуватися та відпочити.

Бульйон, рататуй, фуа-гра, кава – це лише кілька характерних прикладів, що страви французької кухні – це шедеври, які об'єднують у собі неперевершений смак і витонченість французького кулінарного мистецтва. Популярність французької кухні за межами Франції є яскравим прикладом того, як кулінарна традиція може стати світовим явищем, що визначається численними факторами. Багато шеф-кухарів та ресторанів у всьому світі беруть за основу французькі техніки та концепції, модифікуючи їх під сучасні умови та смаки.

Виходячи з вищеозначеного, вважаємо, що багатство та вишуканість французької кухні можуть стимулювати більш широке її впровадження в Україні. Але більш важливим, на нашу думку, є те, що досвід впровадження французької кухні може стати прикладом, взірцем для використання, у сфері гостинності України, страв української народної кухні: борщів, капустаків, юшок, кулешиків, вареників, галушок, млинців та млинчиків, киселів та узварів. Наприклад, на Дніпропетровщині, у с.Гречане Петриківського району є етнопоселення (козацький хутір) «Галушківка», заснований ще у 18 ст. Кліматичні, природні, соціальні та історичні умови, впливали на харчування козаків. Зараз, у «Галушківці» можна скуштувати широковідомі, смачні та ситні українські страви: борщ, куліш, юшку, вареники картопляні, галушки з м'ясом, соління, деруни, узвар. Усі продукти натуральні, без ГМО, вирощені на фермерських господарствах. Подорожі у «Галушківку» створюють атмосферу козацьких часів.

Література:

1. Французька кухня: традиційні національні особливості і страви. URL: <https://ua-vestnik.com/recepti/frantsuzka-kuhnya-traditsijni-natsionalni-osoblivosti-i-stravi.html>
2. Що їдять гурмани, або Особливості французької кухні. URL: <http://www.golos.com.ua/article/143056>
3. Французька кухня: рецепти, страви, салати і соуси. Мистецтво і особливості французької кухні. URL: <https://nashrecept.cx.ua/744-francuzka-kuhnja-recepti-stravi-salati-i->

sousi.html

4. Традиційна кухня Франції: особливості французької кухні. URL: <https://tourkazka.com/osoblyvosti-frantsuzkoyi-kukhni/>

5. Офіційний сайт Етнографічного парку Козацький хутір «Галушківка». URL: <http://galushkivka.com>

6. Цікава Дніпропетровщина: Гайда на Січ. URL: <http://www.dnipro.lib.dp.ua>

СЕКЦІЯ 3

ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ ТУРИЗМУ Й РЕКРЕАЦІЇ

*Антонюк Катерина Геннадіївна,
докторка філософії за спеціальністю 051 «Економіка»,
доцентка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Вінницького торговельно-економічного інституту
Державного торговельно-економічного університету*

Характеристика інноваційного менеджменту в туризмі

Важливою умовою функціонування підприємств сфери туризму є конкурентоспроможність. Запорукою стійких конкурентних позицій туристичного підприємства є інноваційний менеджмент та інноваційна діяльність, які потребують безперервного моніторингу, інвестування та впровадження.

Метою таких інвестицій в розробку інновацій є створення нової (вдосконаленої) продукції (послуги), підвищення ефективності операційної діяльності підприємства та системи прийняття управлінських рішень. Більшість вітчизняних та зарубіжних суб'єктів господарювання здійснюють свою інноваційну діяльність у рамках проектної діяльності, на постійній основі реалізуючи різні проекти. Практика показує, що створення, впровадження та комерціалізація інновацій здійснюється шляхом реалізації інноваційних проектів [1, с. 22].

Інноваційний менеджмент – це система управління нововведенням від моменту його виникнення до пере-творення на інновацію, яка дозволяє оцінити перспективи, масштаби та значущість інновації, організувати її реалізацію на практиці в заплановані строки. Більшість вчених вважають, що інноваційний менеджмент доцільно розглядати з позицій системного підходу як ієрархічну, складну, багатокomпонентну, відкриту, адаптивну (здатну до самоорганізації, саморегулювання, саморозвитку), динамічну систему імовірнісного характеру [2, с. 83].

Інноваційний менеджмент в сфері туризму спрямований на впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності, а також передбачає управління інноваціями, що стосуються туристичних продуктів і послуг, розвиток інноваційних форм туризму і рекреації, забезпечення залучення в інноваційні процеси, що протікають на регіональному, національному та / або міжнародному рівнях, інновації в управлінні, що розробляються в організації або засновані на новітніх універсальних ідеях [2, с. 83].

Враховуючи вищезгадану специфіку інноваційного менеджменту в туризмі, вважаємо, що основними напрямками даних інновацій можуть бути:

- Маркетингова стратегія туристичного підприємства: пошук та впровадження нових форм збуту туристичної продукції, визначення найбільш ефективних сучасних джерел комунікації з потенційними покупцями (туристами) та ефективних реклам у соціальних мережах, додатках, тощо;

- Формування туристичного продукту: вивчення потреб туристів, популярних напрямків подорожей, сучасних трендів та вимог споживачів і підлаштування туристичного продукту, відповідно до трендів в туризмі;

- Інформаційно-технічне оснащення: закупівля нового продуктового ІТ-обладнання, використання програмних продуктів, формування та впровадження мобільних додатків, оснащення офісів, відповідно, до сучасних технологій;

- Цифровізація туризму: формування віртуальних турів, оцифрування туристичних об'єктів, цифровий супровід туристів під час подорожі (мобільні додатки, застосунки, тощо).

Дані інновації стосуються не тільки туристичних підприємств, але й усіх підприємств сфери туризму, які забезпечують її функціонування: заклади розміщення, харчування,

дозвілля, розваг, переміщення та інші. Серед виділених напрямків інноваційного менеджменту в туризмі особливої уваги заслугове цифровізація туризму.

До найпоширеніших цифрових інструментів, що використовуються туристичними підприємствами, належать:

- вебсайти;
- соціальні мережі та медіа-програми;
- інфографіка;
- відео в онлайн-режимі [3, с. 35].

Інвестування коштів у дані напрямки інновацій є доцільними, оскільки споживачі туристичних продуктів є досить вимогливими, особливо, що стосується комфорту, доступності та високої якості туристичних продуктів, тому забезпечення туристичного підприємства мобільними застосунками, вебсайтами та сучасними комунікаціями вирішує ряд проблем, а також формує канали зворотного зв'язку, інформаційного забезпечення під час подорожі та ефективного спілкування між турменеджером і туристом під час подорожі.

Отже, інновації є запорукою успішного функціонування підприємств сфери туризму, що потребують інвестування, впровадження та застосування, адже покликані підвищити конкурентоспроможність туристичного підприємства, налагодити ефективні канали збуту та комунікації з потенційними споживачами туристичних послуг.

Література:

1. Несторишен І. В. Інноваційний та проєктний менеджмент в туризмі. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*, 2023. № 1 (7). С. 21-26.

2. Черемісіна Т.В., Леміш К.М. Специфіка інноваційного менеджменту в туристичній сфері. *Управління змінами та інновації*. 2021. №2. С. 82-86

3. Serohina N., Petryshchenko N., Andrljic B. Digital market inginhotels. *Marketing and Digital Technologies*. 2019. No. 3(3). P. 35–41.

Ахмедова Олена Олегівна,

*доктор наук з державного управління, доцент кафедри туризму
Харківського національного економічного університету імені С.Кузнеця,*

Своєволін Ігор Олександрович,

*аспірант кафедри туризму
Харківського національного економічного університету імені С.Кузнеця*

Роль транспортно-логістичних систем в туризмі

Сфера туризму пов'язана з діяльністю понад 50 інших галузей економіки, зростання яких, як правило, сприяє генерації зайнятості, диверсифікації економіки, збереженню, підтримці та розвитку культурного та природного потенціалу держави. Розбудована сфера туризму також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами. За результатами численних досліджень такі компоненти як логістичне та транспортне обслуговування, мають значну частку в структурі вартості туристичних продуктів. Так, згідно з Законом України «Про туризм» [1] туристичний продукт є комплексом туристичних послуг, який включає послуги перевезення, розміщення та інші, не пов'язані з перевезенням та проживанням послуги, такі як екскурсійне обслуговування, продаж сувенірів тощо. Як зазначається у різних дослідженнях, вартість транспортних послуг може досягати 60% і більше від вартості туристичного продукту. Надважлива роль логістичних маршрутів і транспорту в туризмі є беззаперечною, про що свідчить як історія розвитку туризму, так і результати досліджень українських та зарубіжних

вчених. Саме тому планування та розвиток туризму вимагає належної оцінки логістичного аспекту, зважаючи на те, що туризм і транспорт є взаємопов'язаними складовими економічного зростання, що впливають як на національний дохід, так і на зайнятість.

За оцінками UNWTO [2], у світі у 2023 році було зареєстровано 1286 мільйонів міжнародних туристів. Міжнародний туризм відновився до 88% допандемічного рівня, що пояснюється значним відкладеним попитом. У 2023 році Європа досягла 94% відновлення у порівнянні з рівнем до пандемії, Африка – 96%, Америка – 90%. Азія і Тихоокеанський регіон відновлюються дещо повільніше, тим не менш зростання склало 65% від докоронавірусного рівня. Загальна експортна виручка від туризму (включаючи пасажирський транспорт) в 2023 році оцінювалася в 1,6 трлн доларів США, що складає майже 95% у порівнянні з 1,7 трлн. доларів США, зароблених від туризму у 2019 році.

Згідно з попередніми оцінками [2], прямий валовий внутрішній продукт від туризму (TDGDP) склав 3% світового ВВП, такий же рівень, як у 2019 році, що зумовлено як внутрішніми, так і міжнародними поїздками.

За очікуваннями експертів, після стабільного зростання в 2023 році, міжнародний туризм у 2024 році повністю відновиться до допандемічного рівня, причому початкові оцінки вже вказують на 2% зростання вище рівня 2019 року в міжнародних туристичних прибутках.

В той же самий час економічні та геополітичні виклики продовжують створювати значні проблеми для стійкого відновлення міжнародного туризму та рівня довіри – війни, тероризм, пандемічні обмеження глибоко впливають на індустрію туризму. Так, війна в Україні призвела до майже повного скорочення кількості міжнародних туристичних прибуттів. Подібні тенденції характерні не тільки для підприємств безпосередньо туристичної діяльності, але й всіх видів економічної діяльності, що пов'язані з туризмом – пасажирський транспорт, послуги таксі, прокат транспортних засобів тощо.

Загалом, зручна транспортна і логістична система стають не тільки засобом пересування, забезпечення доступності туристичних ресурсів, фактором розвитку галузі, а набувають властивостей і функцій туристичного ресурсу, своєрідного аттрактора певної дестинації [3]. Транспорт відіграє вирішальну роль у туристичній галузі, оскільки безпосередньо пов'язує пропозицію (виробництво) і попит (ринок).

На сучасному етапі розвитку туризму визначають 12 транспортно-логістичних факторів [4], що впливають на доступність дестинації, серед яких, зокрема:

- види транспорту і якість можливостей перевезення, наприклад, швидкість, комфорт та безпека;
- розгалуженість логістичної мережі – щільність руху, шляхи сполучення та зв'язки між пунктами призначення;
- вартість та доступність проїзду;
- мобільність – швидкість пересування, відстані, ефективність руху та час, що проводиться у дорозі;
- інтеграція дестинацій та видів транспорту в єдину логістичну систему;
- попит на різні види транспорту;
- надання наявної достовірної інформації про можливості мобільного пересування та доступності засобів пересування, визначення користувача даною інформацією;
- сучасні інформаційно-комунікаційні послуги, мобільні та веб-додатки, що спрощують пошук інформації, її відстеження, зберігання;
- форми і методи управління транспортно-логістичною системою;
- фактори землекористування;
- пріоритетність розвитку туризму для конкретної країни;
- рівень недоступності або ізольованості самої країни чи певної дестинації.

Фактори, перераховані вище, є актуальними для кожної країни. Щодо повоєнного відновлення нашої держави, то особливу увагу доведеться приділяти підвищенню ефективності та конкурентоспроможності транспортно-логістичного сектору, насамперед шляхом удосконалення правового механізму державно-приватного партнерства, посилення

взаємодії між державним та приватним секторами, органами державної влади та органами місцевого самоврядування, проведення необхідних реформ через скоординовані ініціативи державної політики. Реалізація відповідних заходів має забезпечити міцне підґрунтя для сталого розвитку транспортної та логістичної системи та створення вільного і конкурентного ринку туристичних послуг.

Література:

1. Про туризм. Закон України від 15.09. 1995 р. № 324/95-ВР (із змінами, внесеними згідно із Законами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/>
3. Lola Y., Prokopovich S., Akhmedova O. Influence of the Country's Information Development on Its Tourist Attractiveness. 15th International Conference on ICT in Education, Research and Industrial Applications. Integration, Harmonization and Knowledge Transfer. Kherson, Ukraine, June 12-15, 2019. 450-464 p.p. URL: http://ceur-ws.org/Vol-2393/paper_394.pdf
4. Brusiltseva H., Akhmedova O. Transport Services as a Component of the Tourism Industry Development of Ukraine. *SHS WebConf*. Volume 67, 2019. 15th Scientific and Practical International Conference «International Transport Infrastructure, Industrial Centers and Corporate Logistics» (NTI-UkrSURT 15 October 2019). DOI <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196702001CNKI, DOAJ, EBSCO>.

Березюк Анастасія Вікторівна,

здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні

факультету публічного управління

Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Процеси оптимізації та інновації в готельному бізнесі

У сучасному світі готельна індустрія переживає серйозні зміни, що вимагає від власників готелів постійного пошуку шляхів оптимізації та впровадження інновацій для забезпечення конкурентоспроможності й задоволення потреб сучасних клієнтів. Оптимізація процесів стала важливим аспектом стратегії управління готельним бізнесом, оскільки вона забезпечує ефективне використання ресурсів, зниження витрат і підвищення продуктивності. Водночас, інновації є ключовим елементом для успішного розвитку готельного бізнесу, оскільки вони можуть запроваджувати нові технології, послуги та концепції, які приваблюють клієнтів і створюють конкурентні переваги.

Оптимізація готельного бізнесу передбачає широкий спектр аспектів, включаючи управління персоналом, оптимізацію процесів обслуговування, управління запасами та фінансове планування. Використання сучасних методів аналізу даних та аналітики управління дозволяє готелям отримувати цінну інформацію про попит, поведінку клієнтів і ефективність бізнес-процесів, що дозволяє приймати обґрунтовані рішення та реагувати на зміни у відповідному ринковому середовищі.

На сьогоднішній день, існує багато типів інноваційних процесів у готельному бізнесі, проте виділять декілька основних:

1. Організаційні інновації
2. Соціальні інновації
3. Технологічні інновації
4. Інфраструктурні інновації
5. Економічні інновації

Використання нетипових методів повернення персоналу в тій або іншій формі дає готельному підприємству необхідну гнучкість, а саме – аутсорсинг, аутстафінг і лізинг.

Найефективнішим методом, на нашу думку, є аутсорсинг, адже це передача певних функцій компанії сторонній організації, яка має потенціал і штат для виконання цих функцій. Тому аутсорсинг працівників позбавляє компанію від необхідності утримувати понад міру високооплачуваний персонал, а також надає доступ до послуг кваліфікованих експертів.

Програми лояльності для компаній готельного господарства є одним із поширених засобів підвищення попиту. Вони істотно впливають на попит. Мета такого типу програми лояльності – завоювати довіру клієнта, щоб він став постійним клієнтом. Суть таких програм полягає в наданні знижок на різноманітні готельні послуги, додаткових пропозицій, подарунків тощо [1].

Щодо технологічних інновацій найпоширенішою та найуспішнішою досі залишаються мобільні додатки для готелів, які допомагають збільшити чисельність клієнтів і покращити процеси обслуговування. Найбільш відомою є процедура бронювання номеру в готелі. Перевага мобільного додатку в тому, що бронювати легко та ефективно. Також основна тенденція останнього часу – просування готельних продуктів в Інтернеті. Для цього готель створює та просуває свій веб-сайт, сторінки в соціальних мережах, мобільні додатки та налагоджує комунікацію з потенційними та існуючими клієнтами за допомогою засобів обміну миттєвими повідомленнями.

Однак інновації в готельному бізнесі не обмежуються лише застосуванням новітніх технологій. Вони також охоплюють новаторські підходи до дизайну готельних приміщень, розробку унікальних концепцій обслуговування та впровадження програм сталого розвитку. До прикладу, готелі все частіше звертаються до екологічно чистих технологій та практик, що сприяє не лише зменшенню впливу на довкілля, а й привертає екологічно свідомих клієнтів. Також, звертаючи на бажання клієнтів, які високо цінують особистий простір та приватність, готелі все частіше, будують зі звукоізоляцією для комфорту гостей [2].

З економічним інноваційним процесом у готельному господарстві процеси створення (розробка та виробництво) і комерціалізації, як правило, включають:

- об'єкти економічних інновацій у сфері гостинності на національному, регіональному та корпоративному рівнях;
- нові методи управління капіталом для підвищення ефективності готельних компаній шляхом реалізації таких функцій, як прогнозування, бізнес-планування, фінансування, ціноутворення, споживання та заощадження;
- інновації у фінансових питаннях і бухгалтерському обліку
- діяльність, мотивація та винагорода, оцінка результатів активності;
- інноваційні шляхи залучення інвестицій у готельну індустрію;
- залучення ресурсів місцевих бізнес-структур, інвестицій з інших регіонів та країн.

Метою економічних інновацій є зміна способів і методів, планування різних видів виробничо-господарської діяльності, зменшення собівартості продукції, покращення матеріального стимулювання, раціоналізація системи обліку.

Отже, важливість вивчення оптимізаційних та інноваційних процесів у готельному бізнесі є необхідним та важливим. Факт розуміння особливостей і тенденцій розвитку цієї перспективної галузі уможливить розробку ефективних стратегій. Останні допоможуть готелям краще пристосовуватися до більшості змін на ринку й досягати успіху в перманентному конкурентного середовища.

Література:

1. Влащенко Н. М. Інноваційні технології в готельному господарстві. URL: https://eprints.kname.edu.ua/43478/1/%D0%9F%D0%95%D0%A7_2014_163%D0%9B%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D0%B9%20%D0%98%D0%BD%20%D1%82%D0%B5%D1%85%20%D0%93%D0%93.pdf
2. Інновації в готельному бізнесі. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/myronov43.htm
3. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність. 2009. №3. С.472-473.

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

Вплив військових дій на туристичну сферу та післявоєнне відновлення туристичної діяльності в Україні

Війна в Україні стала величезною трагедією в житті українського народу, вплинула на світову економіку, а також на внутрішній і міжнародний туристичний ринок. Потрясіння, викликані збройними окупаційними діями, істотно змінили нормальне функціонування туристичної сфери, а подекуди звели нанівець усі попередні напрацювання й досягнення. Зате, навіть під час бойових дій туристична галузь України не припинила свою діяльність [1, с.192-193].

Варто відзначити, що на теперішній час сфера туризму визначається такими особливостями [2, с. 337-341]:

а) менеджмент туристичного бізнесу більш зосереджений на волонтерстві та перетворенні туристичних хабів на гуманітарні чи волонтерські штаби;

б) на всіх туристичних маршрутах України повинні бути передбачені бомбосховища чи інші захисні споруди;

в) обов'язкове скорочення маршрутів довкола важливих державних і військових об'єктів, які є або можуть стати мішенями ракетно-бомбових ударів московитського агресора;

г) унеможливлення пляжних та пішохідних туристичних турів через триваючі військові дії й наявність мінних полів, розмінування яких, за прогнозами багатьох експертів, триватиме кілька років після закінчення війни.

Водночас, цілковито безпечних регіонів для організації туристичних послуг в Україні під час війни не існує. Це, у свою чергу, безпосередньо негативно впливає на туристичну привабливість України – яка на величезних територіях близька до нуля. Іноземні туристи, в більшості випадків, не мають можливості і бажання відвідувати Україну через регулярні масовані артилерійські обстріли, безпілотні, ракетні й авіабомбові удари. Варто згадати суттєві руйнування туристичної та іншої господарської інфраструктури. Також потрібно враховуючи підвищену небезпеку у світлі військових дій та припинення авіасполучення. На даному етапі внутрішній туризм переживає серйозну кризу через міграцію людей з небезпечних регіонів у безпечніші, замість відвідування інших частин України з туристичною метою [3].

Туристично-рекреаційна сфера, індустрія розваг та готельно-ресторанна справа вважаються перманентно затребуваними, а відтак одними з найприбутковіших і динамічніших галузей світової економіки. Враховуючи сказане, потрібно чітко усвідомити необхідність розробки довгострокових заходів з метою виведення українського туризму з існуючої кризи. Оскільки війна продовжується і результати її завершення невідомі – довгострокова політика сталого розвитку українського туризму повинна ґрунтуватися на комплексному системному підході до проблеми. Разом із тим, розуміння туризму як одного з найважливіших суб'єктів соціально-економічного перетворення повинно бути в основі розробки таких заходів [4].

Перспективними шляхами післявоєнного відновлення індустрії туризму в Україні вважаємо такі:

а) насамперед, створення базових умов для розвитку в'їзного та внутрішнього туризму;

б) реновація та відбудова інфраструктури українського туризму;

в) якісне інституційне забезпечення української туристичної діяльності;

г) заохочення інтересу іноземних та особливо українських відвідувачів до українських меморіяльних маршрутів та знакових історичних місць повоєнного періоду – населення

України та іноземці повинні усвідомити весь трагізм сучасних повномасштабних воїн, загалом, та звияту українських захисників і величину людських втрат, зокрема;

г) активізація маркетингової діяльності з метою активного просування туристичного бренду України в Європі та Світі;

д) розроблення нових якісних освітніх програм й удосконалення існуючих для підготовки висококваліфікованих фахівців туристично-рекреаційної сфери;

е) формування ефективних безпекових елементів та постійне висвітлення туристичної доктрини України як такої, де захист людського життя, загалом, і життя та здоров'я туристів, зокрема, є під постійним контролем держави. Себто, неухильне результативне доведення українським та іноземним туристам, що їхнє життя і здоров'я перебувають у цілковитій безпеці. Такі реальні дії дозволять сформуваи Україні імідж безпечної для життя і відпочинку держави;

є) залучення державних і приватних українських та зарубіжних інвестицій для реставрації і відновлення усіх зруйнованих, знищених, пошкоджених та занедбаних туристично-рекреаційних ресурсів України [4; 5].

Отже, туризм є однією з галузей національної економіки України, яка має високі шанси успішного високоприбуткового повоєнного розвитку. Майбутня перемога України підвищить туристичний інтерес серед іноземців до кращого пізнання нашої держави шляхом туристичних подорожей. Таким чином, український туризм, маючи власні повоєнні особливості у поєднанні з багатим природним, історико-культурним, гастрономічним і традиційно-обрядовим колоритом, посяде чільне місце у світовому туристичному рейтингу. Це дозволить українській туристичній сфері у короткі терміни відродитися і стати новим великим ринком, багатим на інвестиційні можливості, подорожі, досвід та незабутні враження.

Література:

1. Калугіна А.О. Туристично-рекреаційний потенціал Донецького краю після воєнного конфлікту. *Сучасні особливості формування і управління інноваційним потенціалом регіонального розвитку туризму та рекреації із залученням молодіжного ресурсу*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м.Тернопіль, 15-17 жовтня 2015 р.). Тернопіль : ТНТУ, 2015. С.192-193.

2. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. *Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м.Чернівці, 5 травня 2022 р.). Чернівці : Технодрук, 2022. С.337-341.

3. Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni>.

4. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/nosyrjev2.htm

5. Шляхи післявоєнного відновлення індустрії туризму в Україні. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/myronov75.htm

Босовська Мирослава Великсієна
докторка економічних наук, професорка
професорка кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Державного торговельно-економічного університету

Стратегії повоєнного відновлення і розвитку сфери туризму та гостинності: національний, регіональний та підприємницький контекст

Туристичний сектор у повоєнному відновленні України стане каталізатором економічного та соціального зростання, так як консолідує діяльність суб'єктів більш ніж 30-ти галузей та секторів економіки, забезпечує високий мультиплікативний ефект діяльності та характеризується глобальним характером розвитку [1]. Глобальна місія індустрії туризму та гостинності – забезпечити повоєнне відновлення економіки через розвиток туристичного потенціалу та модернізацію управління туристичними системами на національному, регіональному та мікро-рівнях.

Стратегічними векторами повоєнного розвитку туризму на державному рівні в Україні має стати:

- інституційне забезпечення розвитку туризму у контексті визнання сфери гостинності та туризму пріоритетною сферою економічної діяльності, формування інноваційної національної туристичної політики, розроблення державної стратегії та регіональних програм відновлення та розвитку сфери гостинності та туризму, створення нормативно-правової бази розвитку туризму, гармонізація законодавства та стандартів у сфері якості послуг гостинності з вимогами ЄС, імплементація міжнародного досвіду пост воєнного відновлення сфери гостинності (Ізраїль, Хорватія), розроблення державних програм розвитку туризму за окремими пріоритетними напрямками (внутрішній, видовий, зокрема лікувальний, реабілітаційний, діловий, пізнавальний тощо), створення на засадах публічно-приватного партнерства регіональних та національних організацій сприяння розвитку туризму та гостинності, розроблення прозорих механізмів фінансування проєктів, створення механізмів та залучення інвестицій через міжнародні фонди та програми;

- матеріально-технічне забезпечення (нове будівництво, реконструкція, відновлення, модернізація туристичної інфраструктури) у контексті пільгового/спрощеного фінансування проєктів та програм відновлення зруйнованої інфраструктури, створення економічних механізмів фінансування проєктів нового будівництва, реконструкції діючої матеріально-технічної бази сфери туризму; відновлення, модернізація туристичних об'єктів та інфраструктури через туристичні та міжнародні фонди, залучення інвестицій на фінансування туристичної інфраструктури; удосконалення та запуск Єдиного реєстру туристичних об'єктів;

- інформаційно-комунікаційне та маркетингове забезпечення розвитку сфери туризму та гостинності у контексті розробки національних комунікаційної та маркетингової стратегій з фокусом на міжнародний ринок; формування та просування туристичного бренду України на світовий ринок, брендинг та популяризація внутрішнього туризму, туристичних дестинацій та туристично-рекреаційних ресурсів України, маркетингове просування туристичних продуктів на світовий ринок; створення національних інтегрованих інформаційно-комунікативних платформ та інформаційних порталів для просування послуг гостинності, створення якісного туристичного рекламного контенту для туристів (відео, фото, графічні матеріали, рекламний текст тощо) та промоушен України як туристичної макродестинації у світі (соцмережі, ТВ, спеціалізовані Інтернет-сайти, білборди, міжнародні туристичні виставки та заходи тощо); побудова мережі туристично-інформаційних центрів; цифровізація сервісів, послуг, державного регулювання та контролю тощо в сфері туризму та гостинності.

Відновлення та розвиток туризму на рівні регіонів та туристичних дестинацій необхідно здійснювати через розвиток стратегічної співпраці суб'єктів сфери туризму та гостинності на основі створення кластерних систем (туристично-рекреаційних кластерів) та

реалізації проєктів публічно-приватного партнерства, що забезпечить консолідацію ресурсів, досвіду, знань суб'єктів бізнесу, влади, міжнародних публічних інституцій для залучити інвестицій до відновлення (реконструкції, будівництва, модернізації) об'єктів туристичної інфраструктури, формування та реалізацію якісних туристичних продуктів та дозволить забезпечити ефективність туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Основними напрямками відновлення сфери туризму та гостинності на рівні суб'єктів бізнесу (мікрорівні) мають стати:

- розроблення нових туристичних продуктів на основі використання унікального природньо-рекреаційного та туристичного потенціалу туристичних дестинацій;
- диверсифікація туристичної пропозиції за сегментами споживачів;
- забезпечення високої якості сервісу, персоналізація сервісу;
- впровадження управлінських та сервісних інновацій, що дозволить досягнути швидкого та якісного сервісу та забезпечити економію витрат, у тому числі людських;
- цифровізація діяльності, управління та туристичних продуктів (інтегровані платформи бронювання, дистрибуції, просування; ІІІ та великі бази даних в сервісі та управлінні; роботизація операційної діяльності, цифрові туристичні та екскурсійні продукти, внутрішні інформаційні системи управління);
- використання маркетингових технологій та соціальних каналів, систем та платформ для проєктування і реалізації маркетингових процесів та управління поведінкою споживачів (Snapchat, Pinterest, Facebook, Instagram, Zoom, GoogleDuo, Moodle, Teams, TikTok, TwitterLinkedin). У сфері гостинності, це не лише засоби обміну інформацією та системи для організації внутрішніх і зовнішніх комунікацій, а й інтегровані глобальні платформи та сервіси для бронювання і резервування, дистрибуції та оплати туристичних продуктів, моніторингу рівня якості продуктів, персоналізації продаж, генерування бізнес-аналітики та прийняття управлінських рішень, формування й оцінювання іміджу та просування і масштабування бренду тощо [3];
- розвиток людського потенціалу підприємств, формування корпоративної культури та соціальної відповідальності бізнесу.

Отже, реалізація зазначених заходів на макро- (національному), мезо- (регіональному) та мікро-рівнях (підприємницькому), окреслить концепт повоєнного відновлення та економічного зростання сфери гостинності та туризму, дозволить детермінувати глобальні інноваційні тренди, зовнішні виклики та кризові загрози у площину реалізації потенційних можливостей для повоєнного відновлення економіки та туризму України.

Література:

1. UNWTO (Всесвітня туристична організація ООН). URL:<https://www.unwto.org/>
2. Україна: швидка оцінка завданої шкоди та потреб на відновлення: аналітичний звіт Світового банку, Уряду України, служб Європейського Союзу та Організації Об'єднаних Націй. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099062823034041908/pdf/P18017401fe8430010af21016afb4ebc8c4.pdf>.
2. Босовська М., Охріменко А., Бовш Л. (2022). Цифрова трансформація технологій маркетингу. *SCIENTIA RUCTUOSA. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. № 144(4), С. 52-71. URL: [https://doi.org/10.31617/1.2022\(144\)](https://doi.org/10.31617/1.2022(144))

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

Курортна справа в Україні

Україна володіє значним рекреаційним потенціалом. Природні лікувальні ресурси (мінеральні води, грязі, клімат, ландшафт, інші) служать тією основою, на якій організовано санаторно-курортне лікування та масовий відпочинок. В Україні санаторно-курортна справа є одним з найдавніших видів рекреації. З XIX століття відомі кліматичні курорти Південного узбережжя Криму, бальнеологічні курорти Передкарпаття та Закарпаття, Поділля, Полтавщини, грязьові курорти Криму та Одещини, які зазнали особливого розвитку у XX сторіччі. Так, перші заклади в Україні, які почали функціонувати, використовуючи мінеральну воду для лікування, виникли у Шклі (1576), Саках (1799), Трускавці (1827), Одесі (1829), БерМінВодах (1862), Моршині (1877); лікувальні властивості грязей – на узбережжі Куяльницького лиману (1833), поблизу Голої Пристані (Гопри) (1895).

Система санаторно-курортних закладів розвивалась у межах державної системи охорони здоров'я. Зазначимо, що її послуги були соціально орієнтованими і достатньо дешевими для громадян. Вони фінансувалися за рахунок фонду соціального страхування та інших державних джерел. Проте, недостатньо розвинена матеріально-технічна база галузі, її низька пропускна спроможність і застаріле обладнання, навіть при високій кваліфікації персоналу і досконалості методик профілактики та лікування, робила санаторно-курортні заклади важкодоступними для більшості населення. Тому, в період розвитку масового туризму в Україні (у 60-80-х роках XX ст.) курорти, особливо кліматичні, заповнювались неорганізованими рекреантами, які користувались переважно приватним житлом.

За ринкових умов санаторно-курортна справа в Україні зазнає структурних змін. В першу чергу вони торкнулися організаційно-управлінських засад: зростаюча комерціалізація діяльності, вихід на ринок санаторно-курортної пропозиції, подальша сегментація цього ринку відповідно до змін попиту обумовили зміну форм власності й управлінської структури. Розширилась колективна і приватна форми власності. Так, за даними Державного комітету статистики в 2002 році санаторно-курортні заклади тривалого перебування за формами власності розподілялися таким чином:

- а) державні – 40%;
- б) колективні – 55%;
- в) приватні – 0,8%;
- г) міжнародних організацій – 4,2%.

Санаторно-курортна справа в Україні опирається на діючий Закон України «Про курорти», прийнятий у жовтні 2000 року, та відповідну нормативно-правову базу, яка регламентує діяльність цієї сфери. Таким чином забезпечується доступність санаторно-курортного лікування для всіх громадян і, в першу чергу, для інвалідів, ветеранів війни та праці, учасників бойових дій, громадян, які постраждали внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС, дітей, хворих на туберкульоз. Передбачається економне й раціональне використання природних лікувальних ресурсів та їх охорону.

За унікальністю та цінністю природно-лікувальних ресурсів і рівнем облаштованості виділяють курорти державного й місцевого значення. Підставою для визначення території як курорту є наявність природних лікувальних ресурсів, необхідної інфраструктури для їх експлуатації та організації лікувально-профілактичної діяльності.

Крайніми роками в Україні нараховувалося 45 курортів загальнодержавного та міжнародного і 13 курортів місцевого значення, де функціонує 544 санаторії та пансіонати з лікуванням загальною одноразовою чисельністю понад 150000 місць [3]. Існує також перелік з 265 територій, зарезервованих для організації зон лікування, відпочинку і туризму.

Послуги санаторно-курортних закладів в Україні становлять майже 40% від загального обсягу діяльності туристично-рекреаційної галузі. Наша держава має широку і різноманітну ресурсну базу, представлену майже всіма бальнеологічними типами мінеральних вод, а саме:

- а) вуглекислі;
- б) бромні, йодо-бромні та йодні;
- в) радонові;
- г) кременисті;
- г) сульфідні;
- д) залістисті;
- е) води з підвищеним вмістом органічних речовин;
- є) води без специфічних компонентів тощо.

Найпопулярніші курорти України для оздоровлення та лікування – це Трускавець, Миргород, Поляна, Шаян, Черче, Бердянськ, Кирилівка, Одеса, Затока. Влітку популярними морськими курортами були Одеса, Сергіївка, Бердянськ, Приморськ, Чорноморськ, Скадовськ, Кирилівка. Розвиток санаторно-курортної справи в Україні потребує підтримки, узгодженого розвитку в межах всієї індустрії туризму держави. Курортно-лікувальний туризм є одним з пріоритетних напрямків приваблення українських та іноземних рекреантів у повоєнний період після перемоги й цілковитої деокупації України. Існуюча матеріально-технічна база, що окрім довоєнних недоліків піддається постійним обстрілам, потребує значних капіталовкладень у розвиток та реконструкцію діючих курортів, облаштування нових курортів. Цьому повинні сприяти інвестиційні проекти, розраховані як на зарубіжного, так і на вітчизняного інвестора.

Література:

1. Любіцева О.О., Стафійчук В.І. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Педагогічні та рекреаційні технології в сучасній індустрії дозвілля» (м. Київ, 4-6 червня 2004 р.). Київ : КНУКіМ, 2004. 220 с.
2. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторовий аспект). Київ : Альтерпрес, 2002. 146 с.
3. Павлов В.І., Черчик Л.М. Рекреаційний комплекс Волині : теорія, практика, перспективи. Луцьк: Надстир'я, 1998. 120 с.

Вольська Ангелія Олександрівна,

кандидатка економічних наук, доцентка,

доцента кафедри публічного управління, менеджменту та інклюзивної економіки

Навчально-реабілітаційного закладу вищої освіти

«Кам'янець-Подільський державний інститут»,

Бачинська Марина Володимирівна,

кандидатка педагогічних наук, викладачка кафедри

цифрових, освітніх та соціо-економічних технологій

Навчально-реабілітаційного закладу вищої освіти

«Кам'янець-Подільський державний інститут»

Туристична сфера України: перспективи розвитку

У наш час туристична сфера України є однією з найбільш постраждалих галузей через війну. Війна вплинула не лише на український туризм, а й на ситуацію в Європі в цілому. Повномасштабне вторгнення Росії посилило і без того високі ціни на нафту та логістику, а також збільшило невизначеність європейців. Це у перші пів року великої війни призвело до перебоїв у подорожах всією Східною Європою.

На початку 2022 року в Україні налічувалося близько 3700 туристичних агенцій, які пропонували різноманітні тури як на внутрішній, так і на міжнародний туризм. Проте після початку великої війни та загальної економічної кризи більшість з них закрилися, залишивши тільки близько 800 агенцій, які продовжують працювати. Ті, хто залишився, змушені були адаптуватися до нових умов. Одним з головних викликів для них стала логістика, що призвело до збільшення роботи туристичних агентств, вплинуло на ціни турів та зробило маршрути тривалішими. Крім того, менеджери туризму відзначають, що взаємодія з клієнтами ускладнилася через те, що багато українців перебувають зараз у країнах Європи. Охочі відпочити звертаються до агентств через сайт чи соціальні мережі. Наразі ринок туристичних послуг став монополізованим, що призвело до зростання цін на тури.

Потенційні втрати світової туристичної економіки від війни оцінили у 14 млрд. доларів. За даними Всесвітньої туристичної організації, кількість авіарейсів через війну в Україні впала найбільше у таких країнах: Молдова (-69%); Словенія (-42%); Латвія (-38%); Фінляндія (-36%); Чехія(-35%).

Ринок внутрішнього туризму зменшився приблизно на 50%. Спад відбувся через те, що відбулися втрати туристів на півдні України. Карпати та західні регіони разом із центральними регіонами нашої держави частково підтримують індустрію туризму (біля 50%). Іноземна туристична діяльність скоротилася на 80%.

Аналіз втрат у сфері туризму через російсько-українську війну можна розглядати з кількох точок зору:

1. Реальні втрати у вигляді зменшення податкових надходжень (менші надходження до бюджетів різних рівнів внаслідок зменшення кількості платників податків у сфері туризму).
2. Прямі збитки внаслідок руйнування об'єктів туристичної індустрії (втрати, спричинені руйнуванням готелів, ресторанів, туристичних атракцій тощо).
3. Непрямі втрати через майбутнє зниження доходів від туризму (втрати, які виникають через зниження інтересу туристів до відвідування країни у зв'язку зі воєнними діями).
4. Витрати на відновлення туристичної індустрії.

На думку [1] у відновленні туризму в Україні вже зараз помітні певні позитивні тенденції, туристи цікавляться оздоровчим відпочинком у санаторіях та іншими схожими опціями, де можна відновити свій спокій якомога далі від вибухів та повітряних тривог; зріс запит на подорожі для однієї людини або для родини; наявність світла, води, зв'язку та укриття – пріоритетна вимога до готелів, костелів сьогодення.

Звертаючи увагу на сучасні тенденції, ринок і надалі орієнтуватиметься здебільшого на внутрішнього туриста. Агентства пропонують рекреаційний відпочинок для українців у горах або в сільській місцевості, а також розробляють різноманітні автобусні тури за кордон.

Дослідники підкреслюють, що у сфері бізнесу, як і в інших галузях, великою проблемою є пошук клієнтів, які мають достатні ресурси для оплати послуг. У цьому контексті використання ефективних маркетингових інструментів, заснованих на аналізі великих обсягів даних, може допомогти вирішити цю проблему. Наприклад, компанія Київстар пропонує такі інструменти:

1. Створення портрету клієнта тур агентства – це аналіз характеристик клієнтів на основі бази даних, що дозволяє компанії отримати детальну інформацію про їхні потреби та вподобання. Шляхом візуалізації у відсотковому співвідношенні активності різних груп клієнтів, турагентство може адаптувати свої пропозиції для цільової аудиторії та збільшити свою клієнтську базу. Для розширення бази клієнтів і визначення нових груп аудиторії використовується модель «look-alike»
2. Геоаналітика допомагає готелям визначати регіони України, звідки найбільше прибувають туристи. Це дозволяє підприємцям створювати спеціальні акційні пропозиції для потенційних відвідувачів з урахуванням географічних особливостей.
3. Для ефективного спілкування зі своїми клієнтами, які вже існують або потенційно можуть бути зацікавлені, рекомендується використовувати таргетовані розсилки через SMS або Viber. Це дозволяє надсилати індивідуалізовані пропозиції конкретним групам клієнтів,

враховуючи понад 100 різних критеріїв, таких як вік, стать, місце проживання, тип пристрою, наявність дітей або домашніх тварин, інтереси і так далі.

Напрями розвитку туристичної галузі залежні від того, коли закінчиться війна. В Україні була використана лише частина значного потенціалу в туристичній галузі. Проте після війни, під час процесу відновлення туристичної індустрії, ця ситуація має змінитися. В мирній країні, очікується значний підйом туристичної сфери. Іноземці захотять відвідати українські міста, які встояли, а багато українців, які наразі не можуть відпочити повноцінно або вважають це неприйнятним, бажатимуть відновитися та зарядитися енергією разом з родиною. Важливо активізувати розвиток туризму на забутій або занедбаній території, особливо в степовій зоні України. Таким чином, як внутрішній, так і зовнішній туризм одночасно зростатиме.

У майбутньому українські туроператори ще активніше вийдуть на європейський ринок, розширюючи свою присутність і відкриваючи нові філії. Варто зазначити, що українські туристичні агентства конкурентоспроможні, мають великий досвід у сфері і зможуть з легкістю знайти свого клієнта за кордоном.

Література:

1. Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya>

2. Туризм в умовах повномасштабної війни: куди їхати, який напрям обирати та як планувати свої подорожі. URL.: <https://forbes.ua/lifestyle/turizm-v-umovakh-povnomasshtabnoi-viyni-kudi-ikhati-yakiy-napryam-obirati-ta-yak-planuvati-svoi-podorozhi-20102023-16759>

Гаркуша Юлія Олександрівна

кандидатка економічних наук, доцентка,

доцентка кафедри банківської справи

Одеського національного економічного університету

Банківське кредитування як інструмент забезпечення відновлення та розвитку туристичного бізнесу в Україні

Не зважаючи на фактори нестабільності та невизначеності, в яких функціонують представники туристичного бізнесу, більшості з них вдалося адаптуватися до нових умов. З початком дії воєнного стану туристичні фірми призупинили діяльність за кордоном та зосередились на волонтерстві та допомозі внутрішньо переміщеним особам. Більшість представників даного напрямку діяльності ставлять за мету продовжувати розвиток. Відновлення індустрії туризму потребуватиме додаткового фінансово-кредитного забезпечення, одним із інструментів якого є банківський кредит [1; 2].

Туристичний бізнес в основному представлений малими та середніми підприємствами, що визначає специфіку кредитних відносин банків в даному випадку.

Відмінності кредитних відносин банків із суб'єктами малого і середнього бізнесу, які відрізняють їх від інших економічних відносин є наступними:

– суб'єкт малого і середнього бізнесу, отримавши кредит, реалізує право тимчасового використання кредитних коштів, тоді як об'єкт кредиту залишається у власності банку;

– суб'єкт малого і середнього бізнесу під час отримання кредиту зобов'язаний надати банку гарантії повернення позики;

– повернення кредиту банку здійснюється суб'єктом малого і середнього бізнесу, а у виняткових випадках – гарантом, якщо суб'єкт малого і середнього бізнесу неспроможний повернути кошти, надані в кредит;

– термін використання та повернення кредиту визначається кредитним договором і залежить від особливостей кругообігу коштів у процесі виробництва, ефективності діяльності суб'єкта малого і середнього бізнесу та можливостей банку щодо терміну використання тимчасово вільних коштів, які є предметом кредитування;

– особливістю кредитних відносин є погодження інтересів банку та суб'єкта малого і середнього бізнесу за користування кредитних коштів щодо конкретних умов позики [3, с.75].

На сьогодні обсяги банківського кредитування поступово зростають, однак програми підтримки саме представників туристичного бізнесу поки що призупинені. Серед яких програма АТ КБ «Приватбанк» «Туристичний КУБ», за якого представники туристичної сфери мали можливість отримати додаткові кошти у вигляді кредиту. Відновлення та розвиток туристичного бізнесу є важливим фактором становлення економіки країни та потребує удосконалення системи кредитування туристичної галузі.

Література:

1. Кулик О.М. Мікрокредитування як передумова післявоєнного відновлення туристичного бізнесу в Україні. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 58.

2. Черемісіна Т.В., Мала С.В., Дудукалова О.С. Сучасний стан та роль кредитування туристичного сектору в Україні. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 60. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3624/3554>

3. Козьмюк Н.І., Стецевич А.І. Теоретичні аспекти фінансово-кредитного механізму функціонування та розвитку малого і середнього бізнесу. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 46 (2). С. 71-76. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/46_2_2019/14.pdf

Герасимчук Назар Сергійович,

здобувач вищої освіти на бакалаврському рівні

факультету публічного управління

Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Особливості розвитку туристично-рекреаційної галузі в межах України

Туризм і рекреація доволі швидко завоювали значущу економічну роль у сучасному світі. Завдяки туризму й рекреації виконується важлива функція культурного обміну та взаєморозуміння між націями. Українська туристично-рекреаційна галузь також потенційно може займати важливе місце в економічному розвитку, враховуючи її потенціал як національного туристичного напрямку з багатою історичною, культурною, обрядово-традиційною, природною і курортно-лікувальною спадщиною. Проте, розвиток туристично-рекреаційної галузі в межах України має свої особливості, які обумовлені як історичними, географічними, так і сучасними військовими та політико-економічними умовами. В цьому контексті важливо розглянути основні аспекти розвитку туристично-рекреаційної сфери в Україні, її можливості і перспективи, а також складні виклики сучасного конкурентного глобалізованого світу.

Поняття і явище туризму й рекреації завдячують своїй появі та розвитку зародженню і поступовій еволюції подорожей. Вже у Первісну добу племена кочували, шукаючи значно сприятливих місць для проживання: де було більше ресурсів, менше небезпеки та більше можливостей для здобичі. Серед основних мотивів перших справжніх подорожей були релігійні обряди та комерційні цілі. Не варто забувати про такий важливий вид подорожей як бажання пізнати нові території, звичаї та культуру. Для забезпечення основних потреб подорожуючих, таких як сон і харчування, а також вторинних потреб, таких як зупинка для відпочинку їздових і перегінних тварин, була необхідна відповідна інфраструктура. У Стародавньому Світі й Ранньому Середньовіччі такі послуги надавали караван-сараї і монастирі, що радо приймали подорожуючих. Пізніше почали з'являтися інші заклади, такі

як гостинні двори, заїзди, корчми та інші. Свідоме бажання людей мандрувати спостерігається і в перших цивілізаціях за кілька тисяч років до Різдва Христового. Першими туристами ділового й МІСЕ-характеру можна вважати купців. Під час розквіту грецьких міст-держав, за умов високого розвитку політичних, економічних та культурних зв'язків, – зароджувалися й утверджувалися своєрідні традиції і формувалися перші прототипи центрів туризму. До прикладу, давні греки, які з'їжджалися з усієї Еллади в Олімпію як глядачі або учасники Олімпійських ігор, також є першими туристами подієвого (глядачі) і спортивного (учасники) напрямку.

На території України перші заклади гостинності також виникли як інфраструктурне доповнення й забезпечення усіх подорожуючих – це трапилось у XII-XIII століттях, себто, в період Русь-України. Вигідне географічне розташування нашої Прабатьківщини на перехресті торгових шляхів, а також тісні культурні, шлюбні та релігійні зв'язки з країнами Середземномор'я, Балтії і Західної Європи сприяли розвитку міст, шляхів і розвитку закладів розміщення й харчування [1].

Внутрішній туризм сприяє інтенсифікації міжнародного туризму. Таким чином, заохочуючи розвиток власних курортно-санаторних й інших рекреаційних закладів, Україна може привабити значну чисельність іноземних туристів. Останні, у свою чергу, часто відзначають численні переваги подорожей Україною. Серед них ключовими є: доступна вартість подорожі, різноманіття природи, розмаїта національна культура, доброзичливість і гостинність українців, цікаві звичаї й обряди, а також наявність численних історичних та природних пам'яток.

Вищесказане є переконливим аргументом на користь того, що Україна має більшість передумов для розвитку туристично-рекреаційної сфери. Завдяки своєму вигідному геополітичному розташуванню наша держава володіє значним туристично-рекреаційним потенціалом: сприятливим кліматом, різноманітним рельєфом, розвиненою транспортною мережею та багатою культурною, тариційно-обрядовою й історичною спадщиною. Окрім того, в Україні набуває все більшого поширення розробка нових туристично-рекреаційних маршрутів, розвиток готельної, ресторанної і готельно-ресторанної інфраструктури, а також підвищується рівень обслуговування туристів і зростання відвідуваності туристичних об'єктів. Зливаючись воедино, ці всі фактори сприяють динамічному розвитку туристично-рекреаційного бізнесу в Україні. Та найбільшою перешкодою на даний момент є повномасштабна московитська війна проти України, що триває третій рік і військові окупаційні московитські дії, починаючи з 2014 року [2].

