

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка
Навчально-науковий інститут фізичної культури
Кафедра туризму і готельно-ресторанного сервісу

ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

*Матеріали
V Міжнародної науково-практичної конференції*

18–19 травня 2023 року, м. Суми

УДК 379.85

I-60

Рекомендовано до друку Вченою радою
Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
(протокол №11 від 29 травня 2023 року)

Редакційна колегія:

Лянної Ю. О. – доктор педагогічних наук, професор;
Кудріна О. Ю. – доктор економічних наук, професор;
Божкова В. В. – доктор економічних наук, професор;
Пшенична Л.В. – кандидат наук з державного управління, професор;
Лянної М. О. – кандидат педагогічних наук, професор;
Зігунов В. М. – кандидат педагогічних наук, доцент;
Зігунова І. С. – кандидат педагогічних наук, доцент;
Троян М. Ю. – кандидат економічних наук, доцент;
Мареха І. С. – кандидат економічних наук, доцент;
Мозгова Д. Р. – кандидат економічних наук;
Переяслова Д. Г. – технічний секретар.

I-60 Індустрія туризму та гостинності: досвід, проблеми, перспективи: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Суми, 18 – 19 травня 2023). – Суми: ФОП Цьома С. П., 2023. – 180 с.

У збірнику розглядаються актуальні питання сфери індустрії туризму та гостинності: організація туристської діяльності, географії туризму та краєзнавства, особливості розвитку регіонального туризму, сучасні тенденції економіки туризму, інноваційні та інформаційні технології в індустрії туризму і гостинності, менеджменту та маркетингу туризму, готельного та ресторанного господарства, активної рекреації та безпеки туристської діяльності.

Матеріали науково-практичної конференції призначені для науковців, які вивчають різні аспекти туризму і гостинності, а також для фахівців туристської діяльності, викладачів, студентів, аспірантів.

УДК 379.85

© Колектив авторів, 2023

© СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2023

© ФОП Цьома С.П., 2023

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1

ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

Андросова В. І.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ МУЗЕЇВ В ОРГАНІЗАЦІЇ
ЕКСКУРСІЙНИХ ТУРІВ ДЛЯ МОЛОДІ.....8

Бойко С. Р., Мозгова Д. Р.

БЕЗПЕКА ТА СТРАХУВАННЯ В ТУРИЗМІ..... 10

Воєводіна О. А., Зігунова І. С.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ
ЕКСКУРСІЙ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ..... 14

Галушкіна Є. І., Зігунова І. С.

ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД
СУМЩИНИ ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ 19

Готько Д. В., Мозгова Д. Р.

СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ
ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В ЕПОХУ
ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ..... 21

Душка В. Є., Мозгова Д. Р.

МІЖНАРОДНІ ЗВ'ЯЗКИ У СКАУТИНГУ ЯК СКЛАДОВА
ПРОЦЕСУ АКТИВІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ 25

Дорофєєв Е. М., Мареха І. С.

БЕЗПЕКА ТУРИСТІВ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО
РОЗВИТКУ ДЕСТИНАЦІЙ 29

Кіщук А. Р., Зігунова І. С.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ 32

Косик В.С.

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ СУМСЬКОЇ
ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ 36

Косяченко Ф. І., Зігунова І. С.	
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	38
Марусенко І. І., Зігунова І. С.	
МІСТА ЯК ЦЕНТРИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО (УРБАН) ТУРИЗМУ	42
Осадченко А. В., Мозгова Д. Р.	
ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	46
Пасічник В. О., Мозгова Д. Р.	
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ	50
Резунова В. О., Мареха І. С.	
РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ АРТ-ТУРИЗМУ В РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	54
Рубашенко Л. С., Троян М. Ю.	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРОСАДИБ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ.....	57
Юркевич О. А., Мозгова Д. Р.	
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ В ЗДІЙСНЕННІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	60
Яковенко Є. І., Мареха І. С.	
СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ.....	62
Яценко Б. П.	
МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ В ІСТОРИЧНОМУ МІСТІ В ІНСАЙТІ ГЕОЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ (ПРИКЛАД КІЮТО)	66
РОЗДІЛ 2	
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ	
Бичко А. С., Мареха І. С.	
МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ГОСПОДАРСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	74

Люлька В. О., Мозгова Д. Р.	
СУЧАСНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	79
Нужна В. А., Мареха І. С.	
ОРГАНІЗАЦІЯ ІВЕНТІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ СЕРВІСІ	82
Нусейр Я. М., Троян М. Ю.	
ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ, ЇХ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	86
Овсієнко Д. С., Зігунов В. М.	
ПРИВАБЛИВІСТЬ БОЛГАРСЬКОЇ КУХНІ ДЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ В ЗАКЛАДИ ХАРЧУВАННЯ В МІСТАХ УКРАЇНИ	90
Турчиняк М. К., Даньчишин А. А.	
ВАЖЛИВІСТЬ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	92
РОЗДІЛ 3	
ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ІННОВАЦІЙНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ	
Балдич А.С., Зігунов В. М.	
СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЛОКАЛЬНИХ КЛАСТЕРІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ СУМЩИНИ	96
Богданова К. В., Зігунова І. С.	
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ТУРІВ НА ТЕРИТОРІЇ ГРОМАД СУМЩИНИ	102
Гич В. Р., Мареха І. С.	
СПЕЦИФІКА ВІТЧИЗНЯНИХ ТА ЗАКОРДОННИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНІВ	105
Задорожна В. О., Мареха І. С.	
ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ ТУРИСТИЧНОЇ РЕКЛАМИ В СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ	110

<i>Зігунов Р. В., Зігунов В. М.</i>	
ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПРОКЛАСТЕРІВ НА ОСНОВІ РЕГІОНАЛЬНИХ РЕСУРСІВ.....	115
<i>Калашніков Д. С., Мозгова Д. Р.</i>	
ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ	117
<i>Коваль Є. Ю., Мозгова Д. Р.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В МІЖНАРОДНОМУ ПРОСТОРИ.....	121
<i>Ковган А. О., Зігунова І. С.</i>	
ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ В ТРАНСПОРТІ НА ТУРИСТИЧНУ ГАЛУЗЬ	125
<i>Перетяцько Д. Ю., Зігунов В. М.</i>	
СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ ФРАНЧАЙЗИНГУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ	131
<i>Расенко Ю. В., Троян М. Ю.</i>	
ОЦІНКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБ'ЄКТУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ «КРУГЛИЙ ДВІР» У М. ТРОСТЯНЕЦЬ НА ОСНОВІ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛІЗУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ.....	134

РОЗДІЛ 4

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

АКТИВНОГО ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ

<i>Андросов Є. В., Зігунов В. М.</i>	
СИСТЕМА ІНДИКАТОРІВ РИНКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ.....	139
<i>Бєсєдін В. В., Євтушенко Я. В.</i>	
ПОПЕРЕДЖЕННЯ ТРАВМАТИЗМУ У ВЕЛОПОХОДАХ.....	141
<i>Докашенко К. Р., Євтушенко Я. В.</i>	
СУЧАСНИЙ СТАН АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПЕРІОД ВІЙНИ.....	144

<i>Кеда А. О., Зігунов В. М.</i>	
СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТУРИСТСЬКИХ РЕСУРСІВ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД СУМЩИНИ ЗАСОБАМИ ПОДІЄВОГО ВЕЛОСИПЕДНОГО ТУРИЗМУ	146
<i>Колісник К. В., Євтушенко Я. В.</i>	
БЕЗПЕКА ПІД ЧАС КАТЕГОРІЙНИХ ПІШОХІДНИХ ПОХОДІВ ..	150
<i>Максак Я. Ю., Євтушенко Я. В.</i>	
СПОРТИВНИЙ, РЕКРЕАЦІЙНИЙ, ПРИГОДНИЦЬКИЙ, ЕКСТРИМАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ДЛЯ РІЗНИХ ВЕРСТВ НАСЕЛЕННЯ.....	154
<i>Натяганчук Є. М., Зігунова І. С.</i>	
РОЗВИТОК МОТОЦИКЛЕТНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ.....	160
<i>Олейніченко В. Д., Зігунов В. М.</i>	
ДОСВІД УПРОВАДЖЕННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ У ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	163
<i>Сумцов О. І., Зігунов В. М.</i>	
ПОЗИЦІОНУВАННЯ СУМСЬКОГО РЕГІОНУ ЗАСОБАМИ ВИСОТНОГО АЛЬПІНІЗМУ.....	167
<i>Тарабан С. Г., Зігунова І. С.</i>	
ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТУРИСТСЬКИХ ЛОКАЦІЙ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА ЗАСАДАХ ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ	171
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ	176

РОЗДІЛ 1

ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

В. І. Андросова

КЗ Сумський Палац дітей та юнацтва

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ МУЗЕЇВ В ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНИХ ТУРІВ ДЛЯ МОЛОДІ

Розглядається роль музеїв як важливої складової туристської інфраструктури міста. Роль музеїв, які вони можуть відігравати в розвитку туризму: збереження культурної спадщини, приваблювання туристів, розвиток культурного туризму. Також розглянуто вплив музеїв на туристську та міську інфраструктуру, важливість розвитку музейної галузі для туристичного розвитку міста та її співпрацю з місцевою владою, вплив фінансування та кадрового забезпечення на успішний розвиток музейної галузі у місті.

Ключові слова. музей, культурний туризм, культурна спадщина, розвиток музейної галузі, фінансування, співпраця з місцевою владою та підприємцями.

This paper explores the role of museums as an important component of a city's tourist infrastructure. It examines the role museums can play in tourism development, including the preservation of cultural heritage, attraction of tourists, and promotion of cultural tourism. The impact of museums on the city's tourist and urban infrastructure is also considered, as well as the importance of museum development for the city's tourism industry and its cooperation with local government. The influence of funding and human resources on the successful development of the museum industry in the city is also discussed.

Keywords: museum, cultural tourism, cultural heritage, museum industry development, funding, cooperation with local government and entrepreneurs.

Мета роботи – розглянути роль музеїв у туристичній інфраструктурі міста та їх вплив на розвиток туризму. Важливість розвитку музейної галузі для туристичного розвитку міста та її співпрацю з місцевою владою та підприємцями.

Виклад основного матеріалу. Туристична інфраструктура це «сукупність додаткових галузей і закладів, котрі організують та обслуговують індустрію туризму та туристську діяльність в цілому» [1]. Для розвитку туристичної інфраструктури міста необхідно створити конкурентоспроможний туристичний продукт. Музеї - важлива складова туристичної інфраструктури міста, яка впливає на конкурентоспроможність туристичного продукту. Вони є не лише місцем збереження культурної спадщини, але й популяри-

зують її серед відвідувачів. Музеї можуть бути цікавими для туристів різних вікових груп. Залежно від їх тематики, відвідувачі можуть ознайомитись з історією міста, побачити різноманітні художні колекції, дослідити наукові відкриття, досягнення спортсменів міста, регіону, України тощо.

У місті Суми є музеї, які можуть бути цікаві для туристів, включаючи історичні, мистецькі, науково-технічні, етнографічні. Наприклад, Сумський обласний краєзнавчий музей, Сумський художній музей імені Никанора Онацького, Народний музей історії альпінізму, Музей Герасима Кондратьєва, Музей грошей та історії розвитку Української академії банківської справи, Музей історико-краєзнавчих досліджень Сумського державного університету, Музей олімпійської слави на базі школи №18 міста Суми тощо.

Основні виклики, що стоять перед музеями у контексті туризму, включають збільшення конкуренції, підтримку інтересу до культурної спадщини, використання сучасних технологій та інно-вацій. Музеї стають візитними картками міста, приваблюючи до нього туристів та збільшуючи його популярність як туристичного напрямку. Це є центри розвитку культурного туризму у місті, які допомагають привернути увагу до унікальних рис місцевої культури.

Музеї впливають на розвиток міської інфраструктури, привертаючи інвестиції та стимулюючи розвиток транспортної мережі, щоб забезпечити зручний доступ до них для туристів. Музеї - це не тільки місця культурного відпочинку, але й важливе джерело знань та навчання для туристів: цікаві факти історичного, культурного напрямку, наукових відкриттів, технічного прогресу, розвитку різних видів спорту. Познаючись з історичним розвитком альпінізму в Україні і світі пропонує Народний музей історії альпінізму, який знаходиться в Сумському Палаці дітей та юнацтва. Більше восьми тисяч експонатів знайомлять відвідувачів музею з таким видом спорту як альпінізм, зацікавляють як вітчизняних так й іноземних туристів до відвідування музею, адже оригінальні експонати, досягнення альпіністів майже всіх регіонів України та зарубіжних альпіністів при сходженні на найвищі вершини світу, участь у Чемпіонатах з альпінізму, скелелазіння різного рівня як українських так і зарубіжних спортсменів представлені в музеї.

Успішний розвиток музейної галузі у місті залежить від

співпраці музеїв з місцевою владою та підприємцями, а також від наявності достатнього фінансування та кадрового забезпечення, адже згідно стратегії регіонального розвитку Сумської області на 2021 – 2027 рр., одним із основних завдань є розвиток туризму у регіонах [2].

Висновки. Отже, музеї є важливою складовою туристичної інфраструктури міста Суми. Вони можуть відігравати різноманітні ролі, такі як збереження культурної спадщини, збільшення популярності міста як туристичного напрямку, розвиток культурного туризму, вплив на туристичну та міську інфраструктуру, навчання та надання нових знань про місто та його історію. Згідно стратегії регіонального розвитку Сумської області, створення бренду території, надасть новий поштовх у розвитку туризму, в тому числі і музейного туризму в місті. Успішний розвиток музейної галузі у місті залежить від співпраці музеїв з місцевою владою та підприємцями, а також від наявності достатнього фінансування та кадрового забезпечення.

Список використаних джерел

1. *Енциклопедичний словник-довідник з туризму* / [авт.-уклад. В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух]. – К. : Слово, 2006. – 372 с.
2. Стратегія регіонального розвитку Сумської області на 2021 – 2027 роки. URL: <http://gue.sm.gov.ua/index.php/uk/strategiya-regionalnogo-rozvitkusumskoj-oblasti-na-period-z-2021-do-2027>.
3. Любіцева О. О. Музейний туризм: навчальний посібник. / О. О. Любіцева, Т. І. Шпарага – К., 2021. – 150 с.
4. Закон України «Про туризм». Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95>

С. Р. Бойко, Д. Р. Мозгова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

БЕЗПЕКА ТА СТРАХУВАННЯ В ТУРИЗМІ

У статті розглянуто основні аспекти страхування та безпеки у сфері туризму. Розкрито нормативно-правову базу забезпечення безпеки туристів у даній галузі. Сформовано основні фактори, що впливають на безпечний туризм як на державному так на міжнародному рівнях. Розкрито проблеми безпеки у туристичному сегменті.

Ключові слова: туристичне страхування, безпека в туризмі, туристичне обслуговування, туризм, турист.

The article discusses the main aspects of insurance and security in the field of tourism. The legal framework for ensuring the safety of tourists in this field has been revealed. The main factors affecting safe tourism at both the state and international levels have been formed. Security problems in the tourist segment have been revealed.

Keywords: *travel insurance, safety in tourism, tourist service, tourism, tourist.*

Мета роботи: аналіз проблем забезпечення безпеки туристичної діяльності та оптимізація процесу страхування в туризмі.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день у світі поступово розвивається сфера страхування в туризмі, яка активно сприяє соціально-економічному зростанню багатьох країн світу. Водночас разом із розвитком туристичного бізнесу особливої актуальності набувають питання забезпечення особистої безпеки туристів. В приклад можна навести трагічні випадки на італійській лінії «Costa Concordia», численні авіакатастрофи, а також розкрадання майна та насильницькі дії щодо туристів, екстремізм, терористичні акти тощо. Зазначене зумовлює необхідність та актуальність дослідження проблем безпеки в міжнародному туризмі.

Виклад основного матеріалу. Безпека туризму – це стан функціонування туристичної сфери певного регіону (держави) у визначений період часу, що характеризується відсутністю загроз і таким поєднанням туристичних ресурсів та інфраструктури, яке дозволяє забезпечити стабільний розвиток конкретної територіальної рекреаційної системи у майбутньому [1].

В структурі безпеки туризму можна виділити три ключові складові:

- безпека туристичного бізнесу;
- безпека туристичних об'єктів;
- безпека туристів.

Перша складова найчастіше розглядається в економічних дослідженнях на рівні галузі або конкретних туристичних підприємств. Друга складова перебуває в центрі уваги екології та географії, причому розглядається переважно деструктивний антропогенний вплив на природні туристичні ресурси й об'єкти. Третя складова є центральною у дослідженнях методики організації подорожей різних видів активного туризму і може мати певне значення також для туристичного страхування.

Вирушаючи в туристичний похід чи екскурсію, на відпочинок чи оздоровлення, у подорож на вихідні чи у навколосвітню подорож, турист стикається з цілим рядом проблем, які за збігу

обставин можуть призвести до негативних наслідків для його здоров'я та майна, мати негативний вплив на його настрій і враження від поїздки. Перебуваючи в незнайомій обстановці, яка відрізняється від місця постійного проживання, під час активного відпочинку турист постійно перебуває під впливом ризикованих обставин. Він не знає досконало звичаїв, мови, традицій, способу життя, він не застрахований від хвороб, поширених у цій місцевості, він не пристосований до жвавих та інтенсивних завдань у гірських районах, у пустелі чи на березі моря. води.

Серед інших основних факторів небезпеки відзначаються: небезпека травмування, небезпечний вплив навколишнього середовища, у тому числі виробничих джерел - шум, вібрація, пожежна небезпека, хімічна, радіоактивна, біологічна, психофізична, природна, особиста безпека в умовах криміногенного стану, а також специфічні фактори ризику, властиві особливим видам туризму. Різні несприятливі фактори для туризму мають різну ймовірність виникнення, різну інтенсивність дії та наслідків.

В Україні діє міждержавний стандарт (ГОСТ 28681.1-95) «Туристичні послуги та екскурсії», який передбачає порядок проектування туристичних послуг, у тому числі з урахуванням можливих ризиків, які можуть спричинити негативні наслідки та завдати шкоди здоров'ю туриста та власність.

Відповідно до Закону України «Про туризм» з метою забезпечення безпеки туристів суб'єкти туристичної діяльності зобов'язані здійснювати:

- підготовку безпечних умов для перебування туристів, облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій, місць проведення змагань, забезпечення туристів справним спорядженням та інвентарем;
- навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм та нещасних випадків, інструктаж із надання першої медичної допомоги, а також інформування про джерела небезпеки, які можуть бути зумовлені характером маршруту та поведінкою самих туристів;
- контроль за підготовкою туристів до подорожей, походів, змагань, інших туристичних заходів;
- надання оперативної допомоги туристам, що зазнають лиха, транспортування потерпілих;

- розробку та реалізацію спеціальних вимог безпеки під час організації та проведення походів з автомобільного, гірського, лижного, велосипедного, водного, мотоциклетного, пішохідного туризму та спелеотуризму [1].

Страховання в туризмі – це система відносин між страховою компанією і туристом з захисту його життя і здоров'я, а також майнових інтересів при настанні страхового випадку. При цьому відшкодування застрахованому потерпілому пов'язаних з цим витрат здійснюється в межах страхової суми, що визначається договором страхування (страховим полісом) між страховиком і страхувальником.

Страхованням туристів займаються суб'єкти туристичної діяльності на основі угод зі страховими компаніями. Переважно турфірма підписує договір зі страховою компанією на страхування туристів, встановлює страхову суму і страховий платіж, від якого буде залежати відсоток премії, що буде видаватись страховому посереднику після реалізації полісів. Це оформляють договором доручення, де страхова компанія (страховик) зобов'язує турфірму продавати страхові поліси за фіксованою ціною, виплачуючи комісійну винагороду.

В Україні відпрацьовано механізм страхування туристів: медичне – від нещасного випадку, а також страхування цивільної відповідальності та транспортних засобів [3]. Водночас не врегульовано питання фінансування заходів під час евакуації туристів із районів стихійного лиха, військових сутичок, терористичних актів. Такі заходи фінансують зазвичай із державного бюджету та за рахунок благодійної допомоги міжнародних організацій і приватних осіб.

У нашій країні безпеку і якість туристичних послуг тільки прагнуть довести до світових стандартів, незважаючи на те, що в сфері туризму діє значна кількість нормативно-правових актів. За останні роки були внесені зміни, які раніше діяли в законодавстві даної сфери. Але, враховуючи складнощі, які було розглянуто, їх постійну динаміку, варто зробити висновки про необхідність подальшого вдосконалення правового регулювання в області туризму і його безпеки.

Висновки. Зважаючи на поширення страхування в галузі туризму, можна прогнозувати підвищення ролі інших страхових

продуктів, які стосуються захисту від майнових та фінансових ризиків, які виникають в українського туриста при виїзді за кордон. Страхування туризму відіграє значну роль для покупців та продавців туристичних послуг, оскільки воно забезпечує нормальне функціонування суб'єктів туристичного ринку, сприяє вирівнюванню фінансових витрат та регулюванню грошового обороту в країні.

Отже, для підвищення рівня безпеки туриста, поширення привабливості особистого страхування та удосконалення туристичного продукту всім учасникам організації туристичної подорожі доцільно було б розширювати діапазон страхових послуг. Активна, прозора і доступна позиція всіх зацікавлених сторін є необхідною умовою успішного розвитку туристичного бізнесу в країні.

Список використаних джерел

1. Маркіна І.А. Управління безпекою туристичного бізнесу. *Серія «Економіка»*. 2012. № 1 (38). С. 174-176.
2. Гаталяк О. М., Стецький В. В. Страхування у туризмі: навч. посібн. / О. М. Гаталяк, В. В. Стецький. Львів: ЛНУ ім. Ів. Франка, 2020. 114 с.
3. К. С. Шарутенко, В.В. Джинджоян. Розвиток міжнародного туризму у Європейському туристичному регіоні. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна Економіка»*, №7, 2021. веб-сайт. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2021/6.pdf (дата звернення: 20.04.2023).

О. А. Воеводіна, І. С. Зігунова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ ЕКСКУРСІЙ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ

В даній науковій роботі досліджено особливості організації та проведення екскурсій для іноземних туристів. Ми розглянули теоретичні основи організації екскурсійного обслуговування, технологію надання екскурсійних послуг іноземним туристам, розробку екскурсії для іноземних туристів. У статті підкреслюється важливість задоволеності клієнтів, роль технологій у просуванні та маркетингу екскурсійних послуг, а також необхідність ретельного планування та організації для забезпечення успіху екскурсії. Результати цього дослідження будуть корисними для туроператорів, менеджерів з туризму та інших зацікавлених сторін у туристичній індустрії.

Ключові слова: екскурсія, екскурсійні послуги, програма перебування туристів.

This scientific work examines the peculiarities of organizing and conducting excursions for foreign tourists. We considered the theoretical foundations of the

organization of excursion services, the technology of providing excursion services to foreign tourists, the development of excursions for foreign tourists. The article highlights the importance of customer satisfaction, the role of technology in the promotion and marketing of excursion services, and the need for careful planning and organization to ensure the success of an excursion. The results of this study will be useful for tour operators, tourism managers and other stakeholders in the tourism industry.

Keywords: *excursion, excursion services, tourist stay program.*

Екскурсійні послуги – вид туристичних послуг, що передбачає організовані поїздки або тури в різні місця з метою відпочинку, пізнавальними чи культурними цілями. Ці послуги створені, щоб надати мандрівникам можливість досліджувати нові місця, вивчати різні культури та брати участь у різноманітних заходах, не доступних у повсякденному житті. Екскурсійні послуги можна класифікувати на різні категорії залежно від їх мети, тривалості, способу транспортування та виду діяльності.[1]

Суть екскурсійних послуг полягає в їх здатності подарувати мандрівникам унікальні та незабутні враження. Ці послуги створені, щоб задовольнити потреби та вподобання різних типів мандрівників, від шукачів пригод до ентузіастів культури.

Екскурсії є важливою частиною навчального досвіду, надаючи студентам можливість навчатися поза аудиторією. Екскурсії можуть мати різні форми, від екскурсій до музеїв та історичних місць до пригод на природі, як-от походи та кемпінг. Незалежно від типу екскурсії, існують певні функції та принципи, які є суттєвими для їх успіху.

Кожна конкретна екскурсія може виконувати одночасно декілька функцій. Це залежить від того, з якою групою екскурсантів вона проводиться. Для дітей і молоді екскурсія – це функція розширення культурно-технічного кругозору; для підлітків, що вибирають професію, – функція формування інтересів; для іноземних туристів - функція інформації і т. д.

Екскурсії є популярним способом для людей дослідити нові місця та дізнатися про різні культури. Вони можуть бути організовані для різних цілей, наприклад, освітніх, розважальних або культурних. Екскурсії можна класифікувати за їхньою тривалістю, пунктом призначення, видом транспорту та видом діяльності. У цьому пункті ми розглянемо різні види екскурсій та особливості їх організації.

Експерсії класифікуються за:

- 1) змістом;
- 2) складом і кількістю учасників;
- 3) місцем проведення;
- 4) засобами пересування;
- 5) тривалістю;
- 6) формою проведення.

Таблиця на тему функції та ознаки експерсій

Функції експерсій	Опис	Ознаки експерсій
Пізнавальна	Відвідування музеїв, історичних пам'яток, природних заповідників	1. Тривалість 2. Маршрут 3. Транспорт 4. Група 5. Провідник 6. Цільова аудиторія 7. Вартість 8. Періодичність 9. Поїздки за кордон 10. Сезонність
Розважальна	Експерсії до парків розваг, тематичних парків, відвідування атракціонів	
Спортивна	Експерсії на велосипедах, каное, піших походах	
Оздоровча	Експерсії до курортів, санаторіїв, лікувальних джерел	
Духовна	Відвідування храмів, монастирів, святинь	

Джерело: сформовано автором

Інший спосіб класифікації експерсій – за їх призначенням. Внутрішні експерсії організуються всередині країни, тоді як міжнародні експерсії передбачають поїздки в інші країни. Внутрішні експерсії ідеально підходять для людей, які хочуть досліджувати власну країну та пізнати її історію, культуру та традиції. Вони можуть бути організовані для відвідування національних парків, історичних місць або культурних заходів. З іншого боку, міжнародні експерсії підходять для людей, які хочуть дослідити інші країни та дізнатися про їхню культуру та традиції. Вони можуть бути організовані для відвідування відомих пам'яток, відвідування фестивалів або спроби різних кухонь.

Також експерсії можна класифікувати за видом транспорту. Їх можна організувати для подорожі автобусом, поїздом, літаком або човном. Експерсії можна класифікувати за типом діяльності. Вони можуть бути організовані для пригод, культурного обміну, освітніх цілей або розважальних заходів.[2]

Туризм є життєво важливою галуззю, яка робить значний внесок в економіку багатьох країн. Туристи завжди шукають нових і захоплюючих вражень, і індустрія туризму зобов'язана надати їм найкращі послуги. Одним із найважливіших аспектів обслуговування туристів є забезпечення плавної та приємної подорожі.

Одним із найважливіших способів обслуговування туристів на маршруті є надання їм точної та актуальної інформації. Туристи повинні знати, куди вони прямують, скільки часу знадобиться, щоб дістатися туди, і що вони можуть очікувати побачити та зробити по дорозі.

При складанні програми перебування туристів визначається:

1. маршрут подорожі;
2. перелік туристичних підприємств-партнерів;
3. період надання послуг кожним підприємством-виконавцем послуг;
4. перелік та склад послуг, які надаються під час турів;
5. комплекс розважальних заходів та анімаційних програм;
6. час перебування туристів у кожному пункті маршруту;
7. кількість туристів;
8. вид та кількість транспортних засобів, задіяних в обслуговуванні туристів;
9. потреба в послугах гідів, екскурсоводів, закордонних представників, інструкторів, перекладачів, супроводжувачів груп туристів;
10. підготовка документів туристів.

Обслуговування туристів на маршруті вимагає низки стратегій і міркувань. Надання точної інформації, комфортний і безпечний транспорт, адекватні зручності та можливості для культурного залучення є основними елементами успішної індустрії туризму. Визначаючи пріоритетність цих факторів, постачальники туристичних послуг можуть гарантувати, що туристи отримають незабутні та приємні враження, а також сприятимуть економічному розвитку громад, які вони відвідують.

Робота екскурсоводом може бути корисним і захоплюючим вибором професії для тих, хто любить ділитися своїми знаннями та пристрастю до певного місця чи теми з іншими. Однак не всі підходять для такої роботи. Є певні критерії, яким необхідно відповідати, щоб стати успішним екскурсоводом.

Критерії для роботи екскурсоводом можуть включати наступні пункти:

1. Знання історії та культури місцевості, яку ви екскурсуете.
2. Вміння комунікувати з людьми та вести групу.
3. Здатність до організації та планування екскурсій.
4. Знання мови, якою будуть користуватися туристи.
5. Знання безпеки та першої допомоги.
6. Здатність до адаптації до різних ситуацій та непередбачуваних обставин.
7. Вміння працювати з технічним обладнанням, таким як мікрофони та аудіогіди.
8. Знання про туристичні маршрути та визначні місця.
9. Здатність до розв'язання конфліктів та вирішення проблем.
10. Вміння працювати в команді та співпрацювати з іншими екскурсоводами та туристичними агентствами.

Крім перелічених критеріїв, екскурсовод повинен мати високу культуру спілкування, бути ввічливим та доброзичливим з туристами. Важливо також мати здатність до імпровізації та адаптації до змінних умов, наприклад, погодних умов або непередбачуваних подій. Екскурсовод повинен бути відповідальним та дисциплінованим, дотримуватися графіку та розкладу екскурсій. Крім того, важливо мати здатність до мотивації туристів та створення позитивної атмосфери на екскурсії. Нарешті, екскурсовод повинен бути готовим до постійного навчання та підвищення своєї кваліфікації, щоб забезпечити якісну та цікаву екскурсію для туристів.[3]

Список використаних джерел

1. А. Л. Іванова. Сутність та класифікація екскурсій. (2023). URL:https://vuzlit.com/391333/sutnist_ta_klasifikatsiya_ekskursiy
2. О. К. Белаєва. Муєзнавство: класифікація екскурсій. (2023). URL: http://megalib.com.ua/content/7977_52_Klasifikaciya_ekskursii.html
3. К. О. Ланова. Сутність екскурсій: класифікація екскурсій. (2019). URL:https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/483408/mod_resource/content/2/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F%202.ppt

ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД СУМЩИНИ ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ

Ця робота присвячена аналізу можливостей використання ресурсів територіальних громад Сумщини засобами івент-туризму. Розглядаються приклади успішної реалізації івент-туризму на території регіону, такі як фестивалі «Схід-рок» та «Стара фортеця». Пропонується розвиток туристичної інфраструктури регіону, що може включати в себе створення сучасних готелів, ресторанів, кафе, магазинів та інших послуг для туристів, а також використання природних ресурсів регіону. Висновок полягає у тому, що використання ресурсів територіальних громад Сумщини засобами івент-туризму може стати ефективним інструментом для приваблення туристів та підтримки розвитку туристичної галузі в регіоні.

Ключові слова: туризм, інфраструктура, територіальна громада, фестиваль, івент-туризм, туристичні ресурси.

This work is devoted to the analysis of the possibilities of using the resources of territorial communities of Sumy Oblast by means of event tourism. Examples of successful implementation of event tourism on the territory of the region, such as the festivals «Sukhodil» and «Sunny Kray», are considered. It is proposed to develop the tourist infrastructure of the region, which may include the creation of modern hotels, restaurants, cafes, shops and other services for tourists, as well as the use of natural resources of the region. The conclusion is that the use of resources of territorial communities of Sumy Oblast by means of event tourism can become an effective tool for attracting tourists and supporting the development of the tourism industry in the region.

Keywords: tourism, infrastructure, territorial community, festival, event tourism, tourist resources.

Територіальні громади (ТГ) вважаються важливими ресурсами для розвитку різних секторів в Україні та в світі. Вони є основними структурними одиницями територіального управління, які відповідають за соціально-економічний розвиток своїх територій. ТГ забезпечують координацію діяльності місцевих органів влади, громадських організацій, бізнесу та громадськості в забезпеченні максимального розвитку територій.

У світі, концепція територіальних громад використовується в багатьох країнах для забезпечення місцевого самоврядування та розвитку регіональної економіки. Такі країни, як Франція, Німеччина, США та Японія, давно визнали важливість територіальних громад для розвитку місцевої економіки та демократії.

Україна також докладает зусиль для створення сучасної системи територіального управління, в тому числі за допомогою реформування місцевого самоврядування. Відповідно до Закону України

«Про місцеве самоврядування в Україні», прийнятого в 2015 році, громади мають право на самоврядування та володіння майном, що знаходиться на їх території.

Використання ресурсів територіальних громад може забезпечити створення більш ефективної та конкурентоспроможної економіки, забезпечити рівномірний розвиток різних територій, підвищити якість життя громадян та забезпечити більш широку участь громадськості в процесі

Івент-туризм є одним з найбільш динамічних сегментів туристичної галузі. Він включає в себе подорожі для участі в різноманітних заходах, таких як конференції, виставки, музичні фестивалі, спортивні змагання, культурні заходи та інші.

Україна має значний потенціал для розвитку івент-туризму. Країна має багату історію та культуру, що забезпечує можливості для проведення різноманітних культурних заходів. Крім того, в Україні є багато природних ресурсів, що створює можливості для проведення спортивних та природничих івентів.

Проте, національний ринок івент-туризму в Україні не є належно розвиненим. Відсутність достатнього рівня інвестицій та підтримки з боку держави знижує інтерес до івент-туризму та призводить до обмеженого розвитку цієї галузі.

Для розвитку національного ринку івент-туризму в Україні потрібно вирішити кілька проблем. По-перше, необхідно забезпечити належну інфраструктуру та комунікації для проведення івентів. По-друге, потрібно залучати більше інвестицій у галузь та забезпечувати підтримку з боку держави. По-третє, важливо розвивати міжнародну співпрацю та залучати іноземних туристів.

Національний ринок івент-туризму має потенціал для значного розвитку в Україні. Проте, для досягнення цього необхідно вирішити низку проблем та залучати більше інвестицій та підтримки з боку держави.

Сумська область має значний потенціал для розвитку івент-туризму, оскільки вона розташована в історичному регіоні Полтавщини, що має багату культурну спадщину та природні ресурси.

Один з прикладів успішного використання ресурсів територіальних громад в Сумській області - це фестиваль «Суходіл» у місті Суми. Цей фестиваль присвячений екологічній тематиці та включає в себе різноманітні концерти, виставки та інші заходи. Він вже

успішно проводиться кілька років та привертає увагу туристів з різних регіонів України та навіть з-за кордону.

Іншим прикладом є проведення в місті Охтирка фестивалю «Охтирський шлях» на честь Дня міста. Цей фестиваль включає в себе різноманітні культурні заходи, спортивні змагання та ярмарки, що приваблює багато туристів.

Проте, на жаль, розвиток івент-туризму в Сумській області є нестабільним та обмеженим через відсутність достатньої підтримки з боку держави та інвестицій у галузь. Для досягнення успіху в цій галузі потрібно більше співпраці між організаторами та владою, а також залучення інвестицій та підтримки з боку бізнесу.

Висновок. Отже, можна стверджувати, що Сумська область має потенціал для розвитку івент-туризму, і вже існують приклади успішної реалізації цього потенціалу. Однак, для досягнення більшої стабільності та успіху у цій галузі, необхідно більше інвестицій.

Список використаних джерел

1. Булієнко О. Подієвий туризм як компонент розвитку креативних територій. *Географія та туризм*. 2012. №. 20. С. 174-184;
2. Смаль, І. В. Туристичні ресурси світу / І.В. Смаль.- Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.
3. Карпюк О.А., Сингаєвська А.О. Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України // *Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: Матеріали XIX Міжнар. наук.-практ. конф.* Житомир: ЖФ КІБІТ, 2016. С.39-42.
4. Влодарчик Т.В. Подієвий (event) туризм в Україні // *Здобутки, проблеми та перспективи розвитку готельно ресторанного та туристичного бізнесу: Тези доповідей Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 29-30 жовтня 2012 р.)*. К.: НУХТ, 2012. С.409.

Д. В. Готько, Д. Р. Мозгова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В ЕПОХУ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

У статті розглянуто основні складові системи лікувально-оздоровчого туризму в Україні. Розкриті теоретичні особливості організації лікувально-оздоровчого туризму під час епохи глобальних викликів. Досліджено потенціал розвитку «SPA & wellness» туризму на українському туристичному ринку.

Ключові слова: туризм, лікувально-оздоровчий туризм, spa-туризм, wellness-туризм

Abstract. *The article considers the main components of the system of medical and health tourism in Ukraine. The theoretical features of the organization of medical and health tourism in the era of global challenges are revealed. The potential for the development of «SPA & wellness» tourism in the Ukrainian tourism market is investigated.*

Keywords: *tourism, health tourism, spa tourism, wellness tourism*

Постановка проблеми. Лікувально-оздоровчий туризм у світі розвивається випереджаючими темпами. Він є грошовоємним типом туризму і має як економічне, так і соціальне значення, оскільки сприяє поліпшенню здоров'я населення.

В Україні лікувально-оздоровчий туризм має суттєві особливості, пов'язані з радянським періодом історії, коли держава розвивала курорти відповідно до соціальної політики того періоду. Більше 10% населення було забезпечено місцями у санаторіях та на курортах. Санаторно-курортний комплекс був частиною системи охорони здоров'я та фінансувався державою. Завдяки цій спадщині в Україні є велика матеріальна база для розвитку лікувально-оздоровчого туризму, підготовлені медичні кадри, а також традиції поїздок на курорти з метою лікування та профілактики. Крім того, в Україні були розвідані у великій кількості та частково експлуатуються різноманітні природні лікувальні ресурси.

У той же час стан здоров'я населення спричиняє тривогу в українському суспільстві. Коротша в порівнянні з іншими розвиненими країнами тривалість життя населення, висока поширеність соціально значущих захворювань пояснює прагнення населення використовувати альтернативні можливості для покращення здоров'я.

Мета роботи. Дослідити стан та перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму Сумського регіону.

Виклад основного матеріалу. Оздоровчий туризм – вид туризму, який спрямований на відновлення здоров'я або профілактику захворювань. Серед науковців існує багато визначень цього поняття. А. Бабкін під видом медичного туризму розуміє переміщення резидентів і нерезидентів у межах держави та за їх межами на термін не менше двадцяти годин і не більше 6 місяців з оздоровчо-профілактичною метою. та лікування різноманітних захворювань організму людини [1].

За словами М. Рутинського, медичний туризм можна умовно віднести до особливого виду туризму, тобто туризму з лікувальною

метою. При цьому під це визначення потрапляють й будь-які інші поїздки з метою лікування, наприклад, відвідування закордонної клініки (виїзний туризм) [2].

Найбільш поширеними і популярними є курорти, які пропонують кілька оздоровчих і оздоровчих факторів, особливо SPA-контури або SPA-готелі. Вони можуть розташовуватися не тільки в людних місцях, а й у великих мегаполісах, а також надавати послуги оздоровлення та відпочинку. Постійним попитом користуються готелі з центрами таласотерапії на морських курортах.

Розвиток оздоровчого туризму залежить від стану та розвитку курортної бази, в рамках якої у 2017 році в Україні функціонував 1641 заклад. З них 169 санаторіїв, 55 профілакторіїв, 12 пансіонатів з лікуванням, 3 бальнеологічні лікарні, 6 оздоровчих закладів 1-2 денного перебування, 123 дитячих оздоровчих заклади, 1279 баз та інших закладів відпочинку. У регіональному розрізі у 2017 році найбільшу кількість сенатських округів отримали Одеська, Запорізька, Миколаївська, Херсонська та Дніпропетровська області (понад 100 округів). Найменше відповідних установ було зібрано в Житомирській, Рівненській, Тернопільській, Чернівецькій та Луганській областях (дані по території взяті для аналізу урядом України). Загалом за допомогою всіх видів відпочинку в Україні разом можуть оздоровитися майже 48 мільйонів людей. Рекреаційні можливості України представлені рівнинними та гірськими рекреаційними полями, берегами річок і морів, мінеральними водами (понад чотириста джерел), лікувальними грязями (майже сотня родовищ). Цілющі мінеральні води різного хімічного складу зустрічаються майже на всіх ділянках лісу. В Україні розвідано понад 100 родовищ горіхових і лікувальних грязей, які успішно використовуються для лікування.

Якщо прослідкувати історію появи, то «SPA & wellness» з'являється наприкінці ХХ ст. та позиціонується як самостійна сфера діяльності. У 1959 році американський лікар Х.Л. Данн ввів в практику поняття «велнес» і першим сформулював основні принципи здорового способу життя. В Україні повноцінних спа-центрів при готелях ще дуже мало, тоді як за кордоном 57% ринку спа-послуг припадає на центри при готелях. Що ж стосується санаторно-курортних закладів, то біля 70% вітчизняних здравниць не орієнтовані на wellness-туризм. Під час проведення дослідження

було вивчено пропозицію рекреаційно-лікувальних послуг кращих 70-ти курортних закладів України. Результати дослідження показали, що більшість курортних закладів України працюють за традиційними формами роботи. Рівень споживання туристсько-рекреаційних послуг є одним з важливих індикаторів якості життя. Покращення економічної ситуації, підвищення рівня життя людей дають змогу піклуватися про своє здоров'я, і тому wellness-туризм є перспективним видом туризму, а wellness-індустрія перспективним сегментом економіки.

Таким чином, «Spa&wellness» індустрія - це не лише один із сегментів міжнародного туристичного ринку, а й самостійна економічна галузь зі своїми сформованими попитом і пропозицією, нормами та правилами [3].

Висновки. Лікувально-оздоровчий туризм є перспективним та користується популярністю серед населення, яке дотримується здорового способу життя і піклується щодо стану свого здоров'я. У наш час розвиваються нові найрізноманітніші курорти та послуги у сфері лікувально-оздоровчого туризму. Аналізуючи сучасний стану санаторно-курортної бази, найбільша їх кількість концентрується у Причорноморському регіоні (де наявні кліматичні та грязьові курортні ресурси).

Останніми роками в Україні значно зросла чисельність закладів санаторно-курортної бази у Одеській та Запорізькій областях. Крім кліматичних та грязьових курортних ресурсів, в Україні є бальнеологічні, які концентруються в переважній більшості на території Карпатського та Подільського регіонів. Отже, наявну інфраструктурну складову лікувально-оздоровчого туризму варто модернізувати та наповнювати інноваційними послугами.

Список використаних джерел

1. Холявка Х. С., Лешко О. М., Мочульська А. О. Сучасні аспекти, фактори впливу і перспективи розвитку медичного та лікувально-оздоровчого туризму в Україні. *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України*, 2019. 25-33 с.
2. Рутинський М., Петранівський В. Лікувально-оздоровчий туризм: актуальні цілі та сучасні підходи до організації. *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини*. 2012. 179-189 с.
3. Новікова В. І. Санаторно-курортна сфера: інфраструктурна складова, стан розвитку в Україні. *Географія та туризм: наук. Збірник. Нац. ун-т ім. Тараса Шевченка*. Київ, 2011. 93-102 с.

МІЖНАРОДНІ ЗВ'ЯЗКИ У СКАУТИНГУ ЯК СКЛАДОВА ПРОЦЕСУ АКТИВІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ

У роботі досліджується взаємозв'язок розвитку міжнародного та регіонального скаутингу, його вплив на стан внутрішнього туризму в країнах та регіонах. Автор доводить, що цей зв'язок найбільш ефективний завдяки рішучим силам діяльності скаутів. Розглянуто позитивні впливи міжнародних зв'язків скаутингу на розвиток інфраструктури, економіки, соціальний рівень життя населення.

Ключові слова: скаутинг, туризм, міжнародні зв'язки, внутрішній туризм, джемборі, ВОСР, ВМГО НОСУ.

The work examines the relationship between the development of international and regional scouting, its impact on the state of domestic tourism in countries and regions. The author proves that this connection is most effective thanks to the determined forces of scouts. The positive effects of international scouting relations on the development of infrastructure, economy, and the social standard of living of the population are considered.

Keywords: scouting, tourism, international relations, domestic tourism, jamboree, WOSM, NOSU.

Постановка проблеми. Зовнішні впливи на розвиток внутрішнього туризму проявляються через міжнародні зв'язки громадських організацій країни, зокрема скаутських, які діють більш ніж у 160 країнах світу, та об'єднані у Всесвітню Організацію Скаутського Руху (ВОСР). Важлива проблема надати цим зв'язкам ефективного спрямування на процес активізації внутрішнього туризму, забезпечити підтримку держави, суспільства, місцевих громад.

Мета роботи. Дослідити та узагальнити певний досвід міжнародних зв'язків сучасного скаутингу як складову процесу активізації внутрішнього туризму, його позитивного впливу на розвиток інфраструктури, економіки, соціального рівня життя населення.

Виклад основного матеріалу. Одним із методів збагачення та популяризації національного (внутрішнього) туризму дійсно можуть стати міжнародні зв'язки скаутських організацій. Саме завдяки таким зв'язкам можливі процеси створення якісного туристичного продукту у різних регіонах шляхом побудови нових маршрутів, обміном навичками та досвідом, що значно покращить місцеві туристичні господарства та приверне увагу нових відвідувачів.

Занурюючись в історичні аспекти скаутського руху, а саме складову міжнародної діяльності цих організацій, слід згадати про

Всесвітні скаутські зльоти – Джемборі.

Засновник скаутингу Роберт Баден-Пауелл задумав спеціальний захід, відкритий для скаутів усіх національностей. Це призвело до першого Всесвітнього скаутського Джемборі, яке відбулося в 1920 році в лондонській Олімпії у Великобританії. У ньому взяли участь 8 тисяч скаутів із 34 країн. Відтоді Всесвітній скаутський Джемборі проводиться кожні чотири роки по всьому світу [4].

У наші часи Всесвітня організація скаутського руху (ВОСР) раз на чотири роки проводить Всесвітні скаутські Джемборі на конкурсних засадах визначаючи місце проведення заходів. Обрання країни, що приймає чергове Всесвітній Джемборі – це справжнє свято для національних скаутських організацій, молоді і всієї країни загалом. Участь в конкурсах претендентів обумовлюється значною кількістю логістичних та екологічних вимог до проживання майже 50-ти тисяч учасників з 160 країн світу. Важливою умовою участі в таких конкурсах є творча, всебічно приваблива презентація туристичних можливостей країн претендентів та їх регіонів. Тому, скаути разом з громадами розробляють маршрути, вивчають природні, соціальні та економічні ресурси на регіональному та національному рівнях. Таким чином складається об'єктивна картина можливостей та потенціалів проведення міжнародних Джемборі, фестивалів, ігор, змагань, різноманітних регіональних заходів. Тож існує проблема використання гнучкої, різнобічної системи міжнародного співробітництва скаутських організацій в активізації внутрішнього туризму

На міжнародний рівень виставляється, перш за все, туристичні напрацювання місцевих скаутській груп, патрулів, об'єднань у співробітництві з місцевими громадами. Важливе значення має комплексний підхід, який включає в себе якомога більше видів активностей на внутрішньо-регіональному рівні: піший, водний, гірський тощо. Скаутська діяльність проявляє результати власної роботи шляхом мандрівок рідним краєм, які обов'язково супроводжуються своєрідним літописом, накопиченням знань та інформації про місцеву природу, історичні та культурні цінності, які варто продемонструвати всьому світовому загалу через різноманітні міжнародні заходи. Тому для популяризації скаутського руху був виданий Указ Президента України №279 від 28.03.2008 року, який постановляє: Міністерству закордонних справ України сприяти

міжнародній діяльності пластових (скаутських) організацій України, реалізації їх програм та проектів, спрямованих на співпрацю з відповідними міжнародними інституціями, поширення позитивного іміджу України у світі [2].

Поступово складається важлива традиція збагачення форм та змісту внутрішнього туризму за рахунок системи, послідовної роботи кожного скаута, групи, національних організацій. Амбіційна мета участі в міжнародних та регіональних скаутських заходах у ролі приймаючої сторони є постійним стимулом, бажаною винагородою для будь-якої скаутської організації. Але все починається з внутрішнього туризму, що готує скаутів до свідомих, обґрунтованих змагань з метою подальшої участі у міжнародних та регіональних скаутських заходах. Яскравими прикладами власне таких заходів є проведення Всеукраїнських ігор «Козацькими шляхами» ВМГО НОСУ (Черкаська обл., с. Виграїв, на річці Рось), скаутських таборів на Сумщині (Лебединщина, с. Курган, річка Псел). В свою чергу ці заходи значно впливають на уявлення скаутів про внутрішньо-туристичні можливості певного регіону та країни в цілому.

Завдяки міжнародним та регіональним скаутськими заходам значною мірою поліпшується та розвивається місцева інфраструктура, активізується локальний бізнес, плідно використовуються напрацювання, досвід та встановлені зв'язки з міжнародними і регіональними організаціями на особистісному рівні. При цьому, згідно з розрахунками Всесвітньої туристичної організації (WTO), одна грошова одиниця, вкладена у розвиток сфери туризму, готельного господарства і курорта, забезпечує мультиплікативний ефект зростання додано 1 вартості на суму від 4 до 6 грошових одиниць (за рахунок задіяння потенціалу суміжних галузей) [1].

Успішне проведення міжнародних та регіональних скаутських заходів значно впливає на позитивний імідж країни, регіону, спрямовує інтерес світового туристичного руху, бізнесу, що впливає на економічний, соціальний рівень життя населення, місцевих громад.

На прикладі вищезгаданого Всесвітнього скаутського Джемборі, можна розглянути перспективи розвитку конкретного регіону. У 2023 році за право проведення 25-го Всесвітнього скаутського Джемборі змагалися Південна Корея та Республіка Польща. Остання виділила на розвиток інфраструктури понад 12 мільйонів доларів (не враховуючи внесків Ради Європи, місцевих бізнесів тощо). Проте

Південна Корея виборола право на проведення заходу у поточному році, але витрачені кошти та зусилля польської сторони не були марними, адже наступний Джемборі буде проведено саме у Польщі.

Отже, 26-й Всесвітній скаутський Джемборі 2027 отримала право приймати Польща, проводячи аналогію до Олімпійських ігор організувати захід такого масштабу доволі престижно, адже середня кількість учасників з усього світу досягає 40 тисяч осіб, а це неабияк рекламує туристичний потенціал країни. Щодо безпосереднього місця проведення, організатори визначили що:

Головною територією табору буде острів Собешеве в Гданську на узбережжі Балтійського моря в Північній Польщі.

- Острів, оточений морем і річками;
- 20 хвилин їзди від центру середньовічного міста Гданськ;
- Міжнародний аеропорт Гданська (GDN) має пряме сполучення з усіма основними європейськими міжконтинентальними аеропортами з приблизно 2-годинним польотом;
- Гданськ має високошвидкісне залізничне сполучення з Варшавою (столицею);
- Більше 200 гектарів, доступних для Джемборі, які можуть вмістити до 50 тисяч людей;
- Центр реєстрації, денний центр відвідувачів і міжнародний медіа-центр будуть розташовані в центрі міста Гданськ [3].

Висновки. Міжнародні зв'язки скаутингу мають конкретне втілення у проведенні туристичних, програмних заходах за статутом ВОСР. Перш за все, використовуються потенціали та можливості внутрішнього туризму певного регіону де планується проведення Джемборі, зльотів тощо. Скаутські організації стимульовані на перспективу у постійному розвитку внутрішнього туризму намагаючись завоювати право, визнання свого досвіду по презентації регіону, країни як найбільш придатних до перемоги у відбіркових конкурсах. Це досягається постійною увагою скаутів до розвитку внутрішнього туризму. Винагородами стають не тільки розвиток скаутських зв'язків різних організацій, але й активізація розвитку інфраструктури, місцевого бізнесу, зростання економічного та життєвого рівнів населення.

Список використаних джерел

1. Марценюк Л. В. Наука та прогрес транспорту. *Збірник дніпровського національного університету залізничного транспорту. Сер. Економіка та управління* 2014, № 6 (54), С. 5.

2. Про заходи щодо сприяння розвитку пластового (скаутського) руху в Україні: Указ Президента України від 28.03.2008 р.№279/2008. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/2792008-7288> (дата звернення: 05.05.2023).

3. Murray J. Invitations to host future World Scout Events. *Document 3: 42nd World Scout Conference 2021*. P. 10.

4. World Scout Jamboree. *World organization of scout movement*: веб-сайт. URL: <https://www.scout.org/what-we-do/world-scout-events/world-scout-jamboree> (дата звернення: 05.05.2023).

Е. М. Дорофєєв, І. С. Мареха

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

БЕЗПЕКА ТУРИСТІВ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ДЕСТИНАЦІЙ

На сучасному етапі розвитку суспільства питання безпеки в туризмі набувають глобального значення, оскільки туристичний бізнес набирає масштабів планетарного рівня. Зазначається, що поточна соціально-економічна ситуація у світі та країні характеризується багатьма недоліками, які потребують врахування у практиці ведення туристичного бізнесу з метою гарантування безпеки туристичної подорожі та максимально можливої мінімізації існуючих ризиків. Доведено, що основоположним чинником успішного туристичного бізнесу є безпека клієнтів, оскільки туризм у першу чергу повинен приносити лише позитивні емоції та справляти відмінні враження від подорожі. Аргументовано, що безпека виступає драйвером сталого розвитку туризму в усіх його напрямках та проявах.

Ключові слова: туризм, безпека, небезпека, ризики у туризмі, сталий розвиток.

At the current stage of society's development, safety issues in tourism are gaining global importance, as the tourism business is gaining world-wide scale. It is noted that the current socio-economic situation in the world and the country is characterized by many shortcomings that need to be taken into account in the practice of conducting tourist business in order to guarantee the safety of tourist travel and minimize existing risks as much as possible. It has been proven that the fundamental factor of a successful tourist business is the safety of customers, since tourism should first of all bring only positive emotions and make excellent impressions from the trip. It is argued that security acts as a driver of tourism development in all its directions and manifestations.

Keywords: tourism, safety, danger, risks in tourism, sustainable development

Постановка проблеми. Галузь туризму є потужною складовою соціально-економічної стратегії країни, орієнтованої на забезпечення фундаменту для освітнього, духовного та культурного рівня населення, а також забезпечення умов для відновлення моральних та фізичних сил людини та змістовного проведення дозвілля. Туризм, незважаючи на турбулентність світових ринків, на сучас-

ному етапі розвитку виступає одним із секторів економіки, який найбільш динамічно розвивається в системі міжнародної торгівлі послугами. Наразі переважна більшість країн світу формують міжнародний туристичний ринок, проте розподіл туристичних потоків відбувається нерівномірно. Це відбувається переважно за рахунок неоднорідного соціально-економічного розвитку держав і, як наслідок, різного рівня соціальної та політичної безпеки в туризмі. Світовий та національний туризм розвиваються за рахунок багатьох чинників. Дані фактори розвитку включають рівень конкуренції, розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, вартість, доступність та безпеку авіаперевезень, якість послуг туристичних операторів, соціально-політичну ситуацію в країні, а загалом – рівень безпеки, надійності та стабільності. Сучасний туризм у світі та Україні зокрема повинен розвиватися у двох напрямках: у першу чергу, забезпечення стратегічних питань безпеки дестинацій, а по-друге, гарантування безпосередньої безпеки туристів на атракціях. Саме такий підхід буде гарантувати досягнення цілей сталого розвитку в туризмі.

Аналіз досліджень та публікацій. У сучасній літературі аспектам безпеки туристів присвячено низку фундаментальних публікацій. Умовно їх можна поділити на три блоки за об'єктами дослідження. Так, питанням сутності безпеки туризму приділяли увагу А. Голод, Д. Дикий, С. Фокін та ін. Механізми, що забезпечують належний рівень безпеки в туризмі, аналізувалися в роботах В. Торяника, В. Джинджояна, Р. Алояна та ін. Дослідженню нормативно-правових актів різних країн та міжнародних організацій у галузі безпеки присвячено праці Р. Алояна, М. Гудими, М. Козачука та ін. Враховуючи серйозний доробок учених у галузі туристської безпеки, відзначимо, що питанням безпеки туристів та сталого розвитку слід приділити більше уваги.

Мета дослідження. Метою дослідження є комплексний аналіз взаємозв'язку особистої безпеки туристів та сталого розвитку туристичного бізнесу.

Виклад основних результатів дослідження. Соціально-економічні фактори, які впливають на сталий розвиток туризму, включають підвищення рівня освіти, культури, естетичних потреб населення, а також доходів та вивільнення додаткового часу на відпочинок. Втім задля ефективного функціонування та сталого

розвитку галузі туризму необхідна досконало організувати систему її безпеки. Надзвичайної актуальності це питання набуває в умовах глобалізації, яка всесторонньо впливає на міжнародну та національну безпеку. Туризм є дуже чутливим до дії неринкових чинників, які підривають туристичну привабливість території та ускладнюють її сталий розвиток, таких як війни, природні катаклізми, епідемії тощо. За даними UNWTO, втрати сфери туризму у світі в 2020 році через пандемію склали 1,3 трлн доларів [2]. А втрати українського туристичного сектору за роки війни вже сягнули сотень мільйонів гривень [3].

Експерти UNWTO пропонують такі шляхи вирішення проблеми з безпекою туристів: проектування, розробка та імплементація у життєву практику світових норм безпеки подорожей та місць перебування туристів; оповіщення та просвітницька робота з публічними аудиторіями; інституціоналізація співпраці щодо розв'язання проблем безпеки туристів, зокрема в екстремальних ситуаціях; міжнародне партнерство та ін. [4]

Безпека туристів й відмінна якість їх обслуговування унеможливлюються без урахування суспільних інтересів та стану навколишнього природного середовища. Органи місцевого самоврядування повинні на законодавчому рівні запроваджувати перелік правил та постанов стосовно забезпечення охорони громадського здоров'я, суспільного правопорядку, транспорту, високих норм якості докільця тощо. Тісна співпраця туристичних фірм, які відповідають за безпеку туристів у місці призначення, та місцевої влади мають знизити ризики небезпеки та сприяти сталому розвитку туризму.

Над питаннями забезпечення безпечного відпочинку туристів працюють такі міжнародні організації:

- Міжнародна організація праці (ILO);
- Всесвітня організація охорони здоров'я (WHO);
- Організація Об'єднаних Націй (UNO);
- Міжнародна організація цивільної авіації (ICAO);
- Міжнародна морська організація (IMO) та ін.

Відповідно до чинного законодавства України, суб'єкти туристичної діяльності з метою забезпечення безпеки туристів зобов'язані [1]: інформувати туристів про можливі небезпеки під час подорожі, про виконання загальнообов'язкових вимог та

запобіжних чи попереджувальних заходів (медичних щеплень тощо); створювати безпечні умови в місцях надання туристичних послуг, забезпечувати належне облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій тощо; виконувати спеціальні вимоги з безпеки під час надання туристичних послуг із підвищеним ризиком тощо.

Висновки. Досягнення сталого розвитку туризму повинно ґрунтуватися на засадах забезпечення комплексної безпеки туристів. Комплексна стратегія безпеки має стати результатом тісної співпраці суб'єктів туристичної діяльності та місцевої влади. Провідну роль у гарантуванні безпеки туристів та досягнення цілей сталого розвитку відіграють міжнародні договори та світові організації. Основоположним документом України, що регламентує питання забезпечення національної безпеки подорожуючих, є Закон України «Про туризм» від 1995 року. Проте гарантування безпеки та сталого розвитку туристичної галузі в нашій країні має також спиратися на міжнародні норми та стандарти, про що свідчить активна участь України як члена-партнера міжнародних організацій, які гарантують безпеку туристів на глобальному рівні.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про туризм». Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1995. № 31. Ст. 24 (зі змінами та доповненнями).
2. Криза у світовому туризмі відступить не раніше 2023 року – ООН. URL : <https://www.slovovidilo.ua/2021/01/28/novyna/suspilstvo/kryza-svitovomu-turyzmi-vidstupyt-ne-ranishe-2023-roku-onn>
3. О. Чорний. Найкращі часи – попереду. Що відбувається з туризмом в Україні під час війни. URL : <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samye-rkie-vremena-vpered-proishodit-turizmom-1657645856.html>
4. Фокін С. П. Безпека у туризмі як чинник сталого розвитку туризму. URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/153586163.pdf>

А. Р. Кіщук, І. С. Зігунова.