Недостатня державна підтримка, відсутність пільгового оподаткування та недостатнє кредитування суб'єктів підприємницької діяльності у туристично-рекреаційній сфері ускладнюють ефективний розвиток цієї галузі в Україні. Знижений платоспроможний попит значної частини населення вимагає акцентування на розвитку так званого «бюджетного відпочинку». Однак, через закриття кордонів, на популярність також впливає сегмент «вір-відпочинку». Українські споживачі туристично-рекреаційних послуг, які раніше відпочивали за межами нашої держави, тепер виявляють інтерес до комфортного відпочинку в Україні [4]. Саме тому, варто задіяти усі ресурси й дипломатичні можливості державної, регіональної та місцевої влади повинні бути спрямовані в руслі розвитку української туристично-рекреаційної сфери.

Література:

1. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні. Навчальний посібник. К.: Вища школа, 2002. 195 с.
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Збитки туристичної галузі. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://babel.ua/news/57958-derzhagentstvo-turizmu-za-minuliy-rik-turistichna-galuz-zaznala-60-mlrd-grn-zbitkiv>
4. Мельниченко О.А., Шведун В.О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків : Видавництво НУЦЗУ, 2017. 153 с.

Калайтан Тетяна Вікторівна,
кандидатка економічних наук, доцентка,
доцентка кафедри туризму Львівського національного університету
ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З.Гжицького

Інструменти сталого розвитку туризму

Навколишнє середовище має центральне значення для туризму. Згідно з дослідженням Booking.com, 73% мандрівників з більшою ймовірністю забронюють об'єкт, у якому діють екологічні методи. Потенційні еко туристи повинні бути впенені, що туроператори надають саме екобезпечні послуги та продукти. Екосертифіковані об'єкти розміщення, які пропонуються на Booking.com, віднедавна відзначаються позначкою «Екологічно безпечна подорож» [2]. Незважаючи на достатньо велику кількість екомаркувань, сертифікація охопила далеко не всі суб'єкти туризму. При цьому деякі країни вже мають значний досвід розробки та використання програм сертифікації та акредитації еко туризму, наприклад Австралія. Організація «EcotourismAustralia» вже понад 30 років визнається світовим лідером у галузі сертифікації туризму. На даний момент Ecotourism Australia пропонує два типи екосертифікації: (1) сертифікація для бізнесу і (2) сертифікація для дестинацій. Крім того, Ecotourism Australia пропонує спеціалізовані програми: сертифікація кліматичної дії, сертифікація поваги до нашої культури, екосертифікація гідів (рис. 1).



*Рис.1. Програми сертифікації еко туризму, які пропонує Ecotourism Australia
Джерело: Складено автором на основі джерела [4].*

Європейський стандарт маркування еко туризму – EETLS – було розроблено в рамках проекту ECO-DESTINET (2007–2009 рр.) для забезпечення екологічної, соціально-економічної та культурної сталості послуг еко туризму в Європі. Критерії сталого туризму, опубліковані Глобальною радою зі сталого туризму (GSTC), і визначення Міжнародного товариства еко туризму (TIES) використовували як посібник для розроблення, тестування та ухвалення рішень щодо критеріїв і показників EETLS [3]. Європейський стандарт маркування еко туризму (EETLS) став першим визнаним стандартом GSTC (жовтень 2011р.).

З метою недопущення надмірного антропогенного впливу туризму на природо-заповідних територіях у 2004 р. під егідою ВТО було розпочато створення Міжнародної

Мережі Туристичних Обсерваторій (INSTO). Мета INSTO – відстежувати економічні, соціальні та екологічні наслідки туризму на рівні дестинації [1]. Перші обсерваторії були створені у 2006 р. INSTO продовжує свій розвиток і на даний момент включає 44 обсерваторії по всьому світу.

Регулярне та своєчасне оцінювання ефективності туризму та звітність необхідні для надання відповідних даних для ефективного прийняття рішень у туристичному секторі на рівні дестинації. Моніторинг та аналіз даних є ключовими елементами, які дають змогу регулярно та своєчасно коригувати розриви між фактичними показниками та наміченими цілями, а також для планування та прогнозування [4]. Всі обсерваторії-члени INSTO повинні вимірювати одинадцять визначених проблемних сфер. До них належать: (1) сезонність туризму, (2) зайнятість населення, (3) економічні вигоди дестинації, (4) управління, (5) задоволення місцевих громад, (6) управління енергією, (7) управління водними ресурсами, (8) управління стічними водами, (9) управління твердими відходами, (10) доступність, (11) вплив на клімат [1].

Так, наприклад, у щорічному звіті за 2021 р. туристичної обсерваторії в Південному Тіролі (площа спостереження 7400 км.², 10237 закладів розміщення туристів, у яких є 73169 номерів) зазначається, що у 2018 р. щонайменше 9% від загального споживання електроенергії в дестинації було безпосередньо пов'язане з туристичним сектором. Працівники сектору розміщування та харчування складають близько 15% від загальної кількості зайнятих. З точки зору доданої вартості, індустрія розміщування та харчування забезпечує значну частку загального ВВП (11,8% у 2018 році). Включаючи індуковані та непрямі ефекти, туризм робить ще більший внесок у загальну економіку. Прибуття туристів до Південного Тіролю має чіткий сезонний характер. Місячні піки в більшості муніципалітетів реєструються або в серпні, або в лютому, досягаючи 17% і більше від річної кількості прибуттів за один місяць. За останнє десятиліття кількість води, що використовується для виробництва штучного снігу, неухильно зростала. Туристи складають 23,6% від загальної кількості користувачів води. Заклади розміщування утворюють, за оцінками, близько 9% від загального обсягу відходів у регіоні [1].

Створення аналогічної туристичної обсерваторії в транскордонній зоні Карпат сприятиме збалансованості економічних, соціальних та екологічних наслідків туризму в цьому регіоні. До того ж ст.4 Рамкової конвенції по захисту та сталому розвитку Карпат (Карпатська Конвенція), яка об'єднує 7 країн, передбачає розробку сумісних системи моніторингу за станом природно-заповідних територій.

Література:

1. A Network of Tourism Observatories monitorings sustainable tourism development AT Destination level. URL: <http://insto.unwto.org/>
2. Ecotourism Australia. URL: <https://www.ecotourism.org.au/destination-certification>
3. The European Ecotourism Labelling Standard. URL: <https://destinet.eu/resources/certificates/european-ecotourism-labelling-standard-eetls>
4. Калайтан Т.В. Екотуризм і розвиток сільських територій. Євроінтеграційні перспективи розвитку аграрної економіки України: колективна монографія / за заг. редакцією Гримака О.Я. Львів : ННБК «АТБ», 2023. С. 519-548. ISBN 978-966-2042-65-8 DOI: <https://doi.org/10.32782/978-966-2384-21-5>

Кобилянська Анна Петрівна,
*директорка туристичної агенції «Дім Подорожей»,
асистентка кафедри публічного управління та адміністрування
Хмельницького університету управління та права ім. Леоніда Юзькова*

Умови та особливості туристичного страхування від невіїзду

Незалежно від того, наскільки добре люди планують свою подорож, існує безліч факторів, які можуть спричинити скасування або перенесення поїздки. Це особливо стосується жителів країни, в якій іде війна. Українцям добре відома ситуація, коли реалістично планувати щось заздалегідь – доволі складно. А особливо це стосується відпочинку. Проте, навіть такі складнощі це мають бути приводом відмовляти собі у подорожі, моральному й фізичному перезавантаженню, відновленню сил. Гарантією безпеки в таких випадках є оформлення страхування від скасування туристично-рекреаційної поїздки або туристичне страхування від невіїзду.

Головною метою такого страхування є забезпечення компенсації витрат у випадку скасування або перенесення туристичної поїздки з певних причин. Програма такого страхування покриває цілу низку ризиків, а саме:

- а) раптові розлади здоров'я (це можуть бути серйозні травми, екстрені операції, інфекційні або інші гострі захворювання);
- б) смерть туриста або когось із його близької рідні;
- в) отримання судової повістки;
- г) ушкодження, знищення та/або втрата особистого майна застрахованої особи;
- г) дорожньо-транспортна пригода;
- д) запізнення на потяг, автобус, літак чи круїзний лайнер у зв'язку з ДТП або помилкою транспортного засобу, яким турист прямував до аеропорту чи вокзалу на території України, що призводить до неможливості здійснення запланованої туристично-рекреаційної подорожі у встановлені дати;
- е) отримання туристом повістки про призов до лав Збройних сил України для проходження військової служби або участі у військових зборах;
- є) відмова або затримка у видачі в'їзної візи за умов своєчасної подачі повного пакету необхідних документів для відкриття візи у країну тимчасового перебування;
- ж) офіційно оголошені страйки, народні заворушення, епідемії, терористичні акти;
- з) стихійні лиха безпосередньо у місці проживання туриста або місці його перебування підчас туристичної подорожі;
- и) відмова у перетині кордону України через неправомірні дії працівників державної прикордонної служби України;
- і) неможливість виїхати у туристично-рекреаційну подорож з України через загрозу життю у зв'язку з окупаційно-бойовими діями, розпочатими московитськими військами або іншої країни-агресорки на території постійного місця проживання застрахованої особи;
- ї) інші умови передбачені договором про страхування [1].

Варто зазначити, що такий різновид страхування не є обов'язковим для здійснення туристично-рекреаційної подорожі та проходження кордону. Його можна оформити як додаткову послугу в туристичного оператора, туристичній агенції та будь-якій страховій компанії. Для оформлення страхового полісу знадобиться лише діючий закордонний паспорт. Ціна розраховується індивідуально і залежить від щонайбільшого розміру компенсації, чисельності застрахованих осіб та кількості включених ризиків. В середньому ціна цієї послуги становить від 1% до 3% загальної вартості туристичної подорожі [2].

Отже, страхування від невіїзду хоч і не є обов'язковою складовою туристичного пакету для подорожі, але дозволяє впевненіше планувати свій відпочинок. Разом із тим, цей вид страхування допомагає подолати фінансові наслідки, що виникають через повну або часткову неможливість скористатися придбаними туристично-рекреаційними послугами.

Література:

1. Туристичний оператор JoinUp. URL : <https://joinup.ua/uk/handbook/strakhovanie/use-pro-strahuvannya-vid-neviyizdu/>
2. Страхова компанія ETC. URL : <https://eurotravelins.com.ua/ua/poslugi/ot-nevyezda/>

Корюгін Андрій Валерійович,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій

Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Аналіз оцінки лояльності споживачів туристичних послуг

Сучасні наукові доробки щодо методів оцінювання лояльності споживачів передбачають обмеженість застосування окремих підходів, але водночас час вони добре доповнюють одне одного. Тобто одночасне використання декількох методів оцінювання лояльності дозволяє подолати обмеженість кожного з них та більш повно розкрити поставлену проблему. Перший підхід ґрунтується на узагальнені відповідей споживачів на запитання, що побудовані за принципом шкали Лайкерта. Шкала Лайкерта вимагає від респондента вказати ступінь згоди або незгоди з рядом суджень, що стосуються досліджуваного об'єкта. Респондент дає відповідь опираючись на запропоновану йому шкалу від «повністю згоден» до «повністю не згоден». Частіше за все використовується десятибальна шкала [1].

Другий підхід ґрунтується на визначенні індексу Net Promoter Score (NPS) – це «індекс лояльності клієнта» або «індекс підтримки споживача». Рівень NPS визначається за допомогою опитування цільової аудиторії із використанням запитання «З якою вірогідністю Ви порекомендуєте нашу компанію своїм друзям та знайомим?» [1].

Метою проведення опитування споживачів туристичних послуг була оцінка рівня задоволеності споживачів діяльністю підприємства за допомогою шкали Лайкерта та індексу лояльності клієнта NPS. Пройти опитування було запропоновано 70 респондентам, участь у опитуванні прийняли 66 споживачів, 4 споживача відмовились. Оцінка проводилась шляхом розробленого опитування на платформі Google. Опитування пройшло 66 споживачів, з них: 35 чоловіків; 31 жінка. Що стосується вікової структури, то тут переважають респонденти віком 25-44 років, а також 44-60 років та 60-75 років. Найменше серед опитаних споживачів віком до 25 років та понад 75 років.

За результатами дослідження більшість опитуваних (понад 50%) задоволені ціновою політикою туристичних послуг у м.Хмельницький та згодні з запропонованим твердженням, їх влаштовують ціни та основні види туристичних послуг, а також ціни на додаткові послуги, що надаються підприємствами у сфері туризму.

Близько 22% частково або повністю не влаштовує цінова політика ще 22,7% важко відповісти на це запитання однозначно. Як вже було зазначено вище ціни, що встановлені на послуги підприємств є середньо-ринковими та доступними для споживачів. З твердженням про те, що туристичні підприємства надають високоякісні послуги, швидко та своєчасно – 56% опитаних не погодились, а це означає, що їх не задовольняє якість послуг та швидкість обслуговування. 33,3% не готові дати однозначну відповідь на це запитання, і лише 10,6% респондентів згодні з цим твердженням. Такі відповіді респондентів свідчать про недостатню якість послуг, які надають туристичні підприємства, це може бути обумовлено тим, що якість окремих видів туристичних послуг не відповідає очікуванням споживачів та стандартам; не в усіх готелях зроблено сучасний ремонт та наявне сантехнічне обладнання тощо; а також вказує на те, що споживачі змушені довгий час знаходитись в очікуванні того, що їм нададуть необхідні послуги, та на те, що надавані послуги надаються не своєчасно. Негативна тенденція серед відповідей респондентів також спостерігається у відповідях, що

стосуються ввічливості, компетентності та професіоналізму працівників у сфері обслуговування туристів. Більш ніж 66% опитаних не погоджуються з запропонованим твердженням, а отже це означає, що вони незадоволені роботою персоналу окремих готелів, ресторанів та екскурсійними програмами. Якщо звернутись до відгуків розміщених у Інтернеті більшість споживачів скаржаться на те, що персонал дозволяє собі неухважність по відношенню до клієнтів, є некомпетентним, більше 55% респондентів не погоджуються з твердженням, що більшість підприємств у сфері туризму здійснюють індивідуальний підхід до кожного споживача. Близько 30,3% опитаним важко дати однозначну відповідь на це запитання. Така відповідь обумовлена рядом причин: споживачі відчувають, що персонал приділяє їм недостатньо уваги; сервіс не є персоналізованим; низка підприємств не піклується про індивідуальні потреби споживачів тощо. Це негативно впливає на лояльність та задоволеність клієнтів, може зрости кількість скарг та негативних відгуків. Більшість респондентів не погоджуються з твердженням «Я цілком задоволений роботою готелів та ресторанів м.Хмельницького, тобто близько 48,5% не задоволені роботою підприємств, 34,8% – важко відповісти на це твердження, і лише 16,7% задоволені роботою.

Останній блок та останнє запитання в анкетуванні стосуються оцінки лояльності споживачів за методом NPS. Було зібрано 66 відповідей на запитання «Чи порекомендуєте Ви послуги туристичних підприємств іншим людям?», розподіл оцінок за цим методом виглядає наступним чином:

– 3 клієнта дали оцінку 9-10;

– 8 клієнтів обрали оцінку 7-8;

– 55 клієнтів обрали оцінку від 0 до 6. Це означає, що серед опитаних є 3 промоутера, 8 нейтралів та 55 детракторів (критиків). Відсоткова доля промоутерів становить 4,54%, доля детракторів (критиків) – 83,3%. За таких умов показник NPS становить:

$$4,54\% - 83,3\% = -78,76\%$$

Як бачимо значення індексу лояльності споживачів є від'ємним, що є дуже негативним результатом. Адже це свідчить про те, що лише 21,24% споживачів, яких було опитано, задоволені послугами туристичних підприємств та порекомендували би своїм рідним, друзям та знайомим послуги підприємства. Значення NPS -78,76% є низьким та вказує на те, що підприємство має серйозні проблеми.

Причинами низького рівня лояльності споживачів є:

– недостатній рівень якості послуг;

– несвоєчасне надання послуг;

– некомпетентний та неввічливий персонал;

– незадовільне обслуговування;

– недостатня комунікація працівників з клієнтами;

Отже, лояльність споживачів туристичних послуг знаходиться на низькому рівні, тобто більшість споживачів незадоволені послугами, що надаються підприємствами у сфері туризму, тому необхідно розробляти заходи щодо управління лояльністю споживачів туристичних послуг.

Література

1. Тараненко І. В., Дрозденко А. В. Дослідження і оцінка лояльності споживачів роздрібною торговельною мережі в умовах економічної кризи. *Ефективна економіка*. 2015. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_5_5.

Інтернет-маркетинг як один із сучасних методів розвитку міжнародного екологічного туризму

У сучасних умовах для розвитку екологічного туризму на міжнародній арені варто використовувати інтернет-маркетинг. Підвищення рівня обізнаності щодо проблем навколишнього середовища та зростаючий інтерес до природи та сталого способу життя створюють потенціал для розвитку екологічного туризму в усьому світі.

Інтернет-маркетинг може зіграти ключову роль у просуванні екологічного туризму та залученні туристів до природних та екологічно чистих місць. Через свій веб-сайт, соціальні мережі, електронну пошту та інші онлайн-канали бізнес може ефективно спілкуватися з потенційними відвідувачами та інформувати їх про екологічні заповідники, екологічні проекти та особливості екологічного туризму [1].

Широке використання Інтернету дозволить компаніям екологічного туризму розширити свою аудиторію та залучити туристів із різних країн світу. Інструменти цифрового маркетингу, такі як пошукова оптимізація, контекстна реклама, маркетинг у соціальних мережах та електронна комерція, можуть ефективно просувати послуги екологічного туризму та залучати зацікавлених клієнтів. Інтернет-маркетинг також підвищує обізнаність про важливість охорони навколишнього середовища та спонукає туристів до екологічної поведінки. Різноманітні інтерактивні інструменти, такі як відео, блоги, соціальні події та спільноти, допомагають поширювати інформацію про екологічні проблеми та створювати позитивні зміни у свідомості відвідувачів [1, 2].

Інтернет-маркетинг пропонує можливість залучати кошти для підтримки екологічних проектів та ініціатив. Завдяки розвитку електронних платіжних систем, краудфандинговим кампаніям та співпраці зі спонсорами можна збирати кошти на охорону та розвиток заповідників, екоцентрів та інших екологічних об'єктів. Ці фактори підкреслюють необхідність використання методів інтернет-маркетингу в розвитку екотуризму. Це допоможе залучити більше туристів, підвищити обізнаність про екологічні проблеми та сприяти сталому розвитку туристичних напрямків у сучасному світі. Це пов'язано з тим, що проблеми, з якими стикається екологічний туризм, можуть включати низьку обізнаність про проблеми довкілля, низьку кількість туристів на екологічно чистих курортах, недостатнє фінансування та підтримку екологічних програм, а також відсутність сталого розвитку на курортах. Ці проблеми можна вирішити за допомогою інструментів Інтернет-маркетингу (рис. 1) [1].

Пропонуємо більш детально розглянути інструменти інтернет-маркетингу для розвитку екологічного туризму. Створення веб-сайту, відображає цінності екологічного туризму та пропонує низку привабливих пропозицій, адже може розгорнуто представити всю свою діяльність на міжнародному рівні. Важливо оптимізувати свій веб-сайт для пошукових систем, щоб його було видно в результатах пошуку.

Активне використання соціальних мереж дозволить привернути більше уваги людей до екологічного туризму, що дозволяє в прямому ефірі ділитися інформацією про цікаві місця та способи заняття екологічним туризмом і сприяти діалогу з прихильниками. Створюйте цікавий і корисний контент, як-от блоги, статті, відео та фотографії про напрямки екологічного туризму, це допоможе привернути увагу та зацікавити цільову аудиторію і споживач з будь-якої точки світу зможе знайти інформацію [1-3].



Рис. 1. Інструменти інтернет-маркетингу для розвитку екологічного туризму
Примітка: складено автором

Підвищення обізнаності про екологічний туризм за допомогою цільової онлайн-реклами, щоб охопити цільову аудиторію, ви можете використовувати рекламу в соціальних мережах, контекстну рекламу, таргетинг та інші інструменти. Партнерство з екологічними групами або місцевою владою може забезпечити підтримку та просування екологічного туризму, тому варто не оминати і цей інструмент [3].

Таким чином, використання інструментів інтернет-маркетингу може допомогти вирішити проблеми екологічного туризму, залучити більше відвідувачів до екологічно чистих напрямків, підвищити обізнаність про екологічні проблеми та забезпечити сталий розвиток туристичних напрямків. Іншими словами, впровадження інструментів інтернет-маркетингу у створення українського бренду зеленого туризму може допомогти вирішити ці проблеми шляхом просування, привернення уваги, залучення та спілкування з туристами. Інтернет-маркетинг дає можливість безпосередньо взаємодіяти зі споживачами та отримувати коментарі, відгуки та рекомендації. Це допоможе підвищити рівень задоволеності клієнтів і отримати цінні відгуки, які допоможуть вам покращити якість ваших туристичних послуг і природоохоронної діяльності. Представлені онлайн-маркетингові інструменти можуть допомогти залучити більше туристів з усього світу, сприяти підвищенню обізнаності про важливість захисту навколишнього середовища. Для створення найбільш ефективних засобів просування екологічного туризму на міжнародній арені необхідно вивчити смаки та вподобання споживачів та детально провести дослідження ринку, тому дане питання відкрите для наших майбутніх досліджень.

Література:

1. Bakalo N. (2022) Influencemarketinginthepromotionofenterprisesinthetourismindustry / N. Bakaloandothers. *Ефективна економіка*. 2022. № 10. <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.10.22> .
2. Шелеметьєва Т. В., Булатов С. В. Діяльність туристичних інформаційних центрів: світовий досвід та вітчизняна практика. *Вісник економічної науки України*. 2019. № 2 (37). С. 205-211.
3. Левченко І. В. Світовий досвід відновлення сільського господарства. *Матеріали 75-тої наукової конференції професорів, викладачів, наукових працівників, аспірантів та студентів університету*. 2023. Полтава. URL : <http://reposit.nupp.edu.ua/handle/PoltNTU/12462>

Матвейчук Людмила Олександрівна,
*докторка наук з державного управління, кандидатка економічних наук,
завідувачка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*

Стратегічний менеджмент розвитку крафтового туризму

Протягом останніх років діяльність вітчизняних туристичних підприємств радикально змінюється, на зміну масовому туризму поступово приходять груповий та індивідуальний. На задоволення потреб цього сегменту населення зорієнтована управлінська діяльність туроператорів і турагентів. В умовах сьогодення суб'єкти туристичного бізнесу орієнтовані на розвиток внутрішнього туризму.

Стратегічне планування розвитку вітчизняної сфери туризму, пов'язане перш за все з використанням наявного природно-ресурсного та історико-культурного потенціалу України. Одним із перспективних напрямів стратегічного менеджменту в туризмі є крафтовий туризм, який поєднує в собі подорожі та знайомство з крафровою продукцією, її виробництвом, культурою і традиціями її споживання.

Теоретичні аспекти крафтового туризму мало досліджені. У наукових працях вчених в основному розглядаються питання крафтових технологій виробництва виробів. В основі ідеології крафтового туризму лежать поняття крафтового продукту, яке трактується як: 1) продукт, зроблений власноруч і, як правило, в невеликих обсягах і найголовніше у крафтовому виробництві – це якість, починаючи з відбору сировини і закінчуючи технологією виробництва [2]; 2) продукт, що вироблений на малих потужностях маленькими партіями за індивідуальним, особливим рецептом майстром, який вкладає в свою працю креативність, оригінальність, унікальність, ексклюзивність на основі поєднання інноваційних і традиційних технологій, для задоволення утилітарних, естетичних та інших потреб споживачів [1]. Крафтова продукція створюється конкретним виробником у визначеній місцевості за власними технологіями. Характерними особливостями такої продукції є: якість, природний смак, ексклюзивність, ціна, відповідальність, душевний сервіс, індивідуальний підхід, обмежена кількість, оригінальна подача, клієнтоорієнтованість.

Підсумовуючи викладене вище, пропонуємо наступне: 1) крафтова продукція – це локальна якісна продукція, яка враховує ресурсний, природний, історико-культурний потенціал регіону (кластеру) місця вироблення; 2) крафтовий туризм – унікальний вид туризму, де ключовою послугою для туриста є ознайомлення з виробництвом крафрової продукції, історією виникнення та культурою і традиціями її споживання.

До позитивних наслідків розвитку крафтового туризму слід віднести такі як: 1) відродження зв'язку поколінь, сімейних традицій; 2) зміцнення економічного потенціалу громади за рахунок підприємницької активності місцевого населення; 3) самореалізація сільського населення; 4) формування національної культури у молодого покоління та плекання поваги і любові до українських традицій, звичаїв.

Отже, на сьогодні, актуальним питанням стратегічного менеджменту туроператорів є розробка туристичних маршрутів з урахуванням локальної крафтової продукції, що в свою чергу забезпечить створення нових робочих місць, зміцнення економічного потенціалу регіону, популяризацію української продукції. В свою чергу, стратегічний менеджмент розвитку крафтового туризму передбачає забезпечення ефективної координації дій представників туристичної індустрії та виробників української крафтової продукції з метою досягнення максимального ефекту від здійснення стратегічних ініціатив. Одним із ключових елементів стратегічного менеджменту розвитку крафтового туризму є орієнтація на клієнта, задоволення його потреб.

Література:

1. Калініченко Л. Л. Проблеми розвитку крафтової діяльності в Україні. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2022. № 5 (63). С.26-33. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No5/26.pdf>.
2. Що таке «крафт» та чому слід обирати крафтовий продукт? URL : <https://kult.com.ua/shcho-take-kraft-ta-chomu-slid-obyraty-kraftovyy-produkt/>.

Опря Богдана Олексіївна,

*кандидат історичних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка*

Роль та значення проєктного менеджера в туризмі: ключові аспекти успішного управління проєктами

В сучасному світі туризм є однією з найшвидше зростаючих галузей господарства, яка відіграє значну роль у економічному, соціальному та культурному розвитку країн. Швидкий темп розвитку туристичного сектору потребує вдосконалення управління, в тому числі й застосування професійних методів управління проєктами. Роль проєктного менеджера в індустрії туризму набуває все більшої важливості, оскільки він відповідає за планування, координацію та виконання різноманітних ініціатив та проєктів у цій галузі. У цій статті ми розглянемо ключові аспекти успішного управління проєктами в туризмі та важливість ролі проєктного менеджера для досягнення стратегічних цілей туристичного бізнесу.

Проєктний менеджер – це фахівець, який управляє проєктом. Проєкт – це процес за яким стоїть робота цілої команди. Людина, яка керує цим проєктом – це і є проєктний менеджер, або РМ, проєктер.

Основне завдання проєктера в туристичному бізнесі – успіх проєкту та його реалізація на туристичному ринку.

Показники проєкту:

- час виконання проєкту;
- бюджет проєкту;
- якість продукту, який вийшов у підсумку.

Головне завдання проєктного менеджера – провести проєкт від початку і до вдалого завершення.

До основних обов'язків проєктного менеджера належить:

- розробка стратегії, бюджету та обсягу проєкту, а також пріоритети у роботі команди та виконанні завдань;
- доведення ідеї замовника до завершення, а також інформування клієнта про обсяги та терміни виконання роботи на всіх етапах реалізації проєкту;
- вибудовування роботи команди: формування завдань, контроль термінів та якості їхнього виконання, організація зустрічей та переговорів;
- планування і контроль бюджету, планування ресурсів проєкту, підготовку рахунків для клієнта [1].

Для успішної кар'єри у проєктному менеджменті потрібно знати англійську мову, щоб вільно спілкуватися з клієнтами; вміти працювати з програмами для ведення документації та звітностей; володіти навичками роботи з програмами для управління завданнями, програмами для зручного спілкування і планування особистого часу.

Важливу роль відіграють також м'які навички менеджера: комунікабельність, організованість, стресостійкість, вміння планувати час, вміння працювати у команді, здатність побудувати ефективну роботу; готовність брати відповідальність [2].

Сучасні проекти за моделлю оплати бувають: fixedprice: мають визначену ціну проекту, яку готовий заплатити клієнт, тобто вони є гнучкими; time@materials: проекти, у яких замовник платить за час, який на роботу витрачає команда розробки.

Існують наступні етапи роботи над туристичним проектом: ініціація проекту, планування проекту, виконання проекту; моніторинг та контроль; завершення проекту[3].

Методологія ведення проекту – це набір принципів і правил, за якими ведеться проект. Умовами успішної інтеграції Scrum на проекті є: готовність клієнта й команди прийняти невизначеність, інвестувати й працювати з проектом у таких умовах; професійність і гнучкість команди та клієнта; гнучкість строків та бюджету проекту, а також фокус на постійному додаванні цінності для проекту. При реалізації Scrum-проекту менеджер визначає завдання команди, набирає потрібних фахівців, показує демо, узгоджує з клієнтом та командою подальші кроки. Ще одним методом роботи над проектами є Waterfall («водоспад») – класична методологія, де етапи робіт йдуть каскадами. Зазвичай її використовують, де мало або зовсім немає невідомих.

Існує таке поняття як «Залізний трикутник» проекту – це концепція, що описує три головні складники проекту: обсяг робіт, час та вартість. Усі ці складові взаємодіють між собою і становлять суть роботи проектного менеджера [4].

Робочі інструменти проектного менеджера: Confluence, Good Data, Hubspot, Jira, Panda Doc. Опанування даними робочими інструментами сприятиме побудові успішної кар'єри РМ у будь-якій галузі, зокрема, туристичній.

В сучасному світі будь-який кваліфікований фахівець повинен дотримуватись правил цифрового етикету: подбайте про якісний інтернет та зв'язок; зверніть увагу на мікрофон та освітлення; виберіть нейтральний задній фон під час робочого зідзвону; будьте вдягнені відповідно до вашої роботи, а не дому; привітайтеся з учасниками онлайн-зустрічі на початку та подякуйте за зустріч наприкінці; уважно слухайте та не перебивайте співрозмовників; утримайтеся від смайликів у робочій переписці [5].

Таким чином, ефективне керівництво проектами в туристичній індустрії відіграє критичну роль у досягненні стратегічних цілей туристичного бізнесу. Проектний менеджер забезпечує вдале планування, координацію та реалізацію різноманітних ініціатив та проектів, що сприяє покращенню якості послуг, збільшенню конкурентоспроможності туристичних підприємств і розвитку туризму в цілому. Впровадження сучасних підходів та методів управління проектами є важливим елементом стратегії розвитку туристичної індустрії у майбутньому.

Література:

1. Проектний менеджер URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/lesson/seria-1-hto-takij-proektnij-menedzer-ta-so-vhodit-u-jogo-obovazki>
2. Початок роботи та кар'єрні перспективи URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/lesson/seria-2-pocatok-roboti-ta-karerni-perspektivi>
3. Типи проектів. Етапи роботи над проектом URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/lesson/seria-3-tipi-proektiv-etapi-roboti-nad-proektom>
4. Методології роботи над проектом URL : <https://osvita.diia.gov.ua/courses/lesson/seria-4-metodologii-roboti-nad-proektom>
5. Контроль і моніторинг проекту. Робочі інструменти URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/lesson/seria-5-kontrol-i-monitoring-proektu-roboci-instrumenti>

Палюх Віталій Васильович,
аспірант Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова?

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

Роль індустрії гостинності у підвищенні конкурентоспроможності туристичного продукту

У соціально-культурному аспекті туризм має особливий стрижень – гостинність, що ґрунтується на шанобливому ставленні людини до людини на засадах людяності, гуманізму, поваги до гідності [1, с. 43; 2, с. 117]. В сучасних умовах індустрія гостинності стає інтегративною галуззю, яка інтенсивно еволюціонує у складі галузей сервісу та прогресує разом з ними [3, с. 104]. Поняття «індустрія гостинності» дещо виходить за рамки чіткого галузевого поділу і містить в собі багато галузей економіки, слугуючи спільною детермінантою їх розвитку і конкурентоспроможності [4, с. 57]. Власне, ця галузь вважається матеріально-технічною основою для освоєння туристично-рекреаційного потенціалу території та розвитку туризму й рекреації [5, с. 303]. Новий формат розвитку індустрії гостинності в Україні і світі робить актуальними питання розробки теоретико-методологічних положень еволюції та обґрунтування місця цієї соціально-економічної сфери у туристичній індустрії [6, с. 81].

Концепція гостинності (рис. 1) характеризується як система поглядів, орієнтована на визначення й узагальнення правил і ритуалів доброзичливого прийому гостей (клієнтів) готелів, ресторанів та інших закладів, пов'язаних із проживанням, харчуванням гостей та наданням супутніх послуг, у результаті отримання яких клієнт задовольняє не лише базові потреби, а й потреби вищого рівня [7, с. 312].

Гостинність трактується як явище соціальної культури, яке поєднує в собі суспільну інституцію (моральну установку на дружній прийом гостей) та суспільний інститут (заклади, які розробляють конкретні заходи, спрямовані на практичне забезпечення такого прийому) [2, с. 118]. З одного боку, гостинність – це система заходів і порядок їх реалізації з метою задоволення господарських, побутових, культурних запитів гостей туристичних і рекреаційних підприємств, їх завбачливого обслуговування шляхом надання різних послуг [1, с. 45; 8, с. 175; 9, с. 100]. Водночас, будучи елементом підприємницької діяльності, в умовах сталого розвитку гостинність постає як система економічних, соціально-економічних та економіко-екологічних відносин з приводу виробництва, розподілу, обміну і споживання продукту гостинності [10, с. 74].

Сфера гостинності – це сукупність матеріальних і людських ресурсів, соціально-культурних чинників і традицій, природно-ресурсного забезпечення та екологічного стану, просторового розміщення продуктивних сил та управлінських інструментів, що використовуються у процесі виробництва продукту гостинності. Сучасна індустрія гостинності – це самостійна галузь економіки, що складається з групи галузей та підприємств, призначення яких полягає у задоволенні попиту на різні види відпочинку й розваг [5, с. 298]. Втім, існує точка зору, що індустрія гостинності – це соціально-економічна підсистема туристичної індустрії, складова туристичної інфраструктури і, відповідно, вагомий фактор розвитку туризму [6, с. 83]. Позитивні тенденції розвитку туризму обумовлюють зростання кількості об'єктів індустрії гостинності внаслідок значної питомої ваги туристів у структурі споживачів їхніх послуг. Загалом, ця галузь охоплює матеріальне і нематеріальне виробництво, створює необхідні засоби виробництва й товари для надання послуг з метою забезпечення комфортних умов проживання на певній території для всіх суб'єктів, які одержують послуги гостинності [10, с. 76].



Рис. 1. Основні положення і категорійний апарат концепції гостинності
Примітка: розроблено авторами на основі [1; 2; 6–10]

Орієнтованість сфери гостинності на туристів передбачає просторово-галузеву організацію надання відповідних послуг. Серед компонентів туристичного продукту послуги підприємств гостинності найбільш матеріалізовані, туристи упродовж подорожі найбільше часу витрачають на їх одержання, вони найбільше повторюються у структурі туристичного пакету [6, с. 84–85]. Звідси робимо висновок, що продукт гостинності виступає матеріальним базисом туристичного продукту, детермінує його ключові характеристики і тим самим визначає конкурентоспроможність на ринку. Водночас, гостинність є комплексною

послугою, яка створює позитивний імідж підприємства, що означає прояв «вторинного попиту» на послуги [9, с. 100].

Сфера гостинності виконує низку важливих функцій (рис. 2). Сутність рекреаційної функції полягає у психологічній та фізіологічній релаксації людини; вона, у свою чергу, пов'язана з продуктивно-економічною функцією, сприяючи розвитку продуктивних сил та економічному зростанню [2, с. 118]. Індустрія гостинності є засобом комунікації та саморозвитку особистості, підвищення обізнаності в загальній культурі. За допомогою сервісної діяльності індустрія гостинності утворює «культуроформуюче» та рекреаційне середовище, забезпечуючи відновлювальні функції людської життєдіяльності і сприяючи підвищенню якості життя [10, с. 75; 11, с. 204].



Рис. 2. Основні функції сфери гостинності

Джерело: розроблено авторами на основі [2, с. 118; 10, с. 74–75; 11, с. 204]

Індустрія гостинності має низку специфічних ознак, які слід брати до уваги в процесі управління її розвитком (рис. 3). Менеджмент гостинності передбачає тісний зв'язок між різними ієрархічними рівнями управління. На макрорівні держава розробляє механізм реалізації сервісної політики через заходи регуляторної політики [4, с. 59]. У державній політиці доречно враховувати цілі сталого розвитку: підвищення внеску індустрії гостинності в економіку; поліпшення якості життя місцевого населення; забезпечення соціально-культурної рівноправності різних верств населення; збереження якості екокультурного середовища та самобутності національної культури [2, с. 119].

На мікрорівні об'єктами впливу є структура управління на підприємствах сфери гостинності, якість обслуговування, якість продукту гостинності тощо. Зокрема, управління підприємствами готельно-ресторанного господарства – це мистецтво досягнення цілей з позиції процесу впливу на персонал задля високих стандартів обслуговування, передбачення запитів гостя (клієнта) шляхом клієнтоорієнтованого сервісу, який повинен перевершити очікування гостя (клієнта), наслідком якого є повторні відвідування закладу, а економічним результатом – прибуток підприємства [4, с. 59].

Важливе значення має формування організаційної культури на підприємствах гостинності, оскільки цей потужний стратегічний інструмент дозволяє координувати дії структурних підрозділів, а також надає можливість створити гідні умови праці, виявити здібних співробітників, ефективно розподіляти функції та відповідальність, мотивувати на кар'єрне зростання. Будь-яка суперечність між існуючими організаційно-культурними нормами поведінки у колективі і вимогами сучасного менеджменту гостинності може бути розв'язана за умови формування гуманістично орієнтованої культури, яка створює базис для розвитку персоналу, сприяє формуванню позитивного відтворення цінностей своєї професії, підвищує якість послуг [3, с. 105–106].

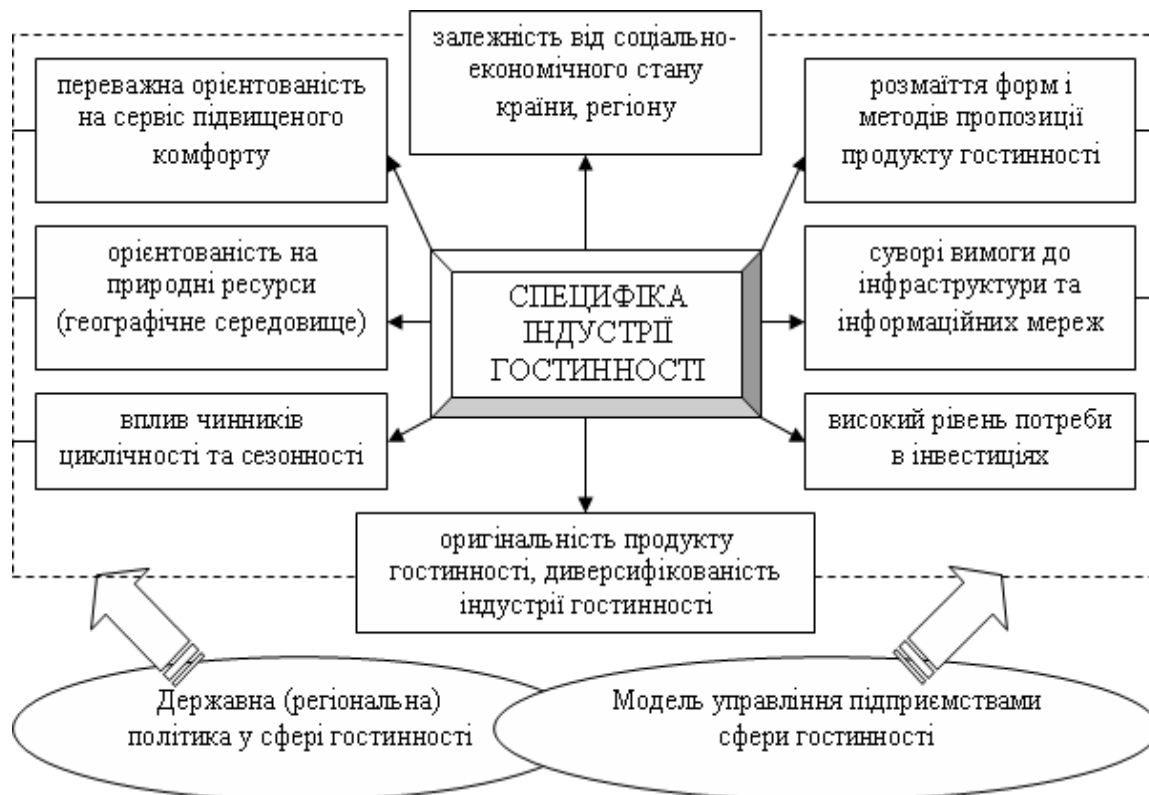


Рис. 3. Специфічні риси індустрії гостинності як детермінанти розвитку туризму
Джерело: розроблено авторами на основі [5, с. 298; 6, с. 84]

Література:

1. Гарбар Г. Філософія гостинності в українському просторі туризму. *Релігія та соціум*. 2013. № 3–4. С. 43–48.
2. Любарець В.В. Гостинність як продукт розвитку соціокультурного середовища. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*: зб. наук. праць. 2018. № 61. Т. 2. С. 117–122.
3. Опанащук Ю.Я. Теоретико-методологічні основи дослідження корпоративної культури як управлінського ресурсу в індустрії гостинності. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 22. С. 104–108.
4. Гакова М.В. Управління підприємствами готельно-ресторанного господарства: сутність та специфіка. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2017. Вип. 13 (1). С. 55–60.
5. Онищук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 4 (21). С. 297–304. URL: http://www.easterneurope-bm.in.ua/journal/21_2019/48.pdf (дата звернення: 14.04.2024).
6. Пандяк І.Г. Місце та особливості сфери гостинності в туристичній індустрії. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія «Географія»*. 2017. № 2. С. 81–86.
7. Матвій М. Формування концепції гостинності в інноваційному маркетингу послуг ресторанних підприємств. *Журнал європейської економіки*. 2014. Т. 13. № 3. С. 304–323.
8. Коваленко Н.О. Інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності в Україні. *Європейські перспективи*. 2015. № 7. С. 174–179.
9. Любчук О.К., Ярченко Ю.В. Менеджмент гостинності як інструментальна складова частина механізму державного управління сферою туризму. *Публічне управління і адміністрування в Україні*. 2019. Вип. 11. С. 98–101.
10. Мартієнко А.І., Дишкантюк О.В. Сутність гостинності як економічної категорії. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 2 (30). С. 72–78.

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

Туризм як індикатор розвитку національної економіки

В українській економіці, де вектором розвитку є активна інтеграція у європейську та світову економіку, туристично-рекреаційна сфера стає все більш важливим бюджетоутворюючим фактором національної економіки. Однак прибутковість вітчизняного туризму і рекреації не така висока, як у країнах-лідерах з розвитку туризму. Одна з причин криється в тому, що реальні вигоди від цієї галузі приховані в тіні. Без урахування обсягів тіньової економіки неможливо проводити реалістично-ефективний науковий та економічний аналіз на макро-, мезо- та мікрорівні, а також приймати обґрунтовані бізнес-рішення щодо структури національної економіки на всіх рівнях. Ігнорування цього негативного явища призводить до серйозних помилок і викривлених даних у визначенні макроекономічних показників та неадекватної оцінки найважливіших процесів, явищ і тенденцій.

Аналіз стану і тенденцій на різних ієрархічних рівнях і стадіях розвитку туристично-рекреаційної системи в цілому та її окремих компонентів потребує відповідного набору індикаторів. Саме поняття «індикатор» має теоретичну і практичну значимість, цінність якої зводиться до методологічного інструменту моніторингу економічних і соціально-економічних процесів, маркетингового аналізу і планування [2]. Для діагностики стану і характеру розвитку економічних системних об'єктів «індикатори» слугують показниками кількісної та якісної оцінки у статичному й динамічному аспектах. Окрім того, «індикатори» є критеріями поділу на кластери і суб'єкти господарювання.

Відносні показники на макроекономічному рівні пов'язані з трьома параметрами, що використовуються для вимірювання обсягу продукту соціального туризму в країні. Серед них співвідношення ВВП з туристичним доходом туристичних підприємств, що скореговано на розмір сальдо платіжного балансу. Система показників розвитку туризму включає такі парні групи:

- а) натуральні й вартісні;
- б) кількісні та якісні;
- в) абсолютні і відносні;
- г) прямі та непрямі.

Характеристику досліджуваної нами системи аналітичних параметрів туризму доповнюють обсяги валового національного доходу, експортної виручки, зовнішньоторговельного обороту, загального обсягу платних послуг, доходів державного та місцевих бюджетів, частки туризму у формуванні загальної чисельності працездатного населення, зайнятого економічною діяльністю.

Коротко проаналізуємо стан і тенденції розвитку туристично-рекреаційної галузі за крайні роки перед повномасштабним вторгненням. Так, за результатами Всесвітнього економічного форуму, станом на кінець лютого 2022 року – Україна посідає 124 місце в рейтингу інвестицій в туризм та 88 місце в рейтингу залучення туристів. У 2019 році місце України в рейтингу залучення туристів було 78. Тобто, іноземці демонстрували певну зацікавленість у туристично-рекреаційному відвідуванні України. Це промовисто свідчить про загальну системну роботу з активізації залучення цільової групи туристів. На той момент Україна характеризувалася такими показниками: повітряна інфраструктура – 79 місце; портова та наземна інфраструктура – 81 місце; ціни – 45 місце; міжнародна відкритість –

78 місце; туристичні послуги – 71 місце [4]. Згідно з рейтингом Expat Insider, в якому брали участь понад 14000 осіб з 191 країни світу, Україна відзначилася такими показниками: 1 місце за доступністю житла; 2 місце за задоволеністю іноземців, які перебувають в Україні, 74% з яких запевнили, що їхнього доходу достатньо для життя в Україні, а для 45% респондентів вартість життя в Україні є доступною [5].

У 2021 році, незважаючи на жорсткі карантинні обмеження через пандемію Covid-19, громадяни різних країн активно відвідували Україну. Так, у 2021 році, порівняно з 2020 – зростання чисельності іноземців, які перетнули кордон, складало 26,3%. Абсолютний показник загальної чисельності відвідувачів сягнув майже 4271000 осіб. За даними туристичної статистики Державного агентства розвитку туризму, сформуємо рейтинг держав, що забезпечили найбільшу чисельність іноземних туристів до України: 1) Молдова – 1005400 осіб; 2) Польща – 311000; 3) Румунія – 264000; 4) Туреччина – 247000; 5) Угорщина – 227000; 6) Німеччина – 154000; 7) Ізраїль – 133000; 8) США – 103000; 9) Саудівська Аравія – 56000; 10) Італія – 56000; 11) Велика Британія – 56000; 12) Грузія – 49000; 13) Азербайджан – 48000; 14) Індія – 48000; 15) Франція – 39000; 16) Чехія – 38000; 17) Словаччина – 31000; 18) Вірменія – 25000; 19) Нідерланди – 24000 [1].

Згідно усних оцінок працівників Державного агентства розвитку туризму, вперше за 30 років незалежності на національному рівні було проведено аналіз та розуміння різних туристичних ринків, зацікавлених в Україні як туристично-рекреаційній дестинації. Для кожної цілі розроблено чіткий профіль туристів та інформацію про мету їхньої подорожі, яка незабаром буде доступна українському суспільству [1]. До таких напрямів віднесено:

- а) розвиток туристично-рекреаційного іміджу України у Світовому туристично-рекреаційному просторі;
- б) збільшення чисельності мандрівників з цільових ринків;
- в) розвиток туристичної інфраструктури;
- г) інновації в туризмі та рекреації;
- ґ) розвиток ділового туризму й МІСЕ-туризму;
- д) розвиток внутрішнього туризму і рекреації;
- е) якісні послуги та освіта за напрямом підготовки фахівців для роботи у туристично-рекреаційній сфері та готельно-ресторанній справі;
- є) підвищення ефективності управління туризмом і рекреацією;
- ж) аналіз та статистика ринку туристично-рекреаційних, готельно-ресторанних та розважально-ігрових послуг;
- з) удосконалення нормативно-правової бази в туристичній сфері.

Отже, туристично-рекреаційна галузь є не тільки індикатором економічного розвитку країни, але й одним з найважливіших чинників і показників соціального та культурного розвитку, що сприяє підвищенню рівня і якості життя населення. Економічне та соціальне значення туризму і рекреації в сучасній ринковій економіці залежить від індивідуального внеску кожного з суб'єктів туристичної діяльності в загальний розвиток національної економіки. Це проявляється у їхньому грошовому обороті, надходженні валюти, фінансовій ролі в платіжному балансі країни й у реальному валовому внутрішньому продукті держави.