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ

Стан молодіжного і студентського туризму в Сумському регіоні. Проблеми і напрямки розвитку; необхідність зміни підходу до розвитку інфраструктури для студентського туризму. Фестиваль «Сотіс Соп Суту», як метод підвищення інтересу до туризму в цьому регіоні.

Ключові слова : туризм, молодіжний туризм, інфраструктура, фестиваль «Comic Con Sumy».

The state of youth and student tourism in Sumy region. Problems and directions of development; the need for a change in approach to the development of infrastructure for student tourism. «Comic Con Sumy» festival as a method of increasing interest in tourism in this region.

Keywords: tourism, youth tourism, infrastructure, «Comic Con Sumy» festival.

Молодіжний туризм є одним з найбільш швидко зростаючих напрямків у міжнародному туризмі, і його питома вага продовжує неухильно зростати. На сьогоднішній день, понад 20% усіх міжнародних подорожей припадають на молодіжний туризм. Серед соціальних груп, які найбільше активно користуються послугами туристичної галузі, студентська молодь займає одне з провідних місць. Вони масово подорожують як з навчальною метою, так і з профорієнтаційною, розважальною, рекреаційною та іншими цілями.

Проте в Україні, незважаючи на загальний розвиток молодіжного туризму в світі, індустрія молодіжного туризму залишається малоактивною. Неструктурований характер молодіжного та студентського туризму сприяє тому, що державна політика у сфері гостинності в цілому не координується.

Історія студентського туризму у Сумському регіоні розпочалася ще у 1960-х роках. На той час студенти Сумського державного педагогічного інституту (тепер - Сумський державний університет) стали першими, хто організовував туристичні походи до Карпат та Полісся. У 1970-х роках студентський туризм став набувати більшої популярності та став більш організованим. Так, з'явилися студентські туристичні клуби та гуртки, які займалися плануванням та організацією туристичних походів та відпочинку для студентів [1].

Сучасний стан молодіжного туризму в Сумському регіоні знаходиться в процесі розвитку, але з деякими проблемами. Однією з основних проблем є недостатньо розвинена туристична інфраструктура для студентського туризму. В регіоні недостатньо готелів, гуртожитків та інших місць для проживання студентів під час їхніх поїздок. Іншою проблемою є недостатня кількість організацій та клубів, які займаються організацією студентського туризму. Це ускладнює доступ молоді до організованих туристичних походів та відпочинку. Також проблемою є недостатнє фінансування студентського туризму з боку держави та інших організацій. Це ставить під загрозу організацію туристичних поїздок та

відпочинку для молоді з низьким рівнем доходу [3].

Розглядаючи питання розвитку інфраструктури, слід мати чітко сформоване розуміння, що саме треба робити та на що звертати увагу. Характеризуючи основні напрямки розвитку цієї інфраструктури, можна виділити декілька основних напрямків.

Таблиця 1

**Основні напрямки підвищення якості послуг
для молодіжного туризму в Сумському регіоні
[Авторська розробка автора на основі Джерела 2]**

Показник	Метод
Підвищення кваліфікації працівників туристичної галузі	Необхідно забезпечити належний рівень кваліфікації працівників готелів, ресторанів, туристичних агентств та інших підприємств, які надають послуги для молодіжного туризму.
Розвиток інфраструктури	Необхідно забезпечити належний рівень комфорту та безпеки для молоді, які займаються туризмом. Для цього необхідно розвивати інфраструктуру, таку як готелі, гуртожитки, транспортні засоби та інші.
Розробка та впровадження стандартів якості	Необхідно розробити та впровадити стандарти якості для послуг, які надаються молоді, які займаються туризмом. Це дозволить забезпечити належний рівень якості та безпеки для молоді.
Розвиток туристичних маршрутів та пам'яток	Необхідно розробити туристичні маршрути та пам'ятки, які будуть цікавими для молоді. Це дозволить забезпечити належний рівень розваг та культурного розвитку для молоді.
Впровадження нових технологій та інновацій	Необхідно впроваджувати нові технології та інновації для поліпшення якості послуг для молодіжного туризму.
Забезпечення безпеки	Необхідно забезпечити належний рівень безпеки для молоді, які займаються туризмом.
Підвищення рівня обслуговування	Необхідно забезпечити належний рівень обслуговування для молоді, які займаються туризмом.
Розвиток екологічної свідомості	Необхідно забезпечити належний рівень екологічної свідомості серед молоді, які займаються туризмом.
Розвиток співпраці з університетами та іншими освітніми закладами	Необхідно розвивати співпрацю з університетами та іншими освітніми закладами, щоб залучити більше молоді і студентів до туристичного бізнесу та сприяти їх освітньому та культурному розвитку.

Використовуючи ці методи на практиці, можна якісно та з реальним результатом в короткостроковій перспективі підвищити туристичну галузь в тому числі й студентську в Сумській області.

Варто не забувати і про постійну популяризацію молодіжного туризму в Сумському регіоні, для цього можна використовувати рекламні кампанії в університетах та інших освітніх закладах, розвивати туристичні маршрути, організовувати туристичні заходи для молоді, співпрацювати з туристичними агентствами та готелями, організовувати конкурси та акції.

Ці методи дозволять на постійній основі підтримувати популяризацію цього питання, що в свою чергу буде впливати на загальний розвиток індустрії [4].

Зважаючи на основний перелік методів популяризації, одним з можливих методів підвищення інтересу може стати розробка тематичного фестивалю «Comic Con Sumy» у м. Суми який матиме значний позитивний вплив на підвищення молодіжного туризму в цьому регіоні.

Отже, молодіжний туризм у Сумському регіоні є перспективним, але в той же час вимагає конкретних дій для покращення ситуації та налагодження динаміки розвитку. Одним з можливих методів підвищення інтересу може стати розробка тематичного фестивалю «Comic Con Sumy» у м. Суми який матиме значний позитивний вплив на підвищення молодіжного туризму в цьому регіоні.

Список використаних джерел:

1. Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. Історія туризму: підруч. Харків: ХНАМГ, 2010. 294 с.
2. Дубенюк Я.А. Особливості розвитку туристичного ринку України в умовах глобалізації. Економіка: проблеми теорії та практики: [зб. наук.праць] / Я. А. Дубенюк. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2005. – Том III. – 653-659 с.
3. Машіка Г. В., Машіка А. В. Теоретичні аспекти дослідження молодіжного туризму. *Туризм і рекреація: наука, освіта, практика: збірник тез доповідей II Всеукраїнської науково-практичної конференції*. Мукачево: РВВ МДУ, 2019. С. 67–70.
4. Юринець З. В., Мельник Н. В. Основні аспекти формування маркетингової політики на підприємствах туристичної галузі України. *Вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки*. Херсон, 2014. Вип. 6. С. 137–141.

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ

До початку повномасштабного вторгнення туристичний бізнес в Сумській області розвивалася динамічно. З кожним роком з'являлися нові туристичні атракції, розроблялися туристичні маршрути, високої популярності набував сільський туризм, вдосконалювалася готельно-ресторанна база. Однак, під час війни та окупації Сумської області російськими військами, багато туристичних локацій було знищено, а більшість об'єктів туристичного бізнесу повністю або частково припинили свою діяльність.

Ключові слова: туризм, туристичний бізнес, Сумська область.

Before the start of the full-scale invasion, the tourism business in the Sumy region developed dynamically. Every year, new tourist attractions appeared, tourist routes were developed, rural tourism gained high popularity, and the hotel and restaurant base was improved. However, during the war and the occupation of the Sumy region by Russian troops, many tourist locations were destroyed, and most of the tourist business facilities completely or partially ceased their activities.

Keywords: tourism, tourism business, Sumy region.

Туристичний бізнес можна впевнено віднести до основних галузей економіки нашої країни. Паралельно з розвитком туристичної галузі розвивається транспортна інфраструктура, покращується екологічний стан навколишнього середовища поблизу туристичних підприємств та рекреаційних зон, міська та комунальна інфраструктура.

Однак слід відзначити що дана галузь досить вразлива до криз різного походження, таких як стихійні лиха, епідемії, соціально-економічні та політичні кризи, воєнні конфлікти, все це призводить до дисбалансу в середині країни. Все це вказує на те, що туристичний бізнес з початком повномасштабного вторгнення зазнав краху. Так як Сумська область є прикордонною територією, то більшість туристичних фірм вимушені були закритися, або вести свою діяльність із за кордону. Більшість туристичних пам'яток було зруйновано, а деякі міста нашої області і до сьогодні зазнають обстрілів. Попри військові дії, які продовжуються, та встановлені обмеження, туристичний сектор продовжує працювати в безпечних містах, де не ведуться активні бойові дії [3].

До повномасштабного російського вторгнення туристична сфера в Сумській області розвивалася динамічно. Можна було спостерігати нові туристичні атракції, розроблялися туристичні

маршрути, активно розвивався сільський, подієвий туризм та ін. Однак, під час війни та окупації Сумської області, російськими військами більшість туристичних локацій було знищено, або ж вони призупинили свою діяльність. Незважаючи на це, не весь туристичний бізнес не зупинив свою діяльність.

Після того як російські війсь покинули територію області ми можемо спостерігати наступні зміни. Дуже знизився попит на відвідування визначних туристичних місць, атрактивні туристичні об'єкти перестали функціонувати або приймати туристів більшість туристичних агент зачинені або паралельно займаються додатковою діяльністю, знизився рівень платоспроможності населення. Але в свою чергу активізувалася співпраця між волонтерами, громадами та представниками туризму, збільшився потік переселенців та їх зацікавленість до місцевих туристичних об'єктів.

Також є цілий ряд проблем який унеможлиблює на повну силу розвиватися і відновлювати туристичний бізнес. Туристичні об'єкти, з якими був пов'язаний бізнес, потрапили в зону окупації або активних бойових дій і стали недоступними; довелося повністю переорієнтувати свою діяльність з туристичної діяльності на інше спрямування; партнери по туристичній діяльності припинили своє функціонування або не приймають туристів; емоційне виснаження працівників та їх моральна неготовність працювати в сфері послуг; тимчасове призупинення туристичної діяльності через низький попит; працівники вимушені дули виїхати за кордон; працівники були призвані на службу до ЗСУ; довелося повністю припинити функціонування через відсутність економічної рентабельності [2].

Але для того щоб туристичному бізнесу функціонувати та повністю не занепасти, потрібно пристосуватися до умов сьогодення. Слід звернути увагу на обмеження, які діють під час війни. Їх повинні враховувати не тільки туристи, а й туристичні компанії. Формування маршрутів з урахуванням розташування бомбосховищ. Туроператори та екскурсоводи, які складають екскурсійні маршрути, повинні враховувати, що в разі повітряної небезпеки туристам мають бути доступні бомбосховища. Планування туристичних мандрівок відповідно до дії комендантської години. З метою підтримання правопорядку в умовах воєнного стану у всіх областях України встановлена комендантська година. Як правило, вона діє з 23.00 до 05:00. Саме тому планування відпусток чи відвідин тих чи

інших локацій має відбуватися з урахуванням цієї вимоги. Дотримання заборон, до яких відносяться прогулянки та екскурсії біля об'єктів критичної чи військової інфраструктури, проведення масових заходів, відпочинку у прифронтових зонах та подорожі по територіях, які знаходяться чи були в окупації [1].

Отже можна зробити певні висновки. Наша область має значний туристичний потенціал. Незважаючи на складну ситуацію в туристичній галузі в післявоєнний час вона повинна стати ключовою у стратегії економічного відновлення. Однак працювати та підтримувати туристичний бізнес потрібно вже сьогодні. Вести перемовини зі світовими готельними мережами щодо їх виходу в Україну, підготувати масштабну маркетингову кампанію для зовнішніх ринків, розробити туристичні програми по місцям військової слави ЗСУ, працювати над відновленням туристичної інфраструктури, просувати нестандартні формати туризму.

Список використаних джерел:

1. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. №41. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>
2. Малиута Л., Корольок С. Перспективи післявоєнного відновлення внутрішнього туризму в Україні, *Трансформація бізнесу для сталого майбутнього: дослідження, діджиталізація та інновації: збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Тернопіль, 23–24 листопада 2022 р.)*. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2022. С. 156-159. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39813/2/ICBuTS_2022_Maliuta_L-Prospects_for_the_post_156-159.pdf.
3. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія : Економічні науки. 2022. Випуск 46. С. 11–15.

Ф. І. Косяченко, І. С. Зігунова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Тези доповіді присвячені аналізу поточного стану соціального туризму в Україні і його перспективам розвитку. Проаналізовано сучасний стан соціального туризму в Україні, зокрема наявність інфраструктури, програм та ініціатив, спрямованих на підтримку соціального туризму. Розглянуто вектор змін та розвитку соціального туризму в Україні.

Ключові слова: соціальний туризм, аналіз, розвиток, перспективи, туристський потенціал.

Summary. The theses are devoted to the analysis of the current state of social tourism in Ukraine and its development prospects. The current state of social tourism in Ukraine is analyzed, in particular the availability of infrastructure, programs and initiatives aimed at supporting social tourism. The vector of changes and development of social tourism in Ukraine is considered.

Keywords: social tourism, analysis, development, prospects, tourist potential.

Постановка проблеми. Соціальний туризм – це важлива соціальна ініціатива, яка надає можливість вразливим групам населення, людям з обмеженими можливостями та низьким рівнем доходу, відвідувати нові місця, отримувати нові враження та розвивати свої соціальні та культурні компетенції. Проте цей вид туризму в Україні потребує більшої уваги та підтримки з боку держави та інших зацікавлених сторін для того, щоб бути більш доступним та ефективним для вразливих груп населення, оскільки в нашій країні залишається ще велика кількість «бар'єрів» для багатьох людей. Тож в Україні є нагальним питання щодо розвитку соціального туризму, забезпечуючи безбар'єрне середовище для всіх верств населення.

Мета роботи. Визначити сучасний стан соціального туризму в Україні та дослідити перспективи його розвитку.

Виклад основного матеріалу. Україна має значний потенціал для розвитку соціального туризму, завдяки своїй культурній та природній спадщині, а також наявності численних санаторіїв, пансіонатів та інших закладів, які можуть забезпечити комфортне перебування для людей, які потребують особливої уваги. Проте, для розвитку соціального туризму в Україні необхідна підтримка з боку держави та розвиток співпраці між відповідними галузями [2].

Аналізуючи досвід інших країн, стає зрозуміло, що туристи, які мають інвалідність, є важливою частиною туристського ринку. Тому в Україні на прикладі закордонного досвіду є необхідність у створенні спеціальних сайтів, додатків на телефон для всіх соціально вразливих верств населення, адаптувати екскурсійні маршрути, пам'ятки історії та культури, заклади харчування та розміщення, транспортну інфраструктуру тощо.

В Українському законодавстві уже існують соціальні гарантії для соціально вразливих категорій населення, що пов'язані з усіма сферами життя, проте зважаючи на Європейську інтеграцію України, даних заходів ще не достатньо для цього, оскільки в нашій країні в осіб з інвалідністю залишається ще велика кількість

бар'єрів у житті. Це пов'язано з недосконалою нормативно-правовою базою, у багатьох українців ще не сформована культура поваги до осіб з інвалідністю, та в багатьох немає розуміння з якими важкими проблемами вони стикаються, а наявні послуги з консультації чи процеси доєднання до нормального життя в суспільстві не завжди виявляються дієвими. Для людей із зоровими та слуховими порушеннями залишається відкритим питання повної доступності всіх видів транспорту, соціальної та вуличної інфраструктури. Не весь транспорт та його види облаштовані згідно з існуючими стандартами та потребами осіб з інвалідністю. Не всі заклади харчування та проживання, музеї чи аптеки, ліфти, ескалатори, вокзали, парки та переходи (наземні, підземні) відповідають вимогам та потребам людей з інвалідністю [3].

Допомога держави є ключовим фактором у розвитку соціального туризму. Наприклад, урядом України було ухвалено «План заходів на 2023-2024 роки зі створення в Україні безбар'єрного простору» на проміжок часу від 2023 до 2030 року. Організацією цих заходів займається команда уряду завдяки підтримці Олени Зеленської – першої леді України. У планах є проведення 472 заходів за участі двадцяти міністерств. Метою та завданням плану є створення безбар'єрного простору в кожній сфері життя людини. Завдяки ініціативі Олени Зеленської у 2021 році було затверджено Національну стратегію зі створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року. Це допоможе впоратися з викликами життя, сприятиме відновленню нашої країни та розвитку її як соціального, так і фізичного простору [5].

На території нашої держави діє товариство «Укрпрофтур», що утворилось на основі системи структурних підрозділів профспілкового туризму що існували ще за радянських часів. На сьогоднішній день ця організація об'єднує 77 приватних туристських господарств та надає можливість екскурсійного обслуговування населення України, організації транспортних турів, заходів з оздоровлення, тощо. Спектр представлених послуг зорієнтований на допомогу людям, що постраждали від певних катастроф (як наприклад Чорнобильська), дітей, осіб з обмеженими можливостями, тощо [4].

Щодо участі неурядових громадських організацій. Фонд «Мрія», що зараз активно сприяє допомозі українцям, що постраждали під час збройної агресії Росії, до вторгнення організував благодійні

туристичні поїздки для дітей з онкологічними захворюваннями. Важливу роль відіграє також єврейська громада України, яка за допомогою низки іноземних спонсорів організовує безкоштовні поїздки та екскурсії для дітей та людей похилого віку в різні пори року [1].

Висновок. Станом на сьогодні в Україні проживає досить значна кількість людей з інвалідністю, осіб похилого віку та інших соціально вразливих верств населення, яким необхідна особлива увага державних органів. Україна має значний потенціал для розвитку соціального туризму завдяки своїй культурній та природній спадщині, а також існуючим закладам для комфортного перебування туристів. Однак, для успішного розвитку соціального туризму необхідна підтримка держави та співпраця між відповідними галузями. В Україні є необхідність у створенні спеціальних сайтів, додатків для соціально вразливих верств населення, адаптації екскурсійних маршрутів та інфраструктури для забезпечення повної доступності. Допомога держави та активна участь неурядових організацій є ключовими факторами для розвитку соціального туризму в Україні. За наявною інформацією, вже існують певні кроки у цьому напрямку, але ще багато роботи потрібно зробити для створення безбар'єрного простору та повної доступності для всіх туристів.

Список використаних джерел

1. Благодійний фонд «Мрія»: веб-сайт. URL: <https://dreamfund.zp.ua/index.php/language/uk/>
2. Газета «Голос України». Соціальний туризм в Україні: чи стане він «дизайнером суспільства та двигуном економічного розвитку», 2009, 14 с.
3. Л. М. Якушенко. Актуальні проблеми соціального захисту людей з інвалідністю: аналітична записка серія «Соціальна політика», № 9, 2019.
4. Укрпрофтур. Укрпрофтур - найбільша мережа власних готелів в Україні: веб-сайт. URL: <https://www.ukrtour.pro/>
5. Урядовий портал: веб-сайт. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 25 квітня 2023 р. № 372-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/prozatverdzhennia-planu-zakhodiv-na-20232024-roky-z-realizatsii-natsionalno-strategii-iz-stvorennia-bezbariernoho-prostoru-v-ukraini-na-period-do-2030-roku-i250423-372>

МІСТА ЯК ЦЕНТРИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО (УРБАН) ТУРИЗМУ

Розкрито поняття міський (урбан) туризм. Визначено основні ознаки цього виду туризму. Наведено показники, що характеризують міський туризм у м. Києві. Визначені напрями, які сприятимуть створенню позитивного туристичного іміджу міста.

Ключові слова: *міський туризм, урбанізовані території, функціональне зонування.*

The concept of city (urban) tourism is revealed. The main features of this type of tourism are defined. Indicators characterizing urban tourism in Kyiv are presented. Areas that will contribute to the creation of a positive tourist image of the city have been identified.

Keywords: *urban tourism, urbanized areas, functional zoning*

Постановка проблеми. Туризм має значний вплив на розвиток та економіку багатьох великих міст світу, змінюючи міські ландшафти, організацію. Експерти ООН прогнозують, що до 2050 р. 70% всього населення світу буде урбанізовано і відповідно подорожувати буде до інших відмінних від свого міст – тобто в інші міста [6]. Міста на туристичному ринку виступають як окремі об'єкти туристичного попиту, тому традиційно популярним є міський туризм.

Виклад основного матеріалу. Експерти Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) відносять до міського туризму поїздки, якщо метою подорожей туристів є міста або місця з великою густотою населення [6]. Тривалість таких поїздок як правило коротка (від одного до трьох днів), тому міський туризм тісно пов'язаний з ринком короткострокових турів.

У багатьох наукових дослідженнях з проблематики видів туризму, автори розглядають поняття «сільський» і «міський» туризм. У британському словнику з подорожей, туризму і гостинності С. Медліка (1993) під «міським туризмом (urbantourism) мають на увазі подорожі і візити з фокусом на міські напрями. Швидко зростаюча форма туризму, метою якої є відвідання історичних і культурних пам'яток, а також шопінг і поїздки з діловою метою» [5]. В словнику німецького дослідника Хартмута Лезера (1997 р.) міський туризм означає «короткострокове (1 – 4 дні) відвідування міста по наступним причинам: 1) цікавість до історії або культури;

2) участь в івент заходах; 3) придбання різних товарів. Зазвичай така подорож здійснюється в формі екскурсії вихідного дня та може проводитися як індивідуально, так і в групах; які організовано (через турфірми та з екскурсоводами), так і самостійно» [7].

Німецькі дослідники Генріх Нойенфельдт та Олаф Розе додають, що туристи можуть відвідувати місто як з особистих причин, так і з інших обставин. Пізніше Даніель Клук та Крістіан Кестеркон (Великобританія) конкретизуючи поняття міського туризму, поклали у його основу відвідування міст з культурно пізнавальною метою, подієвими, а також бізнесовими інтересами.

Болгарські науковці М. Нешков, С. Ракаджийска, Т. Дъбева в підручнику «Вступ до туризму» класифікують туризм за різними ознаками. Однією з них зазначено географічне розташування туристського місця. Автори виділяють поряд з морським, річковим, озерним та гірським туризмом, також сільський та міський види туризму [3].

Вчені з Європейського інституту порівняльних міських досліджень (Euricur) (Роттердам, Нідерланди) Лео ван ден Берг та Ерік Браун у монографії «Міський туризм: ефективність і стратегії в восьми європейських містах» порівняли вплив туристської діяльності на міста країн ЄС.

У Законі України «Про туризм» є такий вид туризму, як сільський, але відсутній міський. На думку Смирнова І.Г., міський туризм – комплексний різновид туризму, який базується на культурно-історичному та архітектурному надбанні міст, їх кліматичних і природних особливостях, високому ступені розвитку і глибокій диверсифікації суспільно-економічного життя, пропозиції суспільних, а також комерційних товарів і послуг [4]

Необхідно відмітити, що правомірним є зауваження дослідника О. В. Гладкого, про те, що міський туризм має вужчу направленість і направлений на задоволення переважно культурно-пізнавальних потреб туриста, пов'язаних із загальним комплексним ознайомленням з містом, його архітектурною та просторовою конфігурацією, планувальною структурою, історичною, етнічною та культурно-релігійною спадщиною.

Дослідники Ганич О., Гаталяк О. розглядають туризм в містах (урботуризм) як вид спеціалізованого туризму з культурно-пізнавальною, розважальною, діловою, лікувально-оздоровчою

метою, що ґрунтується на комплексному використанні ресурсів міста [1, с. 53].

Туризм є сферою, який має великий вплив на значну кількість секторів діяльності сучасного міста, як прямо так і опосередковано, що не мало ускладнює поточне управління і планування розвитку міста, вирішення відповідних проблем та створення необхідної політики для адаптації і переходу до сталого розвитку та моделі державно-приватного співробітництва у середовищі міському туризму. Таким чином у сучасному світі міста є центрами розвитку туризму, і відповідно міське середовище неодмінно повинне мати все, що здатне підтримувати інтерес туристів: атрактивність – здатність привертати до себе увагу; експресивність – особлива виразність; меморіальність – зв'язок з пам'ятними подіями, явищами, особистостями; унікальність – неповторність пам'яток; рідкість – автентичність. Локація, фести, культурна спадщина, їжа, туристські об'єкти – це все складові міського туризму, і саме правильна промоція дає можливість будь-якому місту бути цікавим для туриста та першим за відвідуванням. Стратегія стійкого розвитку міста має на увазі розподіл отриманих від галузі туризму прибутків на інноваційні проекти покращення міського середовища, а також збереження культурної спадщини і навколишнього середовища.

Виділяють перспективні напрями у розвитку міського туризму, які були представлені в Стамбульській декларації (2012 р.) по урбан-туризму: економічне стимулювання та розвиток міст; якість життя місцевих мешканців; взаємодія та розвиток шопінг-туризму та міського туризму; взаємодія та розвиток культурно-пізнавального і міського туризму; поєднання ділового і міського туризму [2].

В залежності від туристської спеціалізації виділяють наступні види міських туристських центрів: центри культурно-пізнавального туризму, центри ділового туризму, центри туризму, міста-курорти, лікувальні центри і центри паломництва. Більшість міст, головним чином великі, і мегаполіси є поліфункціональними. З точки зору організації є два різновиди міських турів: стаціонарні тури – з перебуванням туристів у одному місті, туристському центрі; маршрутні тури – відвідання кількох міст та центрів пам'яток, побудоване у вигляді маршруту подорожі. При організації маршрутних турів розробляється спеціальний графік відвідування запланованих пунктів. На місто або туристський центр виділяється

від 1 до 3 днів в залежності від величини туристського центру і обсягу пам'яток. Найбільша кількість днів виділяється тільки на найбільші туристські центри – столичні міста, такі як Париж, Рим, Лондон, Київ.

В умовах глобалізації і швидкого розвитку технологій всі міста мають однакові можливості для розвитку міського (урбан) туризму. Особливо привертають увагу міжнародних туристів світові (глобальні) міста, що вирізняються високим ступенем ділової активності і політичним, економічним і культурним потенціалом.

Висновки. Отже, міський (урбо) туризм передбачає поїздки, коли метою подорожей туристів є міста або місця із великою кількістю населення і базується на комплексному використанні ресурсів міста. Перспективними напрямками у розвитку міського туризму є: економічне стимулювання і розвиток міст; якість життя місцевого населення; взаємодія та розвиток шопінг туризму і міського туризму; взаємодія та розвиток культурно-пізнавального та міського туризму; поєднання ділового та міського туризму. Продовжує відбуватися формування Києва як туристичної дестинації, проте поки столиця України не входить і до ТОП-20 найпопулярніших місць у світі. План стійкого розвитку м. Києва передбачає розподіл отриманих від туризму прибутків на інноваційні проекти покращення міського середовища, а також збереження культурної спадщини та навколишнього середовища. Покращення позицій Києва у рейтингу популярних туристичних дестинацій обумовлює необхідність подальшого розвитку інфраструктури..

Список використаних джерел

1. Гаталяк О., Ганич О. Теоретичні підходи до визначення поняття туризму в містах. Географія. Економіка і туризм: національний та міжнародний досвід. Матеріали XI наукової конференції з міжнародною участю. Львів, 2017. С. 50–55.
2. Ліптуга І. Л. Прес-реліз 5-го Глобального Саміту з міського туризму директора департаменту туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://mw.com.ua/?oid=17794> HYPERLINK «<http://mw.com.ua/?oid=17794&sid=13347>»& HYPERLINK «<http://mw.com.ua/?oid=17794&sid=13347>»sid=13347
3. Нешков М. Въведение в туризм. Варна: Наука и икономика, 2007. 299 с.
4. Смирнов І. Г. Брендинг міста у туризмі: концептуальні підходи. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id1680/>
5. Dictionary of Travel. Tourism and Hospitality. London: Butter worth Heinemann Etd. 1993. – P.43. URL: www.mu.edu.et/iphc/images/Tourism/Dictionary_of_Travel_Tourism_Hospitality.pdf

6. Global Report on City Tourism – Cities 2012 Project. – AM Reportnesix. Madrid, 2012. – 53 p.
7. Hartmut L. Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie. 55 Munchen: Braunschweig, 1997. 125 p.

А. В. Осадченко, Д. Р. Мозгова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

В статті досліджується наслідки російсько-української війни на розвиток туристичної сфери в Україні. Актуальність дослідження полягає в необхідності розвитку туризму як однієї з основних галузей економіки під час війни та після її завершення. Визначено важливість туристичного ринку України для сусідніх країн, проаналізовано його поточний стан та встановлено особливості функціонування в умовах війни.

Ключові слова: туризм, російсько-українська війна, сучасний стан, перспективи розвитку, індустрія.

Study of the consequences of the Russian-Ukrainian war on the development of tourism in Ukraine. The relevance of the research lies in the need to develop tourism as one of the main branches of the economy during the war and after its end. The importance of the tourist market of Ukraine for neighboring countries was determined, its current state was analyzed and the peculiarities of its functioning in war conditions were determined.

Keywords: tourism, Russian-Ukrainian war, current state, development prospects, industry.

Мета роботи. Дослідження особливостей туристичної індустрії України в умовах воєнного стану.

Постановка проблеми. В умовах воєнного часу необхідно робити осмислення розвитку туристичного бізнесу як об'єкта і суб'єкта політичного процесу і як економічного та соціального інструмента по відновленню, що визначає стан розвитку національної та регіональної економіки і потребує вибору відповідних управлінських рішень. Туристична сфера зазнає величезних збитків під час війни. З часу повномасштабного вторгнення в Україну російських військ повністю змінились підходи до організації туристичного бізнесу, який значною мірою залежить від безпекової складової відвідувачів як під час трансферу, так і під час відвідування туристичних об'єктів, маршрутів, інших відповідних локацій, де здійснюється надання тих чи інших послуг загального туристичного кошика.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні значна частина туристичних компаній закрилась, інші переорієнтували свою діяльність або проводять волонтерську діяльність. З настанням літнього сезону почали з'являтися окремі запити на відпочинок, зокрема в містах безпечної частини нашої держави – західних регіонах, Карпатах, тому що навіть в умовах воєнного стану туристична галузь продовжує функціонувати, оскільки мандрувати та пересуватись країною не заборонено.

Зауважимо, на першому плані для подорожніх, відвідувачів різних територій, туристичних компаній має бути розуміння про реальний захист від раптових небезпек. Тільки потім можна розглядати економічну, культурну, відпочинкову, пізнавальну та інші складові, що є туристичною метою. Україна завжди була цікавою не тільки для внутрішнього споживача ринку туристичних послуг, але і відвідувачів з країн Європи, США, Азії та ін. Туроператори, власники готелів і ресторанів від самого початку підтримували армію. Вони приймають у себе біженців і допомагають їм організувати пересування далі. Усе це демонструє, наскільки важливою є туристична галузь не лише в мирні часи (для популяризації України як туристичного напрямку), але й у воєнні часи (аби допомагати), особливо з боку іноземних туристів та щодо окремих локацій в Україні.

А. Нагірняк, дослідник туристично-рекреаційного потенціалу зазначає: «Беручи до уваги сприятливі умови розвитку туризму, існує низка факторів, що стримують ефективний розвиток цього виду діяльності на сучасному етапі, вирішення яких, на мою думку, можна досягти за допомогою інтенсивної розбудови туристичної інфраструктури, співпраці державного та приватного секторів у сфері популяризації туристичного потенціалу регіону, підтримці розвитку внутрішнього туристичного продукту та продуктивній реалізації державної та регіональної політики в галузі туризму» [3].

К. Редько та О. Фурс зауважують, що подальший розвиток демократії та вдосконалення законодавчої бази, політична стабільність і міжнародна відкритість, розвиток інфраструктури по всій території України, визначення пріоритетності економічного розвитку у сфері туризму та майбутній вступ до НАТО та ЄС – все це забезпечить створення високоприбуткової туристичної галузі, яка буде задовольняти потреби внутрішнього та зовнішнього туризму,

водночас будуть ураховані потенціал України та її національні особливості [4].

Т. Рябова акцентує увагу на тому, що для стимулювання підприємств туристичної галузі їм потрібно надати економіко-фінансову допомогу, вони мають покращити своє кадрове забезпечення, а для впровадження інновацій у туристичні продукти та розвиток інфраструктури важливо створити ефективні партнерські зв'язки між державою та бізнесом. Тільки ефективна державна політика в туристичній галузі дасть змогу сформувати привабливий інвестиційний клімат для розвитку туристичної сфери в Україні [5].

Зовнішній туризм в умовах війни також має свої особливості. Більшість українців виїжджає за кордон не для того щоб відпочити, а для того щоб евакуюватися з небезпечних територій, на яких продовжують йти бойові дії. Крім цього, небо над Україною повністю закрите, що ускладнює подорож в інші країни. Однак з початком сезону зовнішній туризм почав дещо оговтуватися. Найпопулярніші серед українців – евакуаційні рейси до Болгарії, що зумовлено безкоштовним проживанням в готелях для українців, яке пропонує ця країна. Також почали відновлюватись вильоти на море в Туреччину, Єгипет, Іспанію, Туніс. Щоправда, для цього українцям потрібно самостійно їхати до аеропорту в сусідню Польщу. Таким чином організовуються й відпочинкові тури в Литву та Молдову.

Україна має значний туристичний потенціал. Щорічно її відвідує велика кількість туристів зі всього світу. Проте в лютому 2022 році туристична галузь нашої держави зіткнулась з важким випробуванням – російсько-українською війною. Військовий конфлікт призвів до руйнування туристичної інфраструктури в багатьох регіонах України, втрати іноземних туристів, заборони використання повітряного простору та інших негативних наслідків. Попри це туризм продовжує функціонувати, проте має певні особливості, зумовлені ситуацією в нашій державі. До них можна віднести формування туристичних маршрутів з урахуванням наявності бомбосховищ, планування туристичних мандрівок відповідно до дії комендантської години, дотримання заборон, до яких відносяться прогулянки та екскурсії біля об'єктів критичної чи військової інфраструктури, проведення масових заходів, відвідування лісів, водойм та гірських маршрутів в різних регіонах України. Незважаючи на складну ситуацію в туристичній галузі в післявоєнний час

вона повинна стати ключовою у стратегії економічного відновлення. Однак працювати над цим потрібно вже сьогодні. Зокрема, необхідно включити розвиток туризму в програми післявоєнного відновлення, вести перемовини зі світовими готельними мережами щодо їх виходу в Україну, підготувати масштабну маркетингову кампанію для зовнішніх ринків, розробити туристичні програми по місцям військової слави ЗСУ, працювати над відновленням туристичної інфраструктури, просувати нестандартні формати туризму, відкривати національні офіси туризму в інших країнах. Практичне значення дослідження полягає в можливості застосування запропонованих напрямів розвитку туризму для туристичних компаній, що відновлюватимуть свою діяльність в післявоєнний період.

Через повномасштабне вторгнення в Україну російських військ у лютому 2022 р. вітчизняна туристична галузь знижує свій потенціал, втрачає певні туристичні ресурси на окремих небезпечних територіях держави. За останнє десятиріччя відбувся перерозподіл туристичного навантаження туроператорів і турагентів (виробників туристичного кошика) за видами туризму. За загальної позитивної динаміки кількості туристів в Україні різко зросла кількість виїзних туристів, водночас зменшилася кількість внутрішніх і в'їзних відвідувачів. У сфері туризму в регіонах та територіальних громадах недостатньо використовуються маркетингові комплексні інструменти. Громадам слід більше уваги приділяти туристичній галузі, ресурс якої не потребує масштабних інвестицій; віднайти його можна в більшості населених пунктів, формувати на етапі розроблення концепцій інтегрованого розвитку, стратегічного та просторового планування розвитку громад.

Висновки. Отже, туристична сфера України зазнала негативного впливу ще з початку російсько-української війни у 2014 р., що, в результаті, призвело до зменшення як внутрішніх, так і міжнародних турпотоків, а це, в свою чергу, призводить до зменшення капіталонадходжень у бюджет країни як від самих туристичних підприємств, так і від підприємств, що прямо або опосередковано пов'язані з туризмом.

На сьогоднішній день туризм у значній частині областей взагалі не має можливості функціонувати через розміщення окупаційних військ, ведення бойових дій або близьке розташування до таких місць. В областях, де відносно безпечно, в певній мірі

функціонує внутрішній туризм, проте рівень його далеко не досягає рівня до повномасштабного вторгнення. Повне відновлення туристичної діяльності на території країни стане можливим тільки після припинення бойових дій і з наданням можливості безпечного перебування туристів у будь-якому регіоні, безперешкодного пересування територією України, відновленням всієї інфраструктури, транспортного сполучення та туристично-рекреаційних ресурсів. У світі є маса країн, які після масштабних воєнних дій швидко відновили та почали розвивати на новому рівні туристичну індустрію, прикладом яких варто керуватись при відновленні туристичної діяльності і на території України. Важливим напрямом для розвитку туризму в Україні має бути «туризм пам'яті», «воєнний туризм» та «національно-патріотичний туризм» аби показати масштаби російськоукраїнської війни, вшанувати пам'ять загиблих і виховувати національну свідомість.

Список використаних джерел

1. Барвінок Н. Вплив глобальних безпекових факторів на розвиток міжнародного туризму в Україні. *Věda a perspektivy*. 2022. № 4 (11). с. 139-151. [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-4\(11\)-139-151](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-4(11)-139-151).
2. Дяченко Л. П. Економіка туристичного бізнесу: веб.сайт. URL: https://tourlib.net/books_ukr/dyadechko24.htm.4 (дата звернення: 12.04.2023)
3. Нагірняк А. Я. Львівщина як складова туристичної галузі України. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 30. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-39>
4. Редько К. Ю., Фурс О. С. Основні тенденції розвитку туризму в Україні. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*: зб. наук. пр. 2020. № 17. С. 220-227. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.17.2020.216338>
5. Рябова Т. А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 4: веб.сайт. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1> HYPERLINK
«<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6241>»& HYPERLINK
«<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6241>»z=6241 (дата звернення: 12.04.2023)

В.О. Пасічник, Д.Р. Мозгова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ

Сьогоднішня кон'юнктура світового ринку туристичних послуг демонструє динамічне зростання ємності туристичного продукту в розрізі загальносвітового фінансового середовища. Саме ринок туристських послуг став одним

із найбільш вагомих сегментів ринку послуг, як в окремих країнах, так і у світовій економіці загалом. За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO) останнім часом в світі спостерігається тенденція до збільшення привабливості подієвого туризму, згідно довгострокових прогнозів та оцінки розвитку туризму протягом 2010 – 2030 рр. його частка в структурі світового туризму щороку зростає на 1,5 %. Розвиток подієвого туризму на базі існуючих місцевих туристичних ресурсів сприятиме розвитку внутрішнього туризму в країні, що в свою чергу позитивно вплине на розвиток інших видів туризму в регіоні та сприятиме зростанню туристичних потоків та підвищенню економічного рівня як окремо взятої області, так і країни в цілому. [1]

Ключові слова: подієвий туризм, рекреація, культурно-пізнавальний туризм, розважальний туризм

Today's situation in the world market of tourist services demonstrates a dynamic growth of the capacity of the tourist product in the context of the global financial environment. The tourist services market has become one of the most important segments of the services market, both in individual countries and in the world economy in general. According to the UN World Tourism Organization (UNWTO), recently there has been a tendency to increase the attractiveness of event tourism in the world, according to long-term forecasts and assessments of the development of tourism during 2010-2030, its share in the structure of world tourism is growing by 1.5% every year. The development of event tourism on the basis of existing local tourist resources will contribute to the development of domestic tourism in the country, which in turn will positively affect the development of other types of tourism in the region and contribute to the growth of tourist flows and the improvement of the economic level of both the individual region and the country as a whole.

Keywords: event tourism, recreation, cultural and educational tourism, entertainment tourism

Постановка проблеми. Подієвий туризм - це запланована соціально-суспільна подія чи захід, який відбувається в певний час і з певною метою, і має певний резонанс для суспільства. Цей вид туризму передбачає формування значних потоків туристів, які прагнуть відвідати ту чи іншу місцевість завдяки проведенням певного масового заходу на даній території. З кожним роком спостерігаються швидкі темпи зростання частки туристів, що обирають сегмент подієвого туризму, особливо в країнах-членах ЄС. Проте в науковій літературі питання досліджень подієвого туризму висвітлені недостатньо та потребують подальшого розвитку.

Мета наукової роботи: є узагальнення інформативної бази щодо питання розвитку подієвого туризму в країнах європейського регіону.

Виклад основного матеріалу. Так згідно даних «Світового Туристичного Барометру» (World Tourism Barometer) - аналіз статистичних даних у сфері туризму, який надається Світовою Туристичною Організацією (UNWTO) на вересень 2022 року можна

було спостерігати такі тенденції на світовому туристичному ринку:

- У січні-липні 2022 р. міжнародні туристичні потоки зросли майже втричі (+172%) порівняно з відповідним періодом 2021 року.
- Стабільне відновлення туристичного ринку відображається високим попитом на міжнародні поїздки, особливо в літні місяці такі, як червень і липень. Така тенденція пов'язана також із послабленням або скасуванням карантинних обмежень на подорожі у більшості країн, що були введені під час пандемії.
- Приблизно 207 мільйонів міжнародних прибуттів зареєстровано в червні та липні 2022 року, що вдвічі більше ніж в аналогічних період минулого року та складає 44% від всієї кількості туристичних прибуттів.
- Країни Європи та Близького Сходу продемонстрували найшвидші темпи відновлення туристичного сектору у період січень-липень 2022 року.
- Європейський регіон на вересень 2022 року продемонстрував приріст туристичних потоків на +190%, що майже втричі більше, ніж у вересні 2021 року.
- У Північній і Південній Америці кількість туристичних прибуттів у січні 2022 року збільшилася більше, ніж удвоє порівняно з таким же періодом минулого року. Важливо враховувати, що такі швидкі темпи відновлення ринку пов'язані із достатньо низькими показниками в 2021 році.[2]

За інформацією Світової Туристичної Організацією (UNWTO), за перші 5 місяців 2022 року 250 мільйонів іноземних туристів перетнули міжнародні кордони. Для порівняння із аналогічним періодом у 2021 році ця цифра склала 77 мільйонів чоловік. [3]

Рівень кількості витрат на туризм також зростає. Міжнародні витрати туристів із Франції, Німеччини, Італії та США на період середини 2022 року складав від 70 відсотків до 85 відсотків того, що вони призвели до пандемії. А витрати туристів з Індії, Саудівської Аравії та Катару вже перевищили рівень 2019 року.

Перебуваючи під впливом актуальних економічних процесів і зміни соціально-культурних пріоритетів відбуваються зміни й у структурі ринку туристських послуг, з'являються його нові сегменти і зменшується роль і значимість інших. Зокрема, з'явився та поси-

лює свої позиції такий сегмент даного ринку, як подієвий туризм.

Теоретичне значення подієвого туризму за визначенням Вишневської Г.Г. – це такий вид туризму, при якому туристи стають свідками величних подій у світі спорту, культури і мистецтва. [4]

На сьогоднішній день Основні світові центри подієвого туризму сконцентровані в Європі. Лідерами з організації та проведення різних заходів, що дають можливість реалізації подієвого туризму, є Франція, Італія, Німеччина та Великобританія.

Серед головних чинників, що вплинули на розвиток подієвого туризму в європейському регіоні можна виділити наступні:

- Вигідне географічне розташування країн.
- Спрощений митний контроль між країнами-членами Європейського Союзу, практична відсутність територіальних обмежень по туристичному пересуванню.
- Комфортні кліматичні умови. Особливості клімату країн Західної Європи дозволяють туристам насолоджуватись своїм відпочинком незважаючи на сезонність та часи пори року.
- Багата історико-культурна спадщина та велика кількість культурних подій протягом року.

Наприклад, місто Перуджа в Італії стало «солодкою столицею» світу, завдяки щорічному фестивалю шоколаду «EuroChocolate a Perugia». Місце обрано не випадково, Перуджа – батьківщина компанії «Perugina» (належить компанії Nestlé) – найбільшого в Італії шоколадного виробника. Фестиваль приймає близько мільйона туристів та кількості італійських і зарубіжних виробників шоколаду.

Організатором фестивалю та його натхненником є Еудженіо Гуардуччі, директор знаменитої шоколадної фабрики, який втілює цю ідею зі свого дитинства. Під час фестивалю місто передвоюється на одну велику цукерку, скрізь аромат шоколаду, ярмарки, феєрверки, задіяно масово людей – це ціле шоу [5]

Висновки. Таким чином, можна стверджувати, що практично всі розвинені країни Європейського регіону володіють значними рекреаційними ресурсами (комфортний клімат, вигідне географічне розташування, спрощена система перетину кордону, цікава історична та культурна спадщина, високий рівень життя), які повною мірою використовуються. Північна Європа приваблює туристів переважно з європейських країн завдяки високому рівню

розвитку культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого, екскурсійного та спортивного туризму. Отже, подієвий туризм є важливим та перспективним сегментом розвитку туристичного ринку, як в економічній, так і в рекреаційній діяльності. Підтвердженням даної тенденції є стрімке зростання кількості проведених культурно-розважальних та пізнавальних заходів в європейських країнах, за рахунок чого збільшується попит в'їзного туризму та економічний стан країни.

Список використаних джерел

1. Вовк К.М. Подієвий туризм як частина стратегії розвитку регіону. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/02/547.pdf> (дата звернення: 15.02.2022).
2. Travel & tourism economic impact, 2022 URL: <https://www.wttc.org> (дата звернення 27.11.2022).
3. UNWTO World Tourism Barometer, 2022 URL: <https://www.unwto.org/ru/taxonomy/term/347> (дата звернення 27.11.2022).
4. Вишнеvsька Г. Г. Івент-туризм у контексті розвитку світового туризму. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Збірник наук. праць: наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. 2011. Випуск 17. 243 с.
5. Олійник В.В., Шикіна О.В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України // В.В. Олійник, О.В. Шикіна. –Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського, 2016. – Випуск 12.– С. 460-463

В. О. Рєзунова, І. С. Мареха

Сумський державний педагогічний університет ім. А.С.Макаренка

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ АРТ-ТУРИЗМУ В РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

У публікації розкрито сутність арт-туризму, розглянуто роль та значення арт-туризму в розвитку Сумського регіону та проаналізовано основні можливості Сумського регіону для розвитку арт-туризму. Охарактеризовано туристичну привабливість Сумської області.

Ключові слова: туризм, арт-туризм, регіон, розвиток

The publication reveals the essence of art tourism, considers the role and importance of art tourism in the development of the Sumy region, and analyzes the main opportunities of the Sumy region for the development of art tourism. The tourist attraction of the Sumy region is characterized.

Keywords: tourism, art tourism, region, development

Постановка проблеми. На сьогоднішній день суспільство переживає період докорінних змін в усіх галузях розвитку держави, в тому числі і у розвитку туризму, що є найвищою соціальною

цінністю та важливим чинником підвищення якості життя населення, створення додаткових робочих місць, тощо. Процеси, що відбуваються в туристичній індустрії світу, позначилися і на розвитку туризму в Україні. Закон України «Про туризм» визначає його як одну з пріоритетних сфер розвитку національної культури й економіки [3].

Аналіз досліджень та публікацій. Питання обґрунтування значення арт-туризму в Україні можна знайти в працях Кифяка В.Ф., Муніна Г.Б., Тимошенко З.І., Самарцева Є.В. та інших науковців. Дослідження проблеми туристичної привабливості можливе завдяки публікації краєзнавця Шульги В.П. та інших.

Мета статті – проаналізувати роль та значення арт-туризму в розвитку регіону.

Виклад основних результатів дослідження. Арт-туризм – це вид туризму, коли туристи виїжджають у маловідомі куточки країни і залишають краєвиди на полотні або фотокамері тощо.

Відповідно енциклопедії термін «арт-туризм» характеризується як потенціал людини через творчість, коли, знайомлячись з історичними і етнографічними джерелами, всі учасники відвідують найцікавіші, з точки зору живопису і історії, місця, проводять пересувні виставки, організовують майстер-класи, тощо [1].

Туристична привабливість Сумської області характеризується сприятливими умовами для розвитку практично всіх напрямків туризму в тому числі і розвитку арт-туризму, оскільки має природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал.

Розвиток арт-туризму регіону відіграє значну роль у стимулюванні заходів збереження і реставрації культурної спадщини, розвитку художнього життя в країні, сприяючи створенню навіть у віддалених куточках держави значної кількості додаткових робочих місць, що також приводить до підвищення освітнього і культурного рівня населення, тощо. Сумська область має величезні можливості для подорожей з особливою метою відвідувати туристами художні та музейні виставки, спектаклі, концерти тощо. Також останнім часом затребуваними є арт-навчальні тури, коли відвідувач у процесі подорожі під керівництвом гіда вчиться якомусь виду мистецтва (фотографії, живопису, гончарній справі, танцю, сценічній майстерності, тощо) [7].

Роль арт-туризму невичерпна, пов'язана з інтересом до про-

цесів в сфері художньої творчості, результатами і процесам сучасного мистецтва. Пам'ятки регіону, що представляють інтерес для туристів з відповідною мотивацією відвідування, досить широкий і включає в себе відвідування художніх галерей і виставок, драматичних вистав, фольклорних фестивалів, студій художників та майстерень ремісників, культурних місць, які асоціювалися б з відомими літературними творами або кінофільмами тощо.

Територія області є однією з найбільш екологічно безпечних зон України, має чудові місця для відпочинку. СПА-курорт «Буй-мерівка» розташований на території Охтирського району на березі річки Ворскла у сосновому лісі. У селі Токарі Лебединського району працює міжгосподарський санаторій «Токарі», де з лікувальною метою використовується вода – аналог відомої «Миргородської». Одне з найзагадковіших див краю є «Яблуня-колонія» у місті Кролевець. Вік яблуні понад 200 років. Неперевершеною, ніде незнаною особливістю яблуні є її здатність до самостійного укорінення гілками [9].

Висновки. Таким чином, арт-туризм має величезне значення для розвитку регіону, оскільки має прекрасний потенціал для відпочинку, оздоровлення і дозвілля громадян, розвитку туристичних послуг, створені умови для збереження і покращення умов для розвитку відповідного виду туризму.

Список використаних джерел

1. Арт-туризм. Вікіпедія. URL: <http://surl.li/gvile>
2. Веклич О., Яхеева Т. Урахування природного клімату як базового компонента економічного розвитку України // Економіка України. 2004. № 12. С. 77.
3. Закон України. Про внесення змін і доповнень до Закону України «Про туризм». Указ Президента України від 20 квітня 2005 року.
4. Кифяк В.Ф. Організація туризму: навч. Посібн. Чернівці: Книги ХХ1,2008.-344с.
5. Менеджмент туризму: Підручник для студентів, викладачів ВНЗ. Затверджено МОН / Кіптенко В.К. К., 2010. 502 с., тв. пал., (ст. 10 пр.).
6. Мунін Г.Б., Тимошенко З.І., Самарцев.Є.В., Змішов А.О. Маркетинг туризму: Навч. посібн. Ч.1-К.: Вид-во Європ. ун-ту. 2006. 324с.
7. Сумщина туристична. URL: <http://surl.li/gvirp>
8. Устименко Л. М., Афанасьєв І.Ю. Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2005. 320 с.: іл.
9. Шульга В.П. Суспільно-географічне дослідження екологічного туризму Сумської області. К., 2014, 219 с. URL: <http://surl.li/gvird>

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРОСАДИБ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ

Робота присвячена дослідженню стану та перспектив діяльності агросадіб на Сумщині та їх значенню у розвитку сільського туризму. Зазначено важливість підтримки агросадіб у регіоні та можливості використання їх потенціалу для розвитку сільського туризму. Аналіз досліджень відомих науковців дозволяє зробити висновки про важливість розвитку сільського туризму як фактора соціально-економічного розвитку регіону та необхідність підтримки агросадіб у цьому процесі.

Ключові слова: агросадіби, сільський туризм, розвиток, Сумщина, підтримка.

The article is devoted to the study of the state and prospects of agricultural estates in Sumy Oblast and their importance in the development of rural tourism. The importance of supporting agricultural estates in the region and the possibility of using their potential for the development of rural tourism is noted. The analysis of the researches of famous scientists allows us to draw conclusions about the importance of the development of rural tourism as a factor in the socio-economic development of the region and the need to support agricultural estates in this process.

Keywords: agricultural estates, rural tourism, development, Sumy region, support.

У сучасному світі сільський туризм стає все більш популярним, оскільки люди шукають способи відпочинку та релаксації в природному середовищі та прагнуть отримати новий досвід та знання про сільський спосіб життя. Сільський туризм є однією з галузей, що може забезпечити соціально-економічний розвиток сільських територій, підвищення життєвого рівня населення та розвиток інфраструктури. Однак, розвиток сільського туризму може бути успішним лише за умови підтримки та розвитку агросадіб, які є ключовими елементами інфраструктури сільського туризму.

Метою статті є дослідження стану та перспектив діяльності агросадіб на Сумщині та їх значення у розвитку сільського туризму. Аналіз наукових досліджень та практики дозволяє зробити висновки про потенціал агросадіб у розвитку сільського туризму та визначити шляхи підтримки їх діяльності.

За останні роки дослідники звернули увагу на важливість агросадіб як елемента розвитку сільського туризму. Наприклад, в дослідженні Телетова О. зазначається, що агросадіби можуть стати ефективним інструментом розвитку сільського туризму, а їх основ-

на перевага полягає у тому, що вони дозволяють познайомитись з культурою та традиціями місцевого населення. Також у дослідженні зазначається, що для розвитку агроекотуризму необхідна співпраця між державою, громадськістю та приватним сектором [3].

У дослідженні Гловацька В. зазначає, що агросадиби мають великий потенціал у розвитку сільського туризму та можуть стати частиною інфраструктури сільського туризму. Автори звертають увагу на те, що агросадиби дозволяють розвивати туризм у сільській місцевості та сприяють розвитку сільського господарства [1].

В Законі України [2] зазначають, що агросадиби є ключовими елементами інфраструктури сільського туризму та мають великий потенціал у залученні туристів до сільських територій. Вони стверджують, що агросадиби можуть забезпечити туристам не лише проживання та харчування, а й можливості познайомитись з місцевими традиціями, культурою та ремеслами. Також у дослідженні зазначається, що необхідно створити сприятливі умови для розвитку агроекотуризму, зокрема, шляхом підтримки малих та середніх сільських господарств, які можуть надавати послуги туристам.

Агросадиби є важливим елементом розвитку сільського туризму на Сумщині. Вони надають можливість туристам познайомитись з місцевою культурою та традиціями, зануритись у атмосферу сільського життя та відпочити від міської метушні. Агросадиби пропонують туристам різноманітні послуги, такі як проживання в затишних кімнатах, смачна місцева їжа, екскурсії та майстер-класи з виготовлення народних ремесел.

На Сумщині діє багато агросадиб, але не всі з них мають розвинену інфраструктуру та відповідний рівень сервісу. Щоб підвищити якість обслуговування туристів та забезпечити сталість бізнесу агросадиб, необхідно підтримувати їх діяльність. Для цього можуть бути вжиті різні заходи, такі як фінансова підтримка, реклама та просування агросадиб в мережі Інтернет, підвищення кваліфікації власників та працівників агросадиб.

Також важливо підтримувати розвиток інфраструктури на сільських територіях, що стане додатковим стимулом для розвитку сільського туризму та розвитку бізнесу агросадиб. Наприклад, необхідно підтримувати ініціативи щодо розвитку дорожньої мережі, водопостачання та освітлення в сільських населених пунктах.

Шляхи підтримки діяльності агросадиб в розвитку сільського

туризму можуть бути різноманітні. Наприклад, держава може надавати фінансову підтримку власникам агросадиб для розвитку інфраструктури та покращення умов проживання туристів. Також можна створювати програми навчання для власників агросадиб з питань гостинності, екологічного та культурного туризму. Для просування агроекотуризму можна використовувати маркетингові інструменти, такі як реклама в інтернеті, у соціальних мережах та інших мас-медіа [1].

Також можна сприяти розвитку агроекотуризму шляхом підтримки місцевих громад та розвитку їхньої інфраструктури. Наприклад, держава може інвестувати у ремонт доріг, освітлення та водопостачання, що зробить сільські території більш доступними для туристів. Також можна підтримувати місцеві ремесла та традиції, які можуть стати однією з головних привабливостей для туристів.

Отже, агросадиби можуть відігравати важливу роль у розвитку сільського туризму. Щоб підтримати цю діяльність, необхідно створювати сприятливі умови для розвитку агроекотуризму, такі як фінансова та навчальна підтримка власників агросадиб, заохочення місцевих громад, інвестиції у розвиток інфраструктури та маркетингові заходи. Розвиток агроекотуризму може стати корисним інструментом для підтримки малих та середніх сільських господарств та створення нових можливостей для туризму та розвитку сільських територій в цілому.

Список використаних джерел

1. Гловацька В.В. Послуги господарств населення із сільського зеленого туризму. *Європейська наука XXI століття: стратегія і перспективи розвитку. Економічні науки*. Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2019. С. 5-7.
2. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР за станом на 10 травня 2020р. Київ: Парламентське вид-во, 2005. 33 с.
3. Телетов О.С. Інтерактивний маркетинг сільського зеленого туризму в Україні. *Економічні проблеми сталого розвитку; зб. тез доповідей наук.-техн. конференції викладачів, співробітників, аспірантів і студентів факультету економіки та менеджмент*. Суми: СумДУ, 2020. Ч.3. С. 134-135.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ В ЗДІЙСНЕННІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В ході опрацювання матеріалу, автором дослідження було розглянуто питання забезпечення безпеки в здійсненні туристичної діяльності. Сфера туризму в стрімко зростає та потребує с часом все більше і більше підходів, щодо забезпечення туристів безпекою, їх життя та майна. Так як туризм – це не тільки подорожі окремих громадян, а й складний міжгалузевий об'єкт, захист людей, які на пряму пов'язані з користуванням послуг цієї галузі, потрібен бути на високому рівні.

Ключові слова: безпека, турист, туристична діяльність, розвиток туристичної діяльності, забезпечення безпеки, туризм

In the course of processing the material, the author of the study considered the topic: ensuring safety in the implementation of tourist activities. The field of tourism is gaining momentum at a rapid pace, and needs more and more approaches to ensure the safety of tourists, their lives and property. Since tourism is not only the travel of individual citizens, but also a complex cross-industry object, the protection of people who are directly related to the use of the services of this industry must be at a high level.

Keywords: security, tourist, tourist activity, developed tourist activity, ensuring security, tourism

Мета роботи. Дослідження забезпечення безпеки в здійсненні туристичної діяльності.

Постановка проблеми. Турист, який відправляється в туристичну чи екскурсійну поїздку, на оздоровлення чи просто відпочинок, похід вихідного дня та інше, стикається з низкою проблем, які за різних обставин можуть зашкодити його життю, здоров'ю, настрою, або навіть майну. Забезпечення туриста безпекою – одна з найголовніших проблем галузі туризму. Тому що, якщо робити свою працю сумлінно, завжди буде попит на неї.

Виклад основного матеріалу. Перебуваючи в незнайомому середовищі, яке так чи інакше відрізняється від постійного місця проживання, турист завжди знаходиться під в зоні ризику. Це можуть бути різні фактори: не знає досконало мови, традицій, побуту, відсутній імунітет від хвороб, які присутні в цій середі, відсутня прискорена адаптація до середовища, в якому перебуває, тощо. Звісно є і більш глобальні фактори, які можуть причинити небезпеку туристу: травми, пожежа, хімічні або біологічні відходи, кримінал, тероризм та інше [1]. На все це можуть впливати різні фактори: невиконання або неналежне виконання туристичних послуг, несвоєчасне інформування туриста про зміни у програмі

туру, недостовірною або неповною інформацією про тур, обмеження власної відповідальності туристичного підприємства за зміни умов туру. Закон України «Про туризм» у розділі VIII надає гарантії безпечного перебування туристів на території України і зобов'язує органи влади та суб'єктів туристичної діяльності розробити комплекс заходів з безпеки туристів [2, 5].