Література:

1. Державне агентство розвитку туризму. URL : <https://www.tourism.gov.ua/>
2. Мальська М. П., Жук І.З. Управління маркетинговою діяльністю у сфері туризму: теорія, методологія, практика : монографія. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2016. 224 с.
3. Мальська М. П., Жук І.З. Управління маркетингом у сфері туризму : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 328 с.
4. Проєкт Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова Інфраструктури». URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/restoration-and-development-of-infrastructure.pdf>
5. Expat Insider. URL : <https://www.internations.org/expat-insider/>

Поступна Олена Вікторівна,
доктор наук з державного управління, професор,
доцент кафедри менеджменту навчально-науково-виробничого центру
Національного університету цивільного захисту України,

Лядер Андрій Сергійович,
здобувач вищої освіти 4 курсу навчально-науково-виробничого центру
Національного університету цивільного захисту України

Трансформація термінологічної конструкції поняття, види та форми сучасного гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм є достатньо новим видом туризму. Офіційно він існує понад 30 років, але його зародження відбувалось ще у давнину. Зупинимось більш детально на трансформаціях самої назви цього виду туризму. Так, у 1998 р. ученими університету Bowling Green (м. Боулінг Грін, США) було вперше введено до наукового обігу термін «кулінарний туризм». У 2003 р. була створена Міжнародна асоціація кулінарного туризму, яка пізніше, у 2012 р., після того, як дослідження показали, що англомовні споживачі невірно трактують поняття «кулінарний туризм» ця асоціація була перейменована у Всесвітню асоціацію гастрономічного туризму (повна юридична назва – «Міжнародний інститут кулінарного туризму», але цю назву використовують не дуже часто). Організація зареєстрована як Всесвітня асоціація продовольчих подорожей як назва для ведення торгівлі/бізнесу (назва, яку знають більшість). Нині дана асоціація охоплює близько 50 тис. професіоналів з 139 країн світу. Саме Всесвітня асоціація гастрономічного туризму в 2012 р. запропонувала вживати термін «гастрономічний туризм». А вже наступного року під егідою цієї асоціації відбувся перший Всесвітній продовольчий туристичний саміт (м. Гетеборг, Швеція), який став деяким майданчиком для ведення діалогу, обміну знаннями, знайомства з новими тенденціями гастротуризму, обговорення проблем зацікавленості споживачів якістю продуктів та впливу навколишнього середовища на її показники [2]. Через три роки Всесвітня туристська організація виділила гастрономічний туризм в окрему нішу. Так гастротуризм офіційно став визнаним елементом культури і нематеріальної спадщини, а саме поняття постійно розширюється і сьогодні з'являються нові терміни-аналогі, наприклад, «харчовий туризм», «продовольчий туризм», «гурманський туризм» та ін. Того ж року туристичне співтовариство вирішило називати гастротуризмом будь-які види туристичної активності, що пов'язані з гастрономією, зокрема, відвідування виробників продуктів, гастрономічних фестивалів, фермерських ринків, продовольчих ярмарків тощо. Фактично сьогодні гастротур – це будь-яка поїздка, суть якої полягає в долученні туристів до гастрономії та її історії.

Варто зауважити, що динамічний розвиток гастрономічного туризму спричиняє значний попит на гастротури, що у свою чергу впливає на формування різних видів цього виду туризму. Вдалу, на нашу думку, систематизацію наявних класифікацій гастротуризму здійснив О. Гладчук. За словами автора, класифікувати гастрономічний туризм можна за такими ознаками: 1) за розташуванням туристичного місця – міський (відвідування ресторанів із дегустацією делікатесних і фірмових страв) і сільський (збирання овочів і фруктів, лісових ягід, грибів, прогулянка по шляхам виноробства); 2) за видом конкретного продукту / напою та його дегустації – винні (екскурсії, відвідування виноградників, виноробних господарств), пивні (відвідування великих і домашніх пивоварень), сирні (відвідування заводів, сирних льохів), шоколадні (відвідування шоколадної фабрики), чайні та кавові (відвідування плантацій, фабрики з розфасовки продуктів збирання), агро (відвідування агрокомплексів, фермерських угідь), фруктово-ягідні (відвідування плантацій, де вирощують овочі й ягоди, притаманні для цієї місцевості), змішані (поєднання декількох спеціалізацій); 3) за метою подорожі – культурно-пізнавальний (відвідування спеціалізованих гастрономічних екскурсій), оздоровчий (дегустація чайних зборів із

цілющих трав, меду у поєднанні з апітерапією, винотерапія, дієтотерапія та ін.), гурман (дегустація страв і напоїв за пропозиціями гастрономічних спеціалістів (сомельє, дегустатор); 4) за напрямом подорожі – святковий (відвідування та участь у гастросвятах) і фестивальний (відвідування й участь у гастрофестивалях); 5) особливі – гастродипломатія (організація дипломатичних прийомів з урахуванням кулінарних особливостей країн гостей і країн-організаторів) [4]. Виходячи з наведених видів гастротуризму, формами його організації, як стверджує Д. Базюк, можуть бути: тури, екскурсії, заходи (майстер класи з приготування їжі, дегустації тощо), фестивалі та інші форми туризму, де гастрономічний туризм є складовою або пропонується як супутня послуга [1].

В цілому, гастрономічний туризм можна вважати допоміжним інструментом у пізнанні культурної спадщини країн та регіонів світу, оскільки страви національної кухні є одним із елементів, що відображають спосіб життя, світогляд, традиції етносів. Зауважимо, що гастротури користуються попитом переважно серед таких туристів: яким, наприклад, набридає звичайний спосіб туристичної подорожі; тим, хто хоче ввести у свій звичайний харчовий раціон якусь різноманітність; для гурманів – людей з вишуканим (тонким) смаком, які поєднують кулінарне мистецтво створення вишуканих страв чи напоїв з естетичною презентацією подачі цих страв; тим, чия робота пов'язана з приготуванням та вживанням їжі; представникам туристичних підприємств, які зацікавлені в організації та проведенні гастрономічних турів [3].

Проведений аналіз змін, що відбувались у термінологічній конструкції сучасного загальноприйнятого та найбільш вживаного поняття «гастрономічний туризм», дає можливість зробити такі висновки: по-перше, що гастротуризм є досить давнім явищем і скоріше пов'язаний з відкриттям перших закладів харчування (харчевні, таверни та ін.); по-друге, сьогодні він є досить прогресивним видом туризму, котрий майже за чверть століття набув великої популярності серед подорожуючих; по-третє, і досі немає усталеної назви цього виду туризму, однак при цьому термін пройшов шлях від кулінарного до гастрономічного туризму. Щодо видів і форм гастротуризму, то їх існує велика кількість у разі, якщо його розглядають, як окремий вид туризму. Проте часто цей вид туризму розглядають і як суміжну послугу в туризмі.

Література:

1. Базюк Д. Еногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. Збірник матеріалів за результатами IV наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених «*Сталий розвиток України: проблеми і перспективи*». Кам'янець-Подільський : Медобори-2006, 2016. С. 121-123.
2. Корнілова В. В., Корнілова Н. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6112>.
3. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. *Сучасні напрямки теоретичних та прикладних досліджень – 2013: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «»* (19-30 березня 2013 р.). URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kuklina.htm.
4. Курс лекцій з дисципліни Гастрономічний туризм / укл. Гладчук О.П. Тернопіль: навч.-вироб. Майстерня ред.-видав. технологій Галицького фахового коледжу В'ячеслава Черновола, 2022. С. 15-16.

Поступна Олена Вікторівна,
докторка наук з державного управління, професорка,
доцентка кафедри менеджменту навчально-науково-виробничого центру
Національного університету цивільного захисту України,

Свічкач Кирило Олександрович,
здобувач вищої освіти 2 курсу навчально-науково-виробничого центру
Національного університету цивільного захисту України

Туристична промоція як активний засіб здійснення маркетингової політики туристичних підприємств у Черкаській області

Кожний регіон України має чималий туристично-рекреаційний потенціал, тож існує певна конкурентна боротьба між регіонами у сфері туризму. Для перемоги у цій боротьбі доцільним виявляється організація ефективної взаємодії зацікавлених сторін, зокрема шляхом туристичної промоції [3]. Саме вона виступає активним засобом здійснення маркетингової політики туристичних підприємств, головною ціллю яких є просування туристичного продукту і послуг, а також посилення зв'язку між головними суб'єктами туристичної індустрії – виробниками і споживачами (клієнтами).

Слід зазначити, що основними аспектами туристичної промоції регіону, як ключового туристичного суб'єкта, зазвичай вважають – наявність і оцінка туристичних ресурсів, аналіз умов розвитку туризму та туристичних продуктів, стан та перспективи розвитку туристичної індустрії, визначення потенційних територій і туристичних продуктів (послуг), що мають можливості для розвитку [5]. Проте необхідно враховувати той факт, що сучасна людина користується всіма благами інформаційного суспільства. У такому разі туристична промоція має передбачати: організацію та підтримку роботи головного туристичного (інформаційно-методично-організаційного) сайту області; створення мережі туристично-інформаційних центрів в області; видання та поширення промоційних туристичних матеріалів (сувенірної продукції, листівок, путівників, подієвого календаря, промо-роликів про важливі туристичні події та наявні туристичні атракції, карт туристичних маршрутів Черкащини та ін.) через ЗМІ, інтернет-ресурси тощо; участь суб'єктів туристичної індустрії області у міжнародних, всеукраїнських та регіональних туристичних виставках; проведення аналітичних, маркетингових та соціологічних досліджень у туристичній галузі області; організацію та проведення ознайомлювальних турів для представників туристичних фірм і ЗМІ, а також масових туристичних заходів міжнародного рівня [4].

За словами дослідниці І.Герман, в Черкаській області з метою розвитку туризму було здійснено низку заходів, а саме: розроблено туристичний портал «Черкащина туристична» та створено відповідні сторінки у соціальних мережах Facebook і Instagram, через яку відбувається просування туристичного продукту області; Асоціацією Гостинності Черкащини розроблено 12 унікальних туристичних маршрутів про невідому Черкащину, які були презентовані на першому українському туристичному воркшопі Асоціації індустрії гостинності України; щорічно проводиться Туристичний Форум Черкащини; туристичний потенціал Черкаської області представлено на міжнародних туристичних салонах «Україна»; випущено туристичний буклет «Черкащина туристична. 5 сезонів» для людей з вадами зору (текст і малюнки оформлені шрифтом Брайля); розроблено тестову версію мобільного додатку «Черкаси відкриті» (вільна інформація про найцікавіші об'єкти туристичної інфраструктури міста) загального користування для Android, а також мобільний додаток для IOS і Android «Подорожуй Черкащиною», у якому охоплені наявні туристичні об'єкти області; за допомогою компанії Google Україна здійснюється проєкт «Цифрове перетворення Черкаської області», однією з ключових цілей якого є підвищення інвестиційної та туристичної привабливості області за допомогою сучасних інтернет-інструментів. У рамках цього проєкту: створено сайт «Мандруй Черкащиною»; розроблено 3D-тури по Національному дендрологічному парку «Софіївка», Національному історико-культурному

заповіднику «Чигирин», Шевченківському національному заповіднику (м. Канев), Буцькому каньйону; організовано низку освітніх проєктів для представників органів влади, бізнесу, освіти і громадськості з основ цифрової грамотності та безпеки в інтернеті; проведено з'їзд фотографів спільноти Локальних гідів Google з метою відображення на картах Google туристичних об'єктів та локацій області тощо [2].

Одним із значних досягнень в туристичній промоції Черкащини вважаємо випущений буклет «Черкащина. Місце сили» [1]. У ньому подається інформація для споживачів туристичних послуг достатньо доступно, відповідно до таких рубрик: сила знань (надається інформація про культурні й архітектурні пам'ятки, території та об'єкти природно-заповідного фонду); сила духу (про релігійні та святі місця); сила історії (про історичну спадщину області); сила івентів (подієвий туризм); сила смаку (про заклади харчування та пропозиції щодо різноманітності харчування); сила пригод (про природні пам'ятки й об'єкти, пропозиції для активного туризму); сила природи (сільський зелений, екологічний та етнотуризм); для дітей (цікаві подорожі, розваги, творчі майстерні); сила комфорту (про заклади розміщення); сила місцевого виробника (про торгові точки, відомих виробників області та їхню продукцію (шопінг туризм)); сила парків (про парки, дендропарки, сквери, садиби, Черкаську набережну).

Підсумовуючи дослідження питання стану та розвитку туристичної промоції як активного засобу маркетингової політики туристичної галузі на Черкащині, можна стверджувати, що певні позитивні зрушення у цьому напрямку досягнуті. Однак, враховуючи сучасні виклики й потреби споживачів туристичних послуг, можливостей інноваційних технологій, з метою виконання стратегічних цілей розвитку такого економічного сегмента, як туризм, суб'єкти туристичної індустрії Черкаської області потребують виготовлення більш якісного програмного забезпечення та активізації процесу рекламування наявних туристично-рекреаційних можливостей і не тільки для розвитку внутрішнього туризму.

Література:

1. Буклет «Черкащина. Місце сили». *Черкаська обласна державна адміністрація. Офіційний портал*. 60 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/14VUc5K6HFwGGgOHyLDEYSkpYPWPJsUn3/view>.
2. Герман І. В. Програма розвитку туризму в Черкаській області: стратегічні рішення та досягнуті цілі. *Географія та туризм*. 2018. Вип. 42. С. 82-91. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2018_42_11.
3. Поступна О. В. Роль реклами і маркетингу у формуванні туристичного іміджу країни. *Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації*: збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., м. Харків, 22-23 лютого 2024 р. Харків: НУЦЗУ, 2024. С. 46-48.
4. Про Стратегію розвитку Черкаської області на період 2021-2027 роки: рішення Черкаської обласної ради від 11 вересня 2020 п. № 38-9/VII. URL : <https://ck-oda.gov.ua>.
5. Туристські ресурси України: конспект лекцій. Для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 242 «Туризм» за усіма формами навчання / Укладач О. В. Поступна. Харків : НУЦЗУ, 2020. 209 с.

Романюк Ірина Анатоліївна,

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

Управління якістю послуг у сфері туризму та рекреації

Управління якістю послуг у сфері туризму та рекреації викликає особливий інтерес через ряд ключових факторів. Зокрема, інтенсивна конкуренція в цих секторах змушує підприємства активно вдосконалювати свої послуги, щоб залучати та утримувати клієнтів.

Таке управління допомагає адаптуватися до змінних уподобань споживачів і забезпечує високий рівень задоволеності клієнтів. Крім того, відсутність якісного управління може призвести до втрати конкурентоспроможності, адже сучасний турист чутливий до якості обслуговування та вимагає відповідного рівня сервісу. Також, розвиток новітніх технологій і підвищення уваги до сталого розвитку надають управлінню якістю ще більшої актуальності, оскільки вони вимагають нових стратегій та підходів для забезпечення ефективності та сталості бізнесу.

Управління якістю послуг у сфері туризму та рекреації є ключовим аспектом для забезпечення задоволеності клієнтів і підтримання конкурентоспроможності на ринку [1, с. 59]. Для досягнення цієї мети використовуються різноманітні інструменти та стратегії, що орієнтовані на покращення сприйняття послуг, реагування на потреби та вимоги клієнтів, використання новітніх технологій та дотримання стандартів якості. Перш за все, важливо мати засоби для вимірювання рівня задоволеності клієнтів. Одним з таких інструментів є опитування та анкети, які дозволяють зібрати думки та враження гостей щодо їхнього відвідання. Крім того, використання програмного забезпечення для аналізу даних (наприклад, CRM-системи) дозволяє відстежувати і аналізувати відгуки та реакції клієнтів на послуги.

Щоб створити незабутнє враження у гостей, важливо підходити до сприйняття послуг творчо і інноваційно. Тут можна використовувати концепції дизайну послуг, персоналізації обслуговування та емоційного маркетингу [2, с. 186]. Наприклад, створення унікальних інтерактивних експозицій, впровадження елементів гри або інтерактивних додатків може значно підвищити ефективність сприйняття послуг. Роль технологій, таких як Інтернет речей (IoT), штучний інтелект (AI) та аналітика даних, у поліпшенні якості туристичних послуг неocenenna. IoT дозволяє збирати дані про перебування клієнтів та їхні вподобання, що дозволяє налаштувати сервіс на індивідуальному рівні. AI може використовуватися для автоматизації процесів, покращення рекомендацій та аналізу великих обсягів даних для вдосконалення послуг.

Ефективне реагування на скарги та використання відгуків для покращення якості послуг вимагає створення системи зворотнього зв'язку з клієнтами. Це може включати в себе надання можливості подачі скарг онлайн, швидке реагування на запити та активне впровадження змін на основі отриманого фідбеку. Національні та міжнародні стандарти якості для туристичних підприємств (наприклад, ISO 9001) встановлюють основні вимоги до системи управління якістю. Вони можуть сприяти покращенню процесів, зниженню ризиків та підвищенню довіри клієнтів, що в свою чергу позитивно впливає на конкурентоспроможність підприємства.

Управління якістю послуг у туристичній галузі постійно еволюціонує під впливом нових тенденцій і практик. Наприклад, зростаюча увага до екологічної сталості та соціальної відповідальності призводить до впровадження зелених ініціатив та програм еко-туризму [3, с. 200]. Урахування різниці в культурних переконаннях та очікуваннях клієнтів є ще одним ключовим аспектом управління якістю. При взаємодії з міжнародними клієнтами або туристами з різних культур слід бути чутливими до їхніх потреб та враховувати специфічні особливості культурного контексту.

Забезпечення екологічно сталого та соціально відповідального туризму стає все більш важливим у сучасному світі [4-5]. Підприємства повинні розглядати вплив своєї діяльності на навколишнє середовище та суспільство, впроваджуючи зелені технології, відновлювальні джерела енергії та програми збереження природних ресурсів. Нові технології, такі як віртуалізація та онлайн-сервіси, значно впливають на якість туристичних послуг та їх управління. Вони дозволяють забезпечувати швидкий доступ до інформації, зручність у бронюванні та оплаті, а також персоналізований підхід до клієнтів через аналіз їхніх вподобань та історій взаємодії з сервісом.

Управління якістю послуг у сфері туризму та рекреації виявляється надзвичайно важливим та актуальним аспектом розвитку сучасного бізнесу. Зміцнення конкурентоспроможності, задоволення потреб клієнтів, використання новітніх технологій та

створення сталих та екологічно відповідальних підходів управління – це лише деякі з важливих аспектів, які визначають значущість цієї теми. Відмінне управління якістю послуг дозволяє підприємствам не лише зберігати свої позиції на ринку, а й укріплювати їх та розвиватися в умовах постійних змін і викликів сучасного світу.

Література:

1. Квятко Т.М., Мандич О.В., Севідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Харків : ХНТУСГ, 2020. 163 с.
2. Pakhucha E., Sievidova I., Babko N., Romaniuk I. et al. Investigating the impact of structural changes: the socio-economic security framework. *European Journal of Sustainable Development*. 2023, vol. 12, Is. 1, pp. 180-198.
3. Мандич О. В. Удосконалення рекламних та маркетингових продуктів для розвитку підприємств сільського зеленого туризму. *Боголібські читання: матер. І Всеукр. конф.*, 18 вересня 2020 р., Переяслав : ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», 2020. С. 200-201.
4. Романюк І. А. Елементи й особливості маркетингових стратегій розвитку підприємств галузі туризму. *Наукове забезпечення економічного розвитку, правового регулювання і управління в агропромисловому комплексі: матер. Міжнар. наук.- практи. конф.*, 29 березня 2019 р. Полтава : ПДАА, 2019. С. 189-190
5. Азізов О., Заїка О., Мандич О. Аналіз і прогноз маркетингових стратегій та PR в умовах пандемії коронавірусу. *Університетські наукові записки*. 2020. № 3-4 (75-76). С. 101-108.

Світак Вікторія Ігорівна,

*здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні
факультету публічного управління*

Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Особливості розвитку рекреаційної діяльності

Рекреація є суспільним, економічним і науковим феноменом, яку вважають однією з головних форм продуктивного використання вільного часу. Для рекреації та рекреантів практично не має міжгалузевих і міждисциплінарних меж. Рекреація забезпечує відновлення та/або відтворення фізичних і духовних сил людини, витрачених нею в процесі своєї життєдіяльності. Рекреація обов'язково передбачає застосування різноманітних занять у вільний час, спрямованих на відновлення сил рекреантів і задоволення широкого кола особистих і соціальних потреб та запитів [1].

Рекреація об'єднує у єдиний комплекс саме ті види господарської активності, які забезпечують послугами відновлення і збереження фізіологічного, духовного та психічного здоров'я населення усієї країни, окремого міста чи регіону, створюючи, при цьому, всі необхідні умови для стабільного функціонування суб'єктів цієї сфери.

З іншого боку, рекреація може сприйматися як взаємопов'язана злагоджена система ресурсів та сервісу. І, врешті-решт, не буде помилкою розглядати рекреацію як будь-який тип або вид усвідомленого задоволення фізіологічних бажань і соціальних потреб особистості під час відпочинку.

Саме туризм у сучасному світі сприймається як головна форма рекреаційної діяльності, що перетворивсь на потужну самостійну сферу нематеріального виробництва. Серед багатьох потреб туристична галузь також задовольняє і рекреаційні. Відтак, рекреаційна галузь швидко перетворилася на одну з провідних світовому туризмі. Варто відзначити швидкі темпи розвитку рекреації в нашій державі. Задоволення рекреаційних потреб набуває популярності серед населення. Рекреація стає однією з найпоширеніших

форм проведення вільного часу. Відпочинок та оздоровлення населення в різних країнах є національною політикою розвитку людського капіталу.

Рекреаційна сфера, як і решта самостійних господарських відгалужень, має позитивні й негативні риси, що впливає на виробництво та споживання рекреаційних послуг. До позитивних рис рекреації варто віднести такі як: сприятлива екологічна ситуація, істотний або достатній рівень забезпечення ресурсами, розвинена транспортна система й дорожнє господарство, якісна сфера послуг, стабільна соціальна, економічна і політична ситуація. До негативних рис можна віднести такі як: високий рівень забруднення довкілля, відсутність видатних та унікальних історико-культурних і природних пам'яток, загрозовано-низький рівень забезпечення безпеки людей, нестабільна військова і політична ситуація, депресивно-регресивні тенденції у соціально-економічному житті, невисока транспортна освоєність території. Рекреаційна галузь може мати відмінності в регіонах з різним типом освоєння. Вона характеризує напрями рекреаційної діяльності, впливає на вид і кількість наданих послуг, а також на рівень рекреаційного освоєння території.

Наукова література представляє досить різні групування і класифікацію рекреаційної діяльності. Найчастіше їх основу складають такі як: характер організації, правовий статус, мета і тривалість подорожі, сезонність, спосіб пересування рекреанта, його вік, активність занять тощо.

Застосування системного підходу до аналізу туристично-рекреаційного потенціалу як до об'єкту дослідження й наукової категорії засвідчило, що цей вид господарського потенціалу необхідно розглядати як комплексне поняття. В його структурі варто виокремлювати взаємопов'язані між собою природно-ресурсний потенціал (клімат, рельєф, бальнеологічні й інші види природних ресурсів), людський та історико-культурний потенціал, до складу яких входять не менш важливі компоненти, а саме – екологічний та підприємницький потенціал. Останні відіграють ключову роль у розвитку туристично-рекреаційної сфери та розвитку ринкової економіки [2].

Разом з цим, невід'ємною складовою дослідження туристично-рекреаційного потенціалу є аналіз умов і середовища функціонування. Це доволі широкий спектр, що охоплює соціально-економічні, політичні, фінансово-економічні, інвестиційні передумови, наявність розвиненої туристичної, дорожньої, комунікаційної та інших видів інфраструктури, рівень діджиталізації та цифровізації економіки держави, регіону, територіальної громади. Подальші дослідження та поглиблене вивчення туристично-рекреаційного потенціалу передбачають розроблення економіко-математичної моделі, яка б базувалася на інтегрованому підході до визначення структури туристично-рекреаційного потенціалу та враховувала вплив кожного його компонента на аналізовану категорію з обов'язковим урахуванням дії внутрішніх і зовнішніх чинників.

Література:

1. Алієва А. Ю. Визначення туристично-рекреаційної сфери та її розвиток в умовах транскордонного співробітництва. *Транскордонне співробітництво як форма розвитку міжнародної інтеграції*: матеріали X Міжнародного науково-практичного семінару, 22 трав. 2020 р. Луцьк: Інформац.-вид. відділ Луцького НТУ, 2020. 143 с.

2. Бабікова К. О. Економічна наука: системний підхід до еколого-економічного забезпечення збалансованого розвитку рекреаційного туризму. *Економіка та держава*. 2021. №5. С.44-47.

3. Мельниченко С., Глушко В. Просування туристичних послуг на ринок в постпандемічний та післявоєнний періоди: зб. матеріалів доп. учасн. Міжнар. наук.-практ. конф. «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект», Чернівці, 2022. С.173-177.

Тиличенко Артем Олександрович,
здобувач вищої освіти на бакалаврському рівні
факультету публічного управління
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Специфіка функціонування туристично-рекреаційного бізнесу

Сучасна туристична галузь та рекреаційна сфера у поєднанні з готельно-ресторанним господарством і розважально-атракційною індустрією формують найбільш швидкопрогресуючий взаємопов'язаний комплекс глобальної економіки. Разом з тим, кожен зі структурних компонентів можна водночас розглядати як самостійний вид економічної діяльності і як взаємодоповнюючий міжгалузевий комплекс. Власне така форма господарського «симбіозу» створює ефект взаємопідсилення, що можна описати відомою формулою «1+1=3».

Туроператори урізноманітнюють туристичні пакети рекреаційними послугами (лікування, оздоровлення, профілактика й реабілітація у санаторно-курортних закладах, здравницях і профілакторіях); забезпечують проживання і харчування у готельно-ресторанних комплексах з різним ступенем зірковості; пропонують інші альтернативні місця харчування й розміщення; уяскравлюють багатоманітними розважально-ігровими атракціями тощо.

Локальні й регіональні війни на Планеті (гірким прикладом є десятирічна війна в Україні – спершу в Луганській і Донецькій областях, а з 22 лютого 2022 року – повномасштабне московитське вторгнення) на певний час (на початкових етапах) повністю зупиняють (у воюючій країні) й уповільнюють та зменшують обсяги туристичних потоків в сусідніх країнах з воюючою та у відповідній частині Світу. Відтак, відбувається поживлення туристично-рекреаційної, готельно-ресторанної і розважально-ігрової активності і у воюючій державі, і в її сусідніх державах, та в регіоні або частині Світу, загалом. Знову ж таки, реалістичним і споглядним прикладом є нав'язана московитами масштабна війна в Україні, в сусідніх Польщі, Словаччині, Угорщині, Румунії, Молдові, а також у Європі, загалом, і в Туреччині, зокрема. Подібною є реакція туристичного, рекреаційного, готельного, ресторанного, розважального й ігрового компонентів цього міжгалузевого комплексу на макроекономічні, регіональні та світові фінансові кризи; на локальні, макроекономічні, регіональні та глобальні соціальні загострення; на міждержавні, регіональні, континентальні та світові політичні конфлікти.

Світовий ринок туристичних, рекреаційних, ресторанных, готельних, готельно-ресторанних, ігрових і розважальних послуг є надзвичайно динамічним. Ця комплексна діяльність охоплює усі країни Світу, а для багатьох з них є основною економічною галуззю, що дозволяє вирішувати фінансові, матеріальні та соціальні проблеми.

Туристично-рекреаційний бізнес виступає єдиною економіко-технологічною системою формування й реалізації туристично-рекреаційного продукту з метою задоволення існуючого попиту на туристичні, рекреаційні, готельні, ресторанны, розважальні та ігрові послуги. Цей вид бізнесу охоплює чотири основних процеси-елементи:

- а) розробка і виробництво туристичних послуг;
- б) комплектування туристичного продукту (пакета);
- в) реалізація туристичного продукту (пакета) або окремої послуги;
- г) споживання туристичного продукту [3].

Основним об'єктом туристично-рекреаційного бізнесу є туристична послуга, яка в економіко-технологічній системі цього виду господарювання є товаром, а суб'єкт туристично-рекреаційної діяльності – підприємницькою структурою, що розробляє, створює, комплектує, пропонує і реалізує на ринку ці послуги споживачам, тобто своїм клієнтам-туристам.

Туристично-рекреаційний бізнес є міжгалузевим комплексом різних економічних об'єктів і структур, які взаємодіючи між собою – створюють якісний туристичний продукт в межах міжнародного та внутрішнього туристичного простору.

Основними суб'єктами туристичного бізнесу є:

а) реалізатори-виробники туристично-рекреаційних послуг (туристичні бази, бази відпочинку, лікувально-оздоровчі установи);

б) туристичні оператори (розробляють, формують і продають туристичний продукт турагенціям, які є посередниками);

в) туристичні агенції – продавці туристичного продукту;

г) спеціалізовані суб'єкти підприємництва, які надають послуги з розміщення туристів (готелі, мотелі, хостели, пансіонати, санаторії);

ґ) заклади харчування (ресторани, кав'ярні, кафе, піцерії, бари, їдальні);

д) транспортні підприємства (авіаційний, автомобільний, залізничний, морський, річковий);

е) торгівельні підприємства, що реалізують додаткові послуги (сувеніри, їжа, одяг, взуття, приладдя, спорядження);

є) установи сфери дозвілля і розваг;

ж) заклади культури (музеї, галереї, бібліотеки);

з) рекламно-інформаційні підприємства (рекламні агентства, бюро, інформаційно-туристичні центри) [2].

Отже, туристично-рекреаційний бізнес є складним механізмом, компонентами якого є багато взаємопов'язаних економічних одиниць, кожна з яких надає низку послуг для покращення туристичного продукту й туристичного обслуговування.

Література:

1. Карпенко І. О., Олішевська Ю. А. Вплив туризму на економіку держави. URL: <https://skole.com.ua/uk/papers/13-turizm/34-turizm-ekonomika.html>

2. Бурак Д. І. Особливості функціонування системи туристичного бізнесу. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/burak2.htm

3. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. URL: https://tourlib.net/books_ukr/dyadechko12.htm

4. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії : навчальний посібник. К: Атіка, 2006. 264 с.

Цісар Олександр Олександрович,

здобувач вищої освіти на бакалаврському рівні

факультету публічного управління

Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Вплив війни на туристично-рекреаційну галузь України

Стрімкий розвиток туризму і рекреації у Світі призвів до того, що ці явища почали займати важливе місце як у житті людей, так і в господарсько-економічному розвитку країн. Туризм і рекреація є важливими елементами сфери послуг України, які сприяють створенню робочих місць, стимулюють регіональний розвиток та підтримку місцевих громад. Проте, туристично-рекреаційна галузь України понад два роки переживає період кризи через повномасштабне вторгнення Московії.

Функціонуванню туристичної галузі за умов війни присвячені роботи таких українських дослідників як О. Бордун [1], А. Зарубіна, Е. Сіра, Л. Демчук [2], І. Цуркан, Р. Кривенкова [4] й інші. Однак, це питання стосується динамічних змін – саме тому,

потребує подальшого вивчення з метою висвітлення сучасного стану туристично-рекреаційної галузі у період повномасштабної окупаційної війни.

Варто зазначити, що туристично-рекреаційна галузь – це специфічна галузь національного господарювання, що включає діяльність туристичних і рекреаційних підприємств. Останні, у свою чергу, комплексно надають туристичні й рекреаційні послуги. Разом із тим, здійснюється продаж туристичних товарів з метою задоволення потреб людини, що виникають у період туристично-рекреаційної подорожі.

У зв'язку із воєнними діями, динаміка надходжень податків до держбюджету від туристичної галузі є хвилеподібною, а її статистичні дані наведено за допомогою стовпчикової діаграми (рис. 1).

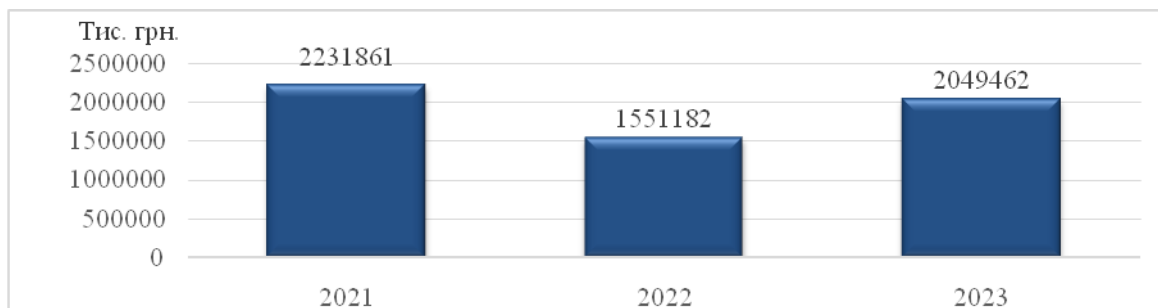


Рис. 1. Загальна кількість податків від туристичної галузі за 2021-2023 рр.

Примітка: розроблено автором на основі джерела [3]

Проаналізувавши дані діаграм, можна помітити, що господарські суб'єкти туристичної галузі сплатили за 2022 рік на 30,5% менше податків, аніж у 2021 році. У 2023 році загальна кількість податків зросла на 32%, порівняно з 2022 роком, але цей обсяг є на 8,1% меншим від відносно довоєнного 2021 року.

Аналіз втрат туризму внаслідок повномасштабних окупаційно-військових московитських дій на території України можна провести за кількома напрямками: реальні витрати у вигляді зменшення податкових надходжень до бюджетів різних рівнів (у тому числі зменшення чисельності платників податків); прямі збитки внаслідок руйнування об'єктів туристично-рекреаційної індустрії; непрямі втрати від майбутнього зниження доходів від туризму; витрати, пов'язані з необхідністю відновлення туристично-рекреаційної галузі [4].

Для відновлення української туристично-рекреаційної галузі за умов війни необхідно: забезпечити фінансово-матеріальну й організаційну підтримку туристичних операторів та агентств; територіально покращити туристично-рекреаційні потоки; забезпечити галузеву оптимізацію на національному й регіональному рівнях; поліпшити маркетингову політику суб'єктів туристично-рекреаційної галузі шляхом створення національної туристичної маркетингової організації та дочірніх компаній; сприяти секторальному вдосконаленню туристично-рекреаційної галузі [1].

Отже, туристично-рекреаційна галузь зазнала тимчасових труднощів у зв'язку з окупаційною повномасштабною війною Московії супроти України, яка призвела до: руйнування туристично-рекреаційної інфраструктури; втрати значної частини території з високим рівнем туристично-рекреаційного призначення; втрати великої чисельності іноземних туристів; закриття повітряного простору; унеможливлення функціонування морського і пляжного туризму та багатьох інших негативних наслідків. Проте, туристично-рекреаційна галузь України продовжує функціонувати з певними адаптивними особливостями. Наприклад, формування туристично-рекреаційних маршрутів відповідно до наявності бомбосховищ і комендантської години, дотримання заборон, до яких відносяться прогулянки та екскурсії біля об'єктів критичної чи військової інфраструктури тощо.

Література:

1. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., Лучка О. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2022. № 62. С. 178-196.
2. Зарубіна А.В., Сіра Е.О., Демчук Л.І. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. DOI :<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>.
3. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму. URL: <https://tourism.gov.ua> (дата звернення: 12.03.2024).
4. Цуркан І.М., Кривенкова Р.Ю. Пріоритети функціонування туристичної індустрії під час війни в Україні. *Причорноморські економічні студії. Серія «Туризм»*. 2023. № 73. С. 247-250.

Ярошук Андрій Сергійович,

*здобувач вищої освіти на бакалаврському рівні
факультету публічного управління*

Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Оцінка конкурентних позицій в медичному туризмі

Розвиток техніко-технологічних досягнень не оминув сферу оздоровлення і медицини. За умов сучасного посилення турботи про себе та своє здоров'я – це стало черговим істотним поштовхом для розвитку медичного туризму і його урізноманітнення.

Варто зазначити, що в даний час практично відсутні санаторії, пансіонати й інші лікувально-туристичні заклади, що передбачають строгий перелік лікувально-профілактичних заходів для хворих. З часом, попит туристично-рекреаційного ринку під впливом економічного розвитку, у поєднанні з технічним прогресом, суттєво змінився під реальні потреби сфери медичного туризму.

Туроператори розробляють туристичні пакети, в яких належно запропонований спектр основних (медичних) послуг і низка додаткових послуг (ігрових, розважальних, забезпечення комфорту й затишку перебування пацієнтів).

Коригування цієї ситуації та визначення частки прибуткових послуг у загальному доході за певних умов потребує оцінки конкурентної позиції. Остання враховує не лише господарські, але й географічні особливості бізнесу.

Пропозиція та включення конкретних лікувально-оздоровчих, процедурно-реабілітаційних і запобіжно-профілактичних послуг до певного переліку послуг суб'єкта медичного туризму залежить від оцінки його конкурентної позиції. Мистецтво керувати цією структурою і пов'язана з ним цінова політика у своїй сукупності визначають конкурентоспроможність закладу.

С. Карагін та М. Карагін серед чинників конкурентоспроможності закладів безпосередньої організації та реалізації медичного туризму описують:

- а) метод оцінки медично-туристичних товарів і послуг;
- б) методика оцінки конкурентоспроможності медично-туристичної продукції на основі інтегрального індексу конкурентоспроможності;
- в) метод полярного профілю медично-туристичної продукції;
- г) метод формування асортименту медично-туристичної продукції за умов конкурентоспроможності;
- г) спосіб створення бульбашкової діаграми [1, с.188].

На нашу думку, С. Клименко розробив універсальну методику оцінки конкурентоспроможності товарів на основі інтегрального показника [2, с. 240]. Розрахунки та аналіз за цим методом у туристично-рекреаційному бізнесі дають змогу отримати узагальнені показники, які включають п'ять загальних оцінок конкурентоспроможності реабілітаційних, оздоровчих, лікувальних і профілактичних послуг. У цю аналітичну

п'ятірку входять: якість реалізованих медичних туристичних товарів (послуг); раціональність асортименту медичних туристичних товарів (послуг); культура обслуговування усіх учасників медичного туризму; умови використання всіх доступних благ та послуг медичного туризму; доступність усіх послуг медичного туризму.

В кожному конкретному випадку медичного туризму такий аналіз дозволяє визначити конкурентну позицію на туристичному лікувально-оздоровчому, профілактичному й реабілітаційному ринку за шкалою, що відповідає проведеному аналізу. Останній може здійснюватися на рівні регіону, усіх регіонів тощо. Найважливішим є те, що здійснюючи аналітику, експерти можуть скористатися унікальними даними для кожного з видів туризму. Однак, такі дослідження вимагають певних витрат – в основному це час і матеріяли, що прямо й опосередковано пов'язані з такими дослідженнями.

Отже, оцінка конкурентної позиції медичного туризму в Україні залежить виключно від джерела аналізу та враховує критерії, які їм відповідають.

Література:

1. Корягина С.В., Корягин М.В., Маркетинговий аудит : навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури. 2014. 320 с.
2. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник, С.М.Клименко, Т.В.Омельяненко., Д.О.БарабасьО.С.Дуброва, А.В.Вакуленко. Київ: КНЕУ, 2006 р. 527 с.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. UNWTO. URL: Compendium tourism statistics. URL: <http://statistics.unwto.org/publication/compendium-tourism-statistics-2015edition>

СЕКЦІЯ 4

ЕКОЛОГІЧНІ ТА БЕЗПЕКОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

*Janusz M. Ślusarczyk,
dr.hab., profesor,
Wyższa Szkoła Administracji w Bielsku-Białej*

Turystyka na obszarach chronionych

Streszczenie: Rozwój współczesnej turystyki w Polsce, nie tylko masowej, niesie określone konsekwencje dla środowiska naturalnego. Ustanowione prawnie obszary chronione stały się miejscem coraz większej presji ze strony turystyki zorganizowanej i indywidualnej. Obserwuje się od dłuższego czasu coraz więcej niepokojących zjawisk, mających duży wpływ na środowisko naturalne. W coraz większym stopniu zagrożona jest bioróżnorodność. Sposobem na zapobieżenie negatywnego wpływu turystyki na obszarach chronionych powinna stać się turystyka zrównoważona.

Słowa kluczowe: turystyka, obszary chronione, turystyka zrównoważona.

Zagrożenia spowodowane turystyką na obszarach chronionych.

Otoczenie opieką obszarów chronionych w Polsce jest priorytetem zwłaszcza w sytuacji, gdy ciągle wzmagająca się presja ruchu turystycznego powoduje coraz większą degradację środowiska naturalnego. Na obszarach chronionych w Polsce zachodzą istotne zależności. Z jednej strony turystyka wykorzystuje w coraz większym stopniu, często niestety niekontrolowanym, zasoby środowiska naturalnego. Stanowi ono nierzadko główny produkt turystyczny i świadczy o jego atrakcyjności. Z drugiej strony turystyka, nie tylko masowa, staje się przyczyną degradacji środowiska naturalnego. Udział turystyki w degradacji środowiska naturalnego w Polsce szacuje się na 5-7% H. Guzik, Dylematy rozwoju turystyki na obszarach chronionych. (Na przykładzie Bieszczadzkiego Parku Narodowego). Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Nr 842. 2010. S. 72 całość: 64-89. Na obszarach chronionych turystyka wywiera znaczny wpływ na środowisko, prowadząc na niektórych terenach do mniejszej lub większej degradacji środowiska naturalnego, a tym samym przyrodniczych walorów turystycznych. Zagrożenie ma szczególne duże znaczenie na obszarach o dużym natężeniu ruchu turystycznego.

Na środowisko przyrodnicze na obszarach chronionych zasadniczy wpływ mają rodzaje turystyki, natężenie ruchu turystycznego ponadto jego natężenie czasowe i przestrzenne oraz elementy infrastruktury turystycznej. W Polsce coraz częściej jest to wpływ negatywny, prowadzący do degradacji środowiska naturalnego.

Zagrożenia dla obszarów chronionych w Polsce powodowanych przez ruch turystyczny mają następujące przyczyny:

- niewłaściwe rozmieszczenie infrastruktury turystycznej a zwłaszcza jej nadmierna i chaotyczna rozbudowa,
- niski poziom (lub często jego brak) świadomości o konieczności ochrony przyrody,
- nadmierny rozwój funkcji turystycznych w stosunku do chłonności i pojemności turystycznej środowiska,
- niewłaściwa i nieumiejętna polityka władz regionalnych, polegająca głównie na chęci szybkich zysków i nie uwzględnianiu konieczności ochrony środowiska.

Rezultatem tych zagrożeń są:

- trwałe zmiany w środowisku przyrodniczym wynikające z zagospodarowania przestrzennego,

- zmiany jakości środowiska spowodowane emisją różnego rodzaju zanieczyszczeń z obiektów turystycznych i pojazdów (np. Wielkopolski Park Narodowy (PN), Kampinoski PN),
- zmiany w krajobrazie wynikające z rozbudowy infrastruktury turystycznej (m.in. Parki Krajobrazowe (PK) Beskidu Śląskiego czy Żywieckiego),
- zanieczyszczenie wód (np. obszary chronione na Pomorzu, Ciężkowicko-Roznowski PK,
- zanieczyszczenie powietrza wywołane emisją z obiektów infrastruktury turystycznej i środków transportu (m.in. Tatrzański PN, Nadbużański PK),
- zwiększona produkcja odpadów,
- niszczenie bioróżnorodności,
- erozja nadmorska (m. in. Nadmorski PK, obszar Natura 2000 Zatoka Pucka i Półwysep Helski),
- niszczenie pokrywy roślinnej oraz erozja glebowy (np. Żywiecki PK, Śląski PK, PK Beskidu Małego),
- zakłócanie funkcjonowania siedlisk wodnych (m.in. PN Borów Tucholskich, Mazurski PK, PK Doliny Słupi).

O stopniu zagrożenia turystycznego świadczy fakt, że na 56 obszarach Natura 2000 z terenu polskich Karpat wśród 44 zidentyfikowano działania o charakterze turystyczno-rekreacyjnym, stanowiące zagrożenie dla tych obszarów chronionych.

Według badań przeprowadzonych przez Zakład Ochrony Przyrody Instytutu Badawczego Leśnictwa turystyka powoduje bardzo duże zmiany w strukturze i funkcjonowaniu ekosystemów na obszarach chronionych. Badania przeprowadzone we wszystkich parkach narodowych Polski pozwoliły wyodrębnić dwie grupy szkód powodowanych przez turystykę: szkody bezpośrednie i szkody pośrednie. W grupie bezpośrednich szkód dla przyrody i krajobrazu parków narodowych znalazły się m.in.:

- niszczenie roślinności, fauny, przyrody nieożywionej, gleby
- hałas i zanieczyszczenia
- pożary
- zmiany krajobrazu, mikroklimatu, struktury biocenoz.

Do szkód pośrednich zaliczono przede wszystkim:

- synantropizację roślin i zwierząt
- zmiany właściwości fizykochemicznych gleby i wód
- zmiany w strukturze i funkcjonowaniu ekosystemów chronionych
- obniżenie walorów dydaktycznych, naukowych i turystycznych parków narodowych

http://natura2000.org.pl/e-szkolenia/e5-zagrozenia-dla-przyrody-obszarow-natura-2000-2/zagrozenia_wynikajace_z_turystyki_dla_srodowiska_przyrodniczego/ DOI: 06-04.2024.

Podstawowym warunkiem zapewnienia ochrony cennych zasobów środowiska przyrodniczego jest świadomość ekologiczna wszystkich podmiotów związanych z turystyką w regionie: turystów, władz lokalnych, organizacji pozarządowych oraz przedsiębiorców czyli: hotelarzy, restauratorów, gestorów atrakcji turystycznych i przewoźników. Niewłaściwe zachowania podmiotów turystyki w stosunku do ochrony środowiska, powodują jego niszczenie, a następuje to zarówno poprzez brak świadomości ekologicznej, jak też poprzez brak realizacji zachowań proekologicznych, pomimo znajomości problemu. A. Niezgoda, The role of environmental knowledge, attitudes and initiatives in the development of a tourism product. *Turyzm*. 21(1–2), s. 33–39. 2011.

Warunkiem dbałości o zasoby cenne przyrodniczo oraz jakość oferowanych usług turystycznych jest współpraca wszystkich podmiotów współtworzących lokalną ofertę turystyczną, której efektem jest kształtowanie świadomości w zakresie roli turystyki oraz świadomości ekologicznej wszystkich podmiotów współtworzących lokalne produkty. Ze wspólnego uwzględnienia zasad turystyki zrównoważonej powstaje efekt synergii. P. F. J. Eagles, S. F. McCooland, C. D. Haynes, C. D. Sustainable Tourism in Protected Areas. Guidelines for Planning and Management. (A. Phillips, Ed.). World Commission of Protected Areas, Best Practice Protected Area Guidelines Series No. 8 IUCN – The World Conservation Union 2002.

Formy turystyki na obszarach chronionych.

Na terenie Polski do najczęstszych form turystyki na obszarach chronionych należą:

- turystyka poznawcza,
- turystyka aktywna
- ekoturystyka (turystyka przyrodnicza, zielona)
- turystyka weekendowa
- turystyka kwalifikowana
- turystyka krajoznawcza
- agroturystyka.

W literaturze można spotkać się także z pojęciem turystyki miękkiej (ang. soft tourism), której zasadą jest poszanowanie środowiska naturalnego poprzez minimalnie oddziaływanie na niego. Cechą charakterystyczną miłośników tego rodzaju turystyki jest wysoki stopień świadomości oraz wiedzy o konieczności ochrony środowiska (A. Dudek, A. Kowalczyk, *Turystyka na obszarach chronionych – szanse i zagrożenia. Prace i Studia Geograficzne*, 32, s. 117–140, 2003. Każda z tych form może w większym lub mniejszym zakresie odpowiadać ideom turystyki zrównoważonej, w zależności od sposobu jej realizacji zarówno przez organizatorów turystyki jak i samych turystów.

Należy także pamiętać o zjawisku coraz częstszej mody na przebywanie na obszarach środowiska naturalnego bez jednoczesnej świadomości o konieczności ochrony tego środowiska.

W rzeczywistości jednak na pewnych obszarach chronionych w Polsce turystyka osiągnęła już poziom masowej, zbliżający się do poziomu alarmowego chłonności turystycznej i zdecydowanie odbiega od założeń ekoturystyki. Dotyczy to zwłaszcza niektórych parków narodowych A. Stasiak, *Turystyka w parkach narodowych – obszary konfliktów. Turyzm*, 7 (2), 5–24, 1997.

Analizując ruch turystyczny na obszarach chronionych, można dostrzec znaczne dysproporcje liczby turystów odwiedzających te obszary. Czynnikiem odpowiadającym za natężenie ruchu turystycznego i jego formy są:

- walory turystyczne, umożliwiające uprawianie różnych form turystyki i rekreacji,
- zagospodarowanie turystyczne,
- dostępność komunikacyjna – do niektórych obszarów chronionych można dotrzeć szybko na kilka sposobów, do innych dostęp jest trudniejszy i bardziej czasochłonny.