Зокрема, в статті 26 сказано: «Місцеві органи державної виконавчої влади в галузі туризму розробляють і організовують виконання регіональних програм забезпечення захисту та безпеки туристів, особливо в місцях туристичної активності. Суб'єкти туристичної діяльності розробляють конкретні заходи щодо забезпечення безпеки туристів, екскурсантів, які беруть участь у туристичних подорожах, походах, змаганнях, запобігання травматизму та нещасним випадкам і несуть відповідальність за їх виконання» [5]. В Україні діє міждержавний стандарт (ГОСТ 28681.1-95) «Туристично-екскурсійне обслуговування», який передбачає порядок проектування туристичних послуг, включаючи розгляд можливих ризиків, які можуть викликати негативні наслідки і спричинити шкоду здоров'ю туриста та його майну [2].

Нерідко туристи самі порушують зарегламентовані правила поведінки, тому попадають в дуже неприємні та навіть небезпечні ситуації, які загрожують їх життю. Наприклад: відстають від груп на екскурсіях, йдуть туди куди йти заборонено, відвідують райони, які не рекомендовані для відвідування, купаються у заборонених місцях та ін. За для здійснення практичної роботи по забезпеченню безпеки туристів, наданню їм допомоги і захисту в екстремальних ситуаціях, туристичні підприємства, що спеціалізуються на організації туристичних подорожей з використанням активних форм пересування туристів, створюють пошуково-рятувальні служби або укладають угоди з службами, які за це відповідають в повсякденному житті.

Висновки. Безпека туристів – один з найважливіших факторів для забезпечення надання туристичних послуг. Кожна країна має створювати нормативні документи з безпеки туризму та регулювання їх для нормального забезпечення безпечних умов мандрівок та стимулювання туристичного розвитку країни. З боку туристів потрібно чітко розуміти й поважати правила, які надає країна де вони перебувають.

Список використаних джерел

1. Безпека в галузі туризму. URL: https://protocol.ua/ua/pro_turizm_stattya_13/ (дата звернення 10.05.2023)
2. Безпека туристичних подорожей як умова їх організації та здійснення. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/palamarenko2.htm (дата звернення 10.05.2023)
3. Безпека туристичних подорожей. URL: <https://elearn.nubip.edu.ua/mod/book/tool/print/index.php?id=430799> (дата звернення 10.05.2023)
4. Безпека туристичної подорожі. URL: <https://buklib.net/books/28133/> (дата звернення 10.05.2023)
5. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995. №324/95-ВР. URL: https://tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm

Є. І. Яковенко, І. С. Мареха

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ

Висвітлено туристично-рекреаційний потенціал Сумської області на північному-сході України. Розкрито проблему низького туристичного потоку у районі Слобожансько-Донбаського туристично-рекреаційного району через тимчасово окуповані території Російською Федерацією. Зазначено переваги туризму в цьому регіоні, зокрема, наявність незайманих природних пам'яток.

Ключові слова: *Сумська область, туризм, екскурсії, природні пам'ятки.*

The tourist and recreational potential of Sumy region in the north-east of Ukraine is highlighted. The problem of low tourist flow in the Slobozhansko-Donbas tourist and recreational region due to temporarily occupied territories by the Russian Federation is disclosed. The advantages of tourism in this region are noted, in particular, the presence of unoccupied natural attractions.

Keywords: *Sumy region, tourism, excursions, natural attractions.*

Постановка проблеми. Туристична галузь є важливим комплексом, який створює унікальний турпродукт для задоволення специфічних потреб населення у проведенні дозвілля в подорожі. Це галузь, яка має значний вплив на економіку, оскільки є однією з найбільш прибуткових та динамічних галузей.

Сільський туризм є найбільш актуальним напрямком у науково-пізнавальній галузі туризму, зокрема у сільських місцевостях, що розташовані в національних природних парках та заповідних зонах, та має позитивний вплив на розвиток сільського господарства та сільськогосподарських підприємств, сприяє збільшенню зайнятості та доходів місцевого населення, розвитку

інфраструктури та підвищенню рівня життя. Крім того, такий вид туризму зменшує негативний вплив на довкілля, оскільки туристи можуть насолоджуватись природними краєвидами, не завдаючи шкоди екосистемам. Незважаючи на потенційну вигідність для регіону та мешканців, сільський туризм на Сумщині не має належної розвиненості та підтримки з боку держави та бізнесу, це, в свою чергу, вимагає детального та ґрунтовного аналізу.

Аналіз досліджень та публікацій. Питаннями розробки та впровадження сільського туризму займалися такі вчені, як: А. Біркович, П. Горішевський, А. Зінченко, Я. Коломієць, Н. Черкаська та інші.

Як зазначають у Національній туристичній організації України, розвиток сільського туризму вирішує декілька важливих завдань:

- мінімізує міграцію з сільських територій до міст;
- забезпечує можливості працевлаштування сільської молоді, етнічних меншин, жінок;
- зменшує бідність;
- зберігає культурну спадщину.

Мета дослідження є вивчення стану та перспектив розвитку сільського туризму на Сумщині з метою визначення проблем та можливостей для подальшого розвитку галузі в регіоні.

Виклад основних результатів дослідження. Сумщина знаходиться на північному-сході України та межує з кордоном. Область входить до Слобожансько-Донбаського туристично-рекреаційного району разом з Харківською, Донецькою і Луганською областями. Однак, через тимчасово окуповані території російською федерацією, цей район має найнижчий показник по туристичних потоках [1].

Головні переваги екскурсійної діяльності в цьому регіоні - невелика кількість туристів, багато територій, ще не відвіданих людьми та наявність мінеральних джерел.

Сумщина мальовнича та перетинається 132 річками. Тут можна знайти безліч озер та ставків. Крім того, область має значну кількість об'єктів природно-заповідного фонду, таких як 10 заказників, 104 пам'ятки природи, 1 національний природний парк, 2 ландшафтні парки, 26 заповідних урочищ та 106 ботанічних заказників.

Задля розвитку сільського туризму в Україні, потрібно вирішувати певні проблеми, які ускладнюють створення та надання високоякісних туристичних продуктів. Відповідно до провідних

фахівців, важливо поліпшити добровільну категоризацію приватних садиб у сфері зеленого туризму, щоб забезпечити прозорість пропозицій та контроль якості надання послуг. Це допоможе гарантувати, що заклад відповідає очікуванням українських та іноземних туристів після експертної перевірки.

Національні туристичні організації наголошують, що здоровий розвиток сільського туризму вимагає впровадження міжнародних стандартів, що відповідають сучасним потребам ринку і підвищують якість обслуговування та управління. За прикладом Європи, де зелений туризм розвинений вже давно, об'єднані територіальні громади Сумщини мають можливість створити ще одне джерело наповнення своїх бюджетів. На Сумщині є чимало мальовничих куточків, цікаві традиції та ідейні натхненники, які можуть у перспективі розвивати в сільській місцевості зелений туризм. Сьогодні такий вид діяльності все більше підтримується на державному рівні.

Через повномасштабне вторгнення РФ в Україну, туризм загалом знаходиться у скрутному становищі, і туристична активність зосереджена переважно на заході України, зокрема в Львівській, Тернопільській, Хмельницькій та Закарпатській областях.

У порівнянні з 2021 роком, кількість споживачів сільського туризму зменшилася в середньому на 80%, а тривалість перебування скоротилася з 10 днів до 2-3 денних турів вихідного дня. Проте, після перемоги, Сумська область матиме можливість підвищити рівень розвитку регіонального туризму, в тому числі і сільського [3].

Для розвитку сільського туризму в Сумській області важливо просувати область як туристичний напрямок, залучати інвестиції для розвитку інфраструктури та підтримувати малі та середні підприємства в галузі сільського туризму.

Важливо створювати та підтримувати різноманітні туристичні маршрути, що включають відвідування місцевих атракцій та пам'яток, активний відпочинок на природі, пізнавальні програми та екскурсії. Крім того, важливо розвивати місцеві традиції та ремесла, такі як виготовлення сиру, меду, вина та інших місцевих продуктів. Це дозволить привернути увагу туристів, які цінують місцеву культуру та спосіб життя.

Щоб зробити сільський туризм основною галуззю в сільських місцевостях та забезпечити його ефективність як інструменту збільшення місцевих прибутків, потрібно виконати наступні кроки:

- Провести аналіз потенціалу сільського туризму в кожній громаді та розробити загальний документ, що містить цю інформацію.
- Класифікувати потенціал сільського туризму за типами туризму та визначити, який тип має найбільший потенціал для розвитку.
- Знайти інвесторів, спонсорів або скористатися грантами для фінансування проектів.
- Підтримувати постійний зв'язок місцевих органів самоврядування з населенням громади, активістами, громадськістю, бізнесом та всіма зацікавленими сторонами.
- Створити власний сайт та використовувати інформаційно-комунікаційні технології для реклами та спілкування з відвідувачами.
- Співпрацювати з іншими територіальними громадами.

Для ефективного розвитку сільського туризму також важливо залучати місцеве населення до цього виду діяльності. Це можна зробити через підтримку малих і середніх підприємств, які надають послуги в сільському туризмі, а також надання допомоги з облаштування та підтримки інфраструктури для туристів.

Крім того, важливо забезпечити безпеку туристів та збереження культурної спадщини та природних ресурсів регіону. Для цього необхідно розробляти та впроваджувати правила екологічного туризму, проводити навчальні заходи для туристів та місцевих жителів щодо збереження природи та культурних пам'яток, а також контролювати дотримання цих правил.

Для подальшого розвитку сільського туризму можуть бути корисними такі дії:

- Розробити та впровадити програму підвищення кваліфікації місцевих жителів у галузі сільського туризму. Це може збільшити кількість та якість послуг для туристів та створити нові можливості для підприємництва.
- Створити маршрути та екскурсії для туристів, що об'єднують кілька сіл та розвиваються в рамках однієї тематики. Це дозволить збільшити привабливість регіону для туристів та

збільшити їх тривалість перебування в регіоні.

- Сприяти виникненню та розвитку нових підприємств, що працюють у сфері сільського туризму, наприклад, готелів, ресторанів, магазинів з місцевими продуктами тощо.
- Розвивати інфраструктуру для сільського туризму, зокрема, мережу готелів, кемпінгів, веломаршрутів, водних маршрутів, а також забезпечувати відповідність існуючих об'єктів вимогам та потребам туристів.
- Залучати до розвитку сільського туризму міжнародних партнерів, які мають досвід у розвитку схожих проектів, зокрема, представників міжнародних туристичних організацій, посольств іноземних держав.

Висновки. В цілому, розвиток сільського туризму може стати важливим джерелом доходу для місцевих громад та підприємств, а також сприяти збереженню культурної спадщини та природних ресурсів регіону. Це потребує комплексної підготовки та організації роботи. Для досягнення успіху в цій галузі необхідно планувати та реалізовувати заходи з просування та розвитку сільського туризму, важливо враховувати потреби туристів, забезпечувати якість та різноманітність послуг та залучати якомога більше туристів у регіон.

Список використаних джерел

1. Ілляшенко С. М. Аналіз потенціалу ринку туристичних послуг Сумської області. «Вісник» СумДУ. Серія економіка. 2010. № 1. С. 65–77. (Дата звернення: 29.04.2023)
2. Корнус А. О. Туристичні ресурси Сумської області та оптимізація шкільної туристської роботи. Педагогічна Сумщина. 2009. №2 С. 16-21. (Дата звернення: 29.04.2023)
3. Шевченко О. О. Сільський зелений туризм в умовах військового стану. Збірник тез доповідей всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції «Капіталізація аграрних підприємств та їх інвестиційне забезпечення»: Київ. 2022. С. 228-232. (Дата звернення: 29.04.2023)

Б. П. Яценко

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ В ІСТОРИЧНОМУ МІСТІ В ІНСАЙТІ ГЕОЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ (ПРИКЛАД КІЮТО)

Туристсько-рекреаційний комплекс світового історичного міста Кіото історико-культурна база якого сягає більш ніж на тисячоліття японської історії в сфері обслуговування ефективно співіснує як з конфесіями синтоїзму та

буддизму, так і з сучасними інституціями академічної та туристичної діяльності, а у виробництві - традиційні промисли, що продукують вироби високої естетичної цінності, діють поруч із сучасною інформаційно-технологічною діяльністю фінансово-корпоративних груп.

Ключові слова: світове історичне місто, історико-культурні ресурси, системи туризму, інформаційно-технологічна діяльність.

The tourist and recreational complex of the world-historic city of Kyoto, the historical and cultural base of which goes back to more than a millennium of Japanese history, effectively coexists with Shintoism and Buddhism, as well as with modern institutions of academic and tourist activity, in the field of service, and in production with traditional crafts that produce products of high aesthetic value, operate alongside modern information technology activities of financial and corporate groups.

Keywords: world historical city, historical and cultural resources, tourism systems, information technology activity.

Наприкінці ХХ ст. ріст стандартів якості життя стимулював активний розвиток туризму в країні та активізацію поїздок японців за кордон. В ХХІ столітті Японія ввійшла в когорту країн розвинутого міжнародного туризму (Табл. 1). Необхідність прийому щорічно вже понад 30 млн. іноземних гостей доволі сильно модифікувала як вимоги до якості інфраструктури туризму так і до вибору затребуваних туристсько-рекреаційних ресурсів.

Таблиця 1

Динаміка росту міжнародного туризму в Японії (млн.чол.) [1;5]

	1990	2000	2008	2019
Відвідування Японії іноземцями	3,2	4,7	7,5	31,9
Подорожі японців за кордон	11,0	17,8	17,5	24,5

В міру росту кількості іноземних туристів збільшується кількість готелів в західному стилі - ХОТЕРУ (hotel). Їх класи, типи, рівень обслуговування дублюють норми світових готельних мереж, або самі ці готелі є підприємствами (або франшизами) цих мереж. Особливо поширені готелі бізнес(економ) – класу, порівняно недорогі (кімната – до сотні доларів) і розташовані, як правило, біля вокзалів та інших жвавих місць. Вони розраховані не тільки на іноземних масових туристів, але й на своїх ділових людей. Але і в найдешевшому готелі західного стилю з європейськими меблями гість обов'язково отримає із національної «класики» – халат-кімоно, а із «модерну» – повний холодильник, електрочайник, вмон-

тований в спинку ліжка будильник і гніздо «інтернету». Молодь може розраховувати на дешеві види притулку – «молодіжні гуртожитки» – перебудовані на західний лад рьокани або нічліжки монастирів.

Розвиток міжнародного туризму змінив і спектр затребуваних туристсько-рекреаційних ресурсів. Святі місця національної прощі цікавлять зарубіжного туриста не більше, ніж будь яка інша екзотика. Мало також охочих простувати пішки крутими стежками японських гір. Виключенням є лиш Фудзі-сан. Відвідини гарячих джерел (ОНСЕН) та курортів набувають популярності і це знаходить відгук японського ринку в гірських районах. Майже кожний іноземець бажає сподобитися відвідинами найвідоміших об'єктів національної культурної спадщини, так само історичних місць та історичних міст. Тому найбільш відвідуваними центрами міжнародного туризму в Японії в східній частині країни стали Токіо та Камакура, національні парки Нікко, Фудзі-Хаконе, «онсени» та гірсько-лижний курорт Нагано; в західній – Кіото, Нара, Осака, національні парки Сето-найкай, морський відпочинок на Окінава тощо. А з іншого боку, проведення міжнародної конференції, ділової зустрічі чи приїзд з ціллю наукового чи ділового стажування скрашені враженнями від красот і рівня культури країни «сонця що сходить» виглядає так привабливо ...

Нові виклики потребували нового відгуку і в туристсько-рекреаційному господарстві держави піонерами перемін стали столичні міста – «Східна столиця» Токіо і «Стара столиця» Кіото. В результаті геоекономічних та геополітичних трансформацій на глобальному рівні Токіо нині «дайнемік»-лідер одної із провідних країн сучасного світу а Кіото – уособлення гармонії та збалансованості її культури і господарства. Нині країна приймає понад 32 млн. зарубіжних туристів і входить в першу дюжину «туристичних» країн світу.

А основною організаційною структурою готельної діяльності стали системи кейрецу («готельних ланцюгів») – потужних готельних комплексів що контролюються великими фінансово корпоративними групами. Налічується декілька основних туристичних угруповань. Високий елітний рівень обслуговування надають готелі «Великої трійки» : «Тейкоку хотеру» (3 в столичних містах); « Хотеру Окура» (12 в Японії в т.ч. Токіо, Кобе, Кіото , і 8 за

кордоном, в т. ч. Гаваї, Гуам тощо); «Хотеру Нью-Отані» (19 - в Японії, 14 - за кордоном).

Ланцюги готелів фінансово-корпоративних груп: Група «Міцуї» - 20; група «Дайва» - 28 і 4 за кордоном, Група «Сумітомо» - 17, Група «Роял-парк» - 16 і 2, Група «Дайіті» - 20 і 5, Група «Санруто» - 70 і 5.

Ланцюги т.зв. «залізничних» готелів: «Прінс» - 59 і 10 за кордоном, «Токю» - 50 і 17, «Кінтецу» 19 і 3, «Ханкю» - 45, «Одакю» - 12, JR-Хігасі-Ніхон - 46, JR - Нісі-Ніхон 25 та інші.

Ланцюги авіа фірм: JAL - 29 і 12 за кордоном, ANA - 19 і 23 за кордоном.

Але особливо численними є т. зв. «бізнес готелі». Це більш ніж тисяча дешевих «хотеру» в західному стилі (на додачу до такої ж кількості «рюкан» в японському стилі та численних монастирських нічліжок в яких обслуга дотримується сталих стандартів японської гостинності.

Кіото (Кьото) - історичне місто, древня столиця Японії, багате історичними пам'ятками і реліквіями, один із провідних центрів економіки, науки і культури держави. Місто засноване ще у VIII столітті, вдало сплановане, за взірцем взято планівку столиці Китаю того часу Чан'ань (нині Сіань). Відтоді воно повністю займає красиву долину оточену із заходу, сходу та півночі горами. Місто побудоване для виконання функцій столиці держави в історичний період Хейан (794 - 1185 р.) і, попервах, називалось Хейанкьо. Довгий час тут було не тільки місцезнаходження імператора (ТЕННО) та інститутів управління державою, але й садиб сімей могутніх придворних аристократів. Місто стало провідним на Японських островах центром не тільки адміністративного та політичного життя, але й головним центром духовного і культурного життя країни. Адміністративна та політична роль Кіото в різні історичні епохи то послаблювалася, то посилювалася. Зрештою, за часів панування самурайських кланів, адміністративний центр країни перемістився в Камакура, а економічний - в Едо (тепер Токіо). Але до 1868 р. (т. зв. «реставрація» - буржуазна революція Мейдзі) в Кіото перебував імператорський Двір, і до початку XXI століття Кіото залишається найбільш активним центром культурного та духовного життя країни.

Нині Кіото (місто і його субурбія) - частина метрополітенського регіону ХАНСІНКЬО (скорочення від поєднання назв Осака – Кобе – Кіото) який разом з метрополітенськими регіонами КЕЙХІН (Токіо – Йокогама) та ТЮКЬО (Нагоя і сусідні території) формують мегаполіс ТОКАЙ, що охоплює тихоокеанські регіони центрального Хонсю. По швидкісній трасі «Сінкансен» (видкість 300 км. на годину), що повторює напрям старовинної дороги Токайдо, від Токіо до Кіото можна дістатися за 2 години. Кіото займає особливе (і почесне) місце в життєдіяльності цієї територіальної системи Японії. У виробничій діяльності міста поруч із сучасними високотехнологічними галузями промисловості продовжують процвітати і традиційні виробництва. Більш ніж тисячолітню історію мають мистецтво ткання і розпису шовкових тканин (а звідси – дизайн і пошиття чарівних кімоно), виготовлення вишуканої порцеляни та іншої кераміки, віял різних типів, ляльок, поясів для кімоно, гаманців, зрештою – sake (друге місце в країні після Кобе). [Примітка: товари позначені ієрогліфом КЬО (столиця, мається на увазі Кіото), є знаком найвищої якості в Японії]. Протягом післявоєнних десятиліть в обслуговуючій діяльності ($\frac{3}{4}$ зайнятих) – посилилась роль «Старої столиці» як центра культури, науки і освіти і збереглася функція духовного життя. 37 університетів та коледжів, 24 музеї, понад 200 об'єктів національної історичної та культурної спадщини. Нарешті, саме місто - непересічна історична цінність.

В сфері послуг Кіото в туризмі зайнято близько 40% економічно активного населення, якщо додати що в промисловості 2/5 працюючих зайнято в традиційних промислах, то на туризм тут працює $\frac{1}{2}$ економічно активного населення міста. Вони щороку обслуговують понад 50 млн. туристів (2017), в основному японських, але кожний четвертий гість - зарубіжний турист, або студент кіотоських вишів.

Сучасний туристичний комплекс Кіото (Кьото) має такі особливості.

КОНФЕСІЙНИЙ СЕКТОР – діючі осередки духовного життя конфесій СІНТО і БУДДИЗМУ які є водночас і туристичними дестинаціями. Це сінтоїстські і буддійські храми та монастирі (основні з них - об'єкти сакральної спадщини країни) з прилеглими парковими територіями які органічно інтродуковані в суспільне життя міста (наприклад в сфери освіти та культури).

Серед сінтоїстських святинь вирізняються храми ЯСАКА-дзіндзя де в липні проходить найвелелюдніший в Кіото фестиваль *ГІОН-Мацурі* ; ХЕЙАН-дзіндзя що проводить фестиваль *Дзідзай-мацурі* в жовтні; теж загальновідомий КАМО-дзіндзя (фестиваль *Аої* в травні). Найвідоміші буддійські храми і пам'ятники архітектури - КІНКАКУДЗІ («Золотий павільон») з прекрасним парком навколо ; РЬОАНДЗІ в якому знаходиться найвідоміший в Японії «*Сад каменів*» (до речі, «сади каменів» є в багатьох помістях і монастирях) і парк навколо храму; ГІНКАКУДЗІ («Срібний павільон») на схилах гори Сірояма на якій в «прощальний день» сінтоїстського свята *ГІОН* вогнищами викладають сакральні ієрогліфи. КІЙОМІДЗУ-дера – «Храм чистої води» куди спробувати воду «святих» джерел, що б»є прямо із скелі, приходять щодня десятки тисяч прочан; САНДЗЮСАНГЕНДО - храм тисячі золотих Будд, там же зберігається древня дерев'яна статуя імператора Дзімму-тенно, засновника Японії ; ДАЙТОКУДЗІ - храм секти ДЗЕН; храми секти ДЗЬОДО-ІН ХІГАСІ-ХОНГАНДЗІ та НІСІ-ХОНГАНДЗІ.

СЕКТОР ІСТОРИЧНОЇ СПАДЩИНИ КІОТО: артефакти древньої столиці в поєднанні з модерном часів НТР та ІТР. Це древній (IX – початок X століття) імператорський палац (ГОДЗЬО), який неодноразово перебудовувався, але і досі розглядається як функціонуючий об'єкт, то ж туристів в нього пускають лише раз на рік ; замок НІДЗЬОДЗЬО – фортеця і палац сьогунів сім'ї Токугава (тут знаходився намісник – наглядач за імператорським Двором) на місці палацу Гендзі на «другій» вулиці; на півночі міста знаходиться сучасна імператорська вілла КАЦУРА з ошатним парком навколо мальовничого озера (відкрита для відвідування туристів); поруч, теж в парку, модерновий Міжнародний конференц-центр Кіото Kyoto International Conference Center) побудований в 1966 р. Його 160 тис. кв. м. лекційних аудиторій та виставкових залів з того часу прийняли десятки тисяч конгресів та конференцій міжнародного рівня. В місті більше двох десятків музеїв. Найбільші – Національний музей Кіото (з 1897 р.) та Кіотоський музей мистецтв. Але фактично, музеями є всі вищезазначені храмові комплекси і об'єкти історичної спадщини.

АТРАКТИВНИЙ СЕКТОР: підвалини культури і мистецької спадщини народу. Кіото є національним центром зародження і культивування японської чайної церемонії (ОТЯНО), активної

діяльності різних шкіл ІКЕБАНА – мистецтва аранжування живих квітів. Філософія ікебана зародилася в храмі РОККАКУДЗІ, що і нині діє в центральній частині міста. В Кіото зародилася національна драматургія: театр НО з жанром КЬОГЕН, унікальний японський театр КАБУКІ, та й перші шедеври японських жанрів поезії (ХАЙКУ, ТАНКА), перший японський роман (Мурасакі Сікібу. «Повість про принца Гендзі», X – XI століття) були написані в «старій столиці». Звідси – естетика японської духовної і матеріальної культури.

СЕКТОР ІНФРАСТРУКТУРИ ГОСТИННОСТІ: традиції високої якості. Місто має достатньо сучасних, наповнених життям територій для шопінгу та релаксації від торгових вуличок біля кожного із храмів до торгових пасажів (як наземних так і підземних) де можна купити все – від грошової одєжини до кімоно натурального шовку за тисячі доларів, посмакувати всім – від недорогих сусі, сасімі чи темпура до японських страв вишуканої кухні із крабів чи страв інших національних кухонь світу, відвідати онсени чи фітнес-центри. Роботу туристсько-рекреаційного комплексу міста забезпечують **ДЕКІЛЬКА СОТЕНЬ** готелів і місць проживання: від **ХОТЕРУ** різного зіркового класу, до **РЬОКАН** до монастирських нічліжок. Готельне господарство з класним обслуговуванням зручно розташоване у всіх районах міста, але в силу географічних особливостей, міжнародних аеропортів на близькій відстані від Кіото немає – найближче летовище «Кансай» на півдні від Осака (на штучному острові), найпотужніші – «Наріта» і «Ханеда» – в Токіо, тож левова частина гостей прибуває в «стару столицю» залізницею. Треба сказати що вокзал в Кіото і за модерною архітектурою, і за якістю обслуговування вважається одним із кращих в світі. Велике значення для покращення доступності міста для зарубіжних гостей має реалізація державними залізницями (JR) загальнонаціональної програми «JR-pass». [Примітка: кожен зарубіжний турист може купити разовий проїздний квиток і подорожувати по ньому протягом тижня на будь які відстані лініями державних залізниць, в т.ч. і на «Сінкансен».]

АКАДЕМІЧНИЙ СЕКТОР: атмосфера наукової комунікаційної діяльності та робота університетів. «Kyoto International Conference Center» – проводить щороку декількох сотень (!) міжнародних конференцій та конгресів багато з яких є вельми багатолюдними. [Примітка: Наприклад, в Кіото знаходиться головний офіс Япон-

ського географічного товариства. В 2013 р. товариство було модератором проведення конференції (конгресу) Міжнародного Географічного Союзу на якій працювали 1,9 тис. географів-науковців.] Але до цього слід додати ще й міжнародну комунікаційну діяльність інших наукових та комерційних інституцій. В Кіото працює чотири десятки університетів та інших наукових закладів і вони теж дотичні до діяльності в сфері міжнародного туризму. Кьото (топонім обидва ієрогліфи якого означають термін «столиця», «столичне місто») набуло слави міста студентів. За потенціалами рейтингових університетів - Кіотоський державний («Кьодай») в третій десятці університетів світу (в Японії поступається лише Токійському); авторитетними є також державні технологічний, медичинський , Кіотоський університет шляхетних дівчат тощо, а також приватні гуманітарні університети «Ріцумейкан», «Сангьо» (економічний), «Рюоку» та інш. Навчання в університетах Кіото (вважається що ВНЗ міста поступаються лише університетам Токіо) престижне серед зарубіжних студентів (особливо із азіатських країн), тож зарубіжні студенти складають чималий контингент іноземців у місті.

Висновки. Таким чином, в світовому історичному місті Кіото туристсько-рекреаційний комплекс, який має ресурсну базу що сягає більш за тисячоліття японської історії, ефективно співіснує як з сучасною конфесійною сферою (синтоїзм, буддизм) так і з сучасним академічним комплексом, а в промисловості міста традиційні промисли що дають продукцію високої естетичної цінності поєднуються з сучасними високотехнологічними виробництвами та інформаційними технологіями.

Список використаних джерел

1. WTO Yearbook of Tourism Statistics/ 2019
2. ХОТЕРУ ГЪОКАЙ за ред. Накамура Кейдзі, стор. 44 - 56 . Вид. « Сьюва сістем» Токіо
3. 2018 САЙСІН ГЪОКАЙ ТІДЗУ. стор. 89 - 90 , Вид. « Сейбідо», Токіо
4. КАНКОГАКУ («Туризмологія») За ред. Сіода Масаки та Хасе Масахіро. 1994. Токіо. Розд. «Індустрія туризму і відпочинку» . стор. 87 - 115
5. КЕНСЕЙ 2018 (Регіональний статистичний довідник вид. «Ніхон кокусей дзуе», Розділи Кіото , стор. 72 - 74 та 328 - 331.
6. Reimagining Japan (« Переосмислення Японії «). Розд. « Ревіталізація технології та інновацій», стор 284 - 324. Вид. Мак-Кінсі і ко,Сан-Франциско, 2011

РОЗДІЛ 2

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ

А. С. Бичко, І. С. Мареха

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ГОСПОДАРСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

У тезах розроблено алгоритм вибору стратегій та підстратегій господарств ресторанного бізнесу виділених типів і рекомендовано до застосування основні види стратегій (масового, диференційованого, високодиференційованого, концентрованого, висококонцентрованого маркетингу) та підстратегій (ковзаючих, постійних та привілейованих цін; мінімізації ризиків, прагнення – пошуку додаткових ресурсів, розширення масштабів, адресного звернення, одиничного, комплексного та підкріплюючого переваги; запропоновано систему показників конкурентоспроможності господарств ресторанного бізнесу, яка враховує результати впливу управлінських факторів, у тому числі наявність та рівень застосовуваних маркетингових стратегій, що забезпечує комплексність оцінки конкурентоспроможності, підвищує ступінь адаптації до умов, що склалися на ринку ресторанних послуг та випереджає коригування стратегій; апробація системи показників дозволила провести оцінку конкурентоспроможності у досліджених господарств ресторанного бізнесу та вибрати чи змінити їх маркетингові стратегії та підстратегії.

Ключові слова: ресторанний бізнес, господарства ресторанного бізнесу стратегія, маркетинг, конкурентоспроможність.