Poza atrakcyjnością turystyczną na wybór parku narodowego mają wpływ także indywidualne upodobania, potrzeby i pobudki turystów, które często mają duże lub wręcz nadrzędne znaczenie w wybieraniu miejsca podróży turystycznej P. Miazek, *Turystyka na obszarach chronionych w Polsce, Warsztaty z Geografii Turyzmu*, T. 9, 2019, s. 113-120.

Turystyka zrównoważona na obszarach chronionych.

Zrównoważony rozwój turystyki powinien uwzględniać oczekiwania wynikające z preferencji turystów oraz intensywności i struktury zagospodarowania turystycznego przystosowanego do różnego rodzaju form i rodzajów turystyki, gwarantujące ochronę środowiska przez zachowanie walorów przyrodniczych i niedopuszczenie do jego degradacji.

Należy podkreślić, że do tej pory nie wypracowano jednolitego określenia zrównoważonej turystyki. Najogólniej można stwierdzić, że zrównoważona turystyka musi być wyrazem kompromisy między interesami gospodarki turystycznej a potrzebami ekosystemów H. Guzik, op. cit., s. 71. Najczęściej stosuje się definicję przyjętą przez Federację Parków Narodowych i Rezerwatów Przyrody Europy Międzynarodowej Unii Ochrony Przyrody, która głosi, że turystyka zrównoważona to: „każda forma rozwoju turystycznego, zarządzania i aktywności turystycznej, która podtrzymuje ekologiczną, społeczną i ekonomiczną integralność terenów, a także zachowuje w niezmiennym stanie zasoby naturalne i kulturowe tych obszarów” <https://www.iucn.org/content/parks-life>. DOI: 05.04.2024.

Od kilkunastu lat w Polsce dużą wagę przywiązuje się do respektowania uwarunkowań środowiska przyrodniczego. Na potrzeby turystyki zrównoważonej zagospodarowuje się obszary posiadające duże walory środowiska przyrodniczego. Należy jednak pamiętać, że ekosystemy tych obszarów są szczególnie narażone na ludzką ingerencję. Największym zagrożeniem jest wzrost skali masowości turystyki powodujący jej negatywny wpływ na obszary przyrodnicze. Nadmierny rozwój ruchu turystyczno-rekreacyjnego prowadzi w szybkim tempie do degradacji środowiska

przyrodniczego. W związku z tym częściej wysuwane są postulaty rozwoju turystyki zrównoważonej, której podstawą jest poszanowanie wartości przyrodniczych. D. Zaręba, Ekoturystyka, Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa 2006, s. 68.

Założenia rozwoju turystyki zrównoważonej dotyczą ruchu turystycznego przyjaznego środowisku. Osiąga się to poprzez:

- promowanie stylu życia pozostającego w harmonii z przyrodą,
- poszanowanie zasobów przyrody, ich ochrona i zachowanie dla przyszłych pokoleń,
- okazywanie szacunku dla dziedzictwa kulturowego obszarów i wartości kulturowych społeczności lokalnych,
- wymuszenie w branży turystycznej ograniczenia ilości odpadów i nadmiernego zużycia wody i energii,
- odpowiednie planowanie i organizowanie ruchu turystycznego zapobiegające jego żywołowości.

Cele turystyki zrównoważonej na obszarze recepcji turystycznej można pogrupować analogicznie do celów rozwoju zrównoważonego:

- cel ekosystemowy: zachowanie naturalnych zasobów dla potrzeb turystycznych, redukcja emisji zanieczyszczeń spowodowanych przez turystykę,
- cel ekonomiczny: zapewnienie dochodu ludności miejscowej przyjmującej turystów, utrzymanie i optymalne wykorzystanie infrastruktury turystycznej,
- cel społeczny: osiągnięcie zadowalających możliwości zatrudnienia w turystyce, zapewnienie wypoczynku ludności lokalnej i przyjezdnym, ochrona tożsamości kulturowej ludności miejscowej, wzrost partycypacji ludności miejscowej w polityce turystycznej. A. Niezgoda, Problems of implementing sustainable tourism in Poland. Economics and Business Review, 4(1). 2004, s. 30–42.

Zwraca się ponadto uwagę, że pośrednim skutkiem prowadzenia polityki rozwoju zrównoważonego jest wzrost świadomości ekologicznej społeczeństwa oraz coraz większe zainteresowanie ochroną środowiska B. Warczewska, B. Mastalska-Cetera, Zrównoważony rozwój turystyki na obszarach chronionych. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 590. Ekonomiczne Problemy Usług. Nr 52, 2010, s. 684 (całość: 679-690).

Znaczenie wprowadzenia zasad zrównoważonego rozwoju dla sektora turystyki zrównoważonej wynika z następujących przesłanek:

- przyroda i środowisko są głównymi zasobami turystyki; większość turystów uznaje je za najważniejszy produkt turystyczny w regionie,
- regiony turystyczne konkurują ze sobą w przyciąganiu ruchu turystycznego, a decydującym czynnikiem w tym współzawodnictwie jest ochrona środowiska i zachowanie jego jakości,
- obserwuje się powolne „zmęczenie” tradycyjną turystyką masową, a w niektórych grupach społecznych poszukuje się jej alternatywy,
- wraz ze zmieniającym się modelem turystyki coraz większa liczba turystów preferuje przyjazne środowisko jako miejsce wypoczynku D. Weaver, Sustainable Tourism: Theory and Practice, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford 2006, s. 57.

W Polsce do terenów prawnie chronionych, na których jest możliwe uprawianie turystyki zrównoważonej, zalicza się:

- parki narodowe;
- rezerваты przyrody,
- parki krajobrazowe,
- obszary chronionego krajobrazu,
- obszary Natura 2000,
- pomniki przyrody,
- stanowiska dokumentacyjne,
- użytki ekologiczne,
- zespoły przyrodniczo-krajobrazowe,
- ochrona gatunkowa roślin, zwierząt i grzybów (Ekspertyza na temat wytycznych w zakresie zrównoważonej turystyki. Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii. 2020, s. 12).

Z wyjątkiem parków narodowych, gdzie ruch turystyczny odbywa się tylko po wyznaczonych trasach i rezerwatach ścisłych, gdzie obowiązuje zakaz wstępu, na pozostałych obszarach chronionych praktycznie nie występują ograniczenia ruchu turystycznego. Niestety często prowadzi to do nadmiernego wzrostu liczby turystów i gwałtownego rozwoju infrastruktury turystycznej.

Coraz częściej podstawowym motywem wyjazdów turystycznych jest poznawanie i odkrywanie walorów przyrodniczych i krajobrazowych. Z tego powodu obszary chronione stają się coraz bardziej atrakcyjne dla coraz większej liczby turystów. Jednocześnie rosną ich wymagania co do rozwoju infrastruktury turystycznej. W związku z tym należy pamiętać, że turystyka na obszarach chronionych nie może przybierać skali masowej, nie może być żywiołowa i niekontrolowana. Na tych obszarach winno się rozwijać turystykę zrównoważoną i ekoturystykę, czyli turystykę, która tylko w nieznacznym stopniu oddziałuje na środowisko przyrodnicze oraz na podlegające ochronie poszczególne gatunki flory i fauny.

Poszczególne formy ochrony przyrody powodują potrzebę różnicowania rodzajów turystyki i przystosowania jej rodzajów do konkretnej chłonności turystycznej. Należy zadbać o prawidłowy rozwój infrastruktury turystycznej, która powinna być sytuowana poza obszarami podlegającymi ochronie przyrody.

Aktywność turystyczna powinna być dostosowana do możliwości przyjęcia określonej liczby turystów, rozłożona w czasie i przestrzeni, zależnie od odporności i czułości komponentów środowiska przyrodniczego na różne rodzaje presji. Przykładem niewłaściwego skanalizowania ruchu turystycznego jest Tatrzański Park Narodowy, na terenie którego obserwuje się od wielu lat zbyt duże natężenie ruchu turystycznego.

W sytuacji wzmożonego ruchu turystycznego ważne jest określenie takich kierunków rozwoju i udostępniania turystycznego obszarów chronionych, aby obszary te mogły realizować swoje funkcje, a napływ turystów nie doprowadził do degradacji ich walorów. Zadania te wpisują się w koncepcję celów turystyki zrównoważonej, ponieważ poza ochroną przyrody dotyczą ruchu turystycznego, który ma konsekwencje o charakterze społecznym i ekonomicznym.

Zarządzanie rozwojem ekoturystyki i innych pokrewnych jej form turystyki zrównoważonej na obszarach chronionych ma polegać przede wszystkim na umiejętnym sterowaniu ruchem turystycznym w czasie i przestrzeni, urządzaniu stref służących różnym typom penetracji turystycznej oraz zaplanowaniu potrzebnej infrastruktury dostosowanej do indywidualnych warunków obszaru chronionego. Turyści pojawiają się zwykle w miejscach, gdzie przygotowano dla nich szlaki turystyczne, ścieżki przyrodnicze, schroniska i inne elementy infrastruktury. Tam natomiast, gdzie znajduje się szczególnie cenne zbiorowisko roślinności nie buduje się szlaków pieszych, konnych lub rowerowych, lecz tworzy ścisłe rezerваты. Kierowanie ruchem turystycznym i minimalizowanie jego wpływu na przyrodę w bardzo dużym stopniu zależy od właściwego planowania i zarządzania turystyką przez administracje terenów chronionych we współpracy z samorządem lokalnym i lokalnymi społecznościami, zwłaszcza przedsiębiorcami.

Komisja Europejska (Dyrektoriat Generalny ds. Ochrony Środowiska – DG-Environment) zauważa, że turystyka zrównoważona, w tym ekoturystyka, może być ważnym narzędziem wspomagającym zachowanie najcenniejszych siedlisk przyrodniczych i gatunków fauny i flory. Wymienia cztery podstawowe przyczyny, dla których należy powiązać program Natura 2000 z rozwojem i promocją turystyki przyjaznej dla środowiska:

- przynoszenie korzyści ekonomicznych społecznościom lokalnym, które skutkuje większym poparciem społecznym dla tworzenia i zarządzania obszarami w sieci Natura 2000,
- poprawa zarządzania ruchem turystycznym, zmniejszanie niekorzystnego wpływu penetracji turystycznej na przyrodę,
- zwiększanie zrozumienia i docenienia szczególnych walorów przyrodniczych obszaru, a w konsekwencji wzmocnienie poparcia dla jego ochrony, zarówno wśród społeczności lokalnych, jak i turystów,
- zmniejszanie negatywnego wpływu na środowisko, wywieranego przez istniejące i potencjalne turystyczne przedsięwzięcia gospodarcze, poprzez zachęcanie przedsiębiorców do promowania i korzystania z obszaru w sposób łagodny i korzystny dla środowiska.

Postuluje się, aby dla obszarów chronionych powinny być opracowane i wdrożone programy monitoringu i kontroli rozwoju. Wymagane jest odpowiednie zarządzanie ruchem turystycznym, tak by stopień jego oddziaływania na środowisko był jak najmniejszy. P. Miazek, Przyczyny zróżnicowania ruchu turystycznego w polskich parkach narodowych. *Turyzm*. 30/1. 2020, s. 73-86.

Podsumowanie: Od ponad trzydziestu lat obserwuje się w Polsce na obszarach chronionych coraz większy ruch turystyczny. Z roku na rok wzrasta liczba turystów zarówno zbiorowych jak i indywidualnych odwiedzających tereny podlegające ochronie prawnej. Wpływ szybko rozwijającego się ruchu turystycznego na środowisko naturalne jest wysoce niepokojący. Dochodzi do coraz częstszej degradacji środowiska naturalnego i jego bioróżnorodności. Warunkiem powstrzymania tego niekorzystnego trendu jest rozwój turystyki zrównoważonej na obszarach chronionych. Winno to leżeć w gestii zarówno władz lokalnych, organizatorów turystyki oraz turystów indywidualnych.

Lucyna Skorecka,

dr., profesor,

Wyższa Szkoła Administracji w Bielsku-Białej

«Zagrożenia środowiskowe współczesnej turystyki» Wybrane zagadnienia

Abstrakt: Negatywny wpływ współcześnie szybko rozwijającej się turystyki na środowisko naturalne jest znaczny. Obejmuje m. in. wyczerpywanie się lokalnych zasobów naturalnych, rodzi także problemy związane z zanieczyszczeniami i odpadami. Turystyka wywiera nadmierną presję na zasoby naturalne, często w miejscach, gdzie zasoby są już ograniczone. Duża liczba turystów, a zwłaszcza turystyka masowa stanowi także zagrożenie dla lokalnej bioróżnorodności. Nadmierny ruch turystyczny, gdy liczba turystów przekracza pojemność danego obszaru, przyczynia się do niekorzystnych zmian w bioróżnorodności, zakłóca i szkodzi lokalnym ekosystemom i ekotonom, w konsekwencji prowadząc często do ich zniszczenia. Wśród zagrożeń zwraca się uwagę na niekorzystny wpływ na lokalne użytkowanie gruntów, utratę siedlisk naturalnych i zwiększoną presję na zagrożone gatunki. Co ważne, skutki te mogą stopniowo niszczyć zasoby środowiska, od których zależy sama turystyka. Niezmiernie istotnym jest fakt, że turystyka odpowiada za 5 procent globalnej emisji gazów cieplarnianych, z czego 90 procent przypada na transport. Coraz więcej badań naukowych dowodzi, że turystyka wpływa na obecne zmiany klimatyczne.

Słowa kluczowe: turystyka, zagrożenia środowiskowe, zmiany klimatyczne, bioróżnorodność.

Najważniejsze zagrożenia środowiskowe spowodowane turystyką.

Zmiany klimatyczne

Omawiając problematykę wpływu turystyki na zmiany klimatyczne, należy zwrócić uwagę, że turystyka w sposób wyraźny przyczynia się do globalnego ocieplenia. Z drugiej strony, także same zmiany klimatyczne, nie tylko spowodowane przez turystykę, wywierają na nią duży wpływ.

Ciągle rozwijająca się turystyka przyczynia się do globalnych emisji gazów cieplarnianych, przez co obszary destynacji turystycznych, szczególnie te w regionach przybrzeżnych lub na terenach górskich, stają w obliczu bezpośredniego zagrożenia rosnącego poziomu mórz i/lub zmieniających się warunków pogodowych. Topniejące lodowce w miejscach takich jak Alpy czy Andy wpływają na lokalny przemysł turystyczny zależny od narciarstwa i turystyki górskiej. Obszary przybrzeżne, przykładowo na Malediwach, atolach Pacyfiku czy fragmentach wybrzeży Tajlandii (Phuket), stoją w obliczu zagrożenia wzrostem poziomu wód wszechoceanu a ponadto narażone są na coraz częstsze i silniejsze zagrożenia sztormowe, zagrażające zarówno istniejącej oraz projektowanej infrastrukturze turystycznej jak i samym turystom. Oczekuje się, że do 2030 roku emisja CO₂ z turystyki wzrośnie o 25 procent w porównaniu z 2020 r. Odpowiednio wyniesie

to od poziomu 1597 mln ton do 1998 mln ton.¹ Zatem można tu zauważyć swoisty syndrom: turystyka napędza zmiany klimatyczne, które z kolei oddziałują negatywnie na turystykę. Nawet, gdy coraz więcej turystów wybiera zrównoważone wakacje i bardziej przyjazne dla środowiska środki transportu, takie jak pociągi, rower czy pojazdy elektryczne, to jednak w dalszym ciągu emisje gazów cieplarnianych są powodem nieuniknionych zanieczyszczeń związanych z dotarciem do odległych lub odizolowanych miejsc docelowych.

Transport lotniczy i drogowy to główne czynniki turystycznego wzrostu emisji gazów cieplarnianych. Pomimo postępu w technologii lotniczej i poprawy efektywności paliwowej, loty zarówno rejsowe, a zwłaszcza sezonowe czarterowe, w dalszym ciągu są znaczącym źródłem emisji dwutlenku węgla i innych gazów cieplarnianych, które nasilają globalne ocieplenie. Obecnie transport jest głównym źródłem emisji gazów cieplarnianych w turystyce. Samoloty i samochody generują najwięcej CO₂ na pasażerokilometr, mniej autokary wycieczkowe, statki i pociągi. W przypadku turystyki lokalnej na plan pierwszy wybijają się samochody. Jeśli chodzi z kolei o infrastrukturę turystyczną jako źródła emisji CO₂, to przede wszystkim należy wymienić infrastrukturę hotelową i parahotelową.

W ostatnich latach liczba osób podróżujących za granicę gwałtownie wzrosła, ponieważ bilety lotnicze stały się tańsze. Podobnie w latach 2005–2023 emisje z turystyki związanej z transportem wzrosły o ponad 60%. Aby uzmysłwić sobie, jak wielkie emisje pochodzą z samolotów to świadczy o tym fakt, że aby pochłonąć tę samą ilość emisji CO₂ powstałej podczas lotu w jedną stronę z Londynu do Nowego Jorku, potrzeba ponad 40 arów lasu rocznie.²

Autorzy badan zwracają tu uwagę na swoisty dylemat. Liczne miejsca destynacji turystycznych są położone na wyspach i w związku z tym dostępne niemal wyłącznie dzięki transportowi lotniczemu. Dla społeczności zamieszkujących te wyspy turystyka stanowi najważniejsze źródło dochodów. Stabilność gospodarcza miejsc takich jak Malediwy, Fidżi czy większość wysp karaibskich jest w dużym stopniu uzależniona od napływu turystów. Dochody z turystyki nie tylko wzmacniają ich gospodarkę, ale także finansują podstawowe usługi i projekty infrastrukturalne. Niestety, obszary te należą do najbardziej narażonych na skutki zmian klimatycznych. Podnoszący się poziom mórz grozi nie tylko zniszczeniem nadbrzeżnej infrastruktury turystycznej, ale stanowi także zagrożenie dla całej populacji wyspiarskiej, szczególnie na najniższej położonych wyspach.³

W 2021 roku odbył się kolejny szczyt klimatyczny COP 26 w Glasgow. W 2023 roku ukazała się „Deklaracja z Glasgow w sprawie działań klimatycznych w turystyce”, która ma działać jako katalizator zwiększający konieczność przyspieszenia działań związanych z ochroną klimatu w turystyce oraz zapewnienia zdecydowanych działań i zaangażowania. Ponad 300 interesariuszy z branży turystycznej podpisało „Deklarację” w sprawie działań na rzecz klimatu, w której uznano pilną potrzebę globalnego planu działań na rzecz zmian klimatu w turystyce. Jej sygnatariusze zobowiązali się do podjęcia odpowiednich kroków już teraz i przyspieszenia działań klimatycznych, aby wesprzeć globalne cele ograniczenia emisji o co najmniej połowę w ciągu następnej dekady i możliwie najszybszego osiągnięcia zerowej emisji netto przed 2050 r. W chwili obecnej sygnatariusze „Deklaracji z Glasgow” opracowują plany klimatyczne uwzględniające 5 ścieżek: pomiar, dekarbonizacja, regeneracja, współpraca, finansowanie i coroczne raportowanie postępów. Jednak do roku 2050 jeszcze wiele lat, na chwilę obecną brak jakichkolwiek (poza deklaracjami i publikacjami nielicznych wyników badań) istotnych czynności podejmowanych w branży turystycznej zmierzających do ograniczenia emisji gazów cieplarnianych i ich wpływu na globalne zmiany klimatyczne.⁴

Wylesianie i degradacja gleb

Jednym z najbardziej znaczących negatywnych skutków turystyki jest degradacja środowiska naturalnego. Popularne miejsca turystyczne, szczególnie te na obszarach o wrażliwych ekosystemach, często ulegają zniszczeniu w wyniku rozwoju infrastruktury i ruchu turystycznego i rekreacyjnego. Na przykład budowa hoteli, kurortów i dróg może skutkować wylesianiem, degradacją gruntów i zakłóceniami w lokalnych ekosystemach.

Szybka degradacja, wymieranie lub wyczerpywanie się przyrody to jeden z najbardziej niepokojący z negatywnych skutków turystyki dla środowiska naturalnego. Jeśli nie zostaną one powstrzymane z myślą o długoterminowym planowaniu i ochronie, skutki mogą być katastrofalne.⁵

Podkreśla się, że jednym z najbardziej zauważalnych zagrożeń dla środowiska jest budowa nowych mega kurortów wzdłuż niezakłóconych obszarów przybrzeżnych. Trudno to zatrzymać, zwłaszcza w niektórych krajach rozwijających się, takich jak Wietnam, gdzie troska o środowisko schodzi na dalszy plan obok wzrostu gospodarczego, jako priorytetu. Dobrym przykładem jest niegdyś plaża naturalna China Beach niedaleko Ho An w środkowym Wietnamie, która jest rajem dla deweloperów i placem budowy luksusowych kurortów. Niestety, turystyka będzie nadal napędzać tego rodzaju rozwój w jeszcze bardziej odosobnionych miejscach na całym świecie.

Turystyka jest potężną, niszczycielską siłą, szczególnie w rękach tych, którzy szukają krótkoterminowych zysków. Kiedy obszary wrażliwe ekologicznie nie są dobrze zarządzane, skutki mogą być tragiczne. Chociaż turyści są coraz bardziej świadomi swojego negatywnego wpływu, niewielu będzie aktywnie próbować go ograniczać.⁶

Jak wskazują badania, niebagatelny jest wpływ turystyki i rekreacji na wylesianie i nie zrównoważone użytkowanie gruntów. Budowa i rozbudowa infrastruktury turystycznej (noclegowej, gastronomicznej, transportowej) często wymaga wycinki terenów zalesionych. Działania te prowadzą do zakłócenia i erozji lokalnych ekosystemów a w dłuższej perspektywie nawet zniszczeń.

Turystyka i rekreacja w ekosystemach leśnych są jednymi z najczęstszych form spędzania wolnego czasu. Środowisko leśne przyciąga ludzi walorami przyrodniczymi i krajobrazowymi, czystym i zdrowym powietrzem oraz spokojną atmosferą. Dla Japończyków jest wręcz „kąpielą w lesie”⁷ (shinrin – yoku). Presja turystyki w obszarach leśnych wywołuje jednak zagrożenia biologiczne, chemiczne i fizyczne.

Rozwój turystyki i rekreacji jest dużym zagrożeniem dla lasów. Zwiększa się penetracja wnętrza lasu, wzrasta liczba wydeptywanych i rozjeżdżanych nowych ścieżek, zwiększa się erozja na skutek jazdy rowerami zarówno po wyznaczonych jak i niewyznaczonych trasach, coraz większe są zniszczenia spowodowane quadami i motorami crossowymi, wzmaga się hałas i zaśmiecanie. Swobodnie biegające psy (często bez kagańca) powodują niszczenie szaty roślinnej, zanieczyszczają odchodami glebę i rośliny, płoszą i atakują zwierzęta. Do fizycznych oddziaływań na przyrodę leśną zalicza się również uszkodzanie kory drzew ostrymi narzędziami oraz łamanie gałęzi i mniejszych drzew. Częstym i bardzo groźnym skutkiem działalności turystów są nieumyślne podpalenia. Ponadto turyści hałasują w lesie, co w połączeniu z pozostawianym zapachem stresuje i płoszy zwierzyńę. Zjawiskiem powszechnym, nie tylko w Polsce, są pozostawiane bardzo licznie przez turystów śmieci. Wśród odpadów porzucanych w lasach znajdują się przedmioty niebezpieczne dla środowiska, tym bardziej, że rozkład niektórych z nich trwa wiele lat.⁸

Wzmógłony ruch turystyczny jest ważną przyczyną degradacji gleb, gdyż powoduje zwiększenie ich zwięzłości, czego konsekwencją jest zmiana tempa infiltracji i przemieszczania substancji w glebie. Skutkiem tych procesów jest powstanie charakterystycznej mikrorzeźby: rynien i bruzd ściekowych, wałów przy ścieżkach, tarasów i niecek powstałych wskutek wydeptywania, a także nisz i stożków osuwiskowych. Intensywność zmian zależy od struktury podłoża, nachylenia stoku i liczby turystów. Zmiany właściwości gleby mają ogromny wpływ na szatę roślinną, ograniczają możliwości rozwoju warstwy korzeniowej roślin, a następnie powodują stopniowe niszczenie drzewostanu i przekształcenie całego ekosystemu. Zmiany dokonane w pokrywie glebowej często są już nieodwracalne.⁹

Nierozważny rozwój i szybka rozbudowa infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej, a w niektórych miejscach jej niedostateczna ilość (np. niewystarczająca liczba miejsc parkingowych i samochodów zaparkowanych na obrzeżach dróg), zbyt zatłoczone obszary przyrodnicze, nieprzestrzeganie zasad (zejście ze ścieżki) mogą łatwo wywołać procesy erozyjne i przyspieszyć degradację gleby.

Przemysł turystyczny szkodzi dzięki przyrodzie, florze i faunie, naturalnym ekosystemom i ekotonom poprzez niszczenie siedlisk, zanieczyszczenie, nadmierną eksploatację zasobów

naturalnych i ruch odwiedzających do wrażliwych ekosystemów. Jednym ze sposobów minimalizacji takich zagrożeń jest stosowanie dobrowolnych standardów zrównoważonego rozwoju, wspieranych szkoleniami dla przedsiębiorstw turystycznych i weryfikowanych audytami zewnętrznymi.¹⁰

Zagrożenie dla środowiska naturalnego

Negatywne skutki turystyki pojawiają się, gdy liczba odwiedzających przekracza możliwości środowiska naturalnego. Niekontrolowana zarówno indywidualna jak i masowa turystyka stwarza ogromne zagrożenie dla zasobów naturalnych i ma znaczące negatywne skutki dla środowiska, takie jak erozja gleby, zwiększone zanieczyszczenie, utrata siedlisk przyrodniczych, zwiększona presja na zagrożone gatunki i większa podatność na pożary lasów. Stanowi to również obciążenie dla zasobów wodnych i może zmusić lokalną ludność do konkurowania o wykorzystanie kluczowych zasobów.¹¹

Zagrożeniem dla flory i fauny jest na obszarach turystycznych i rekreacyjnych jest bezpośrednio użytkowanie terenu przez zwiedzających i wypoczywających oraz eksploatacja obiektów i urządzeń turystycznych. Poprzez ruch turystyczny obserwuje się zmianę w ekosystemach. Konkretnie siedliska zostają zdegradowane przez działalność turystyczną i rekreacyjną. Nawet samo obserwowanie dzikiej przyrody może powodować stres u zwierząt i zmieniać ich naturalne zachowania. Nieumiejętne obserwowanie przyrody w jej naturalnym środowisku stwarza dla niej zagrożenie np. poprzez częste hałasy, spaliny, zanieczyszczenia. Wywiera to dużą presję na cykle życiowe zwierząt i zwykle powoduje zmiany w ich zachowaniu¹². Przykładowo z powodu ruchu turystycznego zagrożone są m. in. 63 gatunki ptaków morskich, najbardziej na obszarze Morza Śródziemnego i strefy Pacyfiku.¹³

Turystyka powoduje znaczne zakłócenia w naturalnym środowisku. Nawet wśród praktyk turystycznych, które charakteryzują się małym lub minimalnym kontaktem z dziką przyrodą, rosnące zainteresowanie podróżami do krajów rozwijających się spowodowało boom w budowie kurortów i hoteli. Obserwowanie dzikiej przyrody odstrasza zwierzęta, zakłóca miejsca ich żerowania i zakładania gniazd a ponadto przyzwyczajają je do obecności ludzi. Przykładowo w kenijskich parkach narodowych zakłócanie porządku przez obserwatorów dzikiej przyrody wypędza gepardy z ich rezerwatów, zwiększając ryzyko chowu wsobnego i dalsze zagrożenie dla gatunku. Wpływ turystyki na dziką przyrodę zależy od skali rozwoju turystyki oraz zachowania i odporności dzikich zwierząt na obecność człowieka. Kiedy działalność turystyczna ma miejsce we wrażliwych momentach cyklu życia (na przykład w okresie lęgowym) i gdy wiąże się z bliskim podejściem do dzikiej przyrody w celu identyfikacji lub sfotografowania, ryzyko niepokojenia jest wysokie. Nacisk turystów poszukujących dzikiej przyrody w celu sfotografowania lub polowania może niekorzystnie wpłynąć na wzorce polowań i żerowania, a także na sukces lęgowy niektórych gatunków. Niektóre mogą nawet mieć długoterminowe konsekwencje dla relacji behawioralnych i ekologicznych. Karmienie dzikich zwierząt przez turystów może mieć poważne konsekwencje dla wzorców zachowań społecznych. Turystyka powoduje również zakłócenia w relacjach wewnątrzgatunkowych. Oglądanie niektórych gatunków przez turystów zajmujących się dziką przyrodą sprawia, że gatunki te są bardziej podatne na ataki drapieżników. Dowody na to zjawisko odnotowano u ptaków, gadów i ssaków.

Turystyka kajakowa i żeglarska często powoduje wypłoszenie wielkiej liczby ptaków wodnych i wodno-błotnych. Z kolei nurkujący w morzach turyści niszczą rafy koralowe, zabierając ze sobą „na pamiątkę” fragmenty koralowców i muszle. Skutkiem takich zachowań jest, podobnie jak w przypadku roślinności, zmiana terenów występowania pewnych gatunków, pojawianie się obcych gatunków, zmiany w liczebności populacji. Zniszczona rafa koralowa potrzebuje na regenerację kilkadziesiąt lat, i to pod warunkiem zaprzestania ingerencji człowieka.

Należy także wspomnieć o inwazjach gatunków obcych. Wprowadzenie ich na nowe obszary, niezamierzone poprzez przewożone towary lub celowe w celach turystycznych, może zaburzyć równowagę ekologiczną obszaru.¹⁴

Zanieczyszczenie wód i powietrza.

Kolejny problem to kwestie związane z odpadami. Gospodarka nimi stwarza bardzo poważne wyzwanie. W wielu popularnych miejscach destynacji napływ turystów przekracza lokalne

możliwości w zakresie gospodarowania odpadami, co prowadzi do zanieczyszczeń. Takie niekontrolowane odpady nie tylko psują krajobraz, ale również zanieczyszczają lokalne źródła wody, gleby oraz powietrze, wpływając zarówno na populacje ludzi, jak lokalne środowisko przyrodnicze.

Rozbudowa infrastruktury turystycznej, w tym budowa hoteli, dróg i portów, może prowadzić do niszczenia siedlisk i zwiększonej sedymentacji w zbiornikach wodnych. Działalność budowlana wprowadza do ekosystemów wodnych zanieczyszczenia, takie jak osady, metale ciężkie i chemikalia, powodując długotrwałe szkody. Turyści przyczyniają się również do zanieczyszczenia wody poprzez niewłaściwą utylizację odpadów stałych, w tym tworzyw sztucznych, opakowań i innych przedmiotów nieulegających biodegradacji. Nasilenie zanieczyszczenia wody spowodowanego przez przemysł turystyczny widać w długotrwałych konsekwencjach ekologicznych obserwowanych w wielu popularnych miejscowościach turystycznych. Do udokumentowanych skutków należą eutrofizacja, utrata różnorodności biologicznej i zakłócenia ekosystemów wodnych. Dotkliwość pogarsza skumulowany wpływ wielu czynników stresogennych, co podkreśla wzajemne powiązania różnych działań związanych z turystyką i ich zbiorowy wpływ na jakość wody.¹⁵

W branży turystycznej obiekty hotelarskie i gastronomiczne produkują niebezpieczne ścieki, które są często zrzucane jako nieoczyszczane, zawierające duże ilości szkodliwych i toksycznych związków chemicznych i bakterii. Substancje te dostają się do wód powierzchniowych i gruntowych, powodując ich znaczące skażenie. Źródłem zanieczyszczenia wody w regionach turystycznych są również związki toksyczne pochodzące ze spalin samochodowych oraz wycieki benzyny lub ropy ze sprzętu motorowodnego oraz innych pojazdów i urządzeń spalinowych.

O ciągu ostatnich kilku dekad obserwuje się także znaczący wzrost emisji zanieczyszczeń ze statków wycieczkowych. W ostatnich dziesięcioleciach popularność turystyki rejsowej wzrosła. Te pływające hotele zużywają ogromne ilości paliw kopalnych, emitując nie tylko CO₂, ale także wprowadzając inne szkodliwe substancje zanieczyszczające zarówno do powietrza, jak i oceanu. Na obszarach o dużej koncentracji działalności turystycznej usuwanie odpadów stanowi poważny problem i może być głównym czynnikiem niszczącym środowisko naturalne. Przykładowo szacuje się, że statki wycieczkowe w basenie Morza Karaibskiego wytwarzają ponad 70000 ton odpadów rocznie.¹⁶

Należy także pamiętać, że często pomijanym skutkiem turystyki jest niedobór wody. Wiele regionów o dużym natężeniu ruchu turystycznego stoi w obliczu ogromnej presji na zasoby słodkiej wody, spowodowanej albo nadmiernym jej zużyciem przez infrastrukturę turystyczną, albo przeznaczeniem ich na zajęcia rekreacyjne.

Emisje zanieczyszczeń powietrza spowodowane turystyką są większe niż w przypadku innych sektorów usług. Może to wynikać z faktu, że turystyka jest branżą energochłonną i prawie wszystkie sektory (np. gastronomia, transport, handel detaliczny i zakwaterowanie) w branży turystycznej odnotowały zwiększone zapotrzebowanie na ciężką energię, co spowodowało duże emisje zanieczyszczeń do powietrza. Badania wykazały, że prawie znaczny procent emisji dwutlenku węgla generowanej przez przemysł turystyczny pochodzi ze spalania paliw wykorzystywanych do zakwaterowania, transportu i użytkowania gruntów.¹⁷ Uczeni amerykańscy odkryli, że popyt na transport, catering, zakwaterowanie i inne procesy turystyczne znacząco przyczynił się do globalnej emisji zanieczyszczeń powietrza.¹⁸ Dlatego też nadmiernie rozwijająca się turystyka stwarza poważne wyzwania dla jakości środowiska naturalnego nie tylko na obszarach destynacji turystycznych.

Pozostałe zagrożenia środowiskowe związane z turystyką.

Przytoczone wyżej zagrożenia środowiskowe, jakie są udziałem współczesnej turystyki, nie są niestety jedynymi. Do pozostałych należy zaliczyć:

- Hałas i nadmierne oświetlenie. Wpływa na lokalne ekosystemy, m.in. florę i faunę, – zakłócając jej naturalne zachowanie, w tym wzorce rozrodu. Hałas powoduje wycofanie się z dotychczasowych siedlisk poszczególnych gatunków, w efekcie kolejne pokolenia nie powrócą już w dotychczas zajmowane miejsca.

- Zmniejszanie zasobów wodnych. Infrastruktura turystyczna i rekreacyjna prowadzi do znaczącego zmniejszenia się zasobów wodnych na danych terenach, które dotąd były wolne od tego problemu. Wywiera to negatywny wpływ na lokalną bioróżnorodność i niestety często jest początkiem procesów erozyjnych.

- Zanieczyszczenie ściekami. Rozbudowa infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej często prowadzi do zwiększonego zanieczyszczenia ściekami. Zanieczyszczają one wody przybrzeżne i śródlądowe, wpływają na degradację gleb, przez co zagrożone są ekosystemy wraz ze swoją bioróżnorodnością.

- Duże zużycie zasobów środowiska. Przykładem jest duży pobór piasków, intensywne wycięty lasów w celu pozyskania drewna. Ma to głównie związek z budową i rozbudową infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej.

- Erozja gleby. Skutkuje m.in. zwiększonym niebezpieczeństwem występowania lawin i osunięć ziemi, szczególnie na terenach górskich.

- Niszczenie bioróżnorodności. Turystyka powoduje ogromne straty w bogactwie biologicznym na wiele sposobów, m.in. poprzez współzawodnictwo z dziką przyrodą o siedliska i bogactwa naturalne.

- Erozja nadmorska. Rozwój nadbrzeżnej infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej oraz przekształcanie linii brzegowej zmieniają kierunki dostarczania materiału przez prądy morskie i w efekcie erozję przybrzeżną. Pozyskiwanie materiałów budowlanych z terenów nadmorskich wpływa negatywnie na stan lasów i występujące na tych terenach siedliska.

- Zmiany w krajobrazie wynikające z budowy i rozbudowy infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej, zarówno zorganizowanej jak i indywidualnej.

Podsumowanie

Gwałtownie rozwijająca się od kilkadziesiąt lat turystyka przybrała charakter ogólnoswiatowy ale także, niestety, przyczyniła się do globalnych zagrożeń dla środowiska naturalnego. Wzrost liczby turystów indywidualnych a zwłaszcza coraz bardziej dynamiczna turystyka masowa powodują często nieodwracalne zmiany w środowisku przyrodniczym. Do najczęściej wymienianych przykładów tego negatywnego oddziaływania należy wpływ turystyki na zmiany klimatyczne, szkodliwe oddziaływanie na ekosystemy, świat flory i fauny oraz zanieczyszczenie wód i powietrza. Negatywne skutki turystyki pojawiają się, gdy poziom wykorzystania jest większy niż zdolność środowiska do poradzenia sobie z użytkowaniem turystycznym w akceptowalnych granicach zmian. Niekontrolowana turystyka konwencjonalna stwarza potencjalne zagrożenie dla wielu obszarów naturalnych na całym świecie. Niestety lansowana turystyka przyjazna dla środowiska czy turystyka zrównoważona nie mogą znaleźć miejsca w przypadku turystyki masowej. Wydaje się, że dopiero wprowadzenie nowych technologii związanych m.in. z emisją spalin, nowymi źródłami energii, jak najszybsze opracowanie nowych, skutecznych form ochrony środowiska naturalnego (a nie czekanie na rok 2050) może w mniejszym czy większym stopniu ograniczyć negatywny wpływ turystyki na środowisko naturalne.

Literatura:

1. Transforming Tourism for Climate Action. URL: <https://www.theworldcounts.com/challenges/consumption/transport-and-tourism/negative-environmentalimpacts-of-tourism>. DOI: 08-04-2024; <https://www.unwto.org/sustainable-development/climate-action>. DOI: 08-04-2024.

2. Combat Climate Change. Reduce tourism's carbon footprint to address the sector's contribution to climatechange. URL: <https://sustainabletravel.org/our-work/climate-change/>

3. Transport – related CO2 emissions from the tourism sector. URL: <https://www.rainforest-alliance.org/resource-item/reducing-tourism-threats-to-biodiversity-impact-study/> DOI: 09-04-2024; <https://www.unwto.org/sustainabledevelopment/tourism-emissions-climate-change>. DOI: 08-04-2024.

4. Deklaracja z Glasgow: turystyka w sprawiezmian klimatu. URL: <https://ttg.news/deklaracja-z-glasgowturystyka-w-sprawie-zmian-klimatu/>. DOI: 09-04-2024; Tourism Climate Action. Glasgow Declaratio. <https://www.oneplanetnetwork.org/programmes/sustainable-tourism/glasgow-declaration>. DOI: 07-04-2024. URL: Tourism Climate Action. Glasgow Declaration.

Implementation Report 2023. <https://www.oneplanetnetwork.org/programmes/sustainable-tourism/glasgow-declaration/implementation-report2023>. DOI: 07-04-2024.

5. The Impact of Tourism: Nature Destruction. URL: <https://ecotourism-world.com/the-impact-of-tourism-naturedestruction/>. DOI: 07-04-2024.

6. What is tourism's biggest threat to the environment? URL: <https://www.eco-business.com/press-releases/what-istourisms-biggest-threat-to-the-environment/>. DOI: 11-04-2024.

7. Shinrin-yoku – terapia lasem. URL: <https://somentiq.pl/blog/psychologia/shinrin-yoku-terapia-lasem/>. DOI: 05-04-2024.

8. Zagrożenia wynikające z turystyki dla środowiska przyrodniczego. URL: http://natura2000.org.pl/e-szkolenia/e5-zagrozenia-dla-przyrody-obszarow-natura-2000-2/zagrozenia_wynikajace_z_turystyki_dla_srodowiska_przyrodniczego/. DOI: 05-04-2024.

9. Wpływ turystyki wodnej na glebę. URL: [https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-resultcontent/c4034fcb-fed7-4cc8-952f-249ecd80b053/EFFT_Learning_materials_and_case_estudies\(pol\).pdf](https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-resultcontent/c4034fcb-fed7-4cc8-952f-249ecd80b053/EFFT_Learning_materials_and_case_estudies(pol).pdf). DOI: 07-04-2024.

10. Reducing the threats posed by tourism to biodiversity. URL: <https://www.rainforest-alliance.org/resourceitem/reducing-tourism-threats-to-biodiversity-impact-study/>. DOI: 06-04-2024.

11. Environmental impacts of unchecked tourism. URL: <https://www.jkpi.org/environmental-impacts-of-uncheckedtourism/>

12. Environmental impacts of tourism. URL: <https://www.gdrc.org/uem/ecotour/envi/one.html>. DOI: 07-04-2024.

13. S. Rochelle, C. Guy, Tourism as a threat to critically endangered and endangered birds: Global patterns and trends in conservation hotspots. URL: https://www.researchgate.net/publication/257538470_Tourism_as_a_threat_to_critically_endangered_and_endangered_birds_Global_patterns_and_trends_in_conservation_hotspots. DOI: 09-04-2024.

14. K. Anderson, Tourism & the Environment: A Delicate Balance. URL: <https://greenly.earth/en-us/blog/ecologynews/tourism--the-environment-a-delicate-balance>. DOI: 09-04-2024.

15. M. Paskowa et. al., Water pollution generated by tourism: Review of system dynamics models. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844023110322>. DOI: 10-04-2024.

16. Tourism's three main impact areas. URL: <https://www.gdrc.org/uem/ecotour/envi/one.html>. DOI: 09-04-2024.

17. J. Zhang, Exploring the Effects of Tourism Development on Air Pollution: Evidence from the Panel Smooth Transition Regression Model. International Journal of Environmental Research and Public Health. 2022 Jul; 19(14): 8442.

18. J. Higham, S. A. Cohen, C. T. Cavaliere, A. C. Reis, W. Finkler, Climate change, tourist air travel and radical emissions reduction. J. Clean. Prod. 2016;111 (Part B):336–347. DOI: 10-04-2024.

Бабій Катерина Русланівна

*здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні
факультету публічного управління*

Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Вплив масового туризму на природні екосистеми: на прикладі гірського туризму

Гірський туризм – це популярний вид активного відпочинку, який щорічно приваблює мільйони людей з усього світу. Цей вид туризму має значний економічний вплив на регіони, де він розвивається, але також може мати негативний вплив на природні екосистеми.

Вплив туризму на природу може бути як прямим, так і непрямим, і мати довгострокові негативні наслідки.

Прямий вплив проявляється у фізичному пошкодженні рослинності і ґрунту, забрудненні та шумі. Туристи, ходячи по них, ставлячи намети та розводячи багаття, неминуче завдають шкоди рослинам та ґрунту. Це призводить до ерозії, зменшення біорізноманіття й інших проблем. Сміття, залишене туристами, забруднює воду, ґрунт та повітря, негативно впливаючи на дику природу та життя людей, що проживають у гірських районах. Туристичний шум та втрата середовища проживання також негативно впливають на поведінку і розмноження диких тварин.

Непрямий вплив не менш суттєвий: викиди парникових газів від транспортних засобів, що використовуються туристами, сприяють зміні клімату, що веде до танення льодовиків, підвищення рівня моря та інших негативних наслідків для гірських екосистем. Туристи споживають багато води й енергії, що може призвести до виснаження цих ресурсів у гірських районах. Будівництво готелів, курортів та інших туристичних об'єктів руйнує середовище проживання диких тварин.

Прямий та непрямий вплив туризму на екосистеми гірських районів призводить до негативних наслідків для рослинного і тваринного світу. Пошкодження рослинності та ґрунту, забруднення і зміна клімату негативно впливають на біорізноманіття, що може призвести до зникнення окремих видів рослин і тварин.

Гірські річки та озера є важливими джерелами прісної води для людей і дикої природи. Забруднення водними ресурсами, що викликане туризмом, може мати серйозні наслідки для здоров'я людей та екосистем.

Гірський ґрунт є тендітним та схильним до ерозії. Ходіння туристів по схилах гір, використання транспортних засобів і будівництво туристичних об'єктів може призвести до значного пошкодження ґрунту й ерозії. Це може призвести до зменшення родючості ґрунту, втрати біорізноманіття та інших проблем.

Вихлопні гази від транспортних засобів, що використовуються туристами, та спалювання викопного палива для опалення й електроенергії в готелях та курортах можуть призвести до забруднення повітря в гірських районах. Це може негативно впливати на здоров'я людей, а також на рослини і тварин.

Гірський туризм може мати значний вплив на природні екосистеми, ґрунт, атмосферу, соціальні та економічні аспекти життя людей у гірських районах. Для мінімізації негативних наслідків туризму необхідно створити природоохоронні зони, розробити стійкі туристичні практики. Це включає використання екологічно чистих методів транспорту, розміщення і харчування, а також мінімізацію відходів. Важливо, щоб туристи розуміли вплив їхньої діяльності на природу і вживали заходів для мінімізації цього впливу, а також важливо співпрацювати з місцевими жителями, щоб гарантувати, що туризм приносить їм користь, а не шкодить.

Література:

1. Кириченко О. Вплив кризових явищ на розвиток міжнародного туризму в країнах ЄС. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-39>
2. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР: станом на 1 січ. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>
3. Ржепецька Н. М. Екологічний туризм як засіб збереження навколишнього середовища. *Географія та туризм*. 2011. Вип. 15. С. 103-110.

Будко Крістіна Іванівна,
учениця 8 класу Комунального закладу загальної середньої освіти
«Ліцей №2 Хмельницької міської ради»

Науковий керівник: Лучинська О.О.

Екологія і туризм: взаємовигідне співіснування

Екотуризм, або екологічний туризм – це тип туризму, суть якого полягає у подорожах до природних недоторканих людиною та природоохоронних територій. Це актуальна та доволі цікава тема на сьогоднішній день.

Вперше екотуризм був представлений в Африці у 1950 році, з легалізацією полювання. А з кінця 1980-х це поняття – відповідальний туризм і сталий розвиток стали переважаючими. Це відображає зріст відповідального відношення людей до природи та довкілля, що є надзвичайно важливим. Це підтверджує і статистика зі щорічним зростанням індустрії екотуризму на 10-15%.

Екотуризм існує задля збереження та взаємозбагачення культур різних країн і народів світу. Він сприяє розвитку туристів, а саме, освіти, та надає змогу збирати кошти на заходи зі збереження природних територій, і, що найцікавіше, допомагає розвитку ізольованих поселень. Екотуризм у цьому плані справді корисна річ, яку потрібно і далі розвивати серед населення. В цілому, його розвиток частенько розглядають як важливий засіб збереження довкілля для майбутніх поколінь. Головна мета – зменшення негативного впливу людьми на природу. Він приваблює у більшості туристів, яких турбує екологія. До того ж, передбачає і волонтерську роботу та інші активні заходи задля досягнення їхньої цілі – зменшення шкідливого впливу на навколишнє середовище.

Питанням екотуризму та де і як знайти зелені маршрути задаються людьми по усьому Світу. Звісно, українців теж турбує це питання. Вибираючи напрямок, слід відштовхуватися від того, який саме відпочинок на природі людина бажає отримати. Наша країна надзвичайно багата на природні пам'ятки. Тому, майже у кожному регіоні туристи й рекреанти зможуть знайти відповідні умови. Завдяки великій кількості заповідників та парків, екотуризм в Україні буде пізнавально різноманітним. Якщо ж клієнти бажають провести час щонайбільш комфортно та організовано – вони мають змогу скористатись готовим екологічним туром. Ми рекомендуємо урізноманітнювати тури й зелені маршрути в Карпатах. У цих мальовничих місцях туристи й рекреанти отримують приємні спогади та емоції.

Отже, туризм і рекреація передбачають не тільки хороший відпочинок, але й піклування про природу, стан природних та інших цінних пам'яток. Подорожі повинні приносити приємні враження та емоції без негативних наслідків для природи.

Література:

1. Екотуризм. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC>
2. Все про туризм. URL : <https://tourlib.net/ua/>

Захаркевич Наталія Петрівна,
кандидатка економічних наук, доцентка, завідувачка кафедри менеджменту, економіки,
статистики та цифрових технологій
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова,

Арзянцева Дар'я Андріївна
кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри менеджменту, економіки,
статистики та цифрових технологій
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Стійкий туризм: особливості сучасного трактування дефініції

Екологічні проблеми другої половини ХХ початку ХХІ ст. викликали бурхливу публічну наукову полеміку, пов'язану із сталим розвитком. Зростання наукового інтересу до цієї проблеми супроводжувалося розширенням спектра напрямів наукових досліджень у різних галузях, зокрема й у туризмі – одній з провідних галузей світової економіки. Так, згідно з даними Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC) у 2023 році частка туризму у світовому ВВП склала 3%. Проте, туризм, демонструючи вагомі економічні результати, здійснює значний негативний вплив на навколишнє середовище: туристична діяльність вирізняється високим рівнем ресурсоспоживання та є джерелом великої кількості відходів, що забруднюють природу. Отже, актуальність досліджуваної проблеми цілком очевидна, оскільки екологічна дійсність для більшості територій є однією з найважливіших складових соціально-економічного контексту реалізації стратегій сталого розвитку.