The theses developed an algorithm for choosing strategies and sub-strategies of selected types of restaurant business farms and recommended the main types of strategies (mass, differentiated, highly differentiated, concentrated, highly concentrated marketing) and sub-strategies (sliding, constant and privileged prices; minimizing risks, seeking additional resources) for use, expansion of scale, address appeal, single, complex and reinforcing advantage; a system of indicators of competitiveness of restaurant business farms is proposed, which takes into account the results of the influence of management factors, including the presence and level of applied marketing strategies, which ensures the complexity of the assessment of competitiveness, increases the degree of adaptation to conditions, which have developed in the market of restaurant services and precedes the adjustment of strategies; the approbation of the system of indicators allowed to evaluate the competitiveness of the studied enterprises of the restaurant business and to choose or change their marketing strategies and sub-strategies.

Keywords: restaurant business, restaurant business strategy, marketing, competitiveness.

Постановка проблеми. Активізація ринкових процесів та політичні зміни в рамках нашої держави призводять до необхідності врахування різноманітних організаційно-економічних аспектів підприємствами, що функціонують на міжнародних ринках, зокрема в Україні. Нині значна частка вкладень в український ринок громадського харчування посідає вітчизняні інвестиції. Підприємці стикаються з необхідністю відстеження тенденцій розвитку зовнішнього по відношенню до підприємства середовища проживання та врахування особливостей споживчої поведінки. Як показують проведені дослідження, дана проблема вимагає свого вирішення стосовно ринку громадського харчування України, де спостерігається значне зростання кількості підприємств, а отже, зростає рівень конкуренції. Впроваджуються інновації та інформаційні технології на підприємствах, що ще більше ускладнює форми ведення конкурентної боротьби. Відбуваються постійні якісні зміни переваг клієнтів, що значно диференціюються у різних споживчих сегментах.

В умовах, що склалися, забезпечення конкурентоспроможності підприємства можливе на основі розробки та застосування ефективною маркетинговою стратегії, що враховує вплив як зовнішніх факторів, так і внутрішніх ресурсів та особливостей, зумовлених організаційними та економічними аспектами діяльності господарств ресторанного бізнесу України.

Разом з тим, більшість українських господарств ресторанного бізнесу не мають досвіду маркетингового управління, не сформовано комплексного підходу до вибору та обґрунтування стратегічних напрямів розвитку. Не враховуються організаційно-економічні особливості підприємств, що належать до різних типів при виборі стратегій. Відсутні методики розробки маркетингових стратегій, що відповідають сучасним вимогам, з урахуванням виявлених конкурентних переваг. Споживчі переваги, що диференціюються у соціально-економічному, а й у регіональному розрізі, не беруться до уваги при організації обслуговування у господарствах ресторанного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема маркетингової стратегії господарства ресторанного бізнесу як основи забезпечення його конкурентоспроможності розглядається багатьма вітчизняними та закордонними дослідниками. Організації ресторанного бізнесу присвячені роботи В.В. Архіпова. Організації

маркетингової стратегії організації виробництва і обслуговування у господарствах громадського харчування присвячені наукові розвідки В.Д. Карпенка та М.Л. Світличної.

Мета дослідження полягає у формуванні науково-методичних та практичних рекомендацій щодо розробки маркетингових стратегій господарств ресторанного бізнесу, що забезпечують підвищення їх конкурентоспроможності на споживчому ринку.

Виклад основних результатів дослідження. При дослідженні соціально-економічної сутності та змісту маркетингу господарств ресторанного бізнесу, послуг даної сфери бізнесу, організаційно-економічних особливостей формування стратегій підприємств використовувалися системний аналіз та синтез, а також методи логічного та факторного аналізів, що дозволило зробити низку висновків, пропозицій та уточнень щодо вдосконалення діяльності господарств ресторанного бізнесу з урахуванням застосування маркетингових стратегій.

Виявлено, що виходячи з соціально-економічної сутності, ресторани продукція та послуги, як правило, мають приватний характер, мають чіткі комерційні цілі, відносяться до споживчого ринку, джерелом формування доходів є клієнти (споживачі ресторанних послуг), ступінь контакту з клієнтами досить високий, характеризуються високим ступенем професіоналізму та відповідно високим ступенем участі людини. Розглянуто характеристики ресторанних послуг та виділено властиву їм особливість, а саме: безпосереднє задоволення потреби особи, яка отримує послугу, що визначає сам процес формування послуги [1, с. 75].

Визначено, що споживачеві не потрібний об'єкт чи суб'єкт як носій ресторанної послуги, йому не потрібний продукт, а тим більше товар. Головне для споживача (клієнта) – задоволення його потреби – будь-яке благо, тобто, ресторанна послуга. У процесі відбору споживач віддає перевагу ресторанній послугі, яка не тільки задовольняє його потребу в (в тому числі естетичну), але і влаштовує його за ціною. Отже, мета господарства полягає у пошуку та встановленні прийнятної для споживача вартості потреби. Тільки виконання цих двох умов – задоволення потреб та прийнятна вартість послуги забезпечать підприємству реалізацію продукції (послуг) і сам процес є обміном між споживачем (клієнтом) та продавцем (господарством ресторанного бізнесу) [2].

Виходячи з соціально-економічної сутності маркетингу, компоненти ресторанних послуг – як виду діяльності виступають як процес реалізації маркетингу ресторанних послуг. При цьому виділено, що кожна частина процесу має своє найбільше значення, коли маркетинг здійснюється в єдності та цілісності, що дозволило уточнити концепцію маркетингу ресторанних послуг, а саме: виконання корпоративної мети за рахунок власних конкурентних переваг, спрямованої на задоволення та прогнозування потреб та інтересів споживачів ресторанні послуги [1].

Визначено особливості маркетингу у сфері ресторанних послуг, які полягають як у його змісті, і у формуванні маркетингового комплексу. Це пов'язано з тим, що ресторанні послуги нерозривно пов'язані як із товаром (кулінарна продукція), і зі споживачем (обслуговування відвідувача), що у першому випадку є гарантією високої якості, допомагає зберегти матеріальність товару, тоді як у другому – гарантією якості послуги, сприяє підвищенню самопочуття та здоров'я споживачів. Взаємозв'язок компонентів інтегрованого маркетингового комплексу, дана В.Д. Карпенком, була адаптована до маркетингового комплексу ресторанних послуг за рахунок приєднання до нього найважливішої ланки для сфери ресторанних послуг - «концептуальність стилю» [2, с. 45].

Обґрунтовано необхідність розробки стратегії підприємств ресторанного бізнесу: оптимізація внутрішньої діяльності господарства, яка є базою для залучення інвесторів та партнерів. З урахуванням особливостей ресторанних послуг було уточнено компоненти стратегії маркетингу, а саме: визначення потенційної групи клієнтів, шляхів встановлення контактів, необхідної якості послуг, цінової політики та методів стимулювання збуту та реклами.

Аргументовано, що різноманітність умов функціонування підприємств ресторанного бізнесу в Україні потребує диференційованого підходу до використання маркетингу у визначенні стратегій їхнього розвитку.

Результати проведеного дослідження показали, що розвиток ресторанного ринку у великих регіональних містах не такий успішний і неоднорідний порівняно з Києвом. Це визначається не лише загальними економічними показниками розвитку регіонів, а й відмінностями у способі життя споживачів, розвитком туристичного бізнесу.

Аналіз класифікації установ ресторанного господарства показав, що вона недостатньо повна, оскільки не враховує в окремій групі коло підприємств швидкого харчування (fast food), до якого увійшли б частково ресторани, кафе та бари. При цьому необхідно виходити з наступних критеріїв включення до цієї групи: - висока технологічність виробничого процесу; висока швидкість обслуговування; помірні ціни (до 100 грн.); наявність залу обслуговування. У такому разі аналіз кількості господарств ресторанного господарства якісно точніше відображав реальну типологію і стан бізнесу в динаміці [3, с. 106].

Сучасні підприємства ресторанного бізнесу в Україні функціонують у певних соціальних та політичних умовах та зазнають впливу наявної економіко-правової бази, науково-технічних факторів та специфічного культурно-етнічного середовища.

Відзначено розбіжність підходів до оцінки та аналізу конкурентоспроможності на різних рівнях: на рівнях товару, підприємства, галузі, національної економіки. В українській економічній літературі основна увага приділяється дослідженню категорії «конкурентоспроможність товару». Враховуючи досліджену природу ресторанних послуг, запропоновано авторське визначення конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність - це система оціночних показників, що формують конкурентні переваги товару, послуги, підприємства, галузі, національної економіки, що забезпечують більш ефективне задоволення інтересів споживачів, що сприяє ефективній діяльності суб'єкта господарювання в умовах конкурентного ринку.

Висновки. При проведенні аналізу показників оцінки конкурентоспроможності виявили, що оцінка низки показників є досить складним процесом. Отже, від показників, оцінка є складною, тобто, залежить від здатності внести елемент некоректності, слід відмовитися, замінивши їх показниками, що забезпечують достовірність та коректність отриманих оцінок. Таким чином, зазначено, що підхід до системи показників оцінки конкурентоспроможності господарств ресторанного бізнесу, що розробляється, повинен бути досить гнучким і мати здатність до проведення вимірювань; розтягнутих у часі через те, що конкурентоспроможність є поняттям динамічним.

З'ясовано, що дослідження типів господарств можливе за умови виділення таких ознак, як вартість середнього замовлення та обсяги продажу, відповідно проаналізовано споживчі переваги та характеристики двох сегментів ринку: сегмента господарств ресторанного бізнесу швидкого обслуговування.

Зазначено, що аналіз та діагностика стратегій маркетингу у всіх типах господарств ресторанного бізнесу мають включати: докладний аналіз товарної політики господарства ресторанного бізнесу; аналіз цінової політики господарства; аналіз фінансової політики; аналіз політики збуту та розподілу господарства; аналіз комунікаційної політики господарства; аналіз кадрової політики господарства. Застосування у господарствах ресторанного бізнесу запропонованого алгоритму дозволяє за допомогою системи певних показників конкурентоспроможності оцінити її рівень, вибрати чи скоригувати маркетингові стратегії та підстратегії.

Список використаних джерел

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства. 2-ге вид. навч. посіб. К.: Центр учбової літератури; 2020. 280 с.
2. Карпенко В.Д. Організація виробництва і обслуговування на підприємствах громадського харчування. Навчальний посібник. К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2018. 248 с.
3. Світлична М.Л. Організація виробництва і обслуговування на підприємствах громадського харчування. Навчальний посібник.–Житомир: М.А.К.. 2021. 192 с.

Інтернет – ресурси

1. Організація виробництва на підприємстві. – режим доступу: http://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/19735/
2. Організація виробництва на підприємствах промисловості. – режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8832/1/organiz.pdf>

В. О. Люлька, Д. Р. Мозгова

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

СУЧАСНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Одним з провідних напрямів економічного та соціального розвитку країни є ресторанний бізнес. В сучасних умовах ресторанний бізнес набуває великого значення у зв'язку з необхідністю збереження довкілля, зростання попиту туристів, товарів та послуг. В статті розглянуто основні засади розробки концепції сталого розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Проаналізовано, яким чином краще розвивати та підтримувати ресторанний бізнес в Україні.

Ключові слова: ресторанний бізнес, ресторанна діяльність, гостинність, туризм, індустрія гостинності.

One of the leading areas of the country's economic and social development is the restaurant business. In modern conditions, the restaurant business acquires great importance in connection with the need to preserve the environment, the growing demand of tourists, goods and services. The article discusses the main principles of developing the concept of sustainable development of the restaurant business in Ukraine. It was analyzed how best to develop and support the restaurant business in Ukraine.

Keywords: restaurant business, restaurant activity, hospitality, tourism, hospitality industry.

Мета роботи. Дослідження сучасних засад розробки концепцій сталого розвитку ресторанного бізнесу в Україні.

Постановка проблеми. Ресторанний бізнес в Україні є однією з найбільш перспективних галузей, проте його розвиток часто супроводжується великим негативним впливом на навколишнє середовище. Але незважаючи на зростання свідомості про сталість та потребу в екологічно відповідних практиках, ресторанний бізнес в Україні ще не повністю впровадив концепцію сталого розвитку. Це створює серйозну проблему для розвитку сталого бізнесу та забезпечення екологічної безпеки в країні.

Виклад основного матеріалу. Концепція сталого розвитку ресторанного бізнесу в Україні передбачає вирішення соціальних, економічних та екологічних проблем, забезпечення якості життя людей та збереження навколишнього середовища.

Основні засади розробки концепції сталого розвитку ресторанного бізнесу в Україні можуть включати:

- Екологічна відповідальність: ресторани повинні прагнути до зменшення свого впливу на навколишнє середовище, зокрема, шляхом використання екологічно чистих матеріалів, ефективного використання енергії та водних ресурсів, раціонального використання відходів і впровадження управління відходами.
- Соціальна відповідальність: ресторани повинні бути свідомі своєї ролі в соціумі та брати на себе відповідальність за здоров'я і безпеку споживачів, розвиток спільноти та забезпечення добробуту своїх співробітників.
- Економічна ефективність: ресторани повинні забезпечувати економічну стійкість та ефективність використання ресурсів, збільшувати свою конкурентоспроможність, розвивати інновації та підтримувати сприятливу для бізнесу регуляторну та

інфраструктурну середу.

- Культурна відповідальність: ресторани повинні берегти національну та місцеву культуру та традиції, забезпечувати доступ до культурної спадщини і підтримувати розвиток мистецтва та культури. [1]

Для досягнення сталого розвитку ресторанного бізнесу в Україні, в ресторанных підприємств потрібно використовувати інноваційні підходи та технології, такі як використання енерго-ефективного обладнання, перехід до безпаперової документації, використання розумних систем управління та моніторингу. [2]

Також необхідно активно залучати співробітників до процесу сталого розвитку, підвищувати їхню кваліфікацію та свідомість у галузі сталого розвитку, забезпечувати їхню участь у прийнятті рішень та реалізації ініціатив.

Для підтримки ресторанного бізнесу в Україні у сфері сталого розвитку необхідна також підтримка з боку держави та громадськості, зокрема, через розробку та впровадження сприятливих регуляторних та фінансових механізмів, підтримку ініціатив, спрямованих на зменшення впливу ресторанного бізнесу на навколишнє середовище та підвищення соціальної відповідальності. [3]

Отже, сталий розвиток ресторанного бізнесу в Україні є важливим завданням, яке передбачає розв'язання соціальних, економічних та екологічних проблем, забезпечення якості життя людей та збереження навколишнього середовища. Це можливо лише за умови розробки та впровадження концепції сталого розвитку ресторанного бізнесу, яка ґрунтується на екологічній, соціальній, економічній та культурній відповідальності. [4]

Висновки. Сучасний ресторанний бізнес в Україні стикається з важливим завданням розробки концепції сталого розвитку. Недостатня свідомість та розуміння цієї концепції, відсутність відповідних стандартів та регулювання, а також проблема використання сталого сировинного потенціалу ускладнюють процес впровадження сталості у ресторанну галузь.

Для успішної реалізації концепції сталого розвитку ресторанного бізнесу в Україні необхідно зробити кілька кроків. Перш за все, ресторатори повинні поглибити своє розуміння та свідомість щодо сталості, усвідомлюючи її економічний, екологічний та соціальний аспекти. Крім того, важливо встановити стандарти та сертифікацію

для ресторанів, що підтверджуватимуть їхню сталу діяльність. Це сприятиме більш ефективному контролю та моніторингу діяльності ресторанів з позиції сталості.

Також, ресторанному бізнесу варто звернути увагу на використання сталого сировинного потенціалу. Впровадження ефективних систем управління відходами, привернення уваги до використання місцевих, органічних та сезонних продуктів можуть допомогти знизити негативний вплив на довкілля та забезпечити високу якість продуктів для споживачів.

Загалом, розробка концепції сталого розвитку ресторанного бізнесу в Україні є актуальною і важливою задачею. Шлях до успіху полягає у посиленні свідомості рестораторів, впровадженні стандартів.

Список використаних джерел

1. Програма сталого розвитку ООН (2015). Підсумковий документ саміту ООН зі сталого розвитку 2015 року. Sustainable Development Knowledge Platform: веб-сайт. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/summit> (дата звернення 15.04. 2023).
2. Міністерство охорони навколишнього середовища та природних ресурсів України. Національна доповідь про стан довкілля України 2021 рік. URL: <https://mepr.gov.ua/wp-content/uploads/2023/01/Natsdopovid-2021-n.pdf> (дата звернення 15.04. 2023).
3. Мазур В. Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. Тернопіль: Журнал Європейської економіки, 2015.
4. Байлик С.І., Писаревський І.М. Організація готельного господарства: підручник. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 329 с

В. А. Нужна, І. С. Мареха

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОРГАНІЗАЦІЯ ІВЕНТІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ СЕРВІСІ

В тезах розглянуті питання досвід впровадження івентів у готельно-ресторанному сервісі. Проаналізовано маркетингову стратегію побудови шоу-програми, яка для її реалізації має складається з основних елементів. Охарактеризовано проведення заходу з допомогою event агентства, який співпрацює з готельно-ресторанним комплексом. Проаналізовано, хто у колективі відповідальний за в організації заходів та яких фахівців необхідно залучити для допомоги. Виділено типи свят та способи їх проведення залежно від тематики.

Ключові слова: івент, готельно-ресторанний сервіс, маркетингова стратегія, стратегії розвитку, маркетингове агентство

The thesis deals with the experience of implementing events in the hotel and restaurant service. The marketing strategy of building a show program, which for its implementation should consist of the main elements, is analyzed. The organization of an event with the help of an event agency that cooperates with a hotel and restaurant complex is characterized. The author analyzes who in the team is responsible for organizing events and what specialists should be involved to help.

Keywords: *event, hotel and restaurant service, marketing strategy, development strategy, marketing agency*

Постановка проблеми. Важливим напрямком розвитку економіки України в сучасних умовах слід вважати розвиток готельно-ресторанного сервісу. Адже в усьому світі це є однією з важливих складових національних економік багатьох країн. В значній мірі це стосується й України, яка перейняла досвід з інших країн. Однак для забезпечення максимальної ефективності його використання необхідна розробка стратегій подальшого розвитку цього потенціалу. Відповідна розробка вимагає врахування наявного досвіду - як українського, так і закордонного, по використанню різних маркетингових стратегій розвитку ресторанно-готельного сервісу. В свою чергу, сюди відноситься впровадження івент-технологій, які вимагають детального та ґрунтовного аналізу різноманітних вітчизняних та закордонних програм.

Аналіз досліджень та публікацій. Проблеми використання різних стратегій розвитку готельно-ресторанного сервісу та використання нових маркетингових технологій вивчались багатьма закордонними та вітчизняними науковцями, зокрема Значний внесок у дослідження ринку івент-технологій зробили багато вітчизняних учених: Карпюк О.А., Сингаєвська А.О., Клочковська В.О., Клочковський О.В. тощо. Однак стрімкий розвиток по всьому світу та постійне впровадження нових програм та стратегій вимагають подальших досліджень проблеми використання вітчизняних та закордонних маркетингових технологій.

Мета дослідження – провести аналіз використання івент-технологій у вітчизняному та закордонному готельно-ресторанному сервісі.

Виклад основних результатів дослідження. Івент-технології достатньо довго приходилися розвивалися. Однією з таких технологій є проведення різноманітних шоу-програм. Шоу-програма, з погляду власників ресторанів, є рекламною технологією, розумним маркетинговим планом. Шоу-програма підкреслює красу та урочистість, а залучені зіркові гості додають ще більше емоцій відвідувачам.

Всі заходи, що проводяться в рамках реалізації event-маркетингу, можна розділити по цілях, що переслідуються, на такі види, Trade events – заходи для партнерів, клієнтів, дилерів та дистриб'юторів та Corporate events (HR events) – корпоративні заходи. Щодо корпоративних, їх проведення дозволяє запрошеним. Корпоративні заходи дають унікальну можливість донести ідеї компанії відчуті свою важливість [1].

Проаналізувавши різноманітні заходи з закордонних готельно-ресторанних комплекси, ми визначили, що в основному заходи організовуються через event-агентства. Всі заходи проходять певні етапи підготовки: перевірка безпеки, підготовка заходу, робота з персоналом, підписання договору, обговорення форс мажору та інші.

Вивчення українського досвіду показав, що переважно в нашій країні стратегії розвитку готельно-ресторанного потенціалу переважно реалізуються шляхом проведення різних заходів. Події є одним із моїх улюблених інструментів ресторанного маркетингу. Завдяки їм ви можете миттєво показати своїм гостям найкраще – атмосферу готелю, продукти та послуги. Це можливість створювати вау-ефекти, радувати приємними дрібничками, заводити друзів і розвивати лояльність гостей. Кожний захід має мету, її заклад обирає дивлячись на свій план розвитку.

Для проведення заходу має бути людина, яка є відповідальною за організацію події. Є кілька варіантів хто це може бути:

- Ви особисто берете участь у підготовці та реалізації. Ідеально підходить для кав'ярень або невеликих кафе, а також для невеликих інтимних заходів. Сплануйте 5-6 класичних заходів. Інформування гостей: через персональні запрошення; розсилки програми лояльності; публікації в соціальних мережах.
- Ви та ваш зовнішній маркетолог або маркетингове агентство відповідаєте за підготовку та впровадження. Підходить для міських кафе, барів і ресторанів. Чим більше подій ви плануєте, тим серйозніше потрібно підходити до підготовки. Команді необхідно розробити концепцію кампанії, сценарій, розрахувати бюджет, терміни і спланувати рекламну кампанію. У цьому форматі важливо мати солідну базу підрядників, адже від цих людей часто залежить якість організації заходів.

- Плануванням та проведенням Вашого заходу займається івент-агенція, яка допоможе Вам організувати не лише Ваш захід, а й захоплююче шоу чи виступ артиста. Підходить для готельних комплексів і замських ресторанів. Агентство отримує відсоток від прибутку, і в цьому випадку ваш бюджет буде використаний більш раціонально.

В Україні зазвичай використовують перший та третій варіант проведення.

Події, які є приводом для проведення заходу, традиційно можна розділити на класичні, тематичні, сезонні, гастрономічні та креативні. Відповідно до цих моделей в різних державах реалізуються й різні стратегії розвитку туристичного потенціалу. Всі їх умовно також можна поділити на 4 групи [2]:

- Класичний зазвичай популярний під час свят. Цього достатньо для багатьох ресторанів. Просто додайте його до свого річного маркетингового плану. Для деяких можна підготувати особливу програму, наприклад, карнавальне шоу на Новий рік або фірмовий великодній кошик на Великдень.
- Тематичне свято, присвячене комусь, чомусь. Зустрічається нечасто, але як додатковий носій інформації дуже хороший. Наприклад, День матері, коли можна провести майстер-клас у форматі сімейного ресторану, де діти малюють і дарують листівки своїм мамам. Це дуже зворушливі моменти, які викликають позитивні емоції.
- Сезонні можуть бути день броколі чи полуниці.
- Окрім організації вечірок і концертів із живою музикою та діджеями, є також можливості для розвитку смаку та гастрономічної культури гостей через гастрономічні заходи. Ці заходи включають: дегустація вина; закрита або відкрита гастророчеря.
- Коли ви настільки «освоїли» традиційне свято, що його полюбили і з нетерпінням чекали ваші гості, настав час творчого заходу. Причини можуть бути будь-якими: від особистого придумування до справді незвичайного

Висновки. Розвиток готельного господарства в регіонах України є необхідною умовою успішного розвитку всієї економіки держави. Підвищення конкурентоспроможності готельного господарства на внутрішньому та міжнародному ринку є найваж-

ливішим чинником розвитку готельного господарства в нових умовах господарювання. Конкурентоспроможність готельного комплексу буде можлива тільки за умови впровадження нових маркетингових технологій.

Список використаних джерел

1. Allied Market Research. Event Industry Size, Share&Trends. Analysis Forecast 2021-2028. URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/events-industry-market>.
2. Карпюк О. А., Сингаєвська А. О. Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України. Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: матеріали дев'ятої міжнародної науково-практичної конференції / ред. І. В. Саух. Житомир: ЖФ КІБІТ, 2016. с. 39-42.
3. UBI Конференц Холл. Як український ринок event послуг переживає кризу 2020 року. URL: <https://ubi-hall.com.ua/uk/2020/05/14/yak-ukrayinskyu-rynok-event-posluh-perezhyvaye-kryzu-2020-roku/>.

Я. М. Нусейр, М. Ю. Троян

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ, ЇХ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Розглянуто стан ресторанного бізнесу в Сумській області. Досліджено заклади громадського харчування та їх особливості. Висвітлено статистичні дані бізнесу в області та перспективи його подальшого розвитку.

Ключові слова: *заклад громадського харчування, ресторанний бізнес, ресторан.*

The state of the restaurant business in the Sumy region is considered. Public catering establishments and their features have been studied. Statistical data of business in the region and prospects for its further development are highlighted.

Keywords: *catering establishment, restaurant business, restaurant.*

Ресторанний бізнес – це галузь, яка є однією серед основних жилок наповнення бюджету регіону та країни в цілому. В сучасних умовах індустрія гостинності впливає на економіку та її розвиток надає великий ринок робочих місць. Ефективний розвиток економіки регіону, збільшення надходжень до бюджету, зменшення безробіття, покращення життєвого рівня населення на пряму залежить від діяльності ресторанного бізнесу. Тому метою роботи є дослідження функціонування закладів харчування, їх стан та перспективи в Сумській області.

Дослідженням цієї теми займалися такі науковці, як: В. В. Архипов, К.Л. Багрій та інші.

В останнє десятиліття діяльність із забезпечення стравами та напоями в Україні набула зростання (рис.1).



Рис. 1. Тенденції зміни кількості закладів із забезпечення стравами та напоями в Україні за 2010-2020 роки [4]

Як видно з рис.1, кількість закладів із забезпечення стравами та напоями в Україні в 2010 - 2020 роках розвивалась стрімкішими темпами. Протягом досліджуваного періоду тільки в 2011 році число закладів суттєво скоротилось. в наступні роки, їх кількість поступово зростала, розвинувши мережу із 33186 од. в 2011 році до 63329 в 2020 році. Тобто, завдяки сприятливій кон'юктурі ринку кількість підприємства ресторанного господарства зроста майже вдвічі [4].

За три місяці з початку війни в Україні працювало 68% від кількості закладів, які були відкриті в лютому 2022-го. Водночас кількість нових вакансій і виручка закладів громадського харчування на заході країни та в деяких центральних областях уже сягнула показників, які були до повномасштабного вторгнення. У Сумській області виручка становила лише 54% від показників, які були до 24 лютого [1].

Сумська область в своєму арсеналі має 174 заклади харчування, серед яких представлені ресторани, кафе, бари та паби. Міста з найбільшою кількістю закладів – м. Суми та м. Ромни, а найменша кількість зосереджена в м. Шостка (рис.2) [3, 5].

В обласному центрі – Сумах розвиток ресторанного бізнесу більш розвинений. Тут зосереджено 88 закладів харчування, не враховуючи тих, що є частинами торгових центрів таких як «Мануфактура», «Лавина», «Атріум» та готельних комплексів,

розміщених в місті. Серед яких 41 ресторан, 39 кафе, 6 пабів та 2 броварні. Кожен заклад унікальний та представляє різноманіття видів кухонь. Серед кухонь які представлені є європейська та українська, італійська, грузинська, французька, японська та китайська та інші [3].



Рис. 2. Кількість закладів громадського харчування в Сумській області [3, 5]

Пандемія коронавірусу, стрімкі зміни економіки та війна в період від 2019 – 2023 роки суттєво вплинули на ресторанний бізнес області. За 2020 рік відкрито 179 нових та відновлено роботу 11 підприємств роздрібної торгівлі (відповідно 178% та 120% до річного завдання), закладів ресторанного господарства – відповідно 37 та 1 (167 % та 40 % до річного завдання), відкрито 25 нових закладів побутового обслуговування населення на 57 робочих місць (112 % до річного завдання).

Протягом січня-травня 2021 року в області відкрито та відновлено роботу 69 підприємств роздрібної торгівлі (-3 підприємства проти відповідного періоду 2020 року), 14 закладів ресторанного господарства (+6), 15 закладів побутового обслуговування населення (-4) [7].

Не зважаючи на все це в місті Суми відкрились нові заклади. Серед них : ресторан «East West» в якому готують їжу на відкритому вогні та крафтове пиво; нетипове кафе «SOLODKava», яке поєднало в собі класичну кав'ярню та пивоварню; гастробар «Просто», в якому можна скуштувати різні страви та відвідати концерт чи стенд-ап виступ; ресторан «The Сад», який спеціалізується на європейській та східній кухні; бар «Соборна 33» де можна замовити різні види коктейлів; кафе «Корнер 59/4» з ігровою зоною для дітей та цікавим інтер'єром; віскі-бар «Shokk»; пивний паб «Альо Паб»;

майстерня суші «Креветка», яка в меню має великий асортимент видів суші; кав'ярня-бар «Bradbury» та кав'ярня «Зебра» [2]. Усі заклади по своєму цікаві та можуть скласти конкуренцію закладам інших областей.

Дослідники сучасного ресторанного бізнесу проаналізували сто ресторанів та обрали серед них найкращі. Кожного року конкуренція між ними збільшується завдяки впровадженню інновацій, введенню нових тенденцій як всередині, так і зовні аби зацікавити якомога більшу кількість клієнтів. Йдучи в ресторан люди прагнуть побачити щось нове, щось унікальне.

Серед ста ресторанів України в 2020 році найкращими обрали два ресторани м. Суми – «La Spezia» і «Sazha: wine & meat», а в 2021 році у список увійшов лише один ресторан – «Sazha». Цей ресторан зміг не втрачати позиції найкращого завдяки якості їжі та гарному сервісу [8,6]. В місті є також і інші заклади, які варті уваги та гідні приймати участь в змаганні серед найкращих.

За останні роки розвиток ресторанного бізнесу набув зростання, збільшується кількість закладів, їх різноманіття, удосконалюється робота закладів та вводяться інновації. Період коронавірусу та останній рік 2023 – рік війни досить сильно вплинули на ресторанне господарство. Адже в кризових умовах, які сталися в країні, підприємствам потрібні інноваційні рішення в управлінні, у сферах виробництва та торгівлі, запровадження новітніх технологій та цифровізації, які б допомогли вести діяльність, отримувати дохід без загроз здоров'ю та життю працюючого персоналу та відвідувачів.

Ресторани впливають не тільки на розвиток туризму, а і на розвиток економіки в регіоні. Сумщина насичена закладами харчування, але не зважаючи на це є те, що потрібно вдосконалювати.

Висновки. Отже, нами проведено дослідження наявних закладів громадського харчування в Сумській області та охарактеризовано їх стан і перспективи подальшого розвитку.

Список використаних джерел

1. Виручка кафе та ресторанів у деяких регіонах України. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/food/food-news/326329-viruchka-kafe-ta-restoraniv-v-deyakh-regionah-ukrayini-vzhe-dosyagla-pokaznikiv-do-24-lyutogo>
2. Віскі-бар, паб і майстерня суші: заклади, які відкрилися в Сумах у 2022 році. URL: <https://cukr.city/city/2023/zaklady-2022/>
3. Де поїсти. URL: <https://visit.sumy.ua/eatdrink/>
4. Звіти Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звернення 10.04.2023)

5. Ресторани Сумської області. URL: https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g2693141-Sumy_Oblast.html
6. Список 100 найкращих ресторанів України 2020 року. URL: <https://life.nv.ua/ukr/food-drink/top-100-naykrashchih-restoraniv-ukrajini-2020-roku-novini-ukrajini-50112536.html>
7. Стратегічний план розвитку системи професійної (професійно-технічної) освіти Сумської області до 2027 року. URL: http://sm.gov.ua/images/docs/dostup/73_22.pdf
8. ТОП-100 закладів України. Рейтинг НВ. URL: <https://cukr.city/city-news/2021/sazha-u-top-100/>

Д. С. Овсієнко, В. М. Зігунов

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ПРИВАБЛИВІСТЬ БОЛГАРСЬКОЇ КУХНІ ДЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ В ЗАКЛАДИ ХАРЧУВАННЯ В МІСТАХ УКРАЇНИ

Україна, як прогресивна і відкрита для туристів країна, повинна мати різноманітний вибір кухонь в закладах харчування України, тому крім розрекламованих кухонь, таких як італійська, китайська, грузинська, треба впроваджувати болгарську кухню, щоб популяризувати її серед українців, бо вона має перспективу у ресторанному бізнесі України та це дає нам змогу залучити туристів з Болгарії для відвідування України.

Ключові слова: болгарська кухня, ресторанний бізнес.

Ukraine, as a progressive and open country for tourists, should have a diverse selection of cuisines in Ukrainian restaurants, therefore, in addition to the advertised cuisines, such as Italian, Chinese, Georgian, it is necessary to introduce Bulgarian cuisine in order to popularize it among Ukrainians, because it has a perspective in the restaurant business of Ukraine and this enables us to attract tourists from Bulgaria to visit Ukraine.

Keywords: bulgarian cuisine, restaurant business.

Мета роботи: Дати характеристику привабливості болгарської кухні для впровадження в заклади харчування в містах України.

Матеріали та методи: Аналіз, порівняння та узагальнення на основі яких проведено аналіз та систематизація літературних джерел, узагальнені теоретичні аспекти з визначеної проблеми.

Виклад основного матеріалу. В даний момент більш актуально відкривати ресторани національної кухні, але з кожним новим рестораном зростає конкуренція і становиться складно не прогоріти, бо клієнти біддадуть перевагу більш знайомим та популярним закладам, ніж тільки відкритим. Людей потрібно дивувати новими технологіями, стравами та іншими кухнями.

Найбільш популярними серед українців є ресторани французької, італійської, кавказької, японської кухні, але зараз через курс валют імпортовані продукти будуть дорожчими. Привабливість болгарської кухні заключається в тому, що при приготуванні страв використовуються прості та доступні інгредієнти (овочі, молочні та кисломолочні продукти), але головна відмінність та особливість цієї кухні це спеції, які додаються при приготуванні. Деякі страви максимально схожі на українські, але мають іншу технологію приготування. «Картофи соте» схожі на молоду картоплю з укропом, «кюфтета и кебабчета» схожі на нашу котлету, «чушка с орис» схожа на фарширований перець з рисом, і цей фактор схожості полегшує популяризацію цих страв серед українців [1;2].

Всього по Україні лише в шести містах відкриті заклади болгарської або балканської кухні – один в Львові, два в Одесі, один в Луцьку, один Івано-Франківську, один в Вінниці та шість в Києві.

Динаміка українського ресторанного ринку дуже нестійка. Будь-які економічні коливання одразу «б'ють» по прибутках ресторанів. Політична криза, революція, COVID-19 та війна сильно вплинули на ресторанний бізнес, дуже багато закладів не витримали цих економічних коливань. Ми бачимо велику зацікавленість інезомців до України і важливу роль в цьому мають біженці які зараз знаходяться за кордоном, саме вони мають вплив на популяризування України як туристичного напрямку. В Болгарії зараз знаходиться 55 тисяч українських біженців і якщо говорити про майбутнє, коли закінчиться війна і ці українці повернуться додому, завдяки їм зросте попит на болгарську кухню.

Висновки. Отже, болгарська кухня не популярна серед українців, так як інші. Всього в Україні лише в шести областях є ресторани болгарської, або балканської кухні. Але я думаю, що після закінчення війни попит на цю кухню зросте завдяки українцям, які в даний час знаходяться в Болгарії.

Список використаних джерел

1. Болгарська кухня. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Болгарська_кухня
2. Національні страви Болгарії. URL: <https://harchi.info/articles/nacionalni-stravy-bolgariyi>

ВАЖЛИВІСТЬ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Удосконалення управління якістю у ресторанах та готелях України суттєво впливає на сучасний стан ресторанного та готельного бізнесу. Окреслено основні проблеми та фактори, що впливають на якість послуг ресторанів та готелів. Важливим є не тільки дизайн та концепція закладу, але і кваліфікація працівників. Реалії сьогодення вимагають застосування інноваційних форм і методів обслуговування, добору професійного персоналу тощо.

Ключові слова: *сервіс, послуги, якість обслуговування, готельно-ресторанний бізнес*

Improving quality management in restaurants and hotels of Ukraine has a significant impact on the current state of the restaurant and hotel business. The main problems and factors affecting the quality of restaurant and hotel services are outlined. Not only the design and concept of the establishment is important, but also the qualifications of the employees. Today's realities require the use of progressive forms and methods of service, the selection of professional personnel, etc.

Keywords: *service, quality of service, services, hotel and restaurant business*

Готельно-ресторанний сервіс має основну мету: максимально задовольнити потреби споживачів, забезпечити високий рівень комфорту, задовольнити найрізноманітніші побутові, господарські і культурні запити гостей. В умовах гострої конкуренції з кожним роком рівень цих послуг зростає. Покращується культура та якість обслуговування гостей, що суттєво впливає на імідж готелю чи ресторану. Якість обслуговування у готельно-ресторанному бізнесі - одна з найбільш актуальних тем, що обговорюються на різних блогах, форумах покупців і користувачів послуг. Дослідження показують, що для багатьох компаній підвищення якості сервісу збільшує обсяги продаж і прибуток. Якісне обслуговування ефективніше впливає на популярність закладу, ніж маркетинг або реклама.

Сервіс вдосконалювався протягом тривалого часу під впливом матеріальних, естетичних та етичних цінностей, які формують повсякденний попит у споживачів. Готельно-ресторанний сервіс - це обслуговування, яке приносить задоволення не тільки гостям, але і подобається обслуговуючому персоналу. Особливістю якісного готельно-ресторанного сервісу є швидкість виконання послуг. Від правильної й чіткої організації роботи обслуговуючого персоналу залежить настрій і самопочуття гостей готельно-ресторанного господарства. Якість послуг впливає на конкурентоздатність

підприємства.

У структурі готельно-ресторанного господарства важливе значення мають ресторани. Вони відіграють велику роль в організації відпочинку населення. У ресторанах відзначають ювілеї, важливі події, весілля, ділові чи офіційні зустрічі. Все частіше в заклади ресторанного господарства приходять не тільки щоб поїсти, а просто відпочити в колі близьких людей. Завдання працівників ресторану полягає в тому, щоб привітно зустріти, швидко й смачно нагодувати гостей, створити їм умови для повноцінного відпочинку. Велике значення мають ресторани, розташовані у готельному бізнесі, оскільки вони організовують харчування вітчизняних та іноземних туристів.

Кожен ресторан по своєму облаштуванню, обладнанню і оформленню має індивідуальний характер. Дизайн і концепція закладу ресторанного господарства також відіграє важливу роль при виборі закладу для планування святкування. Для гостей головним критерієм вибору є атмосфера, що панує в закладі ресторанного господарства, привабливий декор, безпечні та якісні страви, наявність живої музики, а також ввічливість та уважність обслуговуючого персоналу.

Для того щоб ресторанний бізнес розвивався, необхідно вживати комплекс заходів щодо підвищення факторів якості, комфортабельності та зручності керування закладом. Інновації – це напрям, який дозволяє спрощувати технологічні процеси, умови праці, та переходити на новий більш розвинутий рівень суспільства. Власники закладів ресторанного господарства придумують не тільки основну стратегію діяльності, але й додають закладу унікальності, неповторності, за рахунок розробки та впровадження в реалізацію інноваційних технологій. Всі ці методи не тільки поліпшують якість обслуговування, але і приваблюють більше споживачів.

Окрім інноваційних методів впроваджується процес виготовлення страв, скорочують тривалість їх приготування, збільшується харчова цінність та енергетичні властивості їжі, змінюються особливості подачі, і вона стає різноманітнішою (молекулярна кухня). Це все дозволяє зменшити затрати робочої сили, дає можливість скоротити кількість працівників та собівартість продукції, що може привести до економічного зростання закладу, значної економії та сприятливої цінової політики.

Для туристів найпоширенішим видом тимчасового житла є готель. Основним завданням готелів є створення для них комфортних умов. Обслуговування в номерах потребує від працівників готельного бізнесу особливої підготовки. Усі працівники готелю повинні пройти спеціальний інструктаж щодо дотримання правил етикету та поведінки в обслуговуванні. Кількість працівників залежить від класу готелю та його структури. Готельний комплекс є важливим елементом соціальної сфери, який відіграє значну роль у наданні послуг. Кваліфіковані і обізнані працівники – це запорука відмінного сервісу, що сприяє розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

Важливою проблемою у сфері готельно-ресторанного бізнесу є величезна конкуренція. Одним з основних способів досягнення конкурентоспроможності підприємства на ринку виступає ефективне обслуговування споживачів. Цей напрямок залежить від сфери діяльності закладу, якості надання послуг. Якісний сервіс вважається єдиним стратегічним рішенням, що дозволяє випередити інші підприємства. Ключовими принципами роботи виступають якість, безпека, професіоналізм.

Вітчизняні готелі намагаються розвиватися відповідно до світових тенденцій, однак у них є власні особливості. Серед них:

- активне освоєння ринку західними мережами, які переважно «захоплюють» висококласні сегменти і пропонують свої послуги статусним гостям;
- відсутність чіткої категорії готелів – незважаючи на ту чи іншу кількість «зірок», готелі можуть не відрізнятися один від одного за якістю.

У цілому готельно-ресторанна сфера в Україні розвивається повільно, і це обумовлено тим, що інвестори значні вкладення роблять у будівництво торгових і розважальних комплексів, офісних і житлових центрів. Терміни окупності готелів значно довші. Однак ці проблеми в готельному бізнесі Україна поступово долає, і якщо вона буде орієнтуватися на європейські тенденції, їй вдасться вийти з багатьох проблемних ситуацій без втрат.

Реалії сьогодення вимагають від українських підприємств готельно-ресторанного господарства значної інноваційної активності в умовах загострення конкурентної боротьби. Цьому сприятиме застосування прогресивних форм і методів обслугову-

вання, проведення модернізації екстер'єру та інтер'єру закладів, використання високотехнологічного обладнання, добору професійного персоналу, використання інтернет-технологій тощо. Впровадження інноваційних технологій в сучасному готельно-ресторанному бізнесі, має чимало перспектив для його розвитку, адже внесення таких змін, може призвести до економічного зростання, підвищення якості обслуговування закладу, та високої конкурентоспроможності.

Тому, результатом інноваційного розвитку готельно-ресторанного підприємства будуть нові ідеї, нові і удосконалені ресторанны продукти і послуги, нові технологічні процеси.

Список використаних джерел

1. Управління якістю в готельно-ресторанному бізнесі https://tourlib.net/statti_ukr/tomalya.htm
2. Корсак Р.В., Малець В.Д., Годя І.М. Ресторанный сервіс: стандарти-практичний посібник ресторатора.- Ужгород, 2020 - с.5
3. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу <https://tourism-book.com/pbooks/book-37/ua/chapter-1866/>
4. В.П. Самодай, А.І. Кравченко. Організація ресторанної справи. Навчальний посібник. Суми: Вид-во СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2015. с.98

РОЗДІЛ 3

ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ІННОВАЦІЙНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

А.С. Балдич, В. М. Зігунов

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЛОКАЛЬНИХ КЛАСТЕРІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ СУМЩИНИ

У статті розкрито сутність та розкрито специфіку локальних кластерів, визначено їх роль у розвитку туризму. Окреслено фактори ефективної діяльності локальних кластерів. На прикладі Сумської області проаналізовано діяльність локальних кластерів, визначено переваги та недоліки їх функціонування. Подано характеристику локальних кластерів Сумської області та оцінено перспективи їх подальшого розвитку.

Ключові слова: *локальний кластер, туристський потенціал, стратегічні засади, регіон, туристські ресурси*

The article reveals the essence and specifics of local clusters, defines their role in the development of tourism. Factors of effective activity of local clusters are outlined. Using the example of the Sumy region, the activity of local clusters was analyzed, the advantages and disadvantages of their functioning were determined. The characteristics of local clusters of the Sumy region are presented and the prospects for their further development are assessed.

Keywords: *local cluster, tourist potential, strategic principles, region, tourist resources.*

Постановка проблеми. Розвиток сучасного туризму характеризується посиленням різноманітних процесів, у яких особливу роль відіграє розширення ролі великих міст як центральних мегаполісів та їх залучення до міжнародних глобалізаційних проектів. Концентрація матеріальних, фінансових і людських ресурсів у таких ядрах призводить до інтенсифікації відносин центр-периферія і суттєво позбавляє периферію можливостей для сталого розвитку. Важливим інструментом підвищення ділової активності в столичному регіоні та підвищення туристичної привабливості в центрі області та за його межами є локальний кластер. Мережева організація туристичної діяльності на малих територіях доводить свою ефективність і сприяє поширенню інновацій на периферійних

територіях. З цієї причини увага місцевої влади має бути зосереджена на створенні умов, які можуть покращити бізнес-середовище та залучити інвестиції для розвитку туризму та стимулювати реалізацію кластерних ініціатив.

Тому оцінка діяльності локальних кластерів передбачає виявлення особливостей їх формування у великому місті крізь призму сприятливих і несприятливих факторів, спеціалізацію в економіці міста, визначення переваг і недоліків функціонування локальних кластерів, формування фокусних кластерів за технологічними Структура туризму в місті та області та аналіз її ефективності діяльності в місті та регіоні в цілому. Застосування досвіду впровадження локальних кластерів у великих містах України дозволить трансформувати їх економіку, підвищити конкурентоспроможність місцевого туризму та сприяти розвитку процесу метрополізації.

Аналіз сучасних досліджень і публікацій. Останніми роками зріс інтерес до кластерного підходу серед зарубіжних та українських учених. Праці: А. Маршал, К. Кетельс, М. Портер, В. Вінден, Л. Антонюк, М. Войнаренко, В. Захарченко, М. Кизим, Н. Мікула, А. Мельник, С. Соколенко, Т. Ціхан та ін.

Незважаючи на численні дослідження на цю тему та високу висвітленість даної проблеми в науковій літературі, ряд питань, таких як оцінка ефективності кластерного механізму у великих містах для підвищення їх туристичної привабливості, є особливо затребуваними. і недостатньо розвинена.

Метою роботи є дослідження стратегічних засад формування локальних кластерів у сфері туризму в Сумській області.

Виклад основного матеріалу. Нами проведено SWOT-аналіз стану та перспектив розвитку туристичного потенціалу Сумської області з метою формування місцевого туристичного кластеру.

Результати SWOT-аналізу показали наступне. Є такі сильні сторони. Станом на 2021 рік кількість заповідних рекреаційних об'єктів у Сумській області становить 292 об'єкти загальною площею 178 595,7 га, що становить 7,5% від площі області. Мережа заповідних територій включає 20 об'єктів загальнодержавного значення площею 50,6 тис. га (27%) та 272 об'єкти місцевого значення площею 129 тис. га (73%) [2].

Унікальними заказниками є Деснянсько-Старогутський національний парк, Гетьманський національний парк, Михайлівсько-

Целінний заказник, Сеймський регіональний ландшафтний парк, Баний Яр, Андріяшівсько-Гудимівський, Бакірівський, Климентівський заповідники (всього 10), пам'ятки природи Яблуня Колонія, Шеліховське озеро, Могрицькі крейдянні кар'єри, Кияницький і Тростянецький парки – пам'ятки садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення.

З гідрографічної точки зору Сумська область розташована на лівому березі Дніпра, територією Сумської області протікають 132 річки. До штучних водойм Сумської області належать водосховища та ставки. Озера, що лежать на низьких надзаплавних терасах, також є залишками стародавніх річок, а саме стародавніх річок [1].

Територія Сумської області представлена достатньою кількістю мінеральних вод, таких як: «Кролевецька», «Оазис», «Тростянецька», «Сумська весна»), що може сприяти розвитку оздоровчого туризму в регіоні [1].

Необмежені за екологічною безпекою природно-рекреаційні ресурси Сумської області, мальовнича краса каньйонно-балкового рельєфу, ландшафти лісостепової зони та річкової долини, помірно-континентальний клімат – усе це сприятливі фактори для розвитку регіонального туристичного кластеру.

У 2021 році в Сумській області функціонувало 53 засоби колективного розміщення, з них 34 готелі, 14 мотелів, 2 турбази, 2 туристичні бази та 1 санаторій.

Вищезазначені природні та антропогенні ресурси Сумської області можуть стати «точками зростання» місцевого туризму в сільських та міських ОТГ, особливо у розвитку подієвого, активного (водного, велосипедного, лижного, гірськолижного), пізнавального та сільського. туризм і туризм на користь споживачів (полювання, рибальство тощо) [2].

До недоліків можна віднести незадовільний стан багатьох природних, історичних, культурних та архітектурних пам'яток; низький рівень розвитку туристичної інфраструктури та шляхової доступності багатьох туристичних об'єктів, матеріально-технічної бази, недостатня кількість готельних закладів та розвинених туристичних маршрутів; низький рівень розвитку туристичних дестинацій та рекреаційних зон і маршрутів подієвого, сільського, екологічного та активного туризму (дельтапланерний, велосипедний, байдарковий, лижний), недостовірність інформаційного забез-

печення туристів, невідповідність якості туристично-рекреаційних послуг вимогам міжнародних стандартів, відсутність системної туристичної промоції та брендингу туристичних дестинацій ОТГ Сумщини загалом [3 с. 186–195].

Окрім сильних і слабких сторін туристичного потенціалу Сумської області, ми оцінили внутрішні та зовнішні можливості, межі та перспективи виникнення та розвитку місцевих туристичних кластерів.

Зовнішні можливості включають застосування технології стратегічного моделювання системи управління розвитком регіонального туризму, створення стратегії розвитку регіональних туристичних кластерів на основі визначених «точок росту» локальних туристичних кластерів на території ОТГ, залучення інвестицій. у розвитку місцевих туристичних кластерів, використання світового досвіду створення та розвитку локальних туристичних кластерів, вивчення та ефективного використання туристичного потенціалу ОТГ, проведення науково обґрунтованого економічного аналізу туристичних ресурсів ОТГ.

Зовнішніми обмеженнями є недосконале податкове законодавство, пов'язане з розвитком місцевого та регіонального туризму; обмеженість бюджетного фінансування місцевого та регіонального туризму; наявність адміністративних перешкод для становлення та розвитку регіонального та місцевого туризму (реєстрація, ліцензування, сертифікація, регулювання орендних відносин); Відсутність чітких механізмів реалізації державної політики підтримки туристичної галузі на рівні області та ОТГ.

Внутрішні можливості включають зменшення регуляторного тиску та податкову підтримку туристичного бізнесу регіону, зокрема ОТГ, створення спеціальних страхових відносин у туристичному бізнесі регіону (гарантійний супровід), розвиток програм пільгового кредитування для туристичного бізнесу регіону, покращення потоку система обслуговування туристів і туристів [4 с.592].

Внутрішніми обмеженнями є недооцінка органами державної влади та місцевого самоврядування значення туризму в розвитку регіону та ОТГ, низький рівень підготовки керівних кадрів у системі управління розвитком регіонального та місцевого туризму, комплексність інвестиційного клімату щодо розвитку бізнесу у сфері регіонального та місцевого туризму, неможливість прийняття

узгоджених рішень у сфері регіонального та місцевого туризму на рівні країни, району, створюваного району та ОТГ, відсутність у ОТГ можливостей в прийнятті зовнішньої фінансової допомоги (брак знань, досвіду тощо).

Проведений SWOT-аналіз підтверджує, що Сумська область має достатній туристичний потенціал для формування регіонального туристичного кластеру на основі створення та розвитку локальних кластерів на території ОТГ, але для їх створення та ефективного розвитку необхідна чітка стратегія розвитку. розвитку регіонального туризму на основі кластерного підходу.

Заходами щодо розвитку міських локальних туристичних кластерів у Сумській області є: розвиток та створення локальних туристичних кластерів у Сумській області на базі міських ОТГ (Сумська, Глухівська, Конотопська), які мають достатній туристичний потенціал та велику привабливість. туристичних об'єктів і повного комплексу туристичних послуг (проживання, харчування, культурно-побутове обслуговування, транспортне обслуговування, видовищно-екскурсійне обслуговування, довідково-інформаційне забезпечення); Розробка та запуск нових туристичних продуктів різного типу, призначених для різних сегментів туристичного ринку; Створення та реалізація системи промоцій та акцій, спрямованих на популяризацію туристичних об'єктів на території ОТГ та Сумської області загалом, створення та розвиток різноманітних туристичних ринків в регіоні [З с. 186–195].

Заходами щодо створення та розвитку локальних кластерів сільського та екологічного туризму в Сумській області є: Визначення пілотних територій ОТГ (Путивльська, Тростянецька, Охтирська, Кроловецька, Шостинська, Роменська) у Сумській області, національні парки (Деснянсько-Старогутський, Гетьманський.) та Ландшафтний парк (Сейм) для формування та розвитку локальних кластерів подієвого, екологічного, сільського та активного туризму; Запровадження Реєстру власників товарів сільського туризму; Розробка критеріїв оцінки садиби категорії сільського та екологічного туризму; Запровадження регіональних науково-практичних конференцій, семінарів, круглих столів, презентацій з питань розвитку туристичних кластерів у сільській місцевості та на заповідно-рекреаційних територіях.

Заходами щодо створення та розвитку локальних кластерів активного туризму є: здійснення зонування та проектування територій, перспективних для розвитку активного туризму в Сумській області (Сумська, Путивльська, Кириківська, Тростянецька, Ахтирська, Роменська, Шостинська, Кролоаївська ОТГ); Розробка та впровадження туристичних маршрутів для окремих видів туризму в регіоні; Маркування та сертифікація встановлених туристичних маршрутів водного, велосипедного, лижного туризму та в локальних осередках гірськолижного туризму; Створення відповідної інфраструктури на маршрутах водного, велосипедного, лижного туризму та в місцевих центрах гірськолижного туризму; Створення на базі вищого навчального закладу регіонального центру професійної підготовки фахівців із супроводу туризму на маршрутах активного туризму [5 с.184].

Отже, на формування локальних туристичних кластерів на територіях ОТГ області впливають відносини між одиницями туристичного кластеру, які передбачають коопераційні відносини між одиницями туристичного кластеру, що надають однотипні туристичні послуги (заклади розміщення, харчування, відпочинок, перевезення), коопераційні відносини між суб'єктами туристичної галузі, що надають неоднорідні туристичні послуги, що утворюють комплексний туристичний продукт, відносини між туристичними об'єктами території ОТГ та суб'єктами туристичної галузі, відносини між суб'єктами туристичної галузі з державою, органів влади та органів місцевого самоврядування та з науково-дослідними установами, відносини туристичних компаній з державними адміністративними структурами та адміністративними структурами органів місцевого самоврядування.

Висновки. Слід зазначити, що розвиток місцевого туризму на рівні органів законодавчої та виконавчої влади України потребує швидкого оновлення та прийняття пакету стратегічних документів щодо розвитку економіки держави, економіки області та субрегіону (району) та економіка ОТГ.

Для формування локального туристичного кластеру Сумської області необхідне вдосконалення інфраструктури та технологій надання туристичних послуг за такими складовими, як: В. Готельне господарство, сфера активного відпочинку та екскурсійних послуг, транспортна доступність до туристичних об'єктів, послуги закладів

розміщення та харчування, туристична інформаційна служба, регіональна система просування регіонального туристичного продукту на туристичних ринках України, управлінський персонал у сфері туризму. в регіональних державних органах та органах місцевого самоврядування.

Необхідно провести подальші дослідження з метою розробки ефективної правової бази для регіону щодо об'єднання туристичної галузі в Сумській області.

Список використаних джерел

1. Водні ресурси Сумської області. Регіональне управління водних ресурсів у Сумській області. URL: <http://www.sumyvodres.davr.gov.ua> (дата звернення: 22.12.2022).
2. Дегтярова І.О. Туристичні кластери як напрямок регулювання туристичної галузі. URL: http://www.bses.in.ua/journals/28_1_2018 (дата звернення: 22.12.2022).
3. Кальченко О.М. Кластеризація в індустрії туризму. Вісник Чернігівського технічного університету. 2019. № 39. С. 186–195.
4. Охріменко А.Х. Національна система туризму: Монографія. К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2019. 592 с
5. Туристичні кластери: монографія / заг. ред.. А. А. Мазаракі Київ: КНУ, 2018. 184 с.

К. В. Богданова, І. С. Зігунова

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ТУРІВ НА ТЕРИТОРІЇ ГРОМАД СУМЩИНИ

У статті досліджено інноваційний підхід в екскурсійній діяльності . Обґрунтовані питання, щодо вдосконалення екскурсійних послуг. Також розглянутий стан розвитку діяльності на території Сумщини. Оцінка та аналіз розвитку екскурсійної. Визначення перспектив цієї діяльності.

Ключові слова: екскурсійна діяльність, інновації, Сумщина, тенденції, туристична індустрія, перспективи

The article examines an innovative approach in excursion activity. Reasonable questions regarding the improvement of excursion services. The state of development of activities on the territory of Sumy Oblast is also considered. Evaluation and analysis of the development of the excursion. Determination of the prospects of this activity.

Keywords: excursion activities, innovations, Sumy, trends, tourism industry, prospects

Сумщина на думку фахівців туризмознавців має потужний проте погано реалізований туристичний потенціал. Регіон багатий на історичні події від початку стародавньої історії України до сучасної героїчної оборони громади від російських загарбників від початку повномасштабного вторгнення, яка продовжується і зараз. Сумщина це Батьківщина незліченої кількості діячів, які проявили себе в письменництві, поезії, мистецтві, музиці та навіть політиці. Родом з Сумщини були такі відомі письменники як: Пантелеймон Куліш, Павло Грабовський, Микола Хвильовий, Іван Багряний та Олександр Олесь. Прославили свою малу Батьківщину льотчик-винищувач Іван Кожедуб та третій Президент України Віктор Ющенко. На весь світ звучали відомі імена знаменитих підприємців, які прославились своїми благодійними вчинками – це родина Терещенків і Харитоненків. І перелік цих імен можна надалі продовжувати. [7]

Відомі міста Сумщини, на кшталт Глухова, Путивля та Ромнів, які на додачу славляться своєю тисячолітньою історією бережуть в собі сакральні пам'ятки державного та національного значення, а також входять до одного з найпопулярніших українських туристичних маршрутів «Намисто Славутича» До речі про сакральні пам'ятки – сама Сумщина теж славиться своєю історико-культурною спадщиною, яка налічує в собі близько 1,5 тис пам'яток історії, 780 пам'яток археології, 373 пам'ятки архітектурної спадщина та 102 пам'ятники які вважають шедевром монументального мистецтва. [3]

Якщо досліджувати історико-культурний потенціал слід розглядати і і природно-рекреаційний. Сумщина по праву носить статус одного з найбільш екологічно чистого туристичного регіону України. Кліматичні умови регіону досить комфортні для відпочинку та рекреації. І самі рекреаційні можливості регіону необмежені. Загальна площа лісового фонду області складає 448,5 тис. га. Природно-заповідний фонд області налічує 182 заповідні території та об'єкти, загальна площа яких близько 156,2 тис. гектарів або 6,5% від загальної території туристичного регіону [6].

Проте як було на початку зазначено з інноваційної точки зору регіон недооцінений. А зараз в час позитивного розвитку технологій і на жаль в умовах повномасштабного вторгнення інновації можуть зіграти на руку для популяризації туристичного регіону Сумщини. Створення інноваційних екскурсійних турів на території

громад Сумщини може бути здійснене з використанням трьох змістовно структурованих підходів:

1. Використання технологій доповненої реальності та кросс-медійного контенту. Доповнена реальність дозволяє створювати ігрові та інтерактивні елементи на реальних об'єктах. Таким чином, туристи можуть більш детально досліджувати історичні та культурні місця, зокрема з використанням мобільних додатків з використанням AR-функціоналу.[1] Сюди варто додати і розробку кросс-медійного контенту. Суть крос-медіа полягає у поширенні одного і того самого контенту на різних платформах. Крос-медіа повинні включати в себе аудіо, відео та фотоматеріали, які дадуть можливість отримати більш повну картину про історію і культуру громад Сумщини за допомогою різних медійних форматів, які дозволять екскурсійний тур більш цікавим та змістовним. [4] Це допоможе не лише зберегти історико-культурну спадщину та почати її просувати по всьому світу, а розробити докази, які будуть свідчити проти жорстоких та цинічних злочинів російських окупантів, які щодня руйнують цивільну інфраструктуру України і особливо історико-культурні пам'ятки з метою знищити культурну та історичну ідентичність українців.