Незважаючи на те, що протягом досить тривалого часу в науковому світі обговорюються питання, пов'язані з поняттям «стійкий розвиток», єдиного підходу до розуміння суті цієї категорії не сформовано, а сутність поняття виявляється у його дефініції.

Автори праці «Межі зростання. Через 30 років» відзначають: «...людство вже вийшло за межі самопідтримки Землі... вихід за межі більше не можна ігнорувати, це вже факт, що відбувся. Його необхідно визнати, щоб вирішити головне завдання: повернути світ у сферу самопідтримки та саморегулювання...» [1]. У цьому контексті термін «самопідтримка» використовується у значенні «стійкість».

За визначенням Майкла Джейкобса: «...Стійкий розвиток (англ. *Sustainable development* – підтримуючий розвиток) – це такий розвиток суспільства, при якому покращуються умови життя людини, а вплив на навколишнє середовище залишається в межах господарської ємності біосфери, так що не руйнується природна основа функціонування людства...»[2]. Але є й вужчі трактування. Так ряд авторів вважають, що «під стійким розвитком туризму слід розуміти процес, що протікає в територіальному середовищі, спрямований на досягнення цілей туризму, які динамічно змінюються та формуються безпосередньо туристами, в умовах раціонального використання обмежених ресурсів»[3]. У цій дефініції поняття «стійкий розвиток туризму» розглядається лише з економічної точки зору.

Стійкий розвиток туризму слід розглядати ширше, ніж просто управління ресурсами та задоволення потреб туристів. У трактуванні Всесвітньої туристичної організації, стійкий туризм – це «туризм, який повною мірою враховує його поточні та майбутні економічні, соціальні та екологічні наслідки, задовольняючи потреби відвідувачів, промисловості, навколишнього середовища та спільнот, що приймають»[4]. У цій дефініції обґрунтовано ідею необхідності дотримання балансу інтересів сьогодення, майбутніх поколінь та усіх зацікавлених сторін.

У класичному визначенні баланс між поколіннями сприймається як баланс потреб. Однак слово «потреби» може трактуватися по-різному. По-перше, можна говорити про здатність задовольняти потреби у контексті забезпеченості природними ресурсами. По-друге, можна говорити про здатність задовольняти потреби в аспекті досягнення певного

рівня життя. Це означає, що для майбутніх поколінь він має бути як мінімум таким самим, як рівень життя нашого покоління. При цьому необов'язково, щоб цього було досягнуто завдяки забезпеченості природними ресурсами. Наприклад, ми можемо зараз інвестувати природні ресурси у розвиток людського капіталу та знань, і майбутні покоління забезпечуватимуть вищий рівень життя за рахунок приросту знань. Два перелічені підходи започаткували дві гілки сталого розвитку – концепції сильної і слабкої стійкості.

Дослідження різних підходів дозволило нам синтезувати власне трактування сутності стійкого туризму, під яким пропонуємо розуміти туризм, націлений на досягнення соціального та економічного добробуту з урахуванням збереження природного середовища та культурної спадщини місцевих спільнот на основі забезпечення балансу інтересів теперішнього та прийдешніх поколінь, які проживатимуть/або функціонуватимуть в цій туристичній місцевості в майбутньому. А сам зміст цього поняття виявляється у системі трьох складових:

1. Економічна складова передбачає досягнення економічної ефективності, отримання максимальної вигоди при найменших витратах всіх видів ресурсів, особливо природних. Основна мета полягає в досягненні економічного добробуту у вигляді економічного зростання з урахуванням охорони навколишнього середовища.

2. Соціальна складова – соціальний добробут, справедливий розподіл вигод від розвитку туризму між усіма зацікавленими сторонами, включаючи місцеві спільноти. Шлях до соціального добробуту лежить через підвищення якості життя місцевих жителів. Високі стандарти проживання населення дозволяють знизити тиск місцевого населення на навколишнє середовище, а також сприяють їхньому залученню до діяльності з охорони навколишнього середовища. Соціальний добробут передбачає передусім здоров'я. А здорове населення – це висока якість трудових ресурсів туристичної території.

3. Екологічна складова означає забезпечення екологічної безпеки шляхом охорони та покращення навколишнього середовища, що досягається через реалізацію екологічних заходів та програм, у яких обов'язкова участь місцевих жителів, бізнесу, держави та туристів. Основна мета – досягнення екологічного добробуту, що гарантує забезпечення виробництва ресурсами, а людини – всім необхідними для життєдіяльності благами в межах ресурсних можливостей навколишнього природного середовища.

Отже, сталий розвиток загалом, і стійкий туризм зокрема, є складним механізмом взаємодії співтовариства (нинішнього та прийдешніх поколінь), людини і природи, у якому значну роль відіграє врахування інтересів всіх задіяних сторін, особливо елементів природного середовища.

Література:

1. Meadows, Donella H.; Randers, Jorgen; Meadows, Dennis L. *The Limits to Growth: The 30-Year Update*. White River Junction VT: Chelsea Green Publishing Co., 2004
2. Jacobs M. *Sustainable Development: Greening the Economy* / Fabian Society. 1990.
3. Ткаченко Т.І. *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія*. Вид. 2-ге, перероб. та доп. К.: Видавництво КНТЕУ, 2009. 463 с.
4. *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. UNEP and UNWTO, 2005. Sustainable development. P.11-12. URL :<https://www.unwto.org/sustainable-development>

Калініченко Зоя Дмитрівна,
*кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри міжнародної економіки,
природних ресурсів та економіки міжнародного туризму
Запорізького національного університету*

Екологічний туризм та вирішення проблем довкілля

На сьогодні глобальні екологічні проблеми викликають занепокоєння всього людства. Екологічна криза є головним чинником для усвідомлення проблем довкілля та вживання дій щодо покращення ситуації. Екологічний туризм у цьому сенсі відіграє велику роль, бо дає можливість цілісного бачення природи, людини і культурної спадщини.

Досягненням є те, що визначено напрямки та завдання формування туристичної діяльності екологічного спрямування в Україні. Їхніми складовими є вимога до якості та результатів для того, аби ці напрямки використовувати і розвивати.

Екологічний туризм сприяє розвитку культури людини і допомагає здобувати нові знання. Завдяки цьому людина самовдосконалюється, реалізує та поліпшує свої рекреаційні та духовні потреби. Екологічний туризм охоплює великий сектор галузі від одноденного відпочинку за містом і невеликих екскурсій для школярів до багатоденних трекінгів [1].

Роль екологічного туризму – це перш за все турбота про навколишнє природне середовище, яку використовують в туристичних цілях у поєднанні з вихованням любові до природи, затвердження мважливості її захисту. Рісою екологічного туризму є підтримка на належному рівні довкілля, ідея захисту середовища та конкретне її втілення. Екологічний туризм покликаний:

1) постійно, систематично і цілеспрямовано культивувати повагу до навколишнього середовища;

2) гармонізувати відносини між екологією, суспільством і економікою;

3) орієнтувати туристичні організації на збереження і примноження споживчої вартості природного середовища за рахунок виділення частини туристичних доходів та вирішення пов'язаних з цим завдань;

4) підкоряти короточасні інтереси отримання прибутку від туризму довгострокових інтересів збереження природи для майбутніх поколінь, а також для подальшого розвитку туризму;

5) формувати у туристів почуття особистої відповідальності за стан природи і її майбутнє, стверджуючи у свідомості приналежність до неї як її органічної частини. Існує багато ґрунтовних і різнобічних досліджень, що присвячені проблемам екологічного туризму[3].

Вигідними умовами для того, щоб розвивати екологічний туризм є наявність різноманітного економіко-географічного середовища в Україні. Основні напрямки розвитку екотуризму пов'язані з особливостями місцевості, клімату, етнічного складу населення. Захист довкілля, вирішення екологічних проблем визначено метою формування туристичної діяльності екологічного спрямування в Україні.

Найголовнішим потенціалом кожної країни чи території є її багатство на екотуристичні ресурси. Найважливішими їхніми складовими є природа, поселення, історичні пам'ятки, місця бойових подій, наслідки природних явищ і інше. Для того аби ці ресурси використовувати і розвивати, потрібно не тільки мати уявлення про них, а й багато знати.

Екологічний туризм набуває усе більшого поширення у сучасному світі. Швидке зростання популярності екотуризму прямо пропорційне зменшенню природних та традиційних культурних ландшафтів. Очевидно, що чим сприятливіший клімат, тваринний чи рослинний світ або різноманітність культурної спадщини, тим багатша країна і зростає попит на цю місцевість. Вигідними умовами для розвитку екологічного туризму є наявність різноманітного рельєфу, флори та фауни й інше.

На сьогодні, глобальні екологічні проблеми викликають занепокоєння всього людства. Екологічна криза є головним чинником для усвідомлення проблем довкілля та вживання дій

щодо покращення ситуації. За родом занять виділяють три види екотуризму:

- науковий екологічний туризм – експедиції вчених, практика студентів в заповідниках, польові дослідження із залученням волонтерів;

- пізнавальний екотуризм – спостереження за ссавцями, птахами, рідкісними рослинами, метеликами; тури до палеонтологічних пам'яток, етнографічні поїздки, фотополювання;

- рекреаційний туризм – активний відпочинок: кінні, піші, велосипедні походи, альпінізм, рафтинг, сплави по річках; пасивний відпочинок: пікніки, перебування на базах і в наметових таборах з вивченням околиць [2].

Екологічний туризм передбачає пізнавальну подорож до відносно непорушених природних територій та цікавих об'єктів з метою отримання емоцій від перебування на зеленій місцевості та поглиблення знань про неї та її жителів. Саме основні принципи зеленого туризму допомагають досягти поставлених завдань задля збереження екології та культури певних регіонів, де є можливості стрімко розвивати екологічний туризм.

Роль екологічного туризму – це турбота про навколишнє природне середовище, яку використовують в туристичних цілях у поєднанні з вихованням любові до природи, затвердженням важливості її захисту. Екологічний туризм на сьогоднішній день потребує комплексних та вичерпних досліджень сутності та значення сталого розвитку територій України; досліджень природного і ресурсного потенціалу держави, як необхідної основи для розвитку.

Потенціал екотуризму в Україні досить високий: Закарпаття, Чернівці, Тернопіль, Івано-Франківськ, Волинь. Для цих територій характерне високе збереження району, великі та концентровані об'єкти особливих природних зон, високий відсоток сільського населення та сільськогосподарська спрямованість економіки. Ці райони є найбільш сприятливим середовищем для розвитку екологічної туристської діяльності в Україні.

У промислово розвинених областях теж є потенціал екотуризму. Для них характерні певні екологічні умови, на що слід звертати увагу, боротись з тим, що негативно впливає на розвиток територій. Сутність планування розвитку полягає у захисті природи, вивченні процесів навколишнього середовища, поєднанні маршрутів піших прогулянок, верхової їзди, водного, велосипедного та інших видів туризму й охороні природних заповідників і поліпшенні екологічної культури.

Таким чином, Україна зі зручним географічним та геополітичним положенням, розвинутою транспортною мережею, великою кількістю природних та рекреаційних ресурсів і пам'яток історії й культури, гостинним населенням, може забезпечити собі високу ефективність і використовувати її для активного відпочинку та рекреації.

Література:

1. Васильєва Н.В. Розвиток сільського зеленого туризму в Україні. *Науковий вісник Національного аграрного університету*. 2018. №124. С. 24-31
2. Гетьман В. І. Національні природні парки. *Зелені Карпати*. 2019. № 1-2. С. 51.
3. Дмитрук О.Ю., Дмитрук С.В. Екотуризм: навч. посіб. Київ :Альтерпрес, 2019. 358 с.
4. Зінько Ю. Екологічні аспекти рекреаційно-туристичної діяльності. *Екологічна ситуація: сучасний стан і шляхи вирішення проблем* : матеріали міжнар. конф. Львів, 2023. С. 56-64.
5. Кузьменко О. Екологічний туризм: поняття та особливості організації. *Схід*. 2022. № 2. С. 68.

Ковтуник Інна Іванівна,
кандидатка географічних наук,
старша викладачка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
природничо-економічного факультету
Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

Екологічний туризм у контексті сталого розвитку

Значення і роль туризму в наш час для розвитку економіки держав, задоволення запитів особистості, взаємозбагачення соціальних зв'язків між країнами неможливо переоцінити. Туризм став ознакою сучасного стилю життя, важливим елементом розвитку світової економіки, а також впливовим чинником міжнародних інтеграційних процесів. Туристична індустрія в наш час перетворилася в провідну галузь, рентабельність якої майже не поступається провідному автомобілебудуванню, видобутку енергоносіїв і високотехнологічному сектору. В багатьох державах світу туристична індустрія є потужним, а часто і єдиним платником податків, забезпечує надходження іноземної валюти в національну економіку, позитивно впливає на інвестиційний клімат і зовнішньоекономічний імідж держави.

Вагому роль у структурі туризму займає екологічний туризм. Екологічний туризм або екотуризм у регіонах світу трактують по-різному. Розрізняють дві його моделі: західноєвропейську й австралійську [1, с. 234].

Західноєвропейська модель розробляється в Італії, Іспанії, Франції, Німеччині, політика яких спрямована на створення максимального комфорту для відпочинку людини. Слід зауважити, що це призвело до високого ступеня урбанізованості, зміни природного ландшафту, забруднення повітря й води, тобто до серйозних порушень природного балансу загалом і в національних парках зокрема.

Австралійська модель дуже поширена в Австралії та США. Основою згаданої моделі слугує концепція, розроблена природоохоронними організаціями Австралії, яка ґрунтується на пізнанні туристами природи й ознайомленні з її особливостями.

У Квебеку в травні 2002 р. на Всесвітньому екотуристському саміті прийнято декларацію, яка містить рекомендації щодо розвитку цього виду туризму в різних країнах світу. На цьому форумі досягнуто домовленості відносно тлумачення поняття екотуризм. Ця декларація засвідчує, що запропоноване поняття стосується тільки видів туризму, спрямованих на захист навколишнього середовища, визнання й повагу місцевого та корінного співтовариств, культурну й природоохоронну освіту туристів.

Екологічний туризм, у контексті його стійкого розвитку, передбачає раціональне використання та відтворення природних ресурсів, збереження навколишнього середовища. Це певною мірою обмежує залучення до екотуризму природно-промислових видів діяльності: полювання, рибальства, збирання грибів та ягід для продажу й заготівлі, оскільки неконтрольований збір природних багатств спричиняє порушення природного балансу ландшафту.

Проведене дослідження наукових праць дає можливість узагальнити результати напрацювань, виявити принципово важливі складники та характеристики, які слугуватимуть основою для визначення сутності екологічного туризму (рис. 1). Для визначення сутності цього виду туризму використано методичний підхід, запропонований Л.М.Черчик [2, с. 265].

Серед провідних цілей екотуристських подорожей, насамперед, виступає прагнення людей до спілкування з природою. У зв'язку з цим пов'язано походження таких близьких за змістом понять: природно-орієнтований туризм, зелений туризм, м'який туризм або «природний туризм із м'яким дотиком до природи» й інше. Відбувається зміщення в моделях споживання, оскільки для багатьох людей туризм уже не розкіш, а природна потреба. В багатьох європейських країнах утвердилося таке поняття, як «право на туризм». Це було зафіксовано в Глобальному етичному кодексі туризму, який 1999 р. ухвалила Генеральна

асамблея Всесвітньої туристичної організації Організації Об'єднаних Націй (ЮНВТО) в Чилі.



Рис.1.Складники визначення сутності екологічного туризму.

Примітка: складено за даними: [3, с. 165].

Екологічний туризм як бізнес або індустрія потрапив зараз під рубрику відповідальних методів ведення бізнесу й отримав визначення відповідальний туризм. Розуміння багатогранності рекреаційно-туристського використання території національних природних парків значною мірою віддзеркалює рівень їх цінності, визначає їхню роль у становленні соціальної свідомості людини, розвитку національної та регіональної економіки, дає можливість комплексно сформулювати цілі екологічного туризму, формуючи їх за визначеними підходами, у контексті яких ми його трактуємо, а саме: соціального, територіального, екологічного, правового, управлінського.

Література:

1. Дмитрук О. Ю., Дмитрук С. В. Екотуризм : навч. посіб. К.: Альтерпрес, 2009. 358 с.
2. Петлін В. М. Концепції сучасного ландшафтознавства. Л. : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2021. 351 с.
3. Школа І. М. Розвиток туристичного бізнесу регіон у: навч. посіб. Чернівці : Книги-XXI, 2007. 292 с.

Перспективи використання технології «Вертикальний ліс» як елементу екологічного готелю

На сучасному етапі розвитку готельного бізнесу питання екологізації засобів розміщення набуває дедалі більшої актуальності. Як і підприємство будь-якої галузі, готель є великомасштабним споживачем ресурсів, чим здійснює великий, часто негативний вплив на довкілля. Це є поштовхом для представників готельної сфери до пошуку нових рішень, спрямованих на підвищення екологічної безпеки засобів розміщення.

Світова тенденція до розвитку концепції екологічності, вже породила різні інноваційні рішення, які ведуть скорочення споживання ресурсів. Одним із масштабних шляхів зниження негативного впливу на навколишнє середовище є використання технології «Вертикальний ліс». Однак, вона не використовується широко, оскільки можливість її втілення надається лише у разі первинної розробки проекту майбутньої будівлі готелю.

На сьогоднішній день найвідомішими будинками, збудованими за технологією «Вертикальний ліс», є вежі Bosco Verticale у Мілані, Італія. Цей комплекс представлений двома вежами висотою 76 і 110 метрів, балкони яких обсажені різноманітними деревами, чагарниками та рослинами, загальна кількість яких у природному середовищі зайняла б площу в гектар.

Ідеєю для створення такого проекту стало прагнення покращити екологічну ситуацію в міських районах. Висаджування дерев на різних рівнях найкраще сприяє фільтрації повітря від міського пилу та захисту від сонячних променів, а також стає джерелом вироблення кисню, необхідного в межах міста.

Вертикальний ліс створює особливу екосистему, яку згодом можуть заселити птахи різних видів та комахи. Крім цього рослини, висаджені на різних рівнях відповідно до середовища їх природного зростання, сприяють зниженню рівня шуму, підвищенню вологості повітря.

Проектування будівлі з вертикальним лісом є складним процесом, оскільки на етапі розробки проекту будівлі необхідним є облік різних факторів. Сама конструкція будівлі мало чим відрізняється від будівель звичайного проектування, тому що для обох проектів використовуються залізобетонні конструкції. Найбільшу складність становить вибір рослин, підготовка певного ґрунту, який би підійшов для всіх видів дерев та чагарників, а також був би досить легким та знижував навантаження на конструкцію будівлі та забезпечував її екологічну безпеку. Догляд за рослинами в такій будівлі здійснюється своєчасно, система зрошення зазнає повної автоматизації, на її потреби витрачається дощова вода.

Технологія вертикального лісу дає можливість використання альтернативних способів отримання енергії. Так будівлі, побудовані за цією технологією, можуть бути обладнані технікою, що дозволяє виробляти електрику завдяки силі вітру та сонячній енергії, а також виробляти фотоелектрику.

Використання вертикального лісу при будівництві будівель готельної індустрії у великих містах є не тільки новим методом ландшафтного дизайну, а й дозволяє використовувати підприємству кілька способів отримання альтернативної енергії, що знизить споживання електрики на освітлення і роботу внутрішньої техніки.

Література:

1. Якушев О. Інноваційні технології в управлінні бізнес-процесами підприємств сфери готельно-ресторанних та туристичних послуг. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2020. Т.3. №2. С.195-208.

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

Шляхи покращення туристично-рекреаційного потенціалу в сільських місцевостях Хмельницької області

Хмельниччина має потужну базу для створення нових та покращення вже набутих туристичних атракцій. Різноманіття природно-рекреаційних, традиційно-обрядових та історико-культурних туристичних ресурсів дозволяє з упевненістю стверджувати, що Хмельницька область є цікавою як для туристів з усіх регіонів України, так і з усіх частин Світу.

Також варто виділити одну особливість – значна частина прикметних місць та цікавинок, які можуть відвідати туристи знаходяться у сільських місцевостях. Згадати б лише найвідоміші – мальовничий Малієвецький архітектурно-природний палацовий комплекс; масивну фортецю з навколишніми красивими природними краєвидами й іншими історично-культурними пам'ятками у Меджибожі; унікальну Покровецьку церкву-фортецю зі стінами старовинної фортеці й чудовою виноробнею в Сутківцях – це неповторно-непересічні об'єкти, які варті туристично-рекреаційної уваги для українських та іноземних відвідувачів. А багатий природний, культурний і людський колорит додає бажання відвідувати ці прекрасні місця регулярно.

Однак, на сьогоднішній день, в силу багатьох об'єктивних і суб'єктивних причин, спостерігається тенденція до зниження туристичного інтересу. Історичні, культурні, природні пам'ятки потребують нагальної охорони, реставрації і підтримки. Першим поштовхом до покращення цієї ситуації є привернення уваги до відновлення, а в багатьох випадках, створення інфраструктури сільської місцевості. Звичайно, потрібно враховувати сучасні реалії. Адже під час повномасштабного московитського вторгнення велика частка туристично-рекреаційної інфраструктури України зупинила свою роботу в силу різних обставин (у тому числі через окупацію та фізичну руйнацію внаслідок обстрілів, ракетних і безпілотних ударів, бомбардувань). На нашу думку, найважче цей етап дався взнаки саме таким маленьким селам і невеликим містечкам, де знаходяться значущі для України туристично-рекреаційні об'єкти.

Попри всі складнощі, місцева, регіональна й державна влада повинна знаходити шляхи та можливості для підтримки туристично-рекреаційного бізнесу в сільських місцевостях. Хочемо акцентувати увагу на тому, що від Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова регулярно створюються волонтерські групи, які їздять на туристичні об'єкти та допомагають у реставраційних, очищувальних, підготовчих та інших роботах. Це полегшує та пришвидшує організацію різноманітних туристично-рекреаційних і екскурсійно-розважальних заходів. Це один з найважливіших кроків, який в подальшому призведе до стрімкого покращення туристично-рекреаційної інфраструктури сільської місцевості.

Наступним кроком до покращення туристично-рекреаційного потенціалу в сільських місцевостях Хмельницької області можна назвати формування позитивного іміджу. Про відновлені історичні та природні пам'ятки має знати якомога більша частка населення Хмельниччини, зокрема, й України, загалом. Наразі постає велике питання відпочинку, а саме – його безпека і комфорт. Хмельницька область має всі можливості для забезпечення саме цих важливих умов. Адже особливо в сільських місцевостях це найлегше реалізувати. Й саме на цю «козирну карту» потрібно звернути увагу не тільки місцевим жителям, але й органам регіональної та державної влади. За їхньої підтримки реально відновити парки й лісові ділянки, які створенні саме для відпочинку.

Також варто звернути увагу на екологічну компоненту організації туристично-рекреаційних турів. За цим критерієм Хмельницька область має досить хороші порівняльні переваги з багатьма іншими областями України. Однак, не варто заплющувати очі на екологічні проблеми окремих водойм Хмельниччини, стан яких є неприпустимий для купання. Перш за все, потрібно виявити першопричини цих негативних явищ. Потрібно з'ясувати ступінь зумисного та ненавмисного людського втручання. Слід виявити природний характер екологічного забруднення – торфові поклади, зміна температурного режиму території, тощо. Визначивши що саме і в якій мірі впливає на екологічний стан водних ресурсів, потрібно створювати робочі групи та програми для їхнього придатного туристично-рекреаційного відновлення.

Отже, сільські місцевості Хмельниччини є колоритно-багатими в історичному, природному, культурному і традиційно-обрядовому туристично-рекреаційному ресурсному забезпеченні. Окрім цих переваг, існує низка інфраструктурних та екологічних проблем, а також факт занедбанства багатьох туристично-рекреаційних об'єктів. Саме тому, варто здійснити кілька реалістичних кроків для можливостей активного й ефективного використання туристично-рекреаційного потенціалу в сільських місцевостях Хмельниччини. Також варто пам'ятати, що саме кожен з нас є відповідальним за збереження і покращення цих цінностей.

Помаза-Пономаренко Аліна Леонідівна,
доктор з державного управління, старший дослідник,
доцент кафедри менеджменту
Національного університету цивільного захисту України,

Батур Юрій Георгійович,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри публічного управління у сфері цивільного захисту
Національного університету цивільного захисту України,

Лопатченко Інна Миколаївна,
кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри публічного управління у сфері цивільного захисту
Національного університету цивільного захисту України

Попередження надзвичайних ситуацій у туристичній галузі як засіб захисту права на відпочинок

Забезпечення безпеки туристів є важливим питанням розвитку туристичної галузі загалом й індустрії зокрема. Цей розвиток чинить як позитивний, так і негативний вплив на людей (покращує їх стан здоров'я та самопочуття, підвищує рівень їхнього добробуту, зокрема тих осіб, які задіяні в туристичній сфері). Наразі безпековість відпочивальників у сфері організації туризму в Україні (спортивного, екстремального, пішогодного тощо) недостатньо забезпечена комплексом методичних та практичних заходів і необхідних рекомендацій. У цьому контексті відзначимо неготовність національної туристичної галузі до надання якісних послуг в межах того чи іншого виду туризму, що мають відповідати міжнародним стандартам. При цьому має місце недостатнє фінансування туристичної галузі в Україні, брак високо кваліфікованих кадрів та нестабільна організаційна структура оперативних-рятувальних служб. Однак найбільшу небезпеку для розвитку туристичної галузі та самих туристів становить держава-агресор. Усе це актуалізує необхідність підвищення цивільної безпеки в туристичній сфері.

Аналіз даних Державної служби України з надзвичайних ситуацій (далі – ДСНС) дав

зможу виявити тенденцію до збільшення кількості та частоти надзвичайних ситуацій, що вказує на відсутність належної та цілеспрямованої роботи у контексті підвищення безпеки туристів. Актуалізація функції безпеки туризму потребує суттєвих фінансових витрат і дієвого інституційного регулювання цього процесу з боку держави. На рис. 1 представлена динаміка виникнення (далі – НС) та їх наслідків у 2012–2021 рр. в Україні. Так, у довоєнний період (до 2014 р.) щороку в середньому виникало до 180 НС, з яких до 120 – техногенного характеру (хімічне забруднення довкілля, пожежі, вибухи тощо). І тільки за тиждень (11–18.03.2024 р.) через військову зовнішню агресію рф підрозділи ДСНС змушені були 1013 разів виїхати на ліквідацію НС, що виникли через обстріли рф. Від початку же російської агресії підрозділами ДСНС здійснено 139 827 виїздів [2; 4]. Сьогодні складно знайти статистику щодо врятованих туристів. За даними ДСНС, на початок 2019 року її підрозділами врятовано 291 особу у Карпатах [2]. Державна агенція розвитку туризму інформує, що з початку 2022 року 45% опитаних українців подорожували країною з туристичною метою [1].

Повномасштабна агресія рф проти України зумовлює не тільки збільшення кількості НС техногенного та воєнного характеру, а й ускладнює реагування на НС територіальних підрозділів ДСНС [3]. У цьому контексті набуває актуальності система попередження НС. До речі, аналіз кількості та характеру техногенних і природних катастроф у світі загалом дає змогу зазначити, що головні небезпеки для людини випливають з її ж діяльності. Так, основними причинами 67% техногенних аварій, зареєстрованих у базі даних Системи звітності з великих аварій (Major Accidents Reporting System – MARS), що функціонує в Об'єднаному дослідницькому центрі в Іспрі (Італія) є неефективність управління системами цивільної безпеки [6; 7].

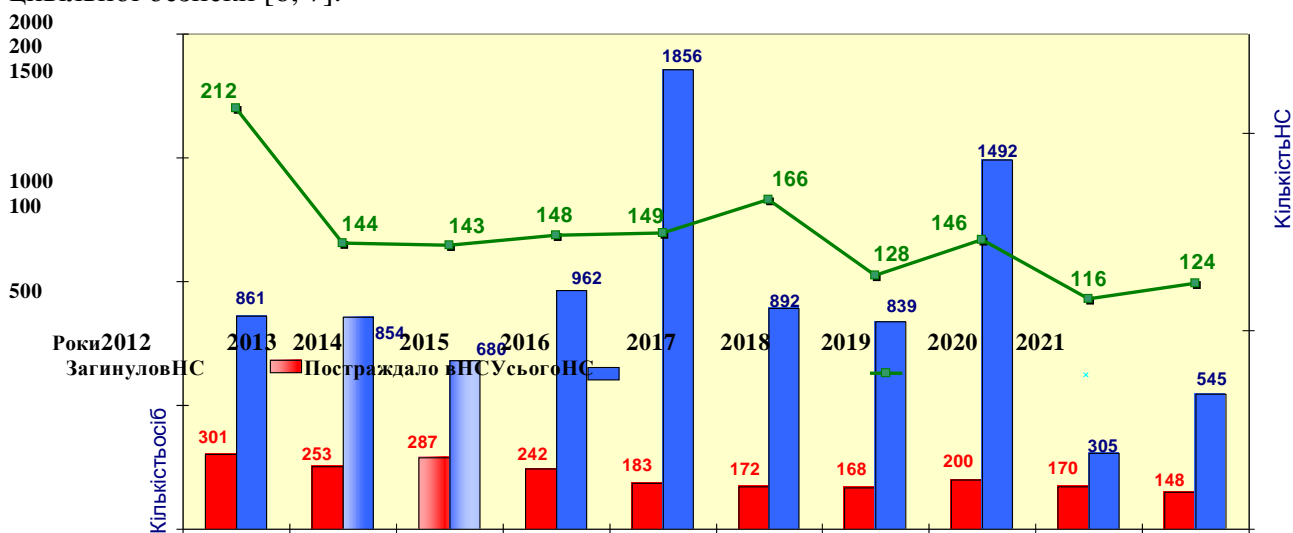


Рис. 1. Динаміка виникнення НС та їх наслідків в Україні у період 2012-2021 рр.
Примітка: складено на основі джерел [2; 4]

Забезпечення цивільної безпеки має відбуватися не тільки за «реактивного» сценарію («тут і зараз»), а й за «проактивного» сценарію. Девіз служби ДСНС «Запобігти. Врятувати. Допомогти». Упровадження «проактивного» сценарію забезпечення цивільної безпеки в сучасних умовах (воєнного періоду) і в майбутньому (після закінчення війни) є одним із найважливіших завдань України. Адже другий сценарій відзначається врахуванням засад стратегічного планування [3; 5; 6]. Саме тому доцільним є вирішення цього завдання на системній основі шляхом підвищення ефективності роботи прогностичного апарату [5; 6]. Це потрібно для забезпечення цивільної безпеки зокрема та національної безпеки загалом.

У 2021 році найбільшу кількість постраждалих у НС зареєстровано в Івано-Франківській (104 особи) та у Хмельницькій (93 особи) областях, усі внаслідок НС, пов'язаних із інфекційними захворюваннями спричиненими порушенням санітарно-гігієнічних норм (рис. 2) [2]. Проте з 2022 р. через початок повномасштабної зовнішньої

агресії рф ситуація в зазначеній сфері змінилася кардинально: на території України регіонами-лідерами щодо кількості зареєстрованих НС є Харківська, Сумська, Запорізька, Херсонська, Миколаївська, Дніпропетровська та інші області [3; 7].

Отже, забезпечення надійного захисту населення загалом і туристів зокрема від НС є актуальним завданням для України, вирішення якого не можливе без проведення постійного аналізу стану цивільної безпеки та дотримання конституційних вимог щодо права на відпочинок і безпечне довкілля. Попередити НС покликана реалізація комплексного моніторингу та науково обґрунтованого управління цивільною безпекою.

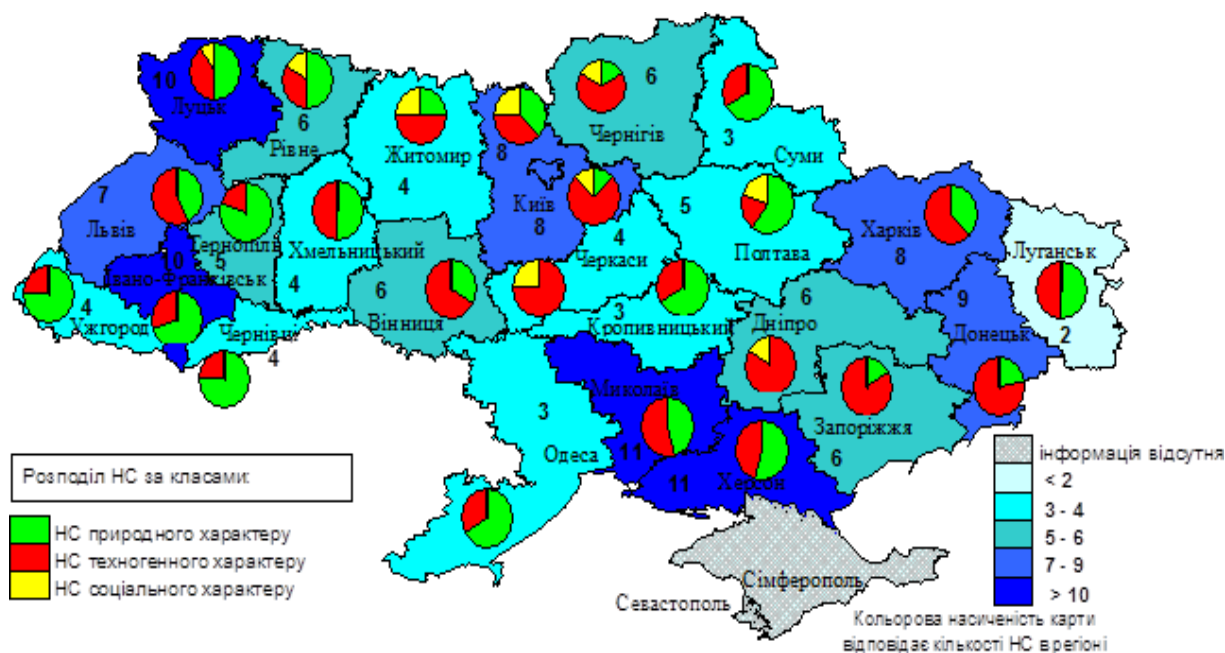


Рис. 2. Розподіл кількості надзвичайних ситуацій, що виникли в регіонах України у 2021 році.

Примітка: складено на основі джерел [1; 2]

Відтак, подальші наукові розвідки слід спрямовувати на обґрунтування апаратно-програмного комплексу, що може застосовуватися під час моніторингу стану цієї безпеки.

Література:

1. Внутрішній туризм. З початку війни понад 45% українців подорожували країною. URL: <https://forbes.ua/news/vnutrishniy-turizm-z-pochatku-viyni-ponad-45-ukraintsiv-podorozhuvali-krainoyu-08092023-15885>
2. Державна служба України з надзвичайних ситуацій. URL: <https://dsns.gov.ua/>
3. Помаза-Пономаренко А.Л., Мороз С.А. Цивільний захист як сфера забезпечення національної безпеки України. *Національна безпека в умовах війни, післявоєнної відбудови та глобальних викликів XXI століття* : Матеріали Всеукр. науково-прак. конф. (07-08.12.2023 р., м. Житомир). С. 305–308.
4. Помаза-Пономаренко А. Л., Тарадуда Д. В. Механізми забезпечення цивільної безпеки України: аспекти попередження НС на об'єктах військово-промислового комплексу. *Публічне адміністрування та національна безпека*. 2024. № 3 (44). <https://www.inter-nauka.com/issues/administration2024/3/9732>.
5. Помаза-Пономаренко А.Л., Тарадуда Д.В. Публічна (громадська та цивільна) безпека в Україні: значення для гарантування системи безпеки в Європі // *International security studios: managerial, technical, legal, environmental, informative and psychological aspects. International collective monograph. Volume II. Oslo (Kingdom of Norway). Norwegian University of Life Sciences, Research and Education*. 2024. 605 p. pp. 297-322.
6. Pomaza-Ponomarenko A., Taraduda D., Leonenko N., Poroka S., Sukhachov M. Ensuring

the safety of citizen sintimes of war: aspects of the organization of civildefense. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. 2024. Vol. 14. Issue 1. pp. 216–220.

7. Popov O., Taraduda D., Sobyna V., Dement M., Pomaza-Ponomarenko A. (2020). Emergenciesat Potentially Dangerous Objects Causing Atmosphere Pollution: Peculiarities of Chemically Hazardous Substances Migration. *Systems, Decisions and Controlin Energy I. Studiesin Systems, Decision and Control*. Switzerland: Springer International Publishing AG. Vol. 298. P. 151–163.

Поступна Олена Вікторівна,

*доктор наук з державного управління, професор,
доцент кафедри менеджменту навчально-науково-виробничого центру
Національного університету цивільного захисту України,*

Полянський Микола Євгенович,

*здобувач вищої освіти 2 курсу навчально-науково-виробничого центру
Національного університету цивільного захисту України*

Екологічна безпека Полтавщини як невід’ємна складова розвитку туризму

Туристична галузь все більше стає важливим сектором економіки України – країни, яка займає провідні місця у світі за забезпеченістю природними ресурсами, що використовуються для організації рекреації. Проте, саме туризм, його інтенсивний розвиток має побічний ефект – збільшується антропогенний вплив на довкілля, виникають деструктивні явища в екологічних об’єктах, екосистемі. У цьому зв’язку, доцільним виявляється проведення екологічної експертизи, моніторингу стану навколишнього природного середовища, вчасного виявлення негативного впливу на довкілля та пошуку шляхів його мінімізації та/або попередження. Слід зазначити, що екологічні чинники представляють собою «будь-які елементи, умови зовнішнього середовища, що здійснюють той чи інший вплив на живі організми» [3] та визначають екологічний стан території, що й визначає екологічну безпеку регіону. За цим станом спостерігають екологи та визначають його позитивний і негативний вплив на людину, тваринний і рослинний світ. За отриманими даними щорічно складаються екологічні паспорти, у яких представлені зміни в екологічному стані області.

Варто наголосити, що доступ до інформації про стан навколишнього природного середовища в Полтавській області є відкритим і доступним, зокрема, на сайті Департаменту екології та природних ресурсів Полтавської обласної адміністрації щорічно розміщуються такі документи, як екологічний паспорт області в рубриці «Інформаційно-моніторинговий центр «Довкілля Полтавщини» та регіональна доповідь про стан навколишнього природного середовища області; щомісяця та щоквартально – огляди стану довкілля. Зокрема, в регіональній доповіді висвітлюються дані про стан екологічної безпеки (стан радіоактивного забруднення, вплив на довкілля промисловості, сільського господарства, енергетики, транспорту; визначено об’єкти, що становлять підвищену екологічну небезпеку), в тому числі визначено вплив збройної російської агресії проти України стосовно цього регіону [2].

Зазначимо, що хоча екологічну ситуацію на Полтавщині оцінюють як відносно стабільно, в той же час наголошують на суттєве техногенне навантаження на регіональну екосистему. Така ситуація спричинена розвиненою мережею транспортних комунікацій, високою концентрацією промислових об’єктів, насамперед, пов’язаних з виробленням і використанням нафто- і газопродуктів (8 екологічно небезпечних промислових об’єктів). В цілому, основними чинниками і критеріями екологічних проблем області, відповідно до екологічного паспорта, є: забруднення атмосферного повітря викидами промислових підприємств (на м.Кременчук припадає 27,4% від усіх викидів забруднюючих речовин в атмосферу, на

м.Горішні Плавні – 26%); забруднення водних об'єктів скидами забруднюючих речовин із зворотними водами промислових підприємств, підприємств ЖКГ (недостатньо очищені стічні води; комунальні підприємства експлуатують більше 1 тис. км каналізаційних мереж, які здебільшого відпрацювали нормативний термін експлуатації та потребують капітального ремонту; при транспортуванні води мають місце втрати у комунальному і побутовому постачанні через зношеність і незадовільний стан водопровідних мереж); умови скидання шахтних і кар'єрних вод у водні об'єкти (шламонакопичувач, призначений для накопичення відходів буріння газових свердловин в області, практично повністю заповнений); забруднення підземних водоносних горизонтів (через це забруднення в зоні впливу ставка-випарника ПАТ «Укртатнафта» низка сіл Кременчуцького району користуються привізною питною водою); порушення гідрологічного та гідрохімічного режиму малих річок регіону (спостерігається замуєність, поширення болотної рослинності, втрата дренажної спроможності, що призводить до заболоченості та підтоплення заплавлених земель; потребують розчистки деякі ділянки середніх та малих річок); підтоплення земель та населених пунктів (124 населених пункти регіону знаходяться у зоні підтоплення); руйнування берегів Кременчуцького водосховища внаслідок водної абразії (зі 156 км. загального фронту берегів водосховища більше третини піддані водній абразії; втрачено більше 800 га. земельних угідь; зруйнована берегова зона наблизилась до двох давніх кладовищ); поширення екзогенних геологічних процесів (розчленованість території області та геологічна будова сприяє розвитку зсувів на схилах річних долин і балок); охорона, використання та відтворення дикої фауни і флори (зафіксовано 2 випадки сказу у лисиць; проводяться профілактичні роботи в області щодо вирішення проблем сказу, недопущення поширення африканської чуми свиней та трихінельозу тварин); проблеми природно-заповідного фонду (відсутність правоустановчих документів (проектів організації територій, актів на землю тощо) призводить до різного роду маніпуляцій із землею, незаконного захоплення земель природно-заповідного фонду) та ін. [Error! Reference source not found.].

Окремо визначаються екологічні проблеми, спричинені збройною російською агресією проти України. Так, під час діє воєнного стану розмір завданої шкоди забруднення атмосферного повітря по області становить 673 026,163 тис. грн.; засмічення / забруднення земельних ресурсів внаслідок надзвичайних ситуацій та бойових дій – 71 232,452 тис. грн. Отже, загальна сума збитків по регіону у 2022 р. становить 744 258,615 тис. грн. [4].

Отже, екологічний стан Полтавщини є відносно стабільний, якщо порівнювати з іншими регіонами країни. В той же час, в області існують певні екологічні проблеми, які потребують вирішення як на рівні держави (удосконалення нормативно-правового регулювання у сфері навколишнього природного середовища), на рівні області, так і на місцевому рівні (розробка й реалізація відповідних цільових програм, залучення інвесторів, проведення екопросвітницької діяльності тощо). Також доцільним є залучення мешканців області, науковців, представників громадських організацій і бізнесу до процесу прийняття рішень з питань охорони навколишнього середовища, у тому числі для створення сприятливої екологічної ситуації для розвитку туризму.

Література:

1. Екологічний паспорт Полтавської області (2021 р.) : затверджений начальником Полтавської обласної військової адміністрації. Полтава, 2023. 181 с. URL: <https://eko.adm-pl.gov.ua/ekorasp21.pdf>.
2. Регіональна доповідь про стан навколишнього природного середовища в Полтавській області у 2021 році. Полтавська обласна військова адміністрація. Полтава, 2022. 173 с. URL : <https://mepr.gov.ua/wp-content/uploads/2023/04/Regionalna-dopovid-Poltavskoyi-oblasti-u-2021-rotsi.pdf>.
3. Словник-довідник сучасних екологічних та природоохоронних термінів / укл. Гончаренко Г. Є., Совгіра С. В. Київ : Наук. світ, 2010. С. 21.
4. Стан навколишнього природного середовища. Департамент екології та природних ресурсів Полтавської обласної державної адміністрації. URL : <https://eko.adm-pl.gov.ua/>.

СЕКЦІЯ 5

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ІНДУСТРІЇ

Криворучко Ганна Валентинівна,

кандидатка економічних наук,

старша викладачка кафедри ресторанного, готельного та туристичного бізнесу

Української інженерно-педагогічної академії

Сучасні можливості використання технології Blockchain в туристичній галузі

За сучасних умов, коли пандемія COVID-19 та війна в Україні значно вплинули на розвиток туристичної галузі, коли відбулась зміна ринкової поведінки як споживачів туристичних послуг, так і їх надавачів, виникає необхідність в використанні та розвитку нових сучасних ІТ-технологій. Ці технології мають відображати результати оперативної діяльності, мати доступ до ресурсів з визначення ступенів ризикованості, забезпечувати проведення процесу контролю за безпекою та захистом системи від шахрайства та втрати інформації/даних. Вирішення цієї проблеми можливо за допомогою технології Blockchain.

Вже існують роботи пов'язані з дослідженням теоретичних та практичних аспектів використання технології Blockchain, наприклад Г.І.Гапоненко, В.Ю.Василенко, О.В.Євтушенко, І.М.Шамара[1], О.В.Смачило[5], Ю.Б.Миронов, Я.О.Барибіна [4] та інші.

Потрібно відмітити, що використання технології Blockchain в туризмі має свої сильні боки, до яких можливо віднести: 1) зменшення витрат при залученні додаткових послуг (наприклад, залучення послуг нотаріуса, аудиторів та інших), що дозволяє зменшити документарний час оформлення та проведення транзакцій; 2) створення ефективного захисту введених даних; 3) в режимі реального часу проводити контроль за виконанням турів, мати доступ до інформації про дешеві пакетні пропозиції на базі інтеграції до єдиної прозорої глобальної системи даних туристичних і гостинних порталів; 4) високий рівень захисту інформації від знищення чи доступу до них третіми особами; 5) створює умови відстеження клієнтами своєї подорожі, збереження в зашифрованому вигляді інформації про вже відвідані тури та зацікавленості відносно нових турів, їжі, відпочинку та інше; 6) відбувається конкуренція між майнерами (версифікаторами транзакцій), що спонукає їх виконувати свої обов'язки якісно та швидко.

Суть технічної частини технології Blockchain чітко описано в роботі [2], тому базуючись на цих дослідженнях можливо відобразити схематично взаємозв'язок між клієнтом туроператора, туроператором та іншими учасниками туру (рис. 1).

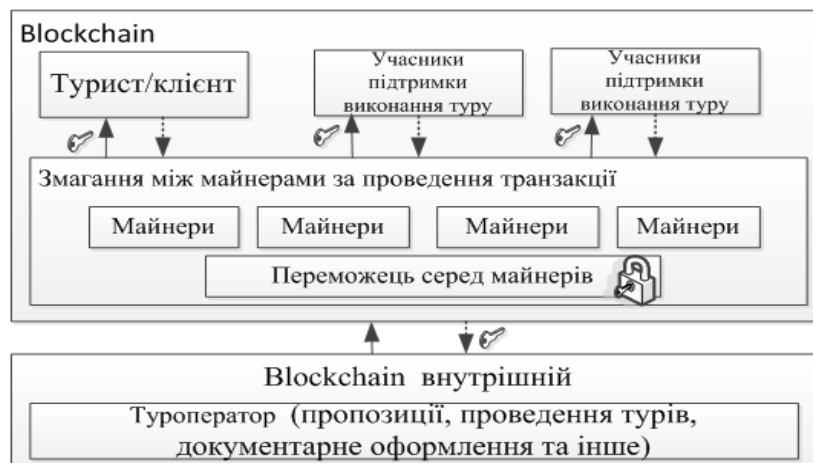


Рис. 1. Схема Blockchain взаємозв'язку між туроператором, клієнтом туроператора та учасниками підтримки виконання туру (готельно-ресторанною структурою, транспортом та інше)

Примітка: авторська пропозиція

Нажаль, і технологія Blockchain має свої недоліки:

- 1) Недосконала законодавча база, яка регламентує використання технології Blockchain пов'язана з туризмом.
- 2) Не можливість виправити помилку при проведенні транзакції.
- 3) Не обізнаність персоналу, який працює в туристичній галузі з технологією Blockchain.
- 4) Використання технології Blockchain потребує значних вкладень, які пов'язані з придбанням обладнання, витратами на спожиту електроенергію, навчання персоналу.
- 5) Відсутність цифрової фінансової грамотності населення / клієнтів.

Крім того, ще залишились питання стосовно використання технології Blockchain в маркетингу для створення реклами для туристичних, готельних послуг та в просуванні послуг. В роботі [3] перелічені та наведена характеристика можливих інструментів, які можуть використовуватись в Інтернет-маркетинг, але як саме реалізується технологія Blockchain не прописано. Наприклад, можливо створити програми лояльності в туристичній галузі на основі технології Blockchain.

Потрібно відмітити, що група дослідників [6] дослідили технологію BloHosT (розумний менеджмент туризму та гостинності з підтримкою Blockchain). Ця система дозволяє клієнтам-туристам взаємодіяти з безліч зацікавленими сторонами використовуючи єдиний ідентифікатор гаманця, який пов'язаний із сервером криптовалюти, для здійснення платежів. Ще однією особливістю цієї системи є те, що дана система дозволяє отримати інформацію/оцінку щодо місць, які надали попередні мандрівники.

В сучасних умовах використання технології Blockchain дозволяє залучити зацікавлених клієнтів, допоможе планувати свої поїздки, проводити швидко з мінімальними витратами процес бронювання готелів з усунування посередників, замовляти авіаквитки, автомобіль напрокат, квитки на видовищні заходи та інше. Але впровадження технології Blockchain не можлива без підвищення фінансової цифрової грамотності співробітників туристичної галузі та, в першу чергу, населення.

Література:

1. Гапоненко Г. І., Василенко В. Ю., Євтушенко О. В., Шамара І. М. Проблеми та перспективи впровадження блокчейн-технології в туристичній галузі України. *Вісник імені В.Н.Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. Вип. 14. 2021. С.142-153.
2. Криворучко Г. В. Технологія Blockchain та перспективи її застосування в процесі бюджетування, орієнтованого на результат. *Економічний вісник Донбасу*. 2018. № 2 (35). С. 108-113.
3. Криворучко Г.В., Пономаренко М.С. Інноваційні підходи використання інтернет-маркетингу у просуванні туристичного продукту. С.130-132.
4. Миронов Ю. Б., Барібіна Я. О. Перспективи використання блокчейн-технологій та криптовалют в індустрії туризму. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. № 75, 2024. С. 95-101.
5. Смачило О. В. Перспективи розвитку блокчейн технологій у сфері глобального фінансового ринку. *Економіка та суспільство*. Випуск 60. 2024. URL: <https://economyand society.in.ua/index.php/journal/article/view/3609>
6. Bodkhe Umesh, Bhattacharya Pronaya, Tanwar Sudeep, Tyagi Sudhanshu, Kumar Neeraj, Obaidat M. S. BloHosT: Blockchain Enabled Smart Tourism and Hospitality Management. *International Conference on Computer, Information and Telecommunication Systems (CITS)*. 2019. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/8862001>

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

Розвиток цифрових технологій у туризмі: онлайн-бронювання, віртуальні тури, мобільні додатки

Цифрові технології стали невід'ємною частиною сучасного життя суспільства, перетворюючи і трансформуючи різні галузі, включаючи туризм та сферу гостинності. В сучасних умовах туристи шукають зручності, персоналізацію та нові враження, а цифрові інновації відповідають на їх очікування, революціонізуючи спосіб, яким здійснюється подорож та відпочинок. Провівши дослідження трендів розвитку цифрових технологій у туризмі, пропонуємо зосередитись на трьох ключових аспектах: онлайн-бронювання, віртуальні тури та мобільні додатки, що на нашу думку, відіграють ключову роль у вдосконаленні досвіду подорожей та наданні користувачам широкого спектру можливостей для подорожей.

Розвиток цифрових технологій в туризмі відкриває безліч нових можливостей для туристів і компаній, що здійснюють свою діяльність в сфері туризму та гостинності.

Онлайн-бронювання. Сучасні туристи вимагають миттєвого доступу до інформації та можливості забронювати подорожі в будь-який час і з будь-якого пристрою. Платформи онлайн-бронювання стають ключовим інструментом для туристичних агентств і закладів розміщення у цьому процесі. Платформи для онлайн-бронювання готелів, авіаквитків, турів та інших послуг стали невід'ємною частиною сучасного туризму. Вони дозволяють подорожнім швидко порівняти ціни та зручно забронювати необхідні послуги безпосередньо з комп'ютера або мобільного пристрою.

Віртуальні тури. Віртуальна реальність (virtualreality) і розширена реальність (augmentedreality) відкривають нові можливості для подорожуючих, які шукають унікальні враження. Віртуальні тури дозволяють користувачам відвідати найцікавіші місця світу прямо з власної домівки. Завдяки віртуальним технологіям значна кількість людей має можливість відвідувати туристичні об'єкти, музеї та інші місця, що особливо актуально в умовах обмежень на міжнародні подорожі, а також для тих, хто шукає можливість зазирнути в нові місця перед реальним відвідуванням.

Мобільні додатки стали невід'ємною частиною подорожей, надаючи подорожнім широкий спектр корисних функцій, від пошуку найкращих пропозицій до навігації та отримання рекомендацій про місцеві визначні пам'ятки. Вони дозволяють знаходити місцеві ресторани, визначати маршрути, отримувати рекомендації та навіть вивчати мови. Додатки також можуть включати функції GPS для навігації та додаткові сервіси, які полегшують подорожі.

Цифрові технології дозволяють туристичним компаніям створювати більш персоналізовані пропозиції для своїх клієнтів. За допомогою аналітики даних та штучного інтелекту можна адаптувати пропозиції під конкретні потреби та вподобання користувачів.

Загалом, цифрові технології в туризмі відкривають безліч нових можливостей для підвищення зручності, персоналізації та доступності подорожей для всіх. Ці технології не лише полегшують життя туристів, а й створюють нові можливості для розвитку туристичної індустрії. А також допомагають компаніям залучати нових клієнтів, забезпечувати персоналізований досвід і підвищувати задоволення від подорожей.

Паньків Марія Михайлівна,
кандидатка історичних наук,
доцентка кафедри ресторанного, готельного та туристичного бізнесу
Української інженерно-педагогічної академії

Роботизація як інноваційний тренд в індустрії туризму та гостинності

В умовах мінливого зовнішнього середовища генерація нових ідей – необхідна умова для сталого розвитку індустрії туризму та гостинності. При успішному впровадженні інноваційних рішень в умовах інформаційної економіки вони можуть перетворитися на новий сервісний продукт, стати основою формування довготривалих конкурентних переваг, підвищити якість обслуговування, автоматизувати бізнес-процеси, стати одним із джерел розвитку, її драйвером. Крім цього, в умовах змін структури та динаміки ринку туризму необхідність впровадження інновацій готельними підприємствами є особливо актуальною.

Дуже часто в індустрії туризму та гостинності використовуються інтелектуальні та інтелектуалізовані системи, які з'явилися завдяки останнім дослідженням можливостей штучного інтелекту. Великою перевагою цих систем є те, що вони можуть аналізувати ситуацію та приймати рішення самостійно. На відміну від інтелектуальних, інтелектуалізовані системи потребують підтримки людини (оператора), яка приймає рішення.

Традиційно роботи, які переймають функціонал людини, були покликані виконувати тільки небезпечну, брудну або монотонну роботу. Однак тенденцією останніх років стає переорієнтація штучного інтелекту на виконання діяльності, що виходить за рамки так званої «ДДД ніші» («dull-dirty – dangerous»). Сьогодні роботи здатні істотно поліпшити життя звичайних людей, забезпечити технологічні процеси. Вже чинні або експериментальні проекти показують можливості «соціальних» роботів – здатних не тільки виконувати певну функцію серед звичайних людей, а й взаємодіяти з ними.

Перші автономні роботи для готельних підприємств були розроблені компанією «Savioke». Зараз їх використовують, наприклад, у Сінгапурі в готелі Jen, а також у Японії в готелі Shinagawa Prince (Токіо). Ці роботи доставляють замовлення в номери гостей, підвозять багаж. Вони в змозі оминати перешкоди і вставати на станцію підзарядки, коли це необхідно. Службовці ресепшена лише завантажують необхідний предмет у робота і вводять номер кімнати, в яку потрібно здійснити доставку [1, с. 3].

Не так давно компанія LG продемонструвала свою лінійку готельних помічників, роботів, які були розроблені спеціально для комерційного використання в готелях, супермаркетах і аеропортах. Ці машини оснащені спеціальним висувним підносом, за допомогою якого вони можуть підносити гостю в ресторані їжу і напої. У цій лінійці є також і робот-носії. Крім доставки багажу, робот також може виконувати операції прискореного заселення-виселення в готелі та приймати оплату, звільняючи гостя від потреби очікування своєї черги [2].

Готель Hilton спільно з IBM створили першого у своєму роді робота-консьєржа зі штучним інтелектом, Конні (Connie). Програмне забезпечення, вбудоване в робота, дає йому змогу краще розпізнавати людську мову. Найчастіше робот перебуває в лобі поруч із ресепшеном. Тут він допомагає обслуговувати гостей: вітає їх, відповідає на їхні запитання. Робот може дати необхідну інформацію про готель, поради визначні пам'ятки або місця за його межами. Технологія, використана при створенні Конні, дала змогу максимально наблизити його штучний інтелект до людського. Чим більше Конні спілкується з людьми, тим розумнішим він стає [3, с. 49].

В Японії, в місті Сасебо (префектура Нагасакі) розташований HennaHotel (що буквально перекладається, як дивний), який обслуговується виключно роботами. На стійці реєстрації гостя зустрічає людиноподібний робот і робот-динозавр. Жінка-робот приймає постояльців, які говорять японською, а динозавр спілкується з англомовами. Під час

реєстрації застосовується технологія ідентифікації обличчя, з її ж допомогою відкривається номер. У цьому готелі можна зустріти і робота-носія, і прибиральника, і гардеробника. У номерах встановлено датчики температури, руху. Додаткові параметри гість може налаштувати з планшета, який буде в номері. У номері на гостя чекає маленький іграшковий робот, який повідомить інформацію про погоду і скаже котра зараз година. Також його можна попросити розбудити вранці. У майбутньому засновники планують побудувати ще 1000 таких самих роботизованих готелів у різних куточках світу. Єдині люди в готелі, крім гостей – це співробітники служби безпеки, які за допомогою камер стежать за роботою роботів [3, с. 57].

На сьогоднішній день найбільш істотними перешкодами на шляху впровадження «соціальних роботів» є такі. По-перше, їхнє використання може викликати відторгнення з боку споживачів, особливо в тих сегментах, у яких «людське» обслуговування вважається важливою складовою якості послуги. По-друге, для роботів сьогоднішнього дня і найближчого майбутнього зберігається висока ймовірність технічних проблем і необхідність залучення фахівців для їх усунення. По-третє, використання «соціальних роботів» вимагає «переналаштування» і внутрішніх процесів компанії, особливо – забезпечення ефективної взаємодії роботів із персоналом [4, с. 118].

Разом з цим, впровадження роботизованих технологій надає ряд переваг. Зокрема, вони допомагають готельному підприємству підвищити якість обслуговування клієнтів. Автоматизація деяких процесів знижує ризик виникнення помилки, викликані людським фактором. Якщо частину робочих функцій на себе беруть роботи, то у звичайних службовців готелю залишається більше часу на те, щоб концентруватися на індивідуальному обслуговуванні, задоволенні бажань гостей. Крім цього, роботи, які ще не стали чимось буденним, становлять ще й елемент маркетингу і залучають нових гостей.

Отже, в індустрії туризму та гостинності технологічні інновації стають важливим джерелом розвитку і зростання, дають змогу залучити нових і зберегти наявних клієнтів, забезпечують швидке розв'язання проблем за рахунок своєчасного реагування на потреби клієнтів. У цьому сенсі розробка і впровадження технологічних інновацій у повному розумінні стає стратегічною зброєю. Можна передбачити, що з розвитком ринку робототехніки їх використання навіть невеликими закладами гостинності стане реальною опцією.

Література:

1. Zsarnoczky M. The digital future of the tourism and hospitality industry. *Boston Hospitality Review*. 2018. № 6. P. 1-9. URL: <https://www.bu.edu/bhr/files/2018/06/The-Digital-Future-of-the-Tourism-and-Hospitality-Industry.pdf>.
2. Wynn M., Lam C. Digitalisation and IT Strategy in the Hospitality Industry. *Systems*. 2023. Vol. 11 (10). DOI: <https://doi.org/10.3390/systems11100501>.
3. Fuste-Forne F., Jamal T. Co-Creating New Directions for Service Robots in Hospitality and Tourism. *Tourism and Hospitality*. 2021. №2 (1), P. 43–61. DOI: <https://doi.org/10.3390/tourhosp2010003>.
4. Drexler N., Lapre V.B. For better or worse: shaping the hospitality industry through robotics and artificial intelligence. *Research in Hospitality Management*. 2019. № 9. p. 117-120. DOI: <https://doi.org/10.1080/22243534.2019.1689701>.

Вплив штучного інтелекту на комунікацію та обслуговування клієнтів у туристичному бізнесі

За останні роки сучасний світ зазнав значних змін, зумовлених швидкою інтеграцією штучного інтелекту (далі – ШІ) в різні аспекти бізнесу, роботи та життя. Технології штучного інтелекту продовжують стрімко розвиватися, їхній вплив на комунікацію та обслуговування клієнтів у різних сферах потребує детального вивчення та прогнозування для досягнення кращих та ефективних результатів. ШІ не оминули і туристичну сферу, яка з кожним роком видозмінюється та зіштовхується з нововведеннями, особливо після наслідків пандемії COVID-19. Внаслідок кризових подій та жорсткої конкуренції на ринку туристичних послуг, українські підприємства туристичного бізнесу потребують створення конкурентних переваг задля покращення своєї діяльності.

Метою дослідження є вивчити вплив інструментів штучного інтелекту на комунікаційні процеси та обслуговування клієнтів у туристичному бізнесі.

Тему штучного інтелекту в туристичному бізнесі досліджували багато українських науковців, зокрема А. Махно, Н. Городиська, О. Розгон, С. Шаров, Д. Лубко, О. Зинов'єва та інші.

Весь час існування, туристична індустрія завжди покладалася на традиційні методи комунікації з мандрівниками, спираючись на людську взаємодію та «ручні» процеси. Всі звикли до контакту людина-людина в цій індустрії і неможливо було уявити, що колись буде інакше. Однак, з появою цифрових технологій ситуація кардинально змінилася. Поява додатків зі штучним інтелектом, програм для автоматизації, чат-ботів та персоналізованих систем рекомендацій відкрила нову еру комунікації та надання послуг. Оскільки туристи все частіше звертаються до цифрових платформ чи додатків для отримання достовірної інформації або задоволення інших туристичних потреб, розуміння впливу штучного інтелекту на комунікацію та обслуговування клієнтів стає першочерговим для бізнесу, що працює в цьому динамічному та змінному середовищі.

Штучний інтелект сьогодні має багато визначень та викликає безліч суперечностей через науковців та бізнес-стратегів. Згідно з визначенням [3], штучний інтелект — це сукупність автоматичних методів і засобів цілеспрямованої переробки інформації (знань) відповідно до набутого в процесі навчання й адаптації досвіду при розв'язанні різних інтелектуальних задач.

Д.Д. Позова зазначає, що у побудові штучного інтелекту застосовуються два принципово різні підходи, які умовно називають алгоритмічний та за допомогою самоосвіти. У першому випадку всі правила, за якими діє інтелект, мають бути прописані вручну, а в другому — потрібно створити алгоритм, який сам навчиться на деякому великому обсязі даних і виділить ці правила самостійно. Перевагою роботи з «алгоритмічним» інтелектом є те, що він ніколи не зробить те, на що не був запрограмований [2].

Сьогодні існує багато рутинних алгоритмічних процесів, які штучний інтелект здатний робити в рази ефективніше за людину, наприклад систематизація та аналіз даних, виконання рутинних завдань у вигляді асистента, систематизація пошуку в інтернеті тощо.

Одним із головних завдань, що вирішує ШІ в туристичній сфері є швидка відповідь на поширені питання, надання достовірної та актуальної інформації, використовуючи персоналізацію та індивідуальний підхід. Згідно досліджень, 8% клієнтів змінюють сервіси бронювання білетів або ж туристичну компанію при відсутності індивідуального підходу, саме тому цей аспект ШІ покликаний не тільки збільшити лояльність користувача, а і підвищити ефективність та успішність бізнесу в цілому [10].

Наразі відома величезна кількість прикладів використання штучного інтелекту для комунікації та обслуговування клієнтів. Так, сингапурські авіалінії Kris створили чат-бот,

який у режимі реального часу допомагає клієнтам забронювати квитки, подивитися оновлення щодо рейсів, відповідає на найпоширеніші питання та надає іншу інформацію стосовно рейсів. Чат-бот працює на основі машинного навчання для надання точних і персоналізованих відповідей своїм користувачам [4]. Компанія управління подорожами, TravelPerk використовує інструмент TwilioFlex і TwilioSegment для сегментації своїх споживачів, відповідно, створюючи більш персоналізований підхід.

Ще один яскравий приклад використання штучного інтелекту у туристичній сфері є інструмент «Мрійте та відкривайте за допомогою штучного інтелекту» від компанії Skyscanner. Завдяки цьому нововведенню користувачі можуть вводити відкриті запити, наприклад: «Найкращі міста для гурманів» і штучний інтелект запропонує їм ряд пропозицій. Також цей інструмент пропонує підказки і готові рекомендації, наприклад «Короткотривалі рейси наступних вихідних», що дозволяє користувачу надихнутися на наступну подорож та систематизувати велику кількість інформації з путівників та сайтів [8]. Аналогічно сервіси Booking.com, Airbnb і TripAdvisor застосовують інструменти штучного інтелекту для персоналізації пропозицій майбутніх туристів, пропонуючи спеціальні умови проживання, які базуються на попередньому досвіді та алгоритмах дій користувача [5].

Штучний інтелект широко застосовується і в сфері VR-технологій, зокрема успішним прикладом можна назвати проект National Geographic Explore VR, який дозволяє відвідати будь-який куточок світу за допомогою технології Oculus 360 [6].

Якщо ж говорити про обслуговування туристів, то варто згадати про сервіс Neo Face Express, який допомагає якісно та швидко обслуговувати великі натовпи людей. Це високоточна технологія розпізнавання облич, яка дозволяє швидко перевірити особисті дані людини і таким чином економить час туристам, покращуючи їх клієнтський досвід [7].

Окрім використання штучного інтелекту, варто звернути на ще один напрямок, який в комплексі зможе дати чудовий результат для компаній — багатоканальність використання ШІ. Згідно з опитуванням Harvard Business Review, 73% споживачів віддають перевагу компаніям, які пропонують кілька каналів для підтримки клієнтів, і той бізнес, який активно працює над розширенням своїх багатоканальних можливостей [9]. Це означає що з кожним роком компаніям та підприємствам потрібно розширювати свої можливості, збільшувати свою присутність на ринку послуг та найголовніше — впроваджувати нові стратегії просування та комунікації, щоб сформувати позитивний імідж та утримувати клієнтів. З вищесказаного та проаналізованого, можна зробити висновок, що окрім того, що компаніям туристичного бізнесу потрібно впроваджувати штучний інтелект, важливо робити акцент на персоналізації та мультиканального залучення на різних платформах за допомогою ШІ.

Сьогодні штучний інтелект вже розпочав нову еру в роботі туристичних підприємств. Незважаючи на неоднозначність поглядів науковців, неможливо заперечувати факт існування штучного інтелекту та його впливу на ведення бізнесу. Натомість — з ним не потрібно боротися, а варто впроваджувати в своє життя та свою діяльність, бо так чи інакше, він вже став великою частиною нашого життя та розпочав процеси, які не зупинити. Дослідження показують, що використання автоматизованих систем дозволяє не тільки скоротити витрати бізнесу, а і підвищити рівень лояльності з боку клієнта та спростити «клієнтський шлях», зробивши його більш точним та якісним. Вітчизняним туристичним організаціям варто в найближчій перспективі пропрацювати план та стратегію для впровадження систем штучного інтелекту у своїй роботі, адже це змінить їхню діяльність раз і назавжди.

Література:

1. Вплив штучного інтелекту на туристичну індустрію. URL: <https://mpost.io/uk/the-impact-of-artificial-intelligence-on-the-travel-industry/#1-ai-powered-travel-planning-and-booking>
2. Позова Д. Д. Правові аспекти наближення автоматичних пристроїв до здібностей людини. *Часопис цивілістики*. 2018 № 26. С. 79-82.

3. Системи штучного інтелекту в плануванні, моделюванні та управлінні: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / За ред. Л.С.Ямпольського, Б.П.Ткача, О.І.Лісовиченко. Київ: ДП «Вид. дім «Персонал», 2011. 544 с. С. 17
4. Як чат-ботизі штучним інтелектом змінюють клієнтську підтримку. URL : <https://www.ranktracker.com/uk/blog/how-ai-powered-chatbots-are-transforming-customer-support/>
5. Artificial Intelligence in Tourism. URL : <https://anywhere.epam.com/business/artificial-intelligence-in-tourism-and-travel-industry>
6. National Geographic explore VR. URL : <https://vertigo-games.com/games/national-geographic-explore-vr/>
7. NeoFace Express. URL : <https://www.necam.com/docs/?id=6c812b4d-2a12-40ed-9fae-fae81550c7aa>
8. Skys cannerde buts AI-powered travel discovery too lin select markets. URL:<https://itbrief.com.au/story/skyscanner-debuts-ai-powered-travel-discovery-tool-in-select-markets>
9. Top 15 Mind-Blowing Omnichannel Statistics You Should Know for 2022. URL:<https://www.clerk.io/blog/omnichannel-stats-2021>
10. Travel Infographic: How Mobile Shapes the Customer Journey. URL :<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-strategies/app-and-mobile/travel-infographic-mobile-shapes-customer-journey/>

Требик Людмила Петрівна,

*кандидатка наук з державного управління, доцентка,
доцентка кафедри публічного управління та адміністрування
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова,*

Требик Дмитро Романович,

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

Роль штучного інтелекту у сучасній туристичній сфері

Туризм є одним з ключових елементів економічного розвитку багатьох країн та загалом у світовому вимірі, у деяких країнах ця галузь є основною економічною сферою країни. У останні роки спостерігається зростання нових бізнес-моделей цієї сфери, це виражається у прискорення процесів інформатизації, а також активне використання веб-сервісів та інших електронних систем для бронювання, резервування готелів, придбання квитків, що загалом можна характеризувати, як розвиток так званого Е-туризму. Ці процеси пов'язані з впровадженням інновацій у сферу туризму, оскільки це є ключовим напрямом для збільшення конкурентних переваг серед подібних підприємств, які постійно змагаються за домінуюче положення на мінливому ринку. Зокрема такі технологічні та техніко-технологічні інновації передбачають активне використання цифрових технологій. Ці технології вводять майже у всі можливі складові туристичного бізнесу, вплив таких технологій можна спостерігати у процесах маркетингу, обслуговування клієнтів, безпосередньої реалізації послуг, та інше.

Цифрова трансформація змінює сферу туризму, забезпечуючи доступність навіть найскладніших продуктів через різноманітні додатки. Туристичні агенти вже незабаром переходять до електронної комерції, адаптуючись до глобальних тенденцій, таких як персоналізація, автоматизація, використання великих обсягів даних та штучний інтелект, а також інструменти розширеної реальності та віртуальної реальності для покращення користувацького досвіду. Час, коли туристичні агенти були єдиною можливістю

забезпечення індивідуального підходу до потреб мандрівників, вже минув. Сьогоднішні користувачі можуть самостійно бронювати складні маршрути та послуги, хоча десять років тому цей процес був складним і заплутаним через розкидані дані та нестандартні вимоги [5].

Сучасні технології дозволяють потенційному туристові знайти найбільш відповідну транспортну пропозицію для навіть найскладніших маршрутів за лічені клацання мишкою. Використання штучного інтелекту та нейромереж спрощує процес вибору перевізника, готелю чи гіда та зберігає час та зусилля при плануванні. Однак користувачі мають високі вимоги до персоналізації: за даними звіту McKinsey&Company, 88% клієнтів готові змінити платформи бронювання або туркомпанії, якщо їм не надається індивідуальний підхід. Останнім часом на міжнародному ринку стає все популярніше використання інструментів, що забезпечують високий рівень персоналізації під час вибору білетів та обслуговування клієнтів. Згідно з дослідженням McKinsey&Company, за останні роки проникнення штучного інтелекту в бізнес зростає шаленими темпами, що свідчить про його значущість у теперішньому та перспективи на активне розширення в майбутньому [3].

Індустрія подорожей — це та галузь, де цілодобова підтримка на вимогу необхідна для надання допомоги клієнтам у режимі реального часу. Використання чат-ботів і помічників на основі штучного інтелекту для живої підтримки, є найефективнішим способом заощадити час, кошти та підвищити ефективність, як особистого так і комерційного планування туристичних подорожей. Чат-боти можуть бути корисним інструментом, щоб допомогти з організацією всіх поїздок, надати миттєві відповіді в будь-який час доби щодо рейсів, готелів, транспортних засобів і розважальних місць у пункті призначення. Kayak і Expedia, одні з найвідоміших сайтів пошуку подорожей, уже інтегрували ботів у свою платформу. Туристи використовують розмовну мову для пошуку авіарейсів, готелів і заходів, щоб допомогти мандрівникам у плануванні подорожей. Ще один робот зі штучним інтелектом, «Connie», який працює на основі програми штучного інтелекту IBM, використовується мережею готелів Hilton для надання туристичної інформації гостям і роботи консьєржа. У Cosmopolitan of LasVegas є консьєрж Rose AI, щоб покращити враження від гостей [4]. Засновуючись на цьому досвіді, можна стверджувати, що чат-боти на основі штучного інтелекту стають дуже зручним інструментом для підтримки користувачів на кожному етапі планування подорожей і можуть значно оптимізувати взаємодію з клієнтами.

З поширенням штучного інтелекту в туризмі, він стає корисним не лише для допомоги мандрівникам у плануванні подорожі, але й під час їх перебування. Віртуальні голосові помічники в номері можуть покращити враження гостей, відповідаючи на їх запитання, виконуючи замовлення, такі як налаштування температури в номері, увімкнення телевізора та його вимкнення, регулювання освітлення, повідомлення про час сніданку у готелі та інше. Багато готельних мереж використовують голосові помічники на основі штучного інтелекту, щоб передбачити потреби гостей, надавати індивідуальні рекомендації забезпечувати більш персоналізований сервіс для гостей [2].

Розпізнавання обличчя використовується в різних галузях бізнесу для прискорення процесу реєстрації та заощадження часу. Наприклад, рішення з розпізнавання обличчя готельних гостей дозволяють проводити безконтактну реєстрацію, уникнувши використання кімнатних ключів чи карт. Системи розпізнавання обличчя на основі штучного інтелекту також спрощують перевірку особи та посадку на рейси за допомогою обличчєвих сканерів без фізичного посадкового квитка. Хоча використання цієї технології в аеропортах було досить спірним у зв'язку з обуренням через приватність та використання даних, багато аеропортів широко впроваджують її, щоб замінити традиційний метод посадки та полегшити процеси реєстрації та виїзду [1].

Отже, не лише поточні процеси, можуть бути покращені за допомогою штучного інтелекту, але також завдяки ШІ можуть з'явитися нові послуги, що базуються виключно на подальшому розвитку цієї технології. Одне можна сказати з впевненістю — її світле майбутнє вже зовсім близько. День за днем все більше компаній вирішують трансформувати транспорт, проживання, готелі, туристичні гіди та інші послуги за допомогою штучного

інтелекту. Наступним логічним кроком є адаптації ресурсів штучного інтелекту доступнішими для аудиторії незалежно від їх рівня технологічної грамотності. Іншою особливістю є зміцнення зв'язку між галузями, включаючи більш захищене управління ланцюгом постачання, виявлення шахрайства, пом'якшення ризиків та процедури управління бюджетом компаній та власних коштів мандрівників. Коли мова йде про ШІ та його практичне використання, часто виникають суперечності. Однак ця технологія вже довела свою ефективність у бронюванні квитків, управлінні ризиками, пов'язаними з авіаперельотами, покращенні обслуговування клієнтів та інших аспектах туристичної галузі. Наступне покоління штучного інтелекту може принести ще більше досягнень, які дозволять задовольняти більшу кількість потреб клієнтів та бізнес-цілей.

Література:

1. Development and Optimization of Check-in System Based on Face Recognition Technology / P.Chenetal. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. 2020. Vol. 782. P. 052022. URL: <https://doi.org/10.1088/1757-899x/782/5/052022>.
2. Kim J., Erdem M., Kim B. Adoption of in-room voice assistants: a cross-cultural study. Journal of Hospitality and Tourism Insights. 2023. URL: <https://doi.org/10.1108/jhti-02-2023-0082>
3. LLM/GPT Generative AI and Artificial General Intelligence (AGI): The Next Frontier / A.F.Mohammadetal. 2023 Congress in Computer Science, Computer Engineering, & Applied Computing (CSCE), Las Vegas, NV, USA, 24–27 July 2023. 2023. URL: <https://doi.org/10.1109/csce60160.2023.00073>
4. Melián-González S., Gutiérrez-Taño D., Bulchand-Gidumal J. Predicting the intentions to use chatbots for travel and tourism. Current Issues in Tourism. 2019. P. 1-19. URL: <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1706457>
5. Подольський Є. Вплив штучного інтелекту у туризмі. 2022. URL: <https://dip.org.ua/turizm/vpliv-shtuchnogo-intelektu-u-turizmi/>

Фасолько Тетяна Миколаївна,

кандидатка економічних наук, доцентка

*доцентка кафедри фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова*

Математичні методи в аналізі ризиків та розрахунку премій в страховій діяльності туристичної компанії

Страхування, як ключова складова фінансової системи, відіграє важливу роль у зменшенні фінансових ризиків та забезпеченні фінансової стабільності як для окремих осіб, так і для компаній. У сучасному світі, де туризм найбільш динамічно розвивається, страхування стає необхідністю для забезпечення безпеки та захисту туристів під час їхніх подорожей. Туристичні компанії зіштовхуються з різноманітними ризиками, такими як медичні екстрені ситуації, втрата багажу, аварії та інші непередбачені обставини, які можуть виникнути під час подорожі. Щоб забезпечити ефективне управління цими ризиками та надати надійний захист клієнтам, туристичні компанії використовують математичні методи в аналізі ризиків та розрахунку премій у страховій діяльності. Розглянемо ключові аспекти використання математичних методів у страховій діяльності, включаючи актуарний аналіз, моделювання ризиків та розрахунок премій. Перелічені методи допомагають страховим компаніям ефективно оцінювати ризики, створювати конкурентоспроможні та фінансово стійкі продукти, а також ефективно управляти своїми фінансами. Детальніше розглянемо кожен з цих аспектів.

Актуарний аналіз – метод, який використовується для оцінки ризиків та визначення оптимальних премій на основі статистичного аналізу та моделювання великих обсягів

даних [2]. У страхуванні туризму актуарний аналіз відіграє важливу роль у визначенні тарифів та ризиків, пов'язаних із подорожами та туристичними подіями. Він базується на аналізі статистичних даних про ризики, які можуть виникнути під час подорожі.

Основні аспекти актуарного аналізу в страхуванні туризму включають:

а) аналіз історичних даних: збір та аналіз даних про туристичні події, включаючи страхові виплати, збитки, претензії та інші інциденти;

б) моделювання ризиків: застосування математичних моделей для аналізу ймовірності виникнення різних подій та їхніх можливих наслідків для страхового випадку. Ці моделі можуть використовувати методи статистичного аналізу та комп'ютерного моделювання;

в) аналіз ризиків: використання розроблених математичних моделей для аналізу ризиків та оцінки їхнього впливу на страховий випадок. Це дозволяє забезпечити обґрунтований підхід до встановлення страхових премій та управління ризиками;

г) прогнозування ризиків: прогнозування можливих ризикованих ситуацій та їхніх можливих наслідків для страхового випадку. Це допомагає страховим компаніям приймати обґрунтовані рішення щодо страхових продуктів та тарифів.

Питання оцінювання ризиків та визначення вартості страхового покриття у страхуванні є одним із найменш досліджених у страховій діяльності, що є передумовою вибору оптимального методу аналізу для вибору стратегії управління стійкістю страхових компаній. Оцінювання ризиків полягає у визначенні кількісним або якісним способом ступеня ризику [1].

Щодо визначення вартості страхового покриття для туристів на основі їхніх особистих характеристик, типу подорожі, тривалості, місця призначення та інших факторів ризику – використовується розрахунок премій. Цей процес базується на аналізі ризиків та прогнозуванні можливих збитків, які можуть виникнути під час подорожі. В розрахунок премій в страховій діяльності використовуються різноманітні математичні методи, які допомагають визначити адекватну вартість страхового покриття для клієнтів. Сюди відносяться методи теорії ймовірностей, математичні моделі статистичного аналізу, методи математичного програмування, а також фінансові моделі та аналіз. Вони допомагають врахувати фінансові аспекти страхових операцій, такі як часова вартість грошей, ризикований капітал та рентабельність страхових продуктів.

Використання математичних методів в аналізі ризиків та розрахунку премій в страховій діяльності туристичних компаній є надзвичайно важливим для забезпечення безпеки та захисту подорожуючих. Згідно з нашим дослідженням, математичні моделі, які використовуються для оцінки ризиків, дозволяють туристичним компаніям ефективно визначати потенційні загрози та розраховувати адекватні страхові премії. Актуарний аналіз дозволяє точно оцінити ризики та встановити конкурентоспроможні тарифи, забезпечуючи надійне страхове покриття для клієнтів.

Отже, застосування математичних методів в аналізі ризиків та розрахунку премій дозволяє туристичним компаніям не лише забезпечити безпеку та захист своїх клієнтів, а й зберігати стійкість та конкурентоспроможність на ринку. Висока точність та обґрунтованість розрахунків, здійснених за допомогою математичних методів, стають ключовими факторами успіху в сучасній туристичній індустрії.

Література:

1. Бездітко К., Загорська Д. Управління ризиками у страхуванні. *Молодий вчений*. 2023. № 12 (124). С. 151-156. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-12-124-6>

2. Фасолько Т.М. Роль актуарної математики в розвитку страхових продуктів: від оцінки ризиків до стратегій управління ризиками. *Управлінські та правові засади забезпечення розвитку України як європейської держави: збірник тез XXVIII щорічної звітної наукової конференції науково-педагогічних працівників, докторантів та аспірантів*. (м.Хмельницький, 19 березня 2024 року). Хмельницький : Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2024. С.112.

СЕКЦІЯ 6

СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ, ПСИХОЛОГІЧНІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ

*Бабасва Олена Володимирівна,
кандидатка географічних наук,
доцентка кафедри ресторанного, готельного та туристичного бізнесу
Української інженерно-педагогічної академії*

Особливості організації анімації в тематичних парках

Все більш актуальною в двадцять першому столітті стає необхідність у повноцінному відпочинку, що пов'язано з безперервним темпом життя та зростанням емоційних навантажень сучасної людини. Все це визначає ролі туристично-рекреаційної діяльності, тобто діяльності людини у вільний час, яка здійснюється з метою відновлення її фізичних і психологічних сил.

Тема туранімації та впливу її на людину досліджується науковцями починаючи з середини двадцятого століття. У туризмі анімація поживає, активізує, одухотворяє відпочинок туристів.

Тематичні парки створювалися спочатку орієнтуючись на сімейний відпочинок. Вони пропонують відвідувачам широкий вибір розваг і послуг: атракціони, анімаційні програми, шоу, можливість створити щось своїми руками під керівництвом досвідченого інструктора тощо.

За задумом творців, в такому парку незалежно від його тематики не повинні нудьгувати ні дорослі, ні діти. Ефект був досягнутий, і в даний час доросле населення переважає серед відвідувачів тематичних парків. Специфіка діяльності тематичних парків визначається їх спеціалізацією, профілем, способом розташування і можливістю довгострокового проведення дозвілля. Саме анімація в тематичних парках є ключовою позицією.

Залежно від тематики парку підбирається індивідуальна анімація. Окремі атракціони, зустрічі з героями, подорожі, екскурсії, вечірки оформлюються у певному стилі. Тож, якщо тематика парку казкова, то аніматори одягають костюми героїв казок, мультфільмів, і зустрічають гостей у вигляді принцес, звірят чи інших персонажів улюблених творів. Вистави в такому разі також стилізуються під певні казки, наприклад «Білосніжку» чи «Попелюшку».

Якщо ж мова йде про такі види тематичних парків, як аквапарки, то, відповідно, локація наповнена різноманітними водними атракціонами. В такому разі тематикою анімації може бути підводний світ.

Отже, організація анімацій в тематичних парках є дуже відповідальною та кропіткою роботою, що має свої особливості та потребує максимальної концентрації на деталях, щоб задовольнити всі забаганки людей різних вікових категорій, починаючи від малечі й до людей «елегантного віку».

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

Сучасний розвиток кавового туризму у Львові

Гастрономічний туризм країні десятиріччя активно популяризується у сучасному дозвіллевому світі. Чимало країн відомі всьому Світу саме через етнічні особливості національної кухні або кулінарні традиції. Гастрономічний туризм – це подорож, метою якої є ознайомлення з кулінарними традиціями країн Світу шляхом дегустації національних страв та напоїв [1]. Вирушаючи в бажаний гастрономічний тур, кожен мандрівник має змогу ознайомитись з особливостями місцевої кухні, скуштувати унікальні страви, спробувати напої. Одним з популярних різновидів гастрономічного туризму є кавовий. Сучасний світ важко уявити без кави, адже вживання цього запашного напою стало традицією для мільйонів у різних країнах. Кожен народ має свої правила і звички у приготуванні та вживанні цього відомого напою. Вважається, що кава за своєю популярністю серед напоїв поступається хіба що воді. Це і визначає актуальність вивчення цього аспекту сучасниками дослідниками й учасниками ринку туристичних послуг.

В Україні кавовий туризм може бути представлений у Львові. Детально традиції кавування цього прекрасного старовинного міста досліджував письменник Юрій Винничук. У своєму відомому творі «Таємниці львівської кави» автор здійснював літературну подорож кав'ярнями Львова. Давня традиція кавування, що змальована у красензавчій книзі «Таємниці львівської кави», акцентує увагу читача на тому, що в місті традиційно кожна кав'ярня мала свою ауру.

Метою нашого дослідження є короткий історичний екскурс, в процесі якого окреслимо особливості кавового туризму у Львові та зробимо відповідні висновки про популярність цього перспективно-цікавого напрямку в Україні. Також цікаво буде поглянути на майбутній розвиток і прибутковість екскурсійних програм, спрямованих на пізнання кавових традицій обраної дестинації.

Кавовий туризм – це відносно нова стежка, яка порівняно недавно виокремилась як окремий вид гастрономічного туризму, тому ще мало досліджена в Україні. Проте, загальновідомим є факт, що кавовою столицею України є Львів. Місто має неймовірну кількість закладів, кожен з яких пропонує своїм відвідувачам і поціновувачам кави як класичні кавові напої, так і авторські й навіть родинні рецепти. Часто подорожуючі та рекреанти прагнуть завітати до міста Лева заради того, щоб скуштувати ароматну львівську каву. Історія кавоманії у місті Лева сягає кінця XVIII ст., коли владу захопила Австрійська імперія. Європа на той час уже як століття насолоджувалась цим напоєм, що прийшов зі Сходу. Саме австрійці дали змогу дізнатися і закохатися львів'янам у каву. Зараз кав'ярні Львова – це невеликі столики, стільці, холоднуватий колір стін, підшивки різних друкованих видань, непомітні світлини в рамках на стінах. Одним з таких закладів є «Віденська кав'ярня», яку і досі вважають своєрідним зразком та еталоном класичних кав'ярень старого Відня.

У нинішній час з'явилося чимало кав'ярень, а мода на них усе ще продовжує поширюватись. Виробництво кави у Львові розпочалося з львівської кавової фабрики, заснованої в грудні 1932 року під назвою «Львівська кооперативна фабрика домішок до кави». Пройшовши довгу та складну історію – станом на сьогодні ця львівська кавова фабрика є українсько-англійським підприємством «Галка Лтд». Це не тільки провідне потужне сучасне підприємство, де застосовують новітні технології, але й виробництво з принциповими позиціями щодо збереження натуральності й екологічності сировини, на основі якої випускається високоякісна готова продукція.

Варто зауважити, що сучасний Львівський кавовий туризм активно продовжує розвиватись та пропагуватись різноманітними місцевими туристичними операторами. Разом із тим, активно функціонує яскраве різноманіття екскурсій саме по «кавових місцях» Львова. Серед корінних містян побутує прислів'я: «відпочити за чашкою кави у Львові – це данина місцевим традиціям і частинка місцевого, суто львівського духу».

Отже, вищесказане є доказом, що кавовий туризм – це один з улюблених різновидів відпочинку та подорожі. Чимало туристів і фахівців у сфері подорожей не тільки рекомендують, але й пропагують саме такий вид відпочинку. Туристи матимуть гарну нагоду поповнити свої знання про улюблений напій, його різновиди та способи приготування, насолодитися неповторною атмосферою Львова. Адже, для львів'ян кава була і залишається сакральним напоєм, а кав'ярня – місце особливого ритуального дійства, що включає декілька взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих складових: хороша кава, особлива атмосфера, приємний співрозмовник.

Література:

1. Гастрономічний туризм. URL: http://pidruchniki.com/1209061343560/turizm/gastro-nomichniy_turizm.
2. Кава у Львові. URL : http://lviv.travel/ua/what_to_do/coffee_lviv.
3. Кафе та кав'ярні Львова. URL : <https://top-tour.lviv.ua/ekskursiya-kavovyj-lviv-z-shokoladnym-prysmakom/>

Горкун Максим Олександрович,

*здобувач вищої освіти 2 курсу навчально-науково-виробничого центру
Національного університету цивільного захисту України,*

Поступна Олена Вікторівна,

*доктор наук з державного управління, професор,
доцент кафедри менеджменту навчально-науково-виробничого центру
Національного університету цивільного захисту України*

Географічні та соціальні передумови розвитку туризму у Львівській області

Львівська область є однією з адміністративно-територіальних одиниць з 24 областей України. Утворена 4 грудня 1939 р. Розташована в західній частині України, яку традиційно називають Галичиною. Львівщина межує на півночі і північному сході з Волинською і Рівненською областями, на сході і південному сході з Тернопільською та Івано-Франківською областями, на півдні із Закарпатською областю, на заході з Республікою Польщі. На заході межі області збігаються з українсько-польським державним кордоном протяжністю майже 280 км. Сама ж Львівщина має площу в 21,8 тис.км. , що становить 3,6% території всієї країни. За розмірами область посідає 17 місце серед областей України. Слід зазначити, що, відповідно до географічного розташування області, крайніми її координатами є: північна точка – це с.Пісочне Сокальського району, південна – с. Ялинкувате Сколівського району, західна – с. Міхова Старосамбірського району, східна – с. Нелія Бродівського району [4].

Як зазначається в паспорті Львівської області, «позитивним у географічному положенні Львівської області є те, що по її території пролягають міжнародні комунікації, які з'єднують Україну з Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією» [3]. Частина області розташовується в межах Волинської та Подільської височини, що відокремлені долиною р. Дністра (басейн Чорного моря) від Передкарпаття. На південному заході області розташовані хребти Українських Карпат. Північна частина області розташована в лісостеповій зоні. Таким чином, територія області має такі географічні зони, як рівнина, гори, ліси та лісостеп, що сприяють розвитку сільського та рекреаційного господарства.

Населення Львівської області за даними Державної служби статистики України станом на лютий 2022 р. складає наявного населення 2476,1 тис. осіб та постійного населення – 2457,7 тис. осіб. Стан з формуванням приросту (скорочення) чисельності населення по області є негативним, а саме загальне скорочення в середньому кожного року відбувається близько 2 тис. осіб, у тому числі за рахунок природного скорочення близько 90-95 %, а за рахунок міграції – 5-10% [5]. На жаль, офіційні дані оприлюднені лише до початку повномасштабного наступу російських військ на територію України. Розуміємо, що сучасна положення з чисельністю населення є набагато гірша, що потрібно враховувати під час розробки програм розвитку туризму в Львівській області. Не зважаючи на перелічені дані та всі обставини, зі всього населення області 60,7% складає міське і 39,3% сільське населення, що впливає на формування економічного розвитку регіону.

Щодо етнічного складу населення Львівщини, то за даними Енциклопедії історії України, тут переважають українці (90%), у гірській частині проживають специфічні українські етнічні групи – бойки і лемки; серед інших національностей, які є незначними за чисельністю, – це росіяни (7%), поляки (1%), білоруси та молдовани [1].

Адміністративно Львівська область після процесу децентралізації України складається з 7 районів та налічує 1928 населених пунктів і 73 територіальні громади. Серед населених пунктів області статус історичних населених місць мають 39 міст, серед яких: Львів (він є центральним містом області), Белз, Бібрка, Борислав, Броди, Буськ, Великі Мости, Винники, Глиняни, Городок, Доброміль, Дрогобичта інші. Також в області є 18 селищ міського типу. Загальні дані по районах наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Дані Львівської області по районах

| № з/п | Назви районів | Кількість територіальних громад | Кількість населених пунктів | Площа територіальних громад, км ² | Чисельність населення, тис. осіб |
|-------|------------------|---------------------------------|-----------------------------|--|----------------------------------|
| 1 | Дрогобицький | 5 | 89 | 1493,4 | 237,4 |
| 2 | Золочівський | 7 | 277 | 2887,9 | 162,0 |
| 3 | Львівський | 23 | 531 | 4976,2 | 1149,9 |
| 4 | Самбірський | 11 | 286 | 3247,1 | 225,9 |
| 5 | Стрийський | 14 | 292 | 3854,0 | 325,5 |
| 6 | Червоноградський | 7 | 205 | 3001,2 | 231,0 |
| 7 | Яворівський | 6 | 248 | 2373,2 | 180,3 |

Примітка: складено автором за даними джерела [2]

Виходячи з даних таблиці, можна зробити висновок, що Львівський район є найбільшим серед усіх районів області, а саме мають найбільші показники по створеним територіальним громадам (31,5 % від усіх територіальних громад області) та їх площю, кількості населених пунктів та чисельності населення (лише в одному районі нараховується більше 1 млн). Якщо говорити про найменші показники, то таким районом є Дрогобицький (кількість територіальних громад та їх площа, населених пунктів). Щодо чисельності населення, то цей район, не дивлячись на те, що має найменшу площу, займає третю позицію по чисельності населення, тобто є густозаселеним.

Підсумовуючи все вище зазначене, можна стверджувати, що Львівська область має вигідне та зручне географічне розташування, оскільки є вихід до країн ЄС, з якими Україна має безвізовий режим, що сприяє розвитку міжнародного туризму. Також Львівщина межує із західними областями України, що сприяє розвитку внутрішнього туризму. Область є найбільш урбанізованою територією серед західних областей країни, проте одночасно є лідером з абсолютною чисельністю сільського населення.

Література:

1. Верменич Я. В. Львівська область. *Енциклопедія історії України*: Т. 6: Ла-Мі / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Ін-т історії України. Київ: Вид-во «Наукова думка», 2009. URL: http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe=Lvivska_oblast.
2. Львівська область. *Децентралізація*. URL : <https://decentralization.ua/areas/0322>.
3. Паспорт Львівської області. *Львівська обласна рада*. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua/about-the-council/pasport-lvivskoji-oblasti>.
4. Про Львівщину. *DailyLviv.com. Щоденний Львів*. URL : https://old.dailylviv.com/?page=about_region.
5. Чисельність населення по регіонах (за оцінкою) на 1 лютого 2022 року та середня чисельність у січні 2022 року. *Державна служба статистики України*. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.

Данілкович Андрій Олександрович,
здобувач вищої освіти бакалаврського рівня
факультету публічного управління
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Комунікація у сфері туризму

У сфері туризму комунікація відіграє важливу роль у всіх аспектах подорожі. Взаємодія між туристами, туроператорами, готелями й іншими учасниками галузі через різноманітні канали сприяє ефективному плануванню та організації подорожей. Міжкультурна комунікація також важлива, оскільки туристи з різних країн і культур зустрічаються у туристичних місцях. Ефективна комунікація сприяє взаєморозумінню, толерантності та створенню позитивного досвіду для всіх учасників. Застосування інформаційних технологій, таких як онлайн-бронювання та мобільні додатки, робить процес планування та бронювання подорожей більш зручним і доступним [1].

Спілкування через соціальні медіа також стає дедалі популярнішим способом обміну інформацією та враженнями про подорожі. Кризовий менеджмент є ще одним аспектом, де комунікація виявляється критичною. У випадку непередбачених обставин, таких як природні катастрофи або епідемії, швидка та ефективна комунікація між усіма зацікавленими сторонами допомагає забезпечити безпеку та зручність для туристів.

Крім того, комунікація грає важливу роль у створенні позитивного іміджу місцевостей, готелів та інших туристичних послуг. Ефективна комунікація може підвищити привабливість туристичного напрямку та привернути більше клієнтів. Навички міжособистісної комунікації також є важливими для працівників туристичної галузі. Вміння вести відкритий та ефективний діалог з клієнтами допомагає створити позитивний досвід та підвищити лояльність клієнтів. Загалом, комунікація в сфері туризму є ключовим елементом успішної подорожі та розвитку галузі в цілому. Її ефективне використання сприяє покращенню якості обслуговування, збільшенню конкурентоспроможності та створенню позитивного впливу на галузь [2].

Зв'язок у сфері туризму є важливим фактором для успішності подорожей та розвитку туристичної галузі загалом. Комунікація відіграє ключову роль у всіх аспектах туристичного досвіду, починаючи від планування подорожі до самого повернення додому. В першу чергу, ефективна комунікація між туристами та туроператорами, а також між туристами та готелями, дозволяє забезпечити точне та зручне планування подорожей, враховуючи всі побажання та потреби клієнтів. Завдяки розвитку інформаційних технологій, таких як онлайн-бронювання та мобільні додатки, процес бронювання та організації подорожей став

більш доступним та зручним для клієнтів. Крім того, міжкультурна комунікація відіграє важливу роль у туризмі, оскільки туристи з різних країн та культур зустрічаються у туристичних місцях [3].

Ефективне спілкування сприяє взаєморозумінню, толерантності та створенню позитивного досвіду для всіх учасників. Комунікація також відіграє важливу роль у розв'язанні можливих конфліктів та непорозумінь. Необхідно також відзначити важливість комунікації в кризовому менеджменті туризму [4]. У випадку непередбачених обставин, таких як природні катастрофи або епідемії, швидка та ефективна комунікація між усіма зацікавленими сторонами допомагає забезпечити безпеку та зручність для туристів та місцевого населення.

Крім того, ефективна комунікація допомагає створити позитивний імідж місцевостей, готелів та інших туристичних послуг. Вона підвищує привабливість туристичного напрямку та привертає більше клієнтів. Навички міжособистісної комунікації також є важливими для працівників туристичної галузі, оскільки вони забезпечують позитивний досвід для клієнтів та сприяють збільшенню лояльності [5].

Література:

1. Макарова О. Комунікація як ключовий фактор успіху в індустрії туризму. URL : <http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/download/3992/4014/4015>
2. Бондаренко І. Особливості комунікаційної стратегії в туризмі. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/86471/1/Zhuravka_tourist%20market.pdf
3. Черевко А. Тенденції розвитку комунікацій в туризмі. URL : http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_mtk/
4. Герасимчук О. Використання соціальних мереж в комунікації з туристами. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/domashenko.htm
5. Даниленко І. Роль комунікації в формуванні іміджу туристичної дестинації. URL : <https://osvita.ua/vnz/guide/search-17-0-0-34-175.html>

*Дочинець Інга Вікторівна,
асистентка кафедри готельно-ресторанної справи
Національного університету харчових технологій*

Соціально-культурні аспекти розвитку туризму і рекреації в Україні

Туристична сфера на сьогодні стрімко прогресує, що сприяє активному економічному розвитку багатьох країн світу. Розвиток туристичної галузі також сприяє підвищенню надходжень до бюджету, створенню нових робочих місць, розвитку інфраструктури та будівництву нових туристичних об'єктів, посиленню охорони та реконструкції існуючих історико-культурних пам'яток. Впродовж останніх років індустрія гостинності в Україні, яка взаємопов'язана з індустрією туризму перебуває в стані стагнації, боротьби із зовнішніми проблемами за виживання порівняно зі світовою. У багатьох країнах світу та і в Україні туризм став джерелом доходів бюджету, розбудова рекреаційно-туристичної галузі та посилення її впливу на економічний розвиток стали одним із пріоритетних напрямків розвитку господарства індустрії гостинності.

Туризм, як прояв соціального життя, є похідною громадського розвитку. Своїм виникненням він завдячує індустріальному періоду розвитку людства, якому був характерний швидкий розвиток продуктивних сил, поглиблення поділу праці, розвиток урбанізаційних процесів. На сучасному етапі туризм став частиною стилю життя третини людства і участь у туристичному процесі можна розглядати як складову якості життя. Серед основних функцій туризму слід зазначити рекреаційну, соціальну, культурну, екологічну,

економічну, просвітницьку і виховну. Рекреація як біологічна функція та соціальне надбання певного етапу розвитку людства сама є поняттям широким [1].

Туризм є складовою рекреації, пов'язаною з подоланням простору задля відпочинку, розваги, лікування або з будь-якою іншою метою, не пов'язаною з отриманням прибутку. Сутність рекреаційної функції туризму є фізіологічна та психологічна релаксація людини. Вона знаходить своє вираження у відновленні під час туристичної поїздки фізичних сил людини, її оздоровленні, набутті нових вражень та відчуттів. Сучасний стиль життя урізноманітнює проведення дозвілля в бік інтелектуалізації, саморозвитку, посилюючи тим самим культурну функцію туризму. Туризм виступає засобом комунікації та саморозвитку, підвищення рівня освіти та загальної культури шляхом ознайомлення з культурою, побутом, традиціями та віруванням, стилем та характером життя інших народів, з культурною спадщиною людства та перлинами природи. В свою чергу, оздоровлення населення, підвищення його працездатності та рівня культури шляхом здійснення культурно-просвітницької та рекреаційної діяльності посилює соціальну значущість туризму. В наш час подорожування виступає ознакою певного рівня і стилю життя, фіксатором соціального статусу, засобом закріплення іміджу та інших соціальних ознак. Доступність туристичних послуг, соціальна орієнтованість туризму розширює коло споживачів, залучаючи нові верстви населення до туризму[2].

Розвиток галузі гостинності в Україні з економічної діяльності є матеріально-технічною базою, тобто основою для освоєння туристично-рекреаційного потенціалу та розвитку туризму в країні. Проте ситуація на частині території держави призвели до значного сповільнення темпів розвитку індустрії гостинності та туризм. Високорозвинена індустрія є візитною карткою будь-якої країни та показником її соціально-культурного розвитку та рекреації, яка передбачає систему заходів та їх реалізацію з метою задоволення потреб споживачів.

Література:

1. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ: Альтерпрес, 2002. 436 с. URL : https://infotour.in.ua/lubiceva_rtp11.htm.
2. Рекреаційна функція туризму. URL : <https://studfile.net/preview/5118335/page:8/>.

*Загинайко Вікторія Сергіївна,
здобувачка 3 курсу кафедри менеджменту
Національного університету цивільного захисту України*

Розвиток тревел-блогінгу в Україні

Тревел-блогінг – захоплюючий світ, який став не лише популярним хобі для багатьох людей, а й потужним інструментом для відкриття нових країн, цікавих маршрутів, культурних традицій, спорту, національної кухні. Він надає можливість подорожуючим ділитися своїми пригодами з усім світом та надихати нових людей до подорожей. Як світові, так і українські тревел-блогери активно використовують цей формат, щоб розповісти про красу та унікальність своєї країни, привертаючи увагу до місць, які заслуговують на увагу, та відкриваючи нові горизонти для туризму.

Тревел-блогінг – особисті пости або записи (блоги) туриста (блогера), що відносяться до планової, поточної чи минулої подорожі. Тревел-блог, як цілісне утворення, складається з окремих постів, яким автор блогу задає певний стиль, структуру, характер тощо. Тревел-блоги відкривають безліч можливостей для творчого вираження через різноманітність контенту. Фотографії та відео, які вони включають, допомагають глядачам краще уявити відвідані місця, а власні думки та рецензії роблять контент більш особистим та цікавим [1].

Щороку тревел-блогінг набуває все більшої популярності в Україні. У зв'язку з повномасштабним вторгненням, тревел-блогери стали активно розповідати про безпечні туристичні маршрути, стан доріг та готелів, а також рекомендувати безпечні зони для відпочинку. Їхні публікації також стали важливим джерелом інформації про культурні заходи та фестивалі, що сприяє приверненню уваги туристів [2]. Окрім того, тревел-блогінг має значний вплив на громадську думку, що підтверджується зростанням зацікавленості українців у подорожах та бажанням відкривати нові місця для відвідування. Він сприяє формуванню віртуальної культури, де анонімна, але автономна особистість може висловлювати думки та взаємодіяти зі спільнотою.

Українські тревел-блогери, такі як Дмитро Комаров, Антон Птушкін, Маша Себова, Христина Жук та інші, займають важливе місце в системі блогінгу завдяки унікальному контенту, який приваблює аудиторію своєю емоційністю, корисністю та незвичним форматом. Українські тревел-блогери не лише розповідають про свої враження від подорожей по Україні, а й активно популяризують маловідомі місця, що сприяє розвитку внутрішнього туризму. Вони розкривають унікальні аспекти української культури та історії, допомагаючи глядачам та читачам краще зрозуміти багатогранність країни.

Отже, тревел-блоги займають значне місце в інформаційному просторі. Завдяки цьому комунікаційному інструменту споживачі туристичних послуг мають змогу отримувати якісний контент про певну туристичну дестинацію, оцінювати наявні альтернативи відпочинку, ухвалювати рішення щодо запланованої подорожі. При цьому тревел-блогінг відіграє вагомий роль у популяризації підприємств туристичної індустрії, організації подорожей українців та промоції туристичного потенціалу України серед іноземних туристів.

Література:

1. Кривіцька Т. Український тревел-блогінг після повномасштабного вторгнення: ключові жанрові, тематичні та функційні зміни (на прикладі проекту «Ukrainer»). *Агора. Журнал соціальних наук*. 2023. Вип. 1, № 2. С. 7–16. URL: <https://doi.org/10.25264/2786-9202/1.2-7-16>
2. Машіка, Г., Грабар, М. (2024). Тревел-блогінг як інноваційний інструмент розвитку туристичного бізнесу. *Економіка та суспільство*. № 60. URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-80>

Коломієць Андрій Олександрович,

учень 9 класу

*Комунального закладу загальної середньої освіти
«Ліцей №2 Хмельницької міської ради»*

Науковий керівник: Лучинська О.О.

Перлини культурно-пізнавального, зеленого й містичного туризму Хмельниччини

Український зелений туризм і заповідники формують велику й різноманітну галузь, яка пропонує щось цікаве для всіх бажаючих відпочити – від величних гір Карпат до мальовничого узбережжя Чорного моря. В Україні, загалом, й у Хмельницькій області, зокрема, безліч вражаючих пам'яток та місць для відпочинку.

Давайте разом відправимось у мандрівку Кам'янецьчиною й розпочнемо зі Старого міста Кам'янець-Подільського. Відвідавши усі цікаві місця, долучаємося до екскурсії Кам'янецькою фортецею, де екскурсивод розповідатиме захоплюючі історії та легенди про це красиве історичне місце. До початку повномасштабного вторгнення Московії в Україну у

Кам'янці-Подільському проводили фестиваль повітряних куль. Вперше його провели у 1998 році. Віра у якомога швидшу перемогу України додає сили, бажання і можливості знову регулярно проводити фестиваль.

Після подорожі Кам'янець-Подільським, переходимо до головної перлини Хмельниччини – Бакотського моря та заповідника навколо нього. Перша писемна згадка про Бакоту датована 1240 роком. На той час це було вже велике місто з високим рівнем економіки та культури. Жителі Бакоти століттями передають легенду про крутий берег Білої гори. Саме він ховав у собі «золотий скарб», який неможливо привласнити – адже його надійно оберігають чорти. У давнину, на місці Бакоти, розташовувались язичницькі капища, що славились своєю містичною силою. Також, обов'язково потрібно відвідати скельний Свято-Михайлівський чоловічий монастир. Один з перших скельних монастирів Поділля у часи поширення християнства з'явився саме у Бакоті, тому сьогодні сюди приїздить багато паломників. Перші згадки про монастир знайдені на стіні, які датовані XI століттям. За легендою, тут жив чернець Антоній Печерський, який пізніше переселився на Київські гори та заснував там Києво-Печерський монастир. Водночас, дослідження вказують на те, що на місці монастиря стояло рідновірське капище, найстаріші археологічні знахідки у якому датують II тисячоліттям до Різдва Христового. У 1893 році навколо монастиря була побудована церква, а у 1971 році почалась руйнація сіл – з'явилося Бакотське море. 27 жовтня 1981 року Бакоту і 11 сіл зняли з обліку і їх тепер не знайти на жодній мапі. Зараз Бакота є столицею шанувальників зеленого туризму.

Ми проклали цікавий туристичний маршрут від міста Хмельницького до Свято-Михайлівського чоловічого монастиря (рис. 1) та розрахували вартість поїздки на одну особу.

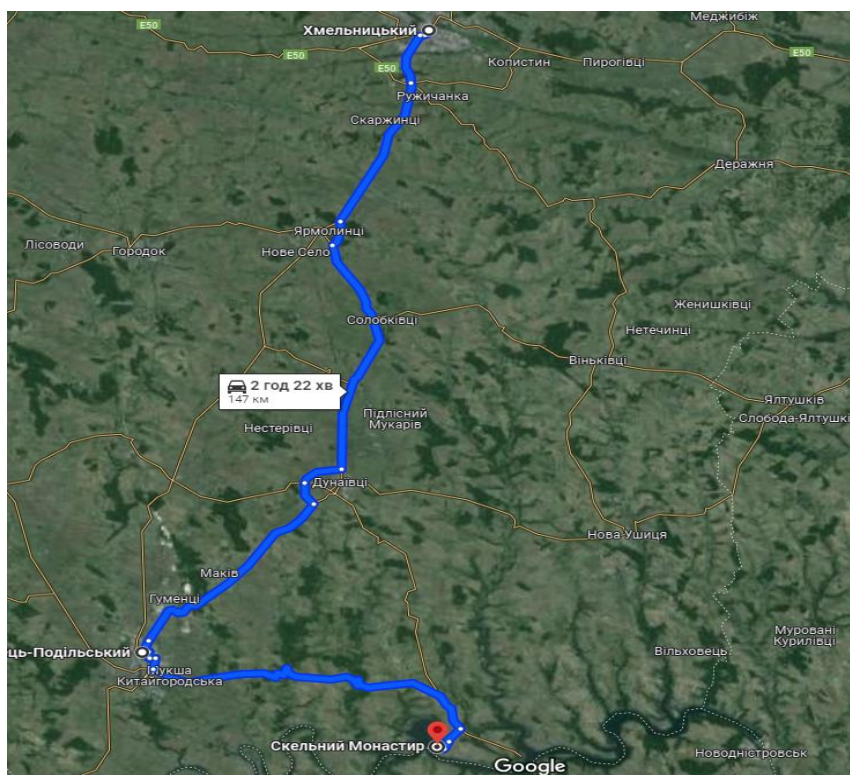


Рис. 1. Туристичний маршрут Хмельниччиною

Примітка: розроблено автором на основі [1; 2; 3; 4]

Враховуючи усі транспортні, екскурсійні, страхові й інші витрати – тур Бакотою і Кам'янцем-Подільським, в середньому, складатиме 1500 грн. з однієї людини. Проте, отримані враження від такої культурно-пізнавальної, зеленої та містичної мандрівки є значно ціннішими.

Література:

1. Горбняк Т. Давня Бакота. Медобори, 2009. 160 с.
2. Маршрут. URL : <https://www.google.com/maps/@>
3. Тур Кам'янець-Подільський круїз + Бакота. URL : <https://vidviday.ua/krujiz>
4. Цікаві факти. URL : <https://dnister.in.ua/articles/276422/bakota-misce-de-za-nakazom-radyanskoi-vladi-hvili-dnistra-zatopili-zolotu-dolinu-ukraini>

Лалуєва Надія Миколаївна,

*асистентка кафедри публічного управління та адміністрування
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова,*

Ленчук Анастасія Сергіївна,

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

Ефективна комунікація – запорука впорядкування робочого часу керівника туристичної організації

Дефіцит часу є однією з ключових проблем, з якими стикаються керівники туристичних організацій. Неефективна комунікація може призвести до втрати часу, дублювання роботи, помилок та конфліктів. Вміння налагоджувати комунікацію є важливим чинником, який впливає на організацію робочого часу та ефективність роботи установ та організацій.

Вплив налагодженої комунікації на роботу керівництва туристичних організацій можна прослідкувати у низці позитивних ефектів (табл.1).

Таблиця 1

Вплив налагодженої комунікації на роботу керівника туристичної організації

| Результати | Характеристика |
|---|--|
| Чітка постановка завдань та делегування повноважень | завдяки чітко сформульованим завданням та визначеній відповідальності, виконавці розуміють свою роль, що економить час та мінімізує ризик помилок. |
| Ефективне планування та проведення нарад | завдяки вмілому плануванню та веденню нарад, економиться час, уникаються повторення та генеруються конструктивні рішення. |
| Своєчасне інформування про зміни та оновлення | постійне інформування команди про зміни та оновлення мінімізує плутанину, дозволяє гнучко реагувати на нові обставини та утримує всіх в курсі подій. |
| Зворотний зв'язок та контроль виконання | конструктивний зворотний зв'язок та чіткий контроль за виконанням завдань забезпечують своєчасне коригування та вдосконалення процесів. |
| Підвищення якості прийняття рішень | завдяки обміну думками, різним точкам зору та ґрунтовній інформації, приймаються більш зважені та ефективні рішення. |
| Зменшення кількості помилок | чітка комунікація мінімізує ризик непорозумінь, плутанини та, як наслідок, помилок у роботі. |
| Економія часу та ресурсів | ефективна комунікація оптимізує робочі процеси, економить час та ресурси, що веде до кращої результативності. |
| Покращення мотивації та командного духу | відкрита та конструктивна комунікація сприяє кращому розумінню, співпраці та довірі в команді, що веде до підвищення мотивації та командного духу. |
| Збільшення рівня довіри та лояльності | відверта та чесна комунікація з партнерами, клієнтами та колегами |

Примітка. Складено авторами за даними [1].

Налагоджена комунікація є не просто одним із способів організації робочого часу керівництва, але має великий позитивний вплив на ефективність виконаної роботи управлінцем. В умовах динамічного та мінливого світу, де обсяг інформації та завдань постійно зростає, вміння налагоджувати комунікацію стає не просто цінним навиком, а й нагальною потребою для успішного тайм-менеджменту та ефективної роботи туристичної організації [2].

В результаті, налагодження комунікації стає потужним інструментом, що веде до кращої організації робочого часу, підвищення продуктивності, кращої командної роботи та, як наслідок, до успішного досягнення поставлених цілей.

Також варто звернути увагу на дослідження, проведене у 2017 році університетом Південної Каліфорнії, яке ідеально підкреслює пряму залежність налагодженої комунікації та організації робочого часу [3]. Науковці з Університету Південної Каліфорнії (USC) поставили перед собою мету дослідити, як налагодження комунікації може вплинути на робочий час менеджерів. Їх гіпотеза полягала в тому, що чітка та ефективна комунікація може допомогти менеджерам економити час, покращуючи координацію, зменшуючи потребу в повторному поясненні завдань, і усуваючи непорозуміння.

Методологія дослідження: для дослідження було залучено 200 менеджерів з різних галузей. Їх розділили на дві групи:

1. Контрольна група: менеджери з цієї групи не отримували жодних втручань у свою робочу комунікацію.

2. Експериментальна група: менеджери з цієї групи протягом 6 тижнів брали участь у тренінгу з налагодження комунікації.

Тренінг включав такі теми:

1. Активне слухання.
2. Чітке формулювання завдань.
3. Невербальна комунікація.
4. Ефективний зворотний зв'язок.
5. Вирішення конфліктів.

Збір даних: на початку та в кінці дослідження у всіх учасників збирали дані про їх робочий час. Для цього використовували такі методи:

1. Щоденники обліку часу: менеджери протягом тижня записували, скільки часу вони витрачали на різні завдання, включаючи час, витрачений на комунікацію.

2. Інтерв'ю: менеджери брали участь в інтерв'ю, де описували свій досвід та сприйняття впливу комунікації на їх робочий час.

Результати дослідження:

1. Менеджери з експериментальної групи, які брали участь у тренінгу з налагодження комунікації, продемонстрували значне скорочення часу, витраченого на комунікацію.

2. В середньому менеджери з експериментальної групи економили 1,5-2 години на день на комунікації.

3. Цей час вони змогли перенаправити на інші важливі завдання, такі як планування, стратегічне мислення та прийняття рішень.

Менеджери з експериментальної групи також відзначили, що:

1. Їм стало легше делегувати завдання.
2. Зменшилась кількість помилок, пов'язаних з комунікацією.
3. Покращилась співпраця з підлеглими та колегами.
4. Збільшилась їх особиста та командна продуктивність.

Таким чином, дослідження Університету Південної Каліфорнії показало, що налагодження комунікації має значний вплив на робочий час менеджерів. Чітка та ефективна комунікація може допомогти економити час, покращувати координацію, зменшувати потребу в повторному поясненні завдань тощо. Це дозволить збільшити продуктивність праці, покращити результати роботи, а також зберегти баланс між роботою та особистим життям.

Отже, налагодження комунікації є важливим інструментом, який може допомогти керівнику туристичної організації:

1. Оптимізувати використання робочого часу.
2. Підвищити якість прийняття рішень.
3. Покращити співпрацю з підлеглими, колегами та партнерами.
4. Збільшити особисту та командну продуктивність.

Література:

1. Драгомирецька Н. М., Кандагура К. С., Букач А.В. Комунікативна діяльність в державному управлінні : навч. посібник. Одеський регіональний інститут державного управління. Одеса. 2017. 179 с. URL: http://www.oridu.odessa.ua/9/buk/new_26_02_18-2.pdf (дата звернення: 21.03.2024)

2. Крупський О. П., Стасюк Ю.М. Ефективна комунікація в галузі туризму. Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. тез доповідей I Всеукр. наук.-практ. конф. Харків. Частина 1, 2023. URL : https://www.researchgate.net/publication/375834752_Efektivna_komunikacia_v_galuzi_turizmu (дата звернення: 21.03.2024).

3. Дослідження Університету Південної Каліфорнії про вплив налагодження комунікації на робочий час менеджерів. URL : <https://www.usc.edu/> (дата звернення: 21.03.2024).

*Леоненко Неллі Анатоліївна,
докторка наук з державного управління, доцентка,
завідувачка кафедри менеджменту
Національного університету цивільного захисту України*

Роль меморіалізації та культурної пам'яті в сучасному розвитку туризму

Актуалізація проблематики меморіалізації та культурної пам'яті обумовлена здебільшого змістом історико-соціального контексту розвитку сучасної цивілізації – тотальним прискоренням, трансформацією всіх сфер суспільного життя, галопуючими темпами прогресу, а також існуючими ризиками, викликами та загрозами військового, природного, техногенного походження. Проблеми пам'яті ніколи не втрачають актуальності, оскільки вона має неминуче значення в житті як окремої людини так і цілої нації. Виступаючи тією фундаментальною складовою, що сполучає минуле, сьогодення та майбутнє, вона є найважливішим інструментом соціокультурної ідентичності.

З початку війни в Україні Моніторингова місія ООН з прав людини в Україні задокументувала серйозні порушення міжнародного гуманітарного права та законодавства у галузі прав людини: військові злочини, застосування зброї вибухової дії у населених районах, що призводило до високої кількості жертв серед цивільного населення; руйнування та пошкодження цивільних об'єктів; незаконні вбивства, включаючи масові страти; сексуальні злочини під час конфлікту; насильницькі зникнення, тортури та неналежне поводження [1].

Одним із пріоритетних напрямків роботи на 2024 рік Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) визначило створення мапи маршрутів пам'ятних місць, які фактично вже зараз візуалізуються у мапу з великою кількістю локацій-символів боротьби України за незалежність. За словами очільниці ДАРТ, Мар'яни Олесків, «все, що повинно залишитись у нашій пам'яті, ми називаємо словом «меморіалізація» і працюємо над увіковічненням місць, де відбулися ці пам'ятні події. Наша головна мета – зібрати точні дані й створити нову мапу локацій, які стануть форпостами національної пам'яті. У майбутньому до цих місць приїжджатиме багато українців та іноземців» [2]. ДАРТ представило концепцію дорожньої карти «місць пам'яті та героїзму українського народу». Для цього команда експертів досліджує регіони України, влаштовує експедиції, співпрацює із міськими громадами. Так,

активна робота у цьому напрямку вже проводиться у Київській, Чернігівській та Харківській області.

Місця пам'яті – це не лише матеріальні пам'ятки, що нагадують про певні історичні події. Кожне місце пам'яті виконує функцію консолідації українського народу довкола героїчних або трагічних сторінок історії України. Такі місця можуть мати локальне або загальнонаціональне значення. Отже, місця пам'яті – це матеріальні маркери української ідентичності, що покликані виконувати функцію консолідації українського народу довкола важливих подій та постатей вітчизняної історії [3].

Культурна пам'ять про російсько-українську війну потребує меморіалізації, музеєфікації, а також документування. Збір артефактів, відео- фото- та медіасвідчень про події, які відбуваються на російсько-українському фронті – це невід'ємна складова національної пам'яті, частина боротьби за гідність в цій війні, це елемент зміцнення стійкості нашої нації, а також незаперечні докази, які повинна бачити вся світова спільнота.

Для туристичної галузі України ці питання вкрай актуальні. Вже сьогодні формується інтерес до відвідування таких місць і громад, в яких відбувалися активні бойові дії, які були звільнені після окупації. Необхідно вже зараз формувати відповідні туристичні маршрути, розробляти тематичні екскурсії, щоб донести неспотворену інформацію про злочини РФ в Україні, про героїчну боротьбу українського народу. Для реалізації цих ініціатив потрібна тісна співпраця органів державної влади, місцевого самоврядування, науковців, експертів в галузі туризму та громадськості.

Таким чином, туризм є важливим інструментом для просування державних наративів України про російсько-українську війну на міжнародній арені. Меморіалізація, всупереч усталеному в українській державі десятиліттями факультативному, формальному ставленню до культури, зараз набуває неймовірного безпекового потенціалу та інформативно-просвітницького характеру.

Література:

1. Ukraine: Monitoring the devastating impact of the war on civilians. URL: <https://www.ohchr.org/en/stories/2022/05/ukraine-monitoring-devastating-impact-war-civilians>
2. ДАРТ: пріоритетні напрямки роботи на 2024 рік. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-dart-ozvuchili-prioritetni-napryamki-roboti-na-2024-rik>
3. Український інститут національної пам'яті. URL: <https://uinp.gov.ua/memorializaciya>
4. Меморіалізація російсько-української війни: виклики та завдання. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3844788-memorializacia-rosijskoukrainskoi-vijni-vikliki-ta-zavdanna.html>

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

Розвиток інклюзивного туризму в Україні

Виникнувши як вид діяльності, яким насолоджувалися переважно заможні верстви населення, туризм перетворився на індустрію планетарних масштабів, що пропонує своїм клієнтам різноманітні можливості. Упродовж двох століть розвиток саме професійних туристично-рекреаційних послуг модернізував подорожі, відпочинок і відновлення здоров'я, роблячи їх доступними для багатьох верств населення, в тому числі й для людей з інвалідністю. Інклюзивний туризм для осіб з інвалідністю відноситься до сучасних видів туризму, де враховані будь-які особливості фізично-психологічного стану людей. Таким чином, для туристично-рекреаційної сфери фізичні і психічні можливості не є перешкодою. Крайніми роками туризм і рекреація для людей з інвалідністю набуває все більшої уваги та

значимости в різних країнах Світу. Україна не повинна знаходитися осторонь цих гуманних і цивілізованих підходів. Адже у зв'язку з насильницько-агресивною війною московітів супроти України, чисельність людей з інвалідністю зростає щоденно. Відтак, розвиток інклюзивного туризму в Україні є гострою та нагальною необхідністю.

Удосконалення і поширення цього виду туризму в Україні потребує рішучої сукупності дій.

Спершу, слід забезпечити стабільну державну підтримку осіб з інвалідністю. Розвиток підтримки інклюзивного туризму в Україні передбачає і потребує створення дієвих державних механізмів сприяння доступності й інклюзивності в туристично-рекреаційній галузі. Ці всі механізми мають охоплювати низку стратегій та ініціатив, спрямованих на покращення доступності туристично-рекреаційних напрямків, засобів і закладів розміщення й харчування, транспорту і туристично-розважальних атракцій. Державний механізм також має забезпечити фінансову підтримку та стимули для заохочення туристично-рекреаційного бізнесу інвестувати у засоби для забезпечення туризму людей з інвалідністю. Запровадження цього механізму в Україні дозволить населенню подорожувати без будь-яких перешкод та створить позитивну репутацію вітчизняній туристично-рекреаційній сфері, а відповідно й економічний ріст. Досліджуючи цю важливу проблему, Н. Влащенко доходить висновку, що «формування і реалізація державного механізму підтримки розвитку інклюзивного туризму забезпечать Україні імідж соціально орієнтованої туристської держави, а також сприятимуть розвитку ділових контактів і підвищенню конкурентоспроможності й результативності діяльності як окремих підприємств і організацій, так і регіонів, задіяних у створенні інклюзивного туристського продукту, а також економічному зростанню країни в цілому» [1, с.126].

Наступною дією є проведення навчань для працівників туристично-рекреаційної галузі щодо розвитку компетентності і створення комфортних місць з обладнанням для надання усіх запланованих туристично-рекреаційних послуг та необхідної допомоги людям з інвалідністю й особам, які їх супроводжують. Як зазначають у своїй праці Н. Барна та А. Коротеєва – «Обрана локація повинна відповідати вимогам фізичної доступності, себто забезпечено можливість для учасників самостійно потрапити на потрібний поверх, доступність до туалетів, оптимальне освітлення й акустика, інформація подається в форматах, що враховують особливі потреби. Основна вимога – учасники мають почуватися зручно, а в ході самого заходу повинно формуватися відчуття впевненості, поваги, діалогу та партнерства. Тому персонал опановує надання відповідної допомоги при проведенні заходу: допомога особам на візках; підготовлений матеріал викладено великими літерами та контрастними кольорами; забезпечення доступності для учасників з проблемами слуху – участь дактилолога або наявність системи підсилення звуку» [2, с.50].

Зарубіжний досвід зародження, впровадження й організації інклюзивного туризму стане цінним для України. Його детальний аналіз дозволить з'ясувати в якій мірі це можна здійснити на вітчизняних теренах з урахуванням усіх існуючих реалій. Можна стверджувати, що надання туристично-рекреаційних послуг особам з інвалідністю в Україні повинно здійснюватися за допомогою створення спеціальних сайтів, розробки і розповсюдження брошур, використання зручних додатків для смартфонів. Важливим аспектом є адаптація екскурсійних маршрутів під інклюзивні програми, а також відповідне облаштування історичних та архітектурних пам'яток. Туризм і рекреації в Україні повинна мати відчутну соціальну спрямованість. Державна, регіональна й місцева влада повинні надавати різноманітну фінансову, матеріальну, інформаційну й іншу допомогу. Також потрібно активно залучати зарубіжних партнерів з наголосом на те, що Україна й українці уже десятий рік поспіль є живим щитом, який захищає Європу і Світ від загрози Третньої Світової війни.

Література:

1. Влащенко Н. М. Проблеми та перспективи розвитку інфраструктури для потреб інклюзивного туризму. *БізнесІнформ*. 2018. № 9. С. 122-126.

2. Барна Н. В., Коротєєва А. В. Інклюзивно-реабілітаційний туризм : посібник. Київ, 2020. 125 с.

3. Чупіна К. О. Аналіз розвитку інклюзивного туризму за кордоном. *Вісник ХНУ імені В.Н.Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2020. Вип. 11. С.121-127.

Павліщук Владислав Володимирович,

учень 9 класу

Комунального закладу загальної середньої освіти

«Ліцей №2 Хмельницької міської ради»

Науковий керівник: Лучинська О.О.

Вуличне мистецтво як вид екскурсійної діяльності

Хмельницький – це сучасне затишне і комфортне місто. З початком війни до нашого краю вимушено переселились чимало людей. У нашій громаді їх більше 30000 осіб. Саме тому, варто познайомити переселенців з містом, адже серед них багато молоді. Й саме їм буде найцікавіше дізнатися про вуличне мистецтво.

Вуличне живопис – це справжня окраса сучасного мистецтва в громадських просторах. Ці великомасштабні художні твори, що часто зображають історичні сцени, культурні мотиви чи соціальні повідомлення, – намагаються спонукати до роздумів та надихнути хмельничан і гостей міста. Крайніми роками так званий стріт-арт набув популярності в Україні. Багато художників взялися за створення великих мистецьких творів по всій країні, включаючи Хмельницький. Мурали стали частиною міської реновації, перетворюючи занедбані стіни та будівлі в арт-об'єкти. Окремі мурали написані відомими місцевими та іноземними художниками й можуть охоплювати такі теми як природа, національна ідентичність, історичні події та вшанування видатних особистостей. Через свою доступність та розмір, мурали стають значущими орієнтирами й елементами культурного діалогу в суспільстві. Крім того, вони можуть сприяти розвитку туризму і покращенню міського середовища.

Ми склали екскурсійний маршрут «Мурали Хмельницького» (рис. 1), що бере свій початок від навчального закладу «Ліцей №2 Хмельницької міської ради» й завершується центральною частиною міста.

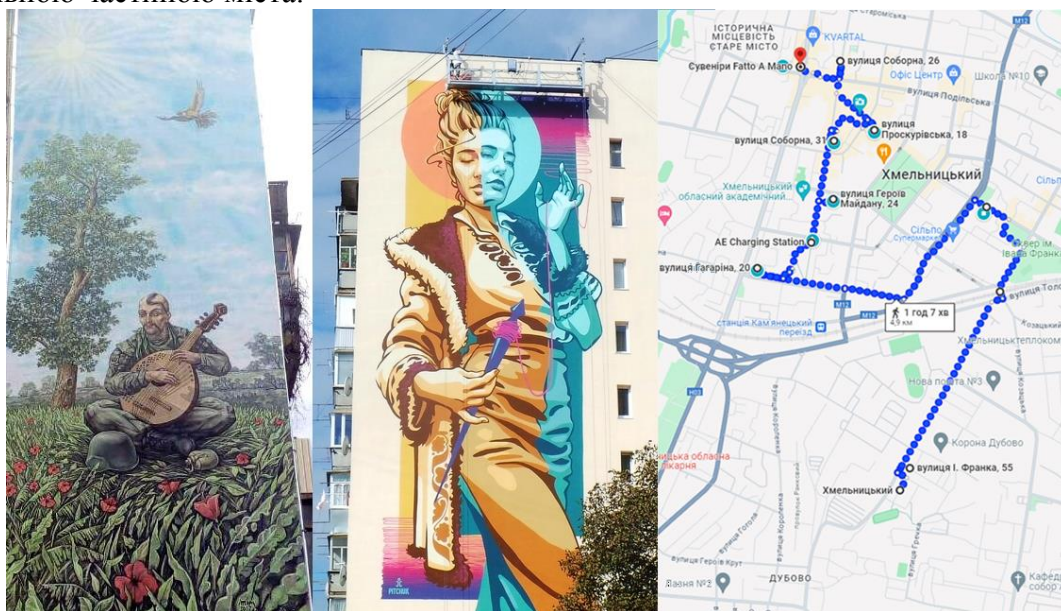


Рис. 1. Екскурсійний маршрут «Мурали Хмельницького»

Примітка: розроблено автором на основі [2; 3]

Наш екскурсійний маршрут «Мурали Хмельницького» послідовно охоплює такі мистецькі об'єкти: 1. Спецпризначинець ССО(вул. Івана Франка, 55) → 2. Проскурів у Ретроспективі(вул. Проскурівська, 56) → 3. Козак-кобзар (вул. Героїв Маріуполя, 20 – є легенда, що колись вінзаспіває пісню) → 4. Дівчинка на гойдалці (вул. Володимирська, 86) → 5. Осінній джаз(вул. Героїв Майдану, 24) → 6. Екологічний стріт-арт(вул. Соборна, 31) → 7. Музикант в циліндрі(вул. Проскурівська, 18) → 8. Патріотична Українка(вул. Соборна, 16) → 9. Квітковий Вхід (Центр, підземка, вхід – інколи перехожі плутаютьаромат намальованих квітівта справжніх) → 10. Подолянка(вул. Подільська, 9/1). Здійснивши таку мистецьку подорож – туристи отримають неабияке духовне задоволення і культурне збагачення.

Література:

1. Де на Хмельниччині найбільше переселенців: дані за громадами (Інфографіка). URL : <https://vsim.ua/lyudi/de-na-hmelnichchini-naybilshe-pereselentsiv-dani-za-gromadami-infograf-11-702865.html>

2. Слідами вуличного мистецтва. Де знаходяться та як виглядають мурали Хмельницького (Мапа). URL : <https://vsim.ua/Podii/slidami-vulichnogo-mistetstva-de-znahodyatsya-ta-yak-viglyadayut-mural-10797589.html>

3. Мурал у центрі Хмельницького завершили. Автори готують продовження проєкту. URL : https://ye.ua/kultura/58637_Mural_u_centri_Hmelnickogo_zavershili_Avtori_gotuyit_prodozhennya_proyektu.html

Партика Каріна Миколаївна,

здобувачка вищої освіти на бакалаврському рівні

факультету публічного управління

Хмельницького університету управліннята права імені Леоніда Юзькова

Роль туризму і рекреації у розвитку людського капіталу

Туризм і рекреація виконують значущу роль у вирішенні цілої низки соціально-економічних проблем, а саме:

- а) належна підтримка рівня життя населення;
- б) створення нових робочих місць;
- в) передумови для підвищення інвестиційної привабливості регіонів;
- г) передумови для підвищення конкурентоспроможності регіонів.

Головною метою розвитку туризму і рекреації є формування конкурентоздатної, пріоритетної і перспективної для національного господарювання туристсько-рекреаційної галузі. На останню, у такому випадку, покладатимуться такі завдання:

- а) формування внутрішнього і зовнішнього попиту споживачів;
- б) задоволення потреб внутрішніх та іноземних туристів і рекреантів;
- в) наповнення дохідної частини бюджету, видатки якої спрямовуватимуться на соціально-економічний розвиток держави;
- г) формування сприятливого туристично-інвестиційного клімату для національних та зарубіжних власників капіталу;
- г) збільшення кількості робочих місць у галузево-регіональному розрізі;
- д) доступність в отриманні туристично-рекреаційних послуг для усе більшої чисельності населення;
- е) покращення здоров'я населення;
- є) збереження, дбайливе ставлення та раціональне використання національної, регіональної і місцевої культурно-історичної і природної спадщини.

Слід зазначити, що істотний вплив сфера туризму і рекреації справляє на зміцнення здоров'я і безпеки суспільства. Себто, є своєрідним стабілізатором соціально-економічного

розвитку. На туристично-рекреаційну галузь у світі впливають багато чинників. Серед них найвпливовішими є науково-технічний прогрес, підвищення якості життя населення, збільшення тривалості вільного часу і відпусток, економічна й політична стабільність (з чим відчувається гостра криза в Україні через повномасштабне московитське агресивно-окупаційне вторгнення). Водночас, зміцніле та значно свідоміше громадянське суспільство ставить нові завдання і вимагає більшої уваги до забезпечення людського розвитку.

Важливим є те, що розвиток туристично-рекреаційної сфери сприяє покращанню здоров'я усіх верств суспільства, вдосконаленню системи медичного обслуговування й оздоровлення населення, підвищенню рівня освіти й науки, впровадженню нових засобів та способів розповсюдження інформації. За умов усе більш орієнтованого на зміцнення здоров'я суспільство й формування повноцінного національного людського капіталу – вимоги до туристично-рекреаційного обслуговування підвищуються. Саме воно є одним з важливих індикаторів якості життя. Окрім того, розвиток туристично-рекреаційної сфери сприяє збереженню місцевого, регіонального та національного культурного потенціалу; веде до загальної гармонізації відносин між різними регіонами, країнами і народами; сприяє збереженню й екологізації навколишнього середовища.

За умов світових тенденцій необхідної та цивілізованої соціалізації економіки – життя, здоров'я та безпека населення є головною проблемою України. Причинами останньої, окрім десятилітньої війни, лежать, також є кризовий стан охорони здоров'я і соціального захисту населення, стрімке зростання споживання алкоголю і наркотичних речовин. Наслідками цього глибокого і тривалого негативного системного процесу є різке скорочення народжуваності й середньої тривалості життя, погіршення здоров'я людей, деформація демографічного і соціального складу суспільства, підрив трудових ресурсів як основи розвитку виробництва, ослаблення фундаментального осередку суспільства – родини [1; 2]. Відтак, це загрожує хронічно негативному розвитку національного людського капіталу України – скорочення чисельності, культурно-освітньої деградації, медично-оздоровчого регресу.

Сукупність вищеперерахованих проблем підсилюється великою кількістю насильницьких смертей, смертей від нещасних випадків, отруєнь і травм. За даними ПРООН, ІЛР (далі – Індекс людського розвитку) України за 2023 рік становить 0,773, що відповідає 88 місцю в рейтингу 191 країни Світу. Це на 2 позиції вище, ніж у 2022 році. Серед інших важливих параметрів варто відзначити такі: очікувана тривалість життя – 73,4 роки, рівень грамотності – 99,4%, валовий внутрішній продукт (далі – ВВП) на душу населення – 13000 дол. США [2]. Однак, для підвищення ступеня розвитку національного людського капіталу України варто реалізувати низку заходів, а саме:

- а) збільшити бюджетні видатки на освіту й охорону здоров'я;
- б) покращити доступ до якісної освіти і медичних послуг;
- в) знизити рівень бідності;
- г) досягнення необхідного рівня гендерної рівності;
- г) підвищення рівня екологічної безпеки;
- д) зменшити ступінь корупції.

Враховуючи усе вищесказане, варто зазначити, що туристично-рекреаційна сфера у змозі покращити якість національного людського капіталу України шляхом організації та активізації лікувально-оздоровчого, культурно-пізнавального, подієвого, пригодницького, освітньо-наукового, екологічного, сільського, рекреаційного та інших видів туризму. Таким чином, стратегічно важливим для України є усвідомлення значущості державних і суспільних зусиль в питаннях підтримки й розвитку тих сфер господарювання, які сприяють зміцненню і розширеному відтворенню якісного й патріотично налаштованого людського капіталу. Відтак, туристично-рекреаційна сфера повинна бути у пріоритеті реалізації національно важливих господарських заходів.

Література:

1. Туризм як фактор розвитку здоров'я людського капіталу. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/chekan.htm
2. Розвиток людського потенціалу в Україні за 2023 рік. URL : <https://rubryka.com/2023/10/27/human-capital-ua-2023-u-kyuevi-vidbulosya-vseukrayinske-obgovorennya-rozvytku-lyudskogo-kapitalu/>

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

Особливості організації роботи музеїв та їхня роль і місце в туристично-рекреаційній сфері

Музеї є вагомою та особливою частиною туристичного потенціалу країни, загалом, і населених пунктів, зокрема. За правильної бізнесової діяльності, вони можуть стати обов'язковою складовою туристичної політики. Музеї часто уособлюють собою історико-культурне, природне і традиційно-обрядове багатоманіття певної країни, народу, конкретної спільноти, нації, цивілізації. Окрім того, музеї є важливою інституцією державности, адже вони відповідають за збереження національних цінностей і національної пам'яті, призначені бути фундаментом формування національної ідентичности.

Оскільки музеї, передусім, відносяться до культурно-просвітницьких і науково-дослідних закладів, – спектр їхніх функцій, пріоритетів та суспільних завдань охоплює доволі широку сферу життєдіяльності. Досить широким є спектр охоплення різних за віком, соціальним станом, професійно-дозвіллевими інтересами верств населення. У більшості країн музеї є найкращою презентацією їхнього культурного, духовного, політичного розвитку. Надзвичайно важлива роль музеїв у збереженні та популяризації культурної і природної спадщини людства підкреслює необхідність їхнього включення до туристичних пакетів. Залучення музейних екскурсій до міжнародних і внутрішніх туристичних турів перетворює їх на більш ефективний інструмент культурного діалогу між поколіннями та народами різних країн. Туристи й рекреанти, відвідуючи музеї, корисно, змістовно і цікаво проводять вільний час. Ці музейні екскурсії сприяють зростанню рівня освіти й духовности широких верств населення.

Музеї упродовж багатьох років збирали, накопичували, зберігали, вивчали та демонстрували пам'ятки історії, культури, звичаїв, традицій і природи. Сьогодні ще більше актуалізує необхідність функціонування музеїв. Відтак, складність і багатоаспектність музейного феномену дозволяє зберігати й експонувати туристам і рекреантам цікаві та цінні предмети, відтворені специфічні середовища, фрагменти історико-культурного середовища, види людської діяльності. Різні види музеїв заманюють туристів і рекреантів своєю специфічною тематикою та наповненням.

Цікавою для туристів і рекреантів є фондова та науково-дослідна робота музеїв. У процесі фондової діяльності, проводиться тривала й копітка збиральницька робота і дбайливе комплектування фондів. Паралельно здійснюється облік та наукова інвентаризація музейних предметів. Відтак, створюються каталоги фонду та науково-фондової паспорти. Вкрай важливим є забезпечення належних умов збереження музейних фондів і представлених музейних предметів в експозиції (експонатів). У багатьох випадках необхідною є реставрація і консервація музейних предметів. Науково-дослідна діяльність музеїв є невідривною від фондової. Адже здійснюється планування роботи музею, формується його наукова концепція, проводяться всі необхідні дослідження. Останні закріплюються відповідними процесами та результатами науково-фондової, науково-

експозиційної, науково-методичної, науково-освітньої роботи та зводяться до видавничої. Це все, у свою чергу, забезпечує комплектування і зберігання наукового архіву музею. Саме тому, музеї можуть стати хорошим об'єктом для проведення дозвілля.

Отже, туристична діяльність, що опирається на екскурсії музеями, полягає в донесенні широкому загалу особливостей різноманітних природних, традиційно-обрядових та матеріально-духовних пам'яток певної історико-географічної території. Таким шляхом відбувається їхнє вивчення, популяризація, отримання нових знань, умінь, навичок та вражень. Сукупність перерахованого обов'язково в тій чи іншій мірі застосовуватиметься в практичному житті й організації дозвілля. Тому музеї потрібно обов'язково включати до розробки туристично-рекреаційних пакетів. Відвідування музеїв у рамках подорожей та екскурсій допомагає відпочиваючим розширити свої знання, уявлення, відчуття, бачення країни чи іншої історико-географічної локації, отримати свіжу інформацію, поринути в атмосферу того періоду, місця, конкретного часу, події, які відображає фонд музею. Таким чином, роблячи музеї важливою частиною туристично-рекреаційної політики, – туристично-рекреаційна галузь у повній мірі виконує функцію культурного розвитку населення. Функціонування, організація та підтримання роботи музеїв відіграє важливу роль у наповненні туристично-рекреаційних фондів населеного пункту, регіону, країни і Світу.

Література:

1. Любіцева О. О., Шпарага Т. І. Музейний туризм : навчальний посібник. Київ, 2021. 150 с.
2. Ключко Ю. М. Діяльність музеїв у контексті розвитку культурного туризму. *IX культурологічні читання пам'яті В.Подкопаєва* : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Концептуальні проблеми розвитку української культури та відродження музеїв в Україні» (Київ, 2-3 Червня 2011 р.). Київ, 2011. С. 73-76.

Стебло Леся Василівна,

*директорка Хмельницького міського центру туризму,
краєзнавства та екскурсій учнівської молоді*

Розвиток учнівського туризму в закладах освіти Хмельницької територіальної громади. Екскурсійні можливості Хмельниччини

Хмельниччина на сьогоднішній день має перспективи для туризму та розвитку цієї галузі. Навіть за умови того, що для українців туризм в умовах неоголошеної російсько-української війни став менш доступнішим, оскільки частина територій України є тимчасово окупованою та знаходиться в умовах потенційної загрози ворожих обстрілів, запит на туризм зростає.

Чимала кількість людей обирає відпочинок на Хмельниччині, досліджуючи для себе нові туристсько-спортивні та туристсько-краєзнавчі маршрути.

Станом на 01.04.2024 року в Хмельницькому міському центрі туризму функціонують 25 гуртків, з них: 13 гуртків туристсько-краєзнавчого напрямку, 5 гуртків з пішохідного туризму, 4 гуртки зі спортивного орієнтування, 3 гуртки – пішохідний туризм.

Відповідно до статутної діяльності ХМЦТКЄУМ системно проводяться міські змагання з пішохідного і спортивного туризму та спортивного орієнтування, що дає можливість здобути нові знання та навички, розширити кругозір та поглиблено вивчити специфіку різних видів туризму.

Спортивний туризм – це вид спорту, в основі якого лежать змагання на маршрутах, що включають подолання категоризованих перешкод у природному середовищі (перевалів, вершин (у гірському туризмі), порогів (у водному туризмі), каньйонів, печер), і на дистанціях, прокладених у природному середовищі й на штучному рельєфі.

Спортивний туризм є однією з найдоступніших і масових форм активного відпочинку, пізнання та вивчення навколишнього світу для учнівської молоді.

Актуальність та доцільність розвитку спортивного туризму зумовлені соціальною значущістю та актуальністю проблеми формування і культивування здорового способу життя населення, забезпеченням його фізичного та ментального здоров'я.

В Хмельницькій територіальній громаді заняття зі спортивного туризму в осінньо-зимовий період заняття і змагання проходять в закритих приміщеннях (спортивні зали навчальних закладів), відповідно в теплу пору року заняття і змагання відбуваються на відкритій місцевості.

Спортивний туризм є офіційно визнаним видом спорту в Україні, його включено до Єдиної спортивної класифікації України з видів спорту, що не входять до програми Олімпійських ігор і це не дає достатніх можливостей для розвитку даного виду спорту.

Варто зауважити, що розвиток дитячо-юнацького туризму в Україні за останні роки дестабілізувався, а деякі показники свідчать про зменшення динаміки розвитку стану туристсько-спортивної роботи. Ця тенденція пов'язана з військовими подіями на території України, залученням тренерського складу до захисту країни від російських окупантів.

Пішохідний туризм (легка хода) — один з найпоширеніших видів спортивного туризму, основною метою якого є подолання групою туристів маршруту по місцевості з місця відправлення до місця прибуття за вказаний проміжок часу. Пішохідний туризм сприяє фізичному й інтелектуальному розвитку людини, підтримці хорошої фізичної форми за рахунок певного періоду перебування в природних умовах навколишнього середовища.

Маршрут пішого туризму може містити в собі програму фізичної чи спортивно-оздоровчої підготовки, ознайомлення з історією і культурною спадщиною населення регіону. Для пішохідного туризму існує багато спеціалізованого спорядження: туристичні намети, спальні мішки, трекінгові палиці, трекінгові черевики, казанки, газові пальники, компаси, GPS-навігатори тощо. Як правило, пішохідні туристичні походи тривають від 1-2 днів до 15-20 днів. Власне, хід по маршруту, привали, обідня стоянка, нічна стоянка є найважливішими елементами для пішохідного туриста. Через декілька днів важкого маршруту може бути влаштовано 1 день відпочинку — так звана «днівка». У горах гірські туристи денний похід можуть розпочинати зранку — в зоні сніжників та льодовиків о 4-5 ранку — коли вже є видимість від вранішнього сонця — і закінчувати о 10-12 годин дня.

На сьогодні завдання по розвитку системи дитячо-юнацького туризму слід зосередити на: розробці регіональних програм розвитку дитячо-юнацького туризму та краєзнавства, в основі яких має бути розширення мережі закладів туристсько-краєзнавчого профілю та дитячих туристсько-краєзнавчих об'єднань в навчальних закладах; організації змістовного оздоровлення та екскурсійного обслуговування учнівської молоді; підготовці кадрів системи дитячо-юнацького туризму та краєзнавства.

Ще одним викликом є те, що в туристському спортивному русі помітно зросла комерційна складова. Вона полягає в тому, що досить велика чисельність тренерського складу залишають освітню галузь задля підприємницької складової, переходять зі сфери освітньої в сферу туристського бізнесу, адже низька заробітна плата не є мотивуючою складовою для фахівців туристсько-спортивного напрямку.

Враховуючи можливості розвитку цього виду спорту варто звернути увагу на залучення інформаційно-рекламного ресурсу, потреби у зміні законодавства та необхідності застосування державно-управлінського підходу, необхідності моніторингу діяльності закладів позашкільної освіти задля збереження та розвитку системи позашкільля, що дають можливість фахово та професійно розвивати спортивний туризм у громадах.

Спортивний туризм став якоюсь зоною боротьби зацікавлених у його розвитку міністерств і відомств, які курирують питання спорту, туристичного бізнесу й освіти.

Аналіз стану розвитку спортивного туризму в Україні показує, що для стабілізації ситуації та подальшого його розвитку нагальною потребою стала консолідація зусиль туристської громадськості країни у створенні потужної системи розвитку туристсько-спортивного руху.

Щодо розвитку спортивного туризму в Хмельницькій територіальній громаді варто зазначити, що системно виділяються кошти для оновлення спортивного спорядження та організації навчально-тренувальних зборів та тренувальні походів, водних експедицій. Найяскравіше та надзвичайно ресурсно проходять на постійній основі тренувально-виїзні збори в селі Головчинці Хмельницької області на базі Рекреаційного центру «Берег надії». Також системною є робота щодо проведення навчально-тренувальних походів по горах Українських Карпат, спортивно-туристичних квестів для гуртківців ХМЦТКЕУМ, внутрішньо-переміщених осіб та дітей військовослужбовців, різних благодійних екскурсій містом Хмельницьким та різноманітних краєзнавчих заходів. Вихованці центру туризму є неодноразовими переможцями та призерами Всеукраїнських та обласних змагань, конкурсів, акцій та ініціатив. У діяльності закладу активно впроваджується та реалізовується стратегія національно-патріотичного виховання, системно проходять зустрічі з громадськими активістами, волонтерською спільнотою, ветеранами російсько-української війни та членами їх родин. Вихованці туристсько-краєзнавчих гуртків є постійними учасниками та призерами краєзнавчих акцій, конкурсів та експедиції Всеукраїнського, обласного та міського рівнів.

Найбільшим викликом на сьогоднішній день є брак кадрового потенціалу та впровадження програм розвитку туристсько-спортивного і туристсько-краєзнавчого напрямків.

Загалом, існує багато можливостей для розвитку спортивного туризму в Україні та на Хмельниччині зокрема. Саме тому, варто співпрацювати з місцевими громадами, щоби просувати і створювати більше можливостей для туристів долучатися до місцевої культури через туристсько-спортивні і туристсько-краєзнавчі заходи.

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

Проблема інклюзивності туристичних дестинацій України

На даному етапі важливість розвитку та підтримки інклюзивного туризму зростає, оскільки принцип рівності й доступності стає ключовим фактором у подальшому розвитку кожного суспільства, яке вважає себе моральним і цивілізованим. Для забезпечення ефективного функціонування і сталого розвитку такого унікального виду туризму – інфраструктура повинна відповідати всім вимогам доступності й безпеки. Слід підкреслити, що стан інклюзивного туризму в Україні наразі є вкрай невтішним – переважна кількість туристично-рекреаційних дестинацій залишається недоступною для населення з особливими потребами.

Розгляд туризму як активної форми реабілітації можна провести з медичної точки зору, а саме – через фізичну активність. Разом із тим, це також можна подати і з соціальної точки зору – через створення сприятливого середовища для взаємодії між людьми з обмеженими можливостями та іншими членами суспільства. Інклюзивний туризм, за своєю суттю, є сучасною прогресивною концепцією, що дозволяє всім, незалежно від їх фізичних можливостей, психічного, духовного і психологічного стану, брати участь у туристично-рекреаційних подорожах. При цьому, в повній, або в щонайбільш можливій, мірі забезпечується доступність до туристичної інфраструктури. У ході дослідження цього важливого питання була проведена розмова з працівником Хмельницького туристично-інформаційного центру. Саме тому, для прикладу буде використовуватись місто Хмельницький. За кілька тижнів до згаданої бесіди було опубліковано дослідження та розроблено рейтинг за ступенем безбар'єрності об'єктів фізичного оточення і послуг. Згідно цього рейтингу, Хмельницька область була позначеною як регіон з низьким ступенем

безбар'єрності. Результат усіх проведених досліджень був невтішним для Хмельниччини, позаяк набрані нею 156 балів із 625 можливих – дозволили зайняти останнє місце. Варто зазначити, що під час проведених досліджень туристичні дестинації не були обстежені. Експертному огляду піддавались тільки такі суміжні з туристично-рекреаційною діяльністю об'єкти як: автовокзали, залізничні вокзали, аеропорти, будівлі надавачів соціальних послуг, фінансові установи.

Під час розмови з працівником Хмельницького туристично-інформаційного центру з'ясувалось, що спеціально підготованих туристично-рекреаційних маршрутів для людей з обмеженими можливостями наразі немає. Такі проекти перебувають на стадії розробки. При цьому, працівник запевнив, що туристично-рекреаційні маршрути доволі адаптовані для вищезазначених потреб. При експертній перевірці цих туристично-рекреаційних маршрутів з'ясувалось, що насправді є ціла низка проблем. До прикладу, пандуси біля музеїв, ресторанів та готелів побудовані під більшим кутом нахилу. Хоча, згідно затвердженого стандарту, кут нахилу не повинен перевищувати 5%. Біля більшості закладів пандуси взагалі відсутні.

Ще у 2019 році заступник Міністра регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України Л.Парцхаладзе висловив слушну думку: «Сьогодні за статистикою майже 90% пандусів в Україні побудовані неправильно і не пристосовані для людей з інвалідністю. А це означає, що і всі ті будівлі, на вході або всередині яких вони розташовані, теж є недоступними для них. І це при тому, що на сьогодні не всі громадські та житлові будинки мають пандуси» [2]. Як стало відомим, у більшості закладів, відсутні таблички з інформацією написаною шрифтом Брайля. Проте, проблем було більше. Згідно проведеного опитування головним регіональним медіамовником Хмельницької області «Суспільне: Хмельницький», – жителі міста з порушенням зору висловили такі претензії:

а) великі та небезпечні для життя і здоров'я ями. Через них незряча жінка впала в яму та зламала руку;

б) будь-які ямки і тріщини є складним бар'єром, особливо для незрячих людей з тростиною.

Насправді, такі ж негативні тенденції спостерігаються і в інших населених пунктах України. Черговим прикладом може стати шоу «Відвал ніг або All інклюзив» О.Терена – військового, який у результаті важкого поранення втратив обидві ноги. В одному з випусків цього шоу О.Терен і В.Хільченко досліджують Буковель на предмет безбар'єрності. Постійні перешкоди й не облаштованість завадили доступу до більшості туристично-рекреаційних об'єктів і, в підсумку, доступним для ведучого виявилися тільки колесо огляду, кілька готелів та ресторан. Позитивну оцінку також отримали інклюзивні лижі.

Звісно, що окрім численних проблемних моментів, існують правильно облаштовані місця. До прикладу, під час підготовки цієї наукової роботи, у місті Хмельницькому, є готельно-ресторанний комплекс, де окремий номер створений за усіма стандартами інклюзивних готельних номерів. Територія комплексу також має багато місця для комфортного пересування на кріслі колісному. Це є хорошим стартом.

Отже, наше дослідження проведене з метою привернення уваги до проблеми інклюзивності туристичних дестинацій. Відтак, безбар'єрність є однією з гострих проблем, що стоять перед українським суспільством, а її ігнорування заважає цивілізованому розвитку туризму в Україні.

Література:

1. Інклюзивний туризм як вид реабілітації: сучасні потреби інвалідів / Л.Ю. Науменко, В.В. Лепський, С.В. Макаренко, І.С. Борисова, О.В. Семененко. *Український вісник медико-соціальної експертизи*. 2015. № 2. С. 23-26.

2. В Україні набули чинності нові норми будівництва пандусів. URL : https://lb.ua/society/2019/04/03/423674_ukraine_vstupili_silu_novie_normi.html

3. Рейтинг обласних, Київської міської держадміністрацій за ступенем безбар'єрності об'єктів фізичного оточення і послуг (за результатами моніторингу 2023 року). URL :

<https://mtu.gov.ua/files/%D0%A0%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%2012.02.24.pdf>

4. В Україні нарешті будуватимуть безпечні пандуси - вступили в дію нові ДБН. URL : [https://www.kmu.gov.ua/news/v-ukrayini-nareshti-budovatimut-bezpechni-pandusi-z-kvitnya-vstupili-v-diyu-novi-dbn](https://www.kmu.gov.ua/news/v-ukrayini-nareshti-buduvatimut-bezpechni-pandusi-z-kvitnya-vstupili-v-diyu-novi-dbn)

5. Антошевська Я. «Тротуари без бар'єрів»: наскільки Хмельницький доступний людям з інвалідністю. URL : <https://suspilne.media/khmelnyskiy/511421-trotuari-bez-bareriv-naskilki-hmelnickij-dostupnij-ludam-z-invalidnistu/>

Тюріна Діна Миколаївна

кандидатка педагогічних наук, доцентка,

доцентка кафедри менеджменту

Національного університету цивільного захисту України,

Горкун Максим Олександрович

здобувач вищої освіти 2 курсу навчально-науково-виробничого центру,

Національного університету цивільного захисту України

Спортивні заходи як фактор розвитку подієвого туризму в Україні у післявоєнний період

Актуальність дослідження полягає в тому, що до повномасштабного вторгнення на території України туристичний бізнес активно використовував для формування туристичного продукту та залучення туристів різноманітні міжнародні спортивні події. Спортивно-подієвий туризм є сучасним напрямком турбізнесу, що спеціалізується на організації турів на великі та пам'ятні заходи, яскраві події, що зацікавлюють широку аудиторію, та має необхідні умови для надання розлогого спектру послуг.

Ресурсом спортивно-подієвого туризму є міжнародні (зимові та літні Олімпіади, чемпіонати світу і Європи з футболу та інших видів спорту, спартакіади, кубки світу; ралі, перегони й регати; спортивні фестивалі) та внутрішні змагання, турніри, матчі, поєдинки.

В Україні проходили спортивні заходи, що збільшували потік туристів до країни, стимулювали розвиток туристичної інфраструктури, організацію нових робочих місць. До таких, наймасовіших, належить насамперед відвідування футбольних матчів, особливо міжнародного значення, один із яких відбувся в Україні – Євро-2012. Саме ця подія принесла надзвичайну популярність нашій державі для відвідування іноземними туристами.

Основною цільовою аудиторією спортивно-подієвого туризму є туристи молодого і зрілого віку, у середньому від 25 до 40 років, із прибутком вище середнього, які мають багатий досвід подорожей, а також компанії, що складаються з кількох осіб. Також споживачів можна розділити на фанатів (чи вболівальників), які відстежують всі спортивні заходи й точно знають, яку подію вони хочуть відвідати, і любителів, яким цікаві різноманітні заходи. Усіх клієнтів, які бронюють спортивні та подієві тури в Україні, можна поділити на три групи: клієнт-уболівальник, клієнт-аматор та різні корпоративні клієнти. До клієнтів-уболівальників належать «професіонали», які відстежують спортивні заходи, вони завжди точно знають, коли й куди хочуть поїхати, як зручніше їм організувати маршрут і яка категорія квитків потрібна. Клієнти-любители, навпаки, воліють, щоб їм підбрали відповідний спортивний захід. До корпоративних клієнтів належить група любителів будь-якого виду спорту, які об'єднуються задля спільного відвідування значних подій. В Україні цільова аудиторія спортивно-подієвого туризму збігається із загальносвітовою практикою [1, с. 201-203].

Таким чином, спортивно-подієвий туризм є основним чинником залучення туристів і, як наслідок, підвищення іміджу країни, впізнаваності туристичної території; завдяки

спортивно-подієвому туризму будуються нові об'єкти туристичної інфраструктури, зменшується рівень безробіття (шляхом створення нових робочих місць); крім того, подієвий туризм і проведення в його межах спортивних заходів допомагає мінімізувати такий небажаний фактор, як сезонність.

Післявоєнний період завжди потребує ретельного відновлення економіки та підвищення соціального статусу країни. Розвиток спортивно-подієвого туризму не лише сприятиме збільшенню потоку туристів та підвищенню економічних показників країни, але й сприятиме створенню нових робочих місць та зменшенню рівня безробіття. Такий курс дій стане ключовим у післявоєнному періоді для підтримки соціально-економічного розвитку України та підвищення життєвого рівня населення.

Література:

1. Вовк К. М. Управління розвитком подієвого туризму в регіоні: дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю «242» Туризм (24 — Сфера обслуговування). Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця. Харків, 2020. С. 201-203.

СЕКЦІЯ 7

Освітньо-професійна підготовка фахівців для туристично-рекреаційної сфери

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

Підготовка фахівців з туризму та рекреації

Туризм, рекреація і розваги є неопромисловими секторами світової економіки, які приносять мільярди доларів доходу та створюють мільйони робочих місць у глобальних масштабах. Успіх цих галузей, в основному, залежить від якості надання послуг клієнтам. Ступінь задоволення туристів, рекреантів і відпочиваючих, у свою чергу, значною мірою залежить від знань, умінь та навичок у сфері туризму, рекреації та відпочинку. Важливим для дискусійного обговорення є дослідження інших видів навчання, що можуть бути доступними й використані у процесі професійної підготовки професіоналів для згаданих галузей. Навчальні нововведення розвинуть навички та збагатять знання здобувачів, необхідні для досягнення успіху в туристично-рекреаційній сфері та індустрії розваг. Це, у свою чергу, має вирішальний вплив і значимість для зростання та розвитку туристично-рекреаційних підприємств і всіх супутніх та взаємопов'язаних з ними суб'єктів господарювання.

Майбутні фахівці з туризму та рекреації можуть отримати якісну підготовку за допомогою різних альтернативних навчальних каналів. Серед них можуть бути: формальна освіта, програми професійної підготовки, навчання без відриву від виробництва. Університети й коледжі дають формальну освіту, і їхні випускники отримують дипломи молодшого бакалавра, бакалавра й магістра в галузі туризму і рекреації, готельно-ресторанної справи та суміжних сферах. Програми професійної підготовки розробляються і пропонуються здобувачам приватними та державними установами у формі коротких курсів, що зосереджені на конкретних навичках у цій галузі. Навчання без відриву від роботи забезпечується різними туристичними підприємствами, готельно-ресторанними суб'єктами та розважальними компаніями. В цьому випадку співробітники виконують навчальний план під час роботи в реальному середовищі.

Досягнення бажаного професійного успіху в індустрії подорожей і відпочинку, обов'язково передбачає необхідність володіння широким спектром навичок і знань.

По-перше, потрібне цілковите розуміння тенденцій туристично-рекреаційної галузі та поведінки клієнтів, що може допомогти їм покращити задоволення потреб та уподобань клієнтів.

По-друге, потрібне розуміння місцевих (внутрішніх) та міжнародних законів, правил і закономірностей щодо подорожей, щоб запобігти правопорушенням.

По-третє, потрібне володіння відмінними навичкам міжособистісного спілкування та спілкування англійською мовою, щоб ефективно взаємодіяти з клієнтами, колегами й партнерами (в тому числі й іноземними).

Навчання має важливе значення для майбутніх професіоналів у сфері туризму, рекреації та дозвілля. Це гарантує високу якість обслуговування клієнтів. Готуючи відповідних фахівців, компанії можуть покращити свою репутацію та залучити більше клієнтів, тим самим збільшуючи прибуток і зростання обсягів туристично-рекреаційного товарообороту. Крім того, створюються сприятливі передумови для розвитку індустрії

туризму, зокрема, та регіональної й національної економіки в цілому. Добре підготовлені спеціалісти надають кращі послуги, що підвищує ступінь задоволення клієнтів і розкручує туристично-рекреаційний бізнес. У свою чергу, поліпшуються умови працевлаштування – зростає попит на робочу силу в міру розширення бізнесу.

Отже, навчання (у будь якій формі) є важливою складовою успіху професіоналів у сфері організації туристично-рекреаційних подорожей та відпочинку. Різноманітні види й можливості навчання, включаючи формальну освіту, короткострокову програмну професійну підготовку, безпосередньо-безперервну фахову підготовку та навчання без відриву від виробництва, – дають здобувачам навички та знання, необхідні для досягнення професійних успіхів в цій галузі. Відповідаючи необхідним фаховим вимогам та постійно підвищуючи свій практичний рівень, в залежності від розмаїття виконуваних робіт за різних обставин, – збільшуються можливості отримання фінансових вигод як працівників і туристично-рекреаційних підприємств, так і галузі в регіональному й національному масштабах.

Сем'янчук Петро Михайлович,

кандидат економічних наук,

доцент кафедри публічного управління та адміністрування

Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Вплив екскурсій та подорожей на освітній клімат при підготовці фахівців туристично-рекреаційної сфери

Наше дослідження ґрунтується на тезі, що спеціальність 242 Туризм і рекреація за своєю суттю є «польовою» і потребує якомога більшої кількості подорожей та екскурсій для підкріплення теоретично здобутих знань.

Враження, емоції, асоціації (музичні, з фільмами, подіями у власному житті) – дозволяють викристалізувати індивідуальне сприйняття побаченого-почутого кожним студентом. Що найбільше сподобалося, що найбільше запам'яталося і чому. Відтак, викладачі дивляться на студентів через емоційно-сприйняттєву призму і знають у якому напрямі керувати й корегувати їхню практику, наукову роботу. Саме вона допоможе виховати у кожному здобувачеві унікальне професійне бачення туристично-рекреаційного продукту, способу його реклами й подачі, а також методів і шляхів реалізації. Відтак, їхні самостійні, індивідуальні, курсові та кваліфікаційні роботи будуть оригінальними і цікавими.

Приклади з фільмів та серіалів про туризм і рекреацію, а також про готельно-ресторанну справу також допоможуть побачити свою майбутню професійну жилку. Гостьові лекції та лекції-екскурсії, поїздки й екскурсії повинні бути на регулярній основі – це чудовий практичний приклад теоретичних міжпредметних зв'язків, де усі вивчені елементи є цеглинками-пазлами-ланками живого господарського процесу.

Саме спілкування, при цьому, дуже яскраво й енергетично-сприятливо допомагає взаємоадаптуватися. Річ у тому, що крайніми роками в українських студентів зовсім інше студентське життя: спершу пандемія, а потім і Повномасштабне вторгнення забрали в них повноцінну юність. Багато зі здобувачів працюють і фактично одразу ж після аудиторних занять спішають на роботу. Нормальне-звичне-повсякденне-живе й таке необхідне фізичне спілкування скоротилося в рази. А подорожі та екскурсії дозволяють студентам тимчасово вибитися з повсякденно-метушливої колії, зібратися гуртом, поспілкуватися й задовольнити низку своїх рекреаційних потреб. Разом з тим, відганяється негатив отаками яскравими приємностями, які дозволять в межах норми відійти від стандартів академічного спілкування, побачити щось нове й цікаве, помріяти, подивитися в майбутнє з надією, невимушено поговорити і щиро від душі посміятися. Спілкування формує основу професійної діяльності фахівців туризму і рекреації, саме тому слід розвивати цю здатність.

Кожна екскурсія має супроводжуватися кількома реченнями вражень здобувачів. Вони повинні написати що їм сподобалося, що не сподобалося, а до чого відношення нейтральне. Й обов'язково відповісти на питання чому. Написати на що звернули увагу і чому. Відтак, можна з'ясувати, що опинилося поза увагою і чому. Чи бачать вони себе працівником відвідуваного місця і ким саме. Обов'язково уявити себе на місці керівника й підлеглого та вказати що саме і як саме змінили б у межах своїх повноважень та посадових обов'язків. Студенти повинні працювати в цьому напрямі й розвивати свої професійні погляди з усіх ракурсів.

Підготовка фахівців для туристично-рекреаційної сфери передбачає кількаблокові навчальні напрями, а саме:

а) туристична галузь (теорія, історія, український туризм, міжнародний туризм, організація туристичного бізнесу, організація туристичних подорожей, туристичні подорожі мрії);

б) сфера рекреації (теорія, історія, українська рекреація, міжнародна рекреація, організація рекреаційних подорожей, рекреаційні подорожі мрії);

в) готельно-ресторанне господарство (теорія, історія, українські реалії, зарубіжний досвід, організація готельно-ресторанного бізнесу, готельна справа, ресторанна діяльність, ресторан мрії, готель мрії, готельно-ресторанний комплекс мрії);

г) курортна справа (теорія, історія, українські реалії, зарубіжний досвід, організація курортного бізнесу, курорт мрії);

г) екскурсійна діяльність (теорія, історія, українські реалії, зарубіжний досвід, організація екскурсійної діяльності, екскурсія мрії...);

д) музеєзнавство (теорія, історія, українські реалії, зарубіжний досвід, організація роботи музеїв та галерей, музей мрії, галерея мрії...);

е) роль театрів, кінотеатрів, бібліотек, філармоній, релігії, містики, магії, науки та інформаційно-комп'ютерних технологій в організації туристичних і рекреаційних подорожей;

є) екологія і туризм, екологія та рекреація, зелений туризм, сільський туризм, роль заповідників, заказників, національних парків, зоопарків, дендропарків і ботанічних садів в організації туристичних і рекреаційних подорожей;

ж) взаємозв'язок туризму і рекреації з індустрією розваг;

з) туристично-рекреаційні скарби рідного краю;

и) володіння іноземними мовами як запорука успіху в туристично-рекреаційному бізнесі та організації якісного відпочинку.

Слід підкреслити, що кожна студентська подорож та екскурсія фіксується турагенціями, музеями, бібліотеками, галереями, готелями, ресторанами й іншими місцями відвідування, а також навчальним закладом. Це все заноситься у відповідні статистичні теки й розповсюджуються у соціальних мережах. Таким чином, популяризуються місцеві екскурсії й туристично-рекреаційні поїздки. Інші навчальні заклади, які готують фахівців для роботи в туристично-рекреаційній сфері й готельно-ресторанному господарстві, починають проводити аналогічні екскурсії для своїх здобувачів – тим самим, іще більше популяризуючи внутрішній туризм і рекреацію, а відтак, і роблячи дієву рекламу для вступної кампанії. Студентські самознімки, цікаві відео, світлини на уподобаних локаціях – є чудовими спогадами.

Чим більше поїздок та екскурсій – тим здобувачі більше набираються досвіду. Спілкування, домовленості, вирішення питань, методи оплати, зупинки, перекуси, вбиральні, заправки, невизначені та непередбачувані ситуації, раптові рішення, неочікувані повороти, зміна «сюжету» на ходу, міміка, емоції, способи себе стримати, фрази-діалоги, казуси – все це має свої характерні дрібнички, нюанси, моменти, особливості, що є важливим для майбутньої професії. Чим більше з перерахованого безпосередньо побачили-почули здобувачі й були самі були учасниками окремих ситуацій – тим краще вони підготовлені до майбутньої професії. Цікавим є той факт, що при організації екскурсій і подорожей – вони самі є учасниками цього процесу, водночас як клієнти і співорганізатори. Здобувачі знають,

що самі відчувають і що відчувають та як поведуться їхні одногрупники, їхній спектр емоцій-вражень-бажань-очікувань-розчарувань-невдоволень – від захопленої згоди піти-поїхати до злісної-ображеної відмови ніколи й нікуди не йти-їхати. Здобувачі бачать як розгортаються всі ці процеси з боку клієнта і з боку турфірми – подвійна «кухня» у їхньому безпосередньому розпорядженні від ідеї поїхати до вражень і висновків після повернення. Все це є корисним досвідом на майбутнє – як вплинути, як переконати, як і в якому випадку діяти для зацікавлення, для зміни з негативної до позитивної відповіді. Навіть те, яким тарифним пакетом якого мобільного оператора послуговуються турагенти й туроператори і чому саме такий бізнес-вибір – є практично важливим.

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

Особливості підготовки фахівців з туризму і рекреації

Сучасність вимагає працівників, які не просто мають спеціальну освіту, але й працівників компетентних, здатних приймати результативно правильні професійні рішення, здатних систематично розв'язувати типові й нетипові проблеми, тим самим забезпечуючи високу якість обслуговування та задоволення потреб споживачів. Фахівцям галузі мають бути притаманні такі професійні й людські якості, як енциклопедичність знань, високий професіоналізм у роботі, миролюбний характер; здатність долати конфліктні ситуації, виявляти толерантність до людей, які мають різну освіту, національність, релігійні переконання тощо. Інакше кажучи, фахівець туристично-рекреаційної сфери повинен бути лідером у впровадженні засобами туризму народної дипломатії як могутнього руху об'єднання народів на високих гуманістичних принципах [1, с. 36].

Але проблема співвідношення теоретичної та практичної підготовки зараз гостро стоїть в Україні, адже через відсутню достатню матеріальну базу, багато дисциплін реалізується в теоретичному ракурсі, а застосувати свої знання на практиці молоді фахівці можуть лише влаштувавшись на роботу [1, с. 37].

Наразі актуальним залишається не лише підготовка фахівців, які б відповідали вимогам та запитам роботодавців, а й формування особистості із широким кругозором. Одним із ключових аспектів у цьому питанні виступають «softskills». До цієї групи належать індивідуальні, комунікативні та управлінські навички. Виділено шість найзатребуваніших з них:

- а) ступінь адаптивності – здатність до адаптації;
- б) навички спілкування з різними людьми;
- в) навички малоконфліктних та/або безконфліктних міжособистісних відносин;
- г) уміння вирішувати проблемні ситуації;
- г) креативність;
- д) вміння працювати в команді [2, с. 77].

За версією LinkedIn, станом на 2023 рік, найпопулярнішими навичками є так звана «десятка»: якісна комунікація, обслуговування клієнтів, маркетинг, продажі, менеджмент, лідерство, командна робота, управління проектами, дослідження, аналітичні навички [3, с. 90].

Наразі, виходячи із «Проекту стандарту вищої освіти України за спеціальністю «Туризм» для другого (магістерського) рівня вищої освіти», управлінська складова якнайкраще представлена у таких програмних результатах навчання:

- а) знання передових концепцій, методів науково-дослідної та професійної діяльності на межі предметних областей туризму і рекреації;
- б) здатність оцінювати кон'юнктуру туристично-рекреаційного ринку, інтерпретувати результати дослідження і прогнозувати напрями розвитку суб'єкта підприємницької діяльності у туристично-рекреаційній галузі;
- в) здатність здійснювати управління суб'єктом туристично-рекреаційної сфери;
- г) здатність розробляти й реалізовувати проекти в сфері туризму, рекреації та гостинності;
- г) використовувати комунікативні навички і технології, ініціювати запровадження методів комунікативного менеджменту в підприємницьку практику туристично-рекреаційної галузі;
- д) демонструвати соціальну відповідальність за результати прийнятих стратегічних рішень;
- е) приймати рішення за складних і непередбачуваних умов, що потребує практичного застосування нових методів і підходів прогнозування;
- є) нести відповідальність за розвиток професійних знань і застосування різних практик, а також за формування дієвої кадрової політики;
- ж) демонструвати здатність до саморозвитку й самоудосконалення упродовж професійного життя;
- з) ініціювати інноваційні комплексні проекти і проявляти безпосереднє лідерство у процесі їх реалізації.

На нашу думку, вивчення саме таких навчальних дисциплін як «Управління туристичними дестинаціями», «Корпоративне управління в туризмі», «Управління туристичним підприємством», «Управління персоналом» та «Управління регіональним розвитком в туризмі» – забезпечить якісне формування управлінських компетентностей на магістерському рівні.

Сучасні ЗВО, які здійснюють підготовку фахівців за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація», повинні у короткі терміни пристосовувати зміст освітніх програм до динамічних реалій ринку. Проте, це доволі ємний процес, що вимагає часу й відповідних фахівців з науковим, навчальним і практичним досвідом в царині туризму, рекреації і готельно-ресторанної справи. Крайніми роками побутує думка про доцільність запровадження інтегрованих навчальних програм. В основу останніх рекомендується закласти стандарти CDIO з систематичним включенням навчання на виробництві, як інтегрованої діяльності [4, с. 19].

Підготовка конкурентоспроможних фахівців для української туристично-рекреаційної сфери повинна закладати на паритетних умовах академічну підготовку, дослідницький вектор та зв'язки з вітчизняним та іноземним бізнесом. Необхідним у процесі реалізації освітніх програм магістерської підготовки є включення споріднених з освітніми компонентами майстер-класів з практиками туристично-рекреаційного бізнесу. У післявоєнному періоді виші України потребуватимуть нового формату взаємодії з бізнесом на довгострокових партнерських засадах, утворюючи своєрідну навчально-науково-виробничу мережу.

Отже, теоретична частина підготовки фахівців сфери туризму і рекреації в Україні здійснюється на високому рівні. Проблеми, в основному, стосуються практичної підготовки здобувачів бакалаврського та магістерського рівнів шляхом проведення занять безпосередньо на підприємствах туристично-рекреаційної сфери і готельно-ресторанного господарства. Для вирішення цих проблем потрібно налагоджувати довгострокову партнерську співпрацю ЗВО з суб'єктами туристично-рекреаційної і готельно-ресторанної сфер, в тому числі з іноземними. Реалізація запропонованих заходів є доволі непростою справою, але її успішне вирішення буде інноваційно-якісним проривом у професійній підготовці фахівців сфери туризму і рекреації в Україні.

Література:

1. Данілова О. Особливості сучасної підготовки майбутніх фахівців з рекреаційного туризму в закладах вищої освіти. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2021. № 8 (112). С. 35-47. URL : https://library.sspu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/pedagogichni-nauku_9_2021.pdf#page=35
2. Задворний С.І. Формування управлінської компетентності у майбутніх фахівців сфери туризму. *Heraldpedagogiki. Nauka i Praktyka (Warszawa)*. 2019. № 50. С. 76-78. URL: http://www.xn--e1aajfpcds8ay4h.com.ua/files/96_03_i_2020_s.pdf#page=76
3. Феєр О., Микуланинець С. Формування softskills при підготовці фахівців сфери туризму. *Сучасні трансформації сервісної економіки: туризм, рекреація та комерційні послуги*. 2023. № 77. С. 90. URL: https://msu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/12/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA-%D1%82%D0%B5%D0%B7_%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86_%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC_09.2023.pdf
4. Цвілий С., Жилко О., Зайцева В. Підготовка конкурентоспроможних туризмознавців для вітчизняної індустрії туризму. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2023. № 1 (93). С. 17-20. URL : <https://snaujournal.com.ua/index.php/journal/article/view/276/181>

Тюріна Діна Миколаївна

*кандидатка педагогічних наук, доцентка,
доцентка кафедри менеджменту*

Національного університету цивільного захисту України

Основні аспекти практичної підготовки фахівців туристичної сфери

Слід зауважити, що сучасний фахівець туристичної сфери повинен мати широкий спектр знань, умінь і компетенцій, щоб бути ефективним у багатьох напрямках професійної діяльності. Такі кваліфіковані фахівці є ключовими для успішного функціонування туристичної індустрії та підвищення рівня економіки країни. Відповідно, підготовка таких спеціалістів потребує вдосконалення системи професійної освіти і розроблення ефективних методик навчання.

Професійна туристична освіта в сучасному світі ставить перед собою завдання орієнтуватися на розвиток п'яти видів туристичного досвіду. Перший вид – ефективна практична туристична діяльність, що передбачає засвоєння навичок організації туристичних подорожей, що відбуваються регулярно. Другий вид – пізнавальний туристичний досвід, що орієнтований на різноманітні подорожі та походи з метою відвідування центрів туризму та пам'яток культурної спадщини [1].

Також важливими є третій, четвертий і п'ятий види туристичного досвіду. Соціальна взаємодія туристів та місцевого населення, морально-етичний досвід поведінки туристів та духовний розвиток особистості – всі ці аспекти не менш важливі для повноцінного освоєння туристичної сфери.

Водночас, слід виділити провідну методологічну основу здійснення професійної освіти майбутніх фахівців у сфері туризму – компетентнісний підхід. Цей підхід спрямований на досягнення інтегральних показників, що включають у себе як базові, так і спеціалізовані компетенції, та забезпечує розвиток функціональної грамотності у майбутніх фахівців. Такий підхід є важливим для успішної підготовки кваліфікованих кадрів у сфері туризму, що в свою чергу сприяє розвитку туристичної галузі та підвищенню рівня економіки країни.

Система професійної підготовки у сфері туризму має бути спрямована на досягнення п'яти основних цілей: навчання, самовизначення, самоактуалізацію, соціалізацію та розвиток

індивідуальності. Поряд з компетентнісним підходом, система методології професійної підготовки фахівців туристичної індустрії має базуватися також на діяльнісному, системному та особистісно-орієнтованому підходах. Основна мета реалізації професійної підготовки студентів у сфері туризму має бути формування їхньої професійної компетентності та готовності до здійснення різноманітних функцій на високому рівні ефективності. Для досягнення цієї мети потрібно вирішувати ряд завдань, які включають у себе формування системи знань, ціннісного ставлення, навичок організації, а також розвиток самостійності у студентів. Для забезпечення компетентної підготовки майбутніх фахівців у сфері туризму необхідно визначити чотири основні етапи: когнітивний (пізнавальний), ціннісно-мотиваційний, функціонально-діяльнісний та рефлексивний. Кожен з цих етапів важливий для повноцінної підготовки майбутніх фахівців і включає в себе різні аспекти, такі як знання, цінності, навички та здатність до самооцінки [2, с. 208–213].

Також реалізація ефективної професійної підготовки майбутніх менеджерів туристичної галузі має базуватися на дидактичних принципах, що визначають зміст, організаційні форми та методи навчальної роботи відповідно до мети виховання та навчання. До провідних дидактичних принципів організації професійної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму відносять такі: науковість, доступність, зв'язок теорії та практики, єдність групового та індивідуального навчання, прикладна спрямованість навчання, навчання та виховання в колективі та безпека під час організації педагогічного процесу.

Забезпечення ефективної професійної підготовки майбутніх менеджерів туристичної сфери має реалізовуватися на основі закономірностей, таких як перевага практичної діяльності над теоретичним, створення навчальних ситуацій, наближених до реальної діяльності фахівців у сфері туризму, врахування індивідуальних особливостей здобувачів вищої освіти, послідовність навчальних програм та урахування концентричного підходу до оволодіння спеціальними темами [3, с. 101–103].

Ефективність реалізації професійної підготовки майбутніх менеджерів сфери туризму в сучасних умовах передбачає інтеграцію традиційних та інноваційних технологій і методів навчання, а також напрямів формальної та неформальної освіти шляхом організації мережевої взаємодії між закладом вищої освіти та підприємствами туризму.

Отже, в умовах сьогодення зростає потреба в удосконаленні професійної туристичної освіти, що вимагає розроблення нових методологічних засад на якісно новому рівні. Реалізація професійної підготовки майбутніх менеджерів туристичної галузі, з урахуванням різних підходів та дидактичних принципів, спрямована на формування їхньої професійної компетентності та готовності до реалізації професійної діяльності. Це дозволить сучасним вишам надавати освіту настільки якісну, що їх випускники будуть конкурентоспроможними на ринках праці у сфері туризму, як у вітчизняному, так і на світовому рівні.

Література:

1. Дутка Г. Я., Гальків Л. І., Козак Б. Б. Наукові дослідження з проблем міжнародного туризму: статистична бібліографія наукових статей. Ефективна економіка. 2018. № 12. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6724> (дата звернення: 04.09.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2018.12.2.
2. Красовський С. О. Дослідження міжнародного туризму в дисертаційних роботах українських науковців. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. *Культурологія*. 2017. Вип. 25. С. 208-213.
3. Овчарук О. В. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи. Київ
4. : К.І.С., 2004. С. 101-103.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ТУРИЗМУ Й РЕКРЕАЦІЇ

| | |
|--|----|
| <i>Голик В.Г.</i> Вплив реформи місцевого самоврядування та децентралізації влади в Україні на організацію внутрішнього туристично-рекреаційного бізнесу | 4 |
| <i>Дулька О.С., Прибильський В.Л.</i> Значення права інтелектуальної власності в індустрії гостинності | 5 |
| <i>Лукашук В.С.</i> Пріоритетні напрями державного управління у сфері охорони культурної спадщини та туризму | 6 |
| <i>Мазур О.О.</i> Механізми публічного управління у сприянні розвитку регіонального готельного бізнесу | 8 |
| <i>Маруцин Ю.В.</i> Стійкість та адаптація: механізми стимулювання розвитку туристичної галузі в умовах воєнного стану..... | 10 |
| <i>Нестерук А.А.</i> Понятійна сутність та зміст гостинності..... | 12 |
| <i>Помаза-Пономаренко А.Л., Полякова О.С.</i> Безбар'єрність і безпековість туристичної галузі як державна та суспільна ідеологія | 13 |
| <i>Стороцьук Б.Д.</i> Роль влади у формуванні та використанні урбаністичних закономірностей соціально-економічного розвитку Чернівців | 15 |
| <i>Сухомлин Є.Ю.</i> Організація туристичного бізнесу в Україні..... | 16 |
| <i>Хитра О.В.</i> Роль рекреаційного районування у забезпеченні належного розмаїття глобального туристичного простору..... | 18 |
| <i>Чала Є.О.</i> Особливості туристично-рекреаційної сфери за умов воєнного стану | 22 |
| <i>Щепанський Е.В.</i> Модернізація державного регулювання розвитку туристично-рекреаційної сфери в Україні в сучасних умовах суспільних трансформацій | 24 |

СЕКЦІЯ 2

МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ

| | |
|---|----|
| <i>Serazhym V.Ju., Oliinyk A.A.</i> Potential of international cooperation for the development of the world market of tourism and recreation services | 27 |
| <i>Безрукова Н.В., Свічкарь В.А.</i> Особливості конкурентної боротьби в сфері міжнародного туристичного бізнесу | 29 |
| <i>Буряк А.А.</i> Міжнародне співробітництво в галузі туризму: особливості сучасного стану та перспективні напрями розвитку | 30 |
| <i>Буряк А.А., Крук Я.В.</i> Особливості розвитку міжнародного туристичного бізнесу в сучасних умовах | 32 |
| <i>Кірик А.Ю.</i> Розвиток зеленого туризму в країнах-членах Європейського Союзу | 34 |
| <i>Майстер А.А.</i> Сучасний стан розвитку винного туризму в країнах Європи | 36 |
| <i>Титаренко Л. М.</i> Післявоєнне відновлення туризму в контексті міжнародного співробітництва | 38 |
| <i>Чичеріна К.О., Байдак Л.А.</i> Особливості використання страв французької кухні у сфері гостинності та потенціал гастротурів в Україні..... | 40 |

СЕКЦІЯ 3

ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ ТУРИЗМУ Й РЕКРЕАЦІЇ

| | |
|--|----|
| <i>Антонюк К.Г.</i> Характеристика інноваційного менеджменту в туризмі..... | 43 |
| <i>Ахмедова О.О., Своєволін І.О.</i> Роль транспортно-логістичних систем в туризмі | 44 |
| <i>Березюк А.В.</i> Процеси оптимізації та інновації в готельному бізнесі | 46 |
| <i>Богданович А.О.</i> Вплив військових дій на туристичну сферу та післявоєнне відновлення туристичної діяльності в Україні | 48 |
| <i>Босовська М.В.</i> Стратегії повоєнного відновлення і розвитку сфери туризму та гостинності: національний, регіональний та підприємницький контекст | 50 |
| <i>Возна Д.В.</i> Курортна справа в Україні | 52 |
| <i>Вольська А.О., Бачинська М.В.</i> Туристична сфера України: перспективи розвитку | 53 |
| <i>Гаркуша Ю.О.</i> Банківське кредитування як інструмент забезпечення відновлення та розвитку туристичного бізнесу в Україні | 55 |
| <i>Герасимчук Н.С.</i> Особливості розвитку туристично-рекреаційної галузі в межах України.... | 56 |
| <i>Калайтан Т.В.</i> Інструменти сталого розвитку туризму | 58 |
| <i>Кобилянська А.П.</i> Умови та особливості туристичного страхування від невіїзду | 60 |
| <i>Корюгін А.В.</i> Аналіз оцінки лояльності споживачів комунальних послуг | 61 |
| <i>Левченко І.В.</i> Інтернет-маркетинг як один із сучасних методів розвитку міжнародного екологічного туризму | 63 |
| <i>Матвейчук Л.О.</i> Стратегічний менеджмент розвитку крафтового туризму..... | 65 |
| <i>Опря Б.О.</i> Роль та значення проєктного менеджера в туризмі: ключові аспекти успішного управління проєктами..... | 66 |
| <i>Палюх В.В., Хитра О.В.</i> Роль індустрії гостинності у підвищенні конкурентоспроможності туристичного продукту | 68 |
| <i>Петренчук Є.О.</i> Туризм як індикатор розвитку національної економіки..... | 72 |
| <i>Поступна О.В., Лядер А.С.</i> Трансформація термінологічної конструкції поняття, види та форми сучасного гастрономічного туризму..... | 74 |
| <i>Поступна О.В., Свічкарь К.О.</i> Туристична промоція як активний засіб здійснення маркетингової політики туристичних підприємств у Черкаській області | 76 |
| <i>Романюк І.А.</i> Управління якістю послуг у сфері туризму та рекреації..... | 77 |
| <i>Світак В.І.</i> Особливості розвитку рекреаційної діяльності | 79 |
| <i>Тиличенко А.О.</i> Специфіка функціонування туристично-рекреаційного бізнесу..... | 81 |
| <i>Цісар О.О.</i> Вплив війни на туристично-рекреаційну галузь України | 82 |
| <i>Ярощук А.С.</i> Оцінка конкурентних позицій в медичному туризмі | 84 |

СЕКЦІЯ 4

ЕКОЛОГІЧНІ ТА БЕЗПЕКОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

| | |
|--|----|
| <i>Janusz M. Ślusarczyk</i> Turystyka na obszarach chronionych | 86 |
| <i>Lucyna Skorecka</i> «Zagrożenia środowiskowe współczesnej turystyki» Wybrane zagadnienia..... | 91 |
| <i>Бабій К.Р.</i> Вплив масового туризму на природні екосистеми: на прикладі гірського туризму . | 97 |
| <i>Будко К.І.</i> Екологія і туризм: взаємовигідне співіснування | 99 |

| | |
|--|-----|
| <i>Захаркевич Н.П., Арзянцева Д.А.</i> Стійкий туризм: особливості сучасного трактування дефініції..... | 100 |
| <i>Калініченко З.Д.</i> Екологічний туризм та вирішення проблем довкілля..... | 102 |
| <i>Ковтунік І.І.</i> Екологічний туризм у контексті сталого розвитку | 104 |
| <i>Липовий Д.В.</i> Перспективи використання технології «Вертикальний ліс» як елементу екологічного готелю | 106 |
| <i>Мусенко А.О.</i> Шляхи покращення туристично-рекреаційного потенціалу в сільських місцевостях Хмельницької області | 107 |
| <i>Помаза-Пономаренко А.Л., Батир Ю.Г., Лопатченко І.М.</i> Попередження надзвичайних ситуацій у туристичній галузі як засіб захисту права на відпочинок..... | 108 |
| <i>Поступна О.В., Полянський М.Є.</i> Екологічна безпека Полтавщини як невід’ємна складова розвитку туризму | 111 |

СЕКЦІЯ 5

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ІНДУСТРІЇ

| | |
|--|-----|
| <i>Криворучко Г.В.</i> Сучасні можливості використання технології Blockchain в туристичній галузі..... | 113 |
| <i>Маховка В.М.</i> Розвиток цифрових технологій у туризмі: онлайн-бронювання, віртуальні тури, мобільні додатки | 115 |
| <i>Паньків М.М.</i> Роботизація як інноваційний тренд в індустрії туризму та гостинності..... | 116 |
| <i>Смоляр В.В.</i> Вплив штучного інтелекту на комунікацію та обслуговування клієнтів у туристичному бізнесі..... | 118 |
| <i>Требик Л.П., Требик Д.Р.</i> Роль штучного інтелекту у сучасній туристичній сфері | 120 |
| <i>Фасолько Т.М.</i> Математичні методи в аналізі ризиків та розрахунку премій в страховій діяльності туристичної компанії..... | 122 |

СЕКЦІЯ 6

СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ, ПСИХОЛОГІЧНІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ

| | |
|---|-----|
| <i>Бабаєва О.В.</i> Особливості організації анімації в тематичних парках | 124 |
| <i>Бучко В.А.</i> Сучасний розвиток кавового туризму у Львові | 125 |
| <i>Горкун М.О., Поступна О.В.</i> Географічні та соціальні передумови розвитку туризму у Львівській області..... | 126 |
| <i>Данілкович А.О.</i> Комунікація у сфері туризму..... | 128 |
| <i>Дочинець І.В.</i> Соціально-культурні аспекти розвитку туризму і рекреації в Україні | 129 |
| <i>Загинайко В.С.</i> Розвиток тревел-блогінгу в Україні | 130 |
| <i>Коломієць А.О.</i> Перлини культурно-пізнавального, зеленого й містичного туризму Хмельниччини | 131 |
| <i>Лалуєва Н.М., Ленчук А.С.</i> Ефективна комунікація – запорука організації робочого часу керівника..... | 133 |
| <i>Леоненко Н.А.</i> Роль меморіалізації та культурної пам’яті в сучасному розвитку туризму.... | 135 |
| <i>Омелянюк О.В.</i> Розвиток інклюзивного туризму в Україні | 136 |
| <i>Павліщук В.В.</i> Вуличне мистецтво як вид екскурсійної діяльності | 138 |

| | |
|--|-----|
| <i>Партика К.М.</i> Роль туризму і рекреації у розвитку людського капіталу | 139 |
| <i>Севастьянова А.В.</i> Особливості організації роботи музеїв та їхня роль і місце в туристично-рекреаційній сфері | 141 |
| <i>Стебло Л.В.</i> Розвиток учнівського туризму в закладах освіти Хмельницької територіальної громади. Екскурсійні можливості Хмельниччини | 142 |
| <i>Тимуш О.М.</i> Проблема інклюзивності туристичних дестинацій України..... | 144 |
| <i>Тюріна Д.М., Горкун М.О.</i> Спортивні заходи як фактор розвитку подієвого туризму в Україні у післявоєнний період..... | 146 |

СЕКЦІЯ 7

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ ДЛЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ

| | |
|---|-----|
| <i>Балінська К.Д.</i> Підготовка фахівців з туризму та рекреації..... | 148 |
| <i>Сем'янчук П.М.</i> Вплив екскурсій та подорожей на освітній клімат при підготовці фахівців туристично-рекреаційної сфери | 149 |
| <i>Суходольська А.І.</i> Особливості підготовки фахівців з туризму і рекреації..... | 151 |
| <i>Тюріна Д.М.</i> Основні аспекти практичної підготовки фахівців туристичної сфери | 153 |

Наукове видання

ЗБІРНИК ТЕЗ

Міжнародна науково-практична конференція

ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНА СФЕРА: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ

Відповідальні редактори – *Щепанський Е.В., Шевчук І.В.*
Комп'ютерний набір – *Сем'янчук П.М.*

Електронне видання 04.2024. Формат 60×84 1/16.
Ум. друк. арк. 9,22. Зам. № 30.

Видано у Хмельницькому університеті управління та права
імені Леоніда Юзькова.
29013, м. Хмельницький, вул. Героїв Майдану, буд. 8
Ел. адреса: nauka@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.