2. Використання інтерактивних елементів у екскурсійних маршрутах. Інтерактивні елементи можуть бути різних форматів, таких як відео, аудіо, фотографії, ігри та інше. Вони дозволять туристам більш детально пізнавати історію та культуру громад Сумщини. Сюди можна додати і використання геолокаційних технологій, які допоможуть відстежити своє місцезнаходження на інтерактивному маршруті і створювати інтерактивні елементи, які будуть доступні тільки в певному місці. До інтерактивних елементів ще можна додати інноваційні експонати та арт-інсталяції, різноманітні арт-об'єкти, які залучатимуть увагу туристів та допоможуть краще розуміти культурну та історичну спадщину громад Сумщини. [2]

3. Створення програми еко-туризму. Вище було зазначено, що Сумщина має найнижчі показники забруднення і відповідно це дає зелене світло для розвитку екологічного (зеленого) туризму. Цей підхід дозволяє пропонувати туристам екскурсійні маршрути з оглядом на природні та екологічні аспекти. І такий підхід може бути особливо цікавим для людей, які прагнуть зберегти природу та дізнатися більше про екологію.

Інноваційні підходи до створення екскурсійних турів на території громад Сумщини можуть мати дуже позитивний вплив на розвиток туризму в регіоні. А створення інноваційних екскурсійних турів на території громад Сумщини може бути забезпечено за допомогою використання різних підходів, технологій та медійних форматів, які дозволять зробити туризм на Сумщині більш цікавим, змістовним та привабливим для туристів. [5]

У підсумку стає зрозумілим, що регіон Сумщини є досить привабливим для нових туристичних потоків, адже в цій області зосереджена велика кількість туристичних ресурсів від природно-рекреаційних до історико-культурних. Сумщина має потужний потенціал до розвитку історико-культурного, лікувального, зеленого, подієвого та інших видів туризму. Залишається лише грамотно сформулювати концепцію розвитку туризму в регіоні з додаванням елементів інноваційних підходів, які будуть використовуватись як з задоволенням, так і з користю.

Список використаних джерел

1. Використання новітніх технологій віртуальної та доповненої реальності у сфері туризму URL:<https://core.ac.uk/download/pdf/324242308.pdf> (дата звернення 03.05.2023)
2. Віртуальні інтерактивні екскурсії URL <https://karpaty3d.com/virtualni-ekskursiyi/> (дата звернення 03.05.2023)
3. Заповідні скарби Сумщини / Під.ред. д.б.н. Т.Л. Андрієнко. Суми: В-во «Джерело», 2001. 208с.: 28 кольор. іл.
4. Крос-медійна журналістика URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Крос-медійна_журналістика
5. Перспективи розвитку екотуристичних послуг в Сумській області URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/28604/1/Hlivenko.pdf> (дата звернення 03.05.2023)
6. Природно-заповідний фонд Сумської області: Атлас-довідник. К.: ТОВ «Українська Картографічна Група», 2016. 94 с
7. Туристичний потенціал Сумщини URL:<https://core.ac.uk/download/pdf/324242308.pdf> (дата звернення 29.04.2023)

В. Р. Гич, І. С. Мареха

Сумський державний педагогічний університет ім. А. С. Макаренка

СПЕЦИФІКА ВІТЧИЗНЯНИХ ТА ЗАКОРДОННИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНІВ

В тезах розглянуті питання вітчизняного та закордонного досвіду використання стратегій розвитку туристичного потенціалу регіонів. Проаналізовано загальну Стратегію розвитку туризму в Україні до 20269 року в

розрізі розвитку туристичного потенціалу окремих регіонів країни. Досліджено специфіку програм розвитку туристичного потенціалу окремих областей України, що діяли протягом останнього часу. Охарактеризовано основні моделі державного регулювання сфери туризму в закордонних країнах, котрі визначають специфіку використовуваних в окремих країнах світу стратегій розвитку туристичного потенціалу регіонів. Проаналізовані основні види стратегій, які використовуються в різних країнах світу для розвитку окремих компонентів туристичного потенціалу регіонів.

Ключові слова: туризм, туристичний потенціал, інфраструктура, стратегія, програми розвитку, моделі управління туризмом, стратегії екстенсивного та інтенсивного розвитку, стратегії стійкого розвитку, стратегії інноваційного типу.

The issues of domestic and foreign experience in the use of strategies for the development of tourism potential of regions are considered in theses. The general Strategy for the development of tourism in Ukraine until 20269 was analyzed in terms of the development of the tourism potential of individual regions of the country. The specifics of the tourism potential development programs of individual regions of Ukraine, which have been active in recent times, have been studied. The main models of state regulation of the field of tourism in foreign countries are characterized, which determine the specifics of strategies used in individual countries of the world to develop the tourism potential of regions.

Keywords: tourism, tourism potential, infrastructure, strategy, development programs, tourism management models, extensive and intensive development strategies, sustainable development strategies, innovative strategies.

Постановка проблеми. Важливим напрямком розвитку економіки України в сучасних умовах слід вважати розвиток туристичної галузі. Адже в усьому світі туризм є однією з важливих складових національних економік багатьох країн. В значній мірі це стосується й України, котра володіє великим та різноманітним туристичним потенціалом. Однак для забезпечення максимальної ефективності його використання необхідна розробка стратегій подальшого розвитку цього потенціалу. Відповідна розробка вимагає врахування наявного досвіду - як українського, так і закордонного, по використанню різних стратегій розвитку туризму та туристичного потенціалу. Це, в свою чергу, вимагає й детального та ґрунтового аналізу різноманітних вітчизняних та закордонних програм та стратегій розвитку туристичного потенціалу, туристичної інфраструктури та туристичного іміджу окремих регіонів.

Аналіз досліджень та публікацій. Проблеми використання різних стратегій розвитку туризму та туристичної інфраструктури вивчалися багатьма закордонними та вітчизняними науковцями, зокрема Бартощук О. Булатовою А., Волковим С., Герасименко В., Коржиловим Л., Мальською М., Мельниченко О.,

Полюгою В., Парфіненко А., тощо. Однак стрімкий розвиток сфери туризму по всьому світу та постійне впровадження нових програм та стратегій вимагають подальших досліджень проблеми використання вітчизняних та закордонних стратегій розвитку туристичного потенціалу регіонів.

Мета дослідження – проаналізувати досвід використання вітчизняних та закордонних стратегій розвитку туристичного потенціалу окремих регіонів.

Виклад основних результатів дослідження. Проведений аналіз наукових та нормативних джерел показав наявність певного вітчизняного досвіду використання стратегій розвитку туристичного потенціалу окремих регіонів.

В даний час головним нормативним документом, що регламентує питання стратегічного розвитку туристичного потенціалу України загалом та окремих регіонів є Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16 березня 2017 р. № 168-р. Вказана стратегія визначає мету, головні завдання та напрямки розвитку окремих складових туристичного потенціалу України загалом та окремих областей та районів на вказаний період.

При цьому основними напрямками розвитку туристичного потенціалу, на які звернено особливу увагу у вказаній стратегії є розвиток туристичної інфраструктури окремих регіонів, розвиток людських ресурсів сфери туризму та проведення маркетингових досліджень та заходів з просування українських туристичних продуктів на вітчизняному та закордонному ринках[3].

Вивчення українського досвіду показав, що переважно в нашій країні стратегії розвитку туристичного потенціалу переважно реалізуються шляхом виконання окремих програм розвитку туризму, затверджених та реалізовуваних на рівні окремої області. Ці програми реалізують різні напрямки розвитку туристичного потенціалу, наприклад розвиток туристичної інфраструктури в окремих регіонах, наприклад формування ресторанно-готельної та логістичної системи, проведення різноманітних маркетингових досліджень тощо.

Водночас потрібно зауважити, що перелічені програми мають й певні недоліки. Головною проблемою таких програм слід вважати відсутність міжрегіональних зв'язків. Значною проблемою є також

низький рівень їх фінансування. Також проблемним питанням є їх переважне спрямування на маркетингову складову тощо.

Незважаючи на всі перелічені проблемні питання, в цілому можна відзначити досить значну ефективність використовуваних програм. Так, Мельниченко О. зі співавторами надає наступні оцінки рівню використанню вказаних програм (табл. 1.)

Таблиця 1.

Оцінка відповідності регіональних цільових програм розвитку туризму [2, с. 95]

<i>Область</i>	<i>Оцінка</i>
Івано-Франківська -	8,75
Запорізька -	6,25
Київська	10
Одеська	10
Полтавська	7,5
Сумська	10
Тернопільська	10
Харківська	6,25
Херсонська	10
Хмельницька	7,5
Черкаська	7,5
Чернівецька	10
Чернігівська	7,5

Наявність певних проблем використання програм розвитку туристичного потенціалу окремих регіонів свідчить про потребу врахування й закордонного досвіду використання стратегій розвитку туризму в регіонах. При цьому відразу потрібно зауважити, що в різних країнах використовуються різні моделі державного управління сферою туризму, котрі й визначають стратегії формування турпотенціалів регіонів. Відповідно до Бартошук О. таких моделей є 4:

I. Ринкова – відсутність центрального регулювання сфери туризму, в якій всі наявні питання вирішуються на рівні окремих регіонів чи об'єднаннями бізнесових структур. Типовий приклад – США.

II. Централізована модель – наявність потужного центрального органу керування туризмом.

III. Європейська модель – наявні питання вирішуються на рівні централізованого органу, який є міжструктурним утворенням, яке координує діяльність різних міністерств, взаємодіє з органами

місцевого самоврядування та бізнесовими структурами.

IV. Комбінована модель наявність комбінованого міністерства, яке, крім туристичної сфери, регулює інші напрями соціально-економічної політики, котрі поєднані зі сферою туризму..

Для України найбільш дієвим може бути використання третьої або четвертої моделі.

Відповідно до цих моделей в різних державах реалізуються й різні стратегії розвитку туристичного потенціалу. Всі їх умовно також можна поділити на 4 групи:

I. Стратегії екстенсивного типу планують економічний ріст на основі приросту факторів виробництва: збільшення площ, зайнятих туристською інфраструктурою, будівництва нових засобів розміщення туристів, спортивних і розважальних об'єктів, нової інфраструктури.

II. Стратегії інтенсивного типу в більшому ступені націлені на ріст ефективності, якості обслуговування і максимізації віддачі від існуючих туристських ресурсів і об'єктів. Такі стратегії планують більш ефективно використання земель дестинації, особливо в столицях і історичних містах – центрах культурного туризму. Удосконалювання трудової діяльності в стратегіях інтенсивного типу має на увазі нову якість робочих місць, збільшення їхньої технічної оснащеності, що зв'язано, у свою чергу, з підвищенням кваліфікації кадрів.

III. Стратегії стійкого типу розвитку туристичного потенціалу – особлива увага приділяється дбайливій експлуатації існуючих туристських ресурсів, а також гармонізації економічних, соціальних і екологічних цілей розвитку.

IV. Стратегії інноваційного типу – більша увага звертається на використання різних інновацій, проведення різноманітних маркетингових досліджень, використання сучасних цифрових технологій тощо.

Висновки. Отже на стратегічному рівні в Україні розвиток туристичного потенціалу окремих регіонів здійснювався переважно в процесі реалізації різних програм розвитку туризму в окремих областях чи районах. При цьому потрібно відзначити, що переважно такі програми були спрямовані на формування іміджевої складової туристичного потенціалу окремих регіонів країни. Слід вказати, що значною проблемою реалізації стратегій розвитку туристичного

потенціалу окремих регіонів є низький рівень їх фінансування на рівні загальнодержавного бюджету та бюджетів окремих регіонів.. Також значною проблемою є часта відсутність міжрегіональних зв'язків окремих регіональних програм розвитку туризму.

Аналіз закордонного досвіду показує, що формування стратегій розвитку окремих регіонів країни залежить від моделі державного управління сферою туризму в конкретній державі. Для України більш доцільним буде використання європейської або комбінованої моделі. В світі існують різні стратегії регіонального розвитку туристичного потенціалу - екстенсивного, інтенсивного типів, типу стійкого розвитку та інноваційного типу. Використання тієї чи іншої стратегії залежить від конкретних умов - рівня розвитку туристичного потенціалу конкретного регіону, наявних ресурсів тощо.

Список використаних джерел

1. Бартошук О.В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід) URL: https://tourlib.net/statti_ukr/bartoshuk.htm(Дата звернення: 04.04.2023)
2. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія: Харків: НУЦЗ 2017. 192 с.
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16 березня 2017 р. № 168-р URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>(Дата звернення: 04.05.2023)

В. О. Задорожна, І. С. Мареха

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ ТУРИСТИЧНОЇ РЕКЛАМИ В СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ

Розвиток туризму у Сумському регіоні не відповідає потребам економічної та соціально-політичної обстановки. Ринок туристичних послуг зростає швидше, ніж реклама, що створює проблеми з якістю, впровадженням та популярністю реклами. У роботі також розглядаються різні види реклами, що використовуються в регіоні, такі як зовнішня реклама, інтернет-реклама та сувенірна реклама. Зазначається, що сучасні технології, зокрема інтернет, мають велике значення для туристичної реклами, і наводяться приклади цифрової реклами в туристичній галузі. Автор також зазначає, що реклама туристичної галузі ще не готова до швидкого зростання, і компаніям потрібно переорієнтувати свої комунікації на зміни у споживанні подорожей.

Ключові слова: туризм, реклама, Сумський регіон, рекламні агентства, інтернет-реклама, цифрова реклама, туристичні бренди.

This text highlights the slower pace of tourism development in the Sumy region compared to the demands of the economic and socio-political environment. It emphasizes the disparity between the growth of the tourism market, the expansion of

service offerings, and the increasing number of competing firms, as opposed to the slower development of tourism advertising. The text identifies the complexity of advertising in the tourism industry, primarily due to the unique characteristics of the product, which involves a complex range of services. It explores various types of advertising used in the Sumy region, including outdoor advertising, internet advertising, and souvenir advertising. The text further discusses the significance of modern technologies, particularly the internet, in facilitating effective tourism advertising, with examples of digital advertising in the tourism sector. Lastly, it addresses the current state of tourism advertising, highlighting the need for companies to adapt their communication strategies to changes in consumer travel behavior.

Keyword: *tourism, advertising, Sumy region, advertising agencies, internet advertising, digital advertising, tourism brands.*

Відомо, що туризм у Сумському регіоні розвивається не такими швидкими темпами, як того вимагають економічна і соціально-політична обстановка. Однак навіть у такій ситуації темпи розвитку ринку туристських послуг, розширення асортименту і зростання конкуруючих фірм значно випереджають темпи розвитку туристської реклами. Досить гостро стоїть проблема якості створення, упровадження та затребуваності такої реклами, що зумовлено тим, що в ринкових умовах підприємства туризму повинні якісно задовольняти потреби населення в туристських послугах, а це можливо тільки за умови правильної маркетингової та рекламної політики.

Встановлено, що складність реклами в туристській діяльності зумовлюється насамперед особливостями товару, що продається, який являє собою комплекс послуг. Особливості послуги як товару визначають неможливість застосування багатьох традиційних рекламних методів [1].

У туристичній рекламній діяльності в Сумській області застосовуються різні види реклами. Зробимо аналіз рекламних агентств Сумського регіону.

Таблиця 1

Рекламні агентства Сумського регіону та їх вартість

Рекламні агентства	Адреса	Види реклами		
		Зовнішня реклама	Інтернет реклама	Сувенірна реклама
Інформаційна агенція «Північ Медіа»	вулиця Свободи, 51, Шостка, Сумська область, 41100	Немає	Розміщення реклами на сайті та соціальних мережах (пакет – 1000 грн, окремо кожна соціальна мережа/месендже р – 250 грн)	Друк на різних предметах (чашки – 80 грн, подушки – 200 грн, футболки 35-500 грн, магнітах – 20-

				80 грн, брелках – 30-50 грн)
Рекламна агенція RG Region	м. Суми, вул. Гетьмана Мазепи, 2	Розміщення Бігборд – 1250 грн/місяць Сітілайт – 900 грн/місяць	Немає	Друк на одязі (200-500 грн), посуді (100-200 грн), флешках (50 грн), канцелярії (30-100 грн)
Рекламна агенція «Апельсин»	вулиця Соборна, 32, Суми, Сумська область, 40000	Реклама на сітілайтах – 800 грн/місяць	Ведення соціальних мереж Фейсбук та Інстаграм (реклама в соціальних мережах, аналіз ринку та конкурентів, розробка фірмового стилю профілю, організація і проведення фотосесії, складання контент-плану публікацій на 1 м, написання текстів відповідно до контент-плану, регулярна публікація постів та історій) – від 12000 грн	Друк на чашках (від 140 грн), на футболках (від 200 грн), щоденниках з логотипом (від 90 грн), поліетиленових пакетах (300 - 900 грн, залежно від тиражу)
Рекламна агенція «Медіа мост» (розміщення Шостка, Глухів)	вулиця Свободи, 38, Шостка, Сумська область, 41100	Аренда бігборда 600 грн/місяць, тролов – 450 грн, холдерів – 400 грн, на зупинках – 500 грн, на LED екрані – 300 грн	Немає	Поліграфія: флаєри – від 400 грн, наклейки – від 320 грн, реклама на радіо: 1 сек.- 60 коп., вартість виготовлення рекламного ролика - від 100 грн.
Рекламна агенція «Олімп»	вулиця Батуринська, 7, Конотоп, Сумська область,	Аренда банера – від 400 грн, постер – від 300	Немає	Друк на одязі – від 150 грн, посуді – від 80 грн, календарі – від 120 грн

	41600	грн		малий тираж
Рекламно-виробнича компанія «Ілюзіон»	проспект Перемоги, 115, Суми, Сумська область, 40020	Банери – від 650 грн	Немає	Друк на подушках – від 270 грн, на чашках – від 180 грн, на значках – 35 грн, на жетонах – від 190 грн

Джерело: розроблено автором на основі [2-5]

Сучасні технології як в Україні, так і в Сумському регіоні сприяють швидкому збору інформаційних даних за допомогою пошукових систем. Вони надають туроператорам основу для дослідження ринку, споживчого попиту, дії конкуруючих компаній, цінової політики ринків туристично-рекреаційних послуг.

Сучасні технології інтернет-реклами включають:

- рекламні блоки на веб-ресурсах для просування товарів або послуг;
- розміщення в пошукових каталогах;
- підняття позицій сайту пошуковика;
- поштові розсилки тощо.

Найбільш поширеним каналом розподілу в Сумській області є банерна реклама, яка слугує засобом залучення нових клієнтів, розкручує торгову марку і підвищує позицій сайту. Робота практично усіх туристичних сайтів в Сумському регіоні: туристичні агентства «Жайвір», «Dream Tour», «Етнотур», «Континент Тур» та інші побудовані на приверненні уваги споживача до конкретної і значущої інформації про них, їх продукт і характеристики, способи купівлі товарів та отриманні додаткової інформації, яка постійно оновлюється.

Маркетингові функції також включають публічну взаємодію (PR) за допомогою Інтернет-ресурсів. Розвиток інформаційних технологій популяризував цей напрям взаємодії з невизначеним колом користувачів. Взаємодія з громадськістю в глобальній мережі Інтернет являє собою низку заходів, спрямованих на підвищення іміджу туристичних агентств Сумського регіону при отриманні позитивних відгуків про роботу компанії. Даний напрямок охоплює [1]:

- поширення новин інформаційних повідомлень для друкованих ЗМІ «Народна надія», «Слобожанщина», «Рідний край»,

«Факти», «Шанс» та інші, через мережевий сервіс для відправки та отримання електронних повідомлень до центральних тематичних добірок;

- обговорення інформації в чатах Телеграм каналі Sumy GO;
- комплекс візуальних констант бренду в Інстаграмі, Фейсбуці, Телеграмі;
- технології реклами, в яких представники цільової аудиторії використовують як розповсюджувачів комерційної інформації про послугу або продукт та інші компаній, цінової політики ринків туристично-рекреаційних послуг, цінової політики.

Рекламодавці з туристичного сегмента Сумського регіону витрачають на цифрову рекламу більше, ніж бренди в середньому. Це не дивно для категорії, яка значно випередила ринок у царині цифрової трансформації, забезпечивши 32% продажів завдяки електронній комерції 2021 року порівняно з 20% роздрібною торгівлю загалом, кажуть експерти. Туристична онлайн-реклама закликала залучити споживачів на ранній стадії ухвалення рішень за допомогою пошукової, медійної та відеореклами. Аналітики прогнозують, що діджитал-реклама стане більш важливою для створення бренду і для конверсії. Інтеграція туристичних застосунків із паспортами вакцин, їхнє використання прискорить набуття цифрового досвіду під час подорожей [1].

Реклама туристичної галузі ще не готова до швидкого зростання, оскільки бренди не відновлюють свої відносини зі споживачами після проблемного 2020 року, військового стану. Поки люди мало повертаються до подорожей, туристичні бренди поступово налагоджують свої стосунки зі споживачами. Компаніям доведеться переорієнтувати свої комунікації на різні аудиторії, адже люди адаптуються, скорочуючи ділові поїздки та організовуючи міжнародні ділові заходи у віддаленому режимі.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Головного управління статистики в Сумській області, URL: <http://sumy.ukrstat.gov.ua/?menu=126> HYPERLINK
«<http://sumy.ukrstat.gov.ua/?menu=126&level=3>»& HYPERLINK
«<http://sumy.ukrstat.gov.ua/?menu=126&level=3>»level=3
2. Офіційний сайт туристичної агенції «Dreamtour», URL: <https://dream.sumy.ua/>
3. Офіційний сайт туристичної агенції «Natali Travel», URL: <https://www.natalitravel.com.ua/kontakty/o-kompanii>

4. Офіційний сайт туристичної агенції «Жайвір Шостка», URL: <https://zhayvir-shostka.org.ua/>
5. Офіційний сайт туристичної агенції «Сакура Тур», URL: <https://www.otpusk.com/agents/12212/>
6. Офіційний сайт туристичної агенції TPG Agency, URL: <https://www.tpg.ua>

Р. В. Зігунов, В. М. Зігунов

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПРОКЛАСТЕРІВ НА ОСНОВІ РЕГІОНАЛЬНИХ РЕСУРСІВ

Застосування кластерного підходу в туристичній галузі підвищує ефективність її функціонування та має велике значення для сталого розвитку туризму в регіонах держави. У статті розкриваються питання формування туристичних прокластерів на основі туристських ресурсів Сумського регіону.

Ключові слова: прокластер, туристські ресурси, регіон.

The use of a cluster approach in the tourism industry increases the efficiency of its functioning and is of great importance for the sustainable development of tourism in the regions of the state. The article discusses the formation of tourist proclusters on the basis of tourist resources of the Sumy region.

Key words: procluster, tourist resources, region.

Закордонний досвід свідчить про успішність застосування кластеризації в туристичній діяльності. Упровадження кластерного підходу в туристичну галузь України значно підвищить ефективність її функціонування.

Аналіз туристського потенціалу Сумської області свідчить, що регіон має достатньо можливостей для функціонування туристських кластерів. На сьогодні на території області відбуваються процеси становлення прокластерів з різних видів туризму, серед яких:

1. Прокластер подієвого та екскурсійного туризму на території Тростянецької територіальної громади, основою якого є досвід проведення різнопланових фестивальних заходів. Саме у м. Тростянець проходять декілька фестивалів, які знані не тільки серед туристів Сумщини, але й серед туристів України. Це фестивалі «Стара Фортеця», «Чайковський FEST», «Схід-Рок», «Нескучний Вело FEST». Увагу туристів привертають архітектурні споруди Круглий двір, садиба Кеніга, Благовіщенська та Вознесенська церкви [5].

2. Прокластер подієвого та екскурсійного туризму Сумської міської територіальної громади, основою якого є об'єкти історико-культурної спадщини місцевого значення, а також подієві заходи. Не залишаться поза увагою туристів численні храми та контактні скульптури обласного центру, фестивальні події – «Сурми Конституції», «Ніч музеїв», «Слобожанські смаки», фестиваль коноплярства «Hempfest» та інші [2].
3. Прокластер екскурсійно-пізнавального туризму, основою якого є екскурсійно-пізнавальні об'єкти (історичні, культурні, патріотичні, релігійні) Путивльської та Новослобідської територіальних громад. Об'єктами туристичної зацікавленості є монастирі Путивльщини – Мовчанський та Софронієвський, музей під відкритим небом «Спадщанський ліс», музей горюньської культури, скульптура Ярослави в міському парку м. Путивль [3].
4. Прокластер екскурсійного туризму, основою якого є екскурсійні об'єкти Глухівської територіальної громади – Трьох-Анастасіївська та Миколаївська церкви, монастир Глинська Пустинь, будівля національного університету [4].
5. Прокластер водного туризму на території громад, прилеглих до Гетьманського національного природного парку. Парк утворений на території трьох гідрологічних заказників загальнодержавного значення – Бакирівського, Климентівського та Хухрянського, у долині річки Ворскла [1]. Основою діяльності в межах цього прокластера є байдаркові сплави річкою Ворскла за маршрутом смт. Велика Писарівка – с. Куземин.
6. Прокластер водного туризму, на основі гідрологічного ресурсу – річки Псел, яка розкинулась на територіях Краснопільської, Миропільської та Сумської громад. В основу функціонування прокластера покладено байдаркові сплави річкою Псел. Екскурсійна складова території включає відвідування Миколаївської церкви в с. Миропілля та об'єкти м. Суми, які розташовані поблизу річки.
7. Прокластер водного туризму на території регіонального ландшафтного парку «Сеймський», в основу якого покладено байдаркові подорожі, з відвідуванням об'єктів Білопільської та Путивльської територіальних громад.
8. Прокластер водного туризму, основою якого є байдаркові подорожі річкою Сула, яка протікає по території Роменської та Недригайлівської громад.

Зазначені прокластери з активного, екскурсійно-пізнавального та подієвого туризму на базі «туристського ресурсного ядра» мають бути покладені в основу функціонування регіональних кластерів. Сформовані туристські кластери регіону матимуть важливе значення для сталого розвитку туризму в Сумській області.

Список використаних джерел:

1. Гетьманський Національний природний парк. URL: <http://www.getmanski.info/index.php/en/home/10-eng/156-welcome-to-the-getmanski-national-natural-park>
2. Десять яскравих фестивалів Сумщини, які не можна пропустити. URL: <https://konotop.city/articles/25505/10-yaskraviv-festivaliv-sumschini-yaki-ne-mozhna-propustiti>
3. Путивльська районна державна адміністрація. URL: <http://ptvl.sm.gov.ua/index.php/uk/gumanitarna-politika/putivlshchina-turistichna>
4. Сумщина туристична. Глухівська міська рада. URL: <https://hlukhiv-rada.gov.ua/misto/sumshchyna-turystychna>
5. Туристичний Тростянець. URL: <https://travel.trostanets.com/>

Д. С. Калашніков, Д. Р. Мозгова

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ DIGITAL-MАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

У статті розглядаються основні чинники використання digital-маркетингу у туристичній діяльності. Автором було досліджено основні фактори впливу digital-маркетингу на конкурентні позиції туристичних підприємств на туристичному ринку. Використання новітніх цифрових технологій є рушійною силою в програмі просування туристичних продуктів. В роботі проаналізовано теоретичний зміст цифрового маркетингу в туризмі та подана характеристика основних інструментів цифрового маркетингу, які використовуються на туристичному ринку.

Ключові слова: *цифровий маркетинг, новітні технології, туризм, туристична діяльність.*

The article examines the main factors of using digital marketing in tourism activities. The author has studied the main factors of influence of digital marketing on the competitive position of tourism enterprises in the tourism market. The use of the latest digital technologies is a driving force in the program of tourism product promotion. The paper analyzes the theoretical content of digital marketing in tourism and describes the main digital marketing tools used in the tourism market.

Keywords: *digital marketing, latest technologies, tourism, tourism activities.*

Постановка проблеми. Тема digital-marketingу туристичних дестинацій є надзвичайно актуальною. Туристичні дестинації

зацікавлені у збільшенні прибутків від туристичної діяльності, а інструменти цифрового маркетингу дають змогу отримати бажані результати за менших витрат. У порівнянні із традиційними рекламними технологіями digital-marketing надає можливість забезпечення діалогу зі споживачем, встановлення зворотного зв'язку та, з точки зору інвестицій, коштує значно дешевше.

Мета роботи. Дослідження особливостей та фаз технологій digital в туристичному секторі.

Виклад основного матеріалу. Цифровий маркетинг – загальний термін, який використовують для позначення таргетингового і інтерактивного маркетингу товарів і послуг, що використовує цифрові технології та канали для залучення потенційних клієнтів і утримання їх як споживачів. Індустрія подорожей і туризму, безсумнівно, одна з перших, яка постраждала від переходу світу до цифровізації. Конкурентна боротьба між туристичними компаніями полягала в тому, щоб придумати найкращу бізнес стратегію та реалізувати її задля здійснення успішного просування свого туристичного продукту. Цифровий маркетинг – це посібник для мандрівників, який допоможе отримати найкращі враження від подорожі.

Будь-яку туристичну подорож можна розглянути поетапно із детальним аналізом інструментів маркетингу, що застосовуються на кожному етапі:

Маркетинг туристичних напрямків.

На цьому етапі завжди запам'ятовуйте, що потрібно дати своїм гостям найкращі враження від подорожі є головною метою, не змушуючи їх випробувати стільки клопоту. Перебування в незнайомому місці може викликати невеликий стрес.

Бронювання.

Надання безпроблемного та швидкого варіанту бронювання гостей є одним із способів подбати про них. Переконайтеся, що не пропустите жодної деталі, яка може завдати клопоту вашим гостям після прибуття до терміналу.

Крім того, на цьому етапі повинні представити хороші місця на своєму веб-сайті, сторінці чи каналі. Це охоплює контент, відео та інші маркетингові зусилля, щоб допомогти вашим гостям забронювати гарний напрямок подорожі, який, безперечно, допоможе їм розслабитися та позбутися стресу.

Маркетинг у польоті.

Незалежно від того, наскільки схвильовані від нашої втечі, подорож з одного місця в інше – це виснажливий досвід. Що можете зробити як постачальник туристичних послуг, так це допомогти пом'якшити стрес і клопоти ваших гостей під час перебування в літаку. Авіакомпанії зараз інвестують у офлайн-веб-сайт, який їхні подорожуючі гості можуть переглядати з їхніми поточними та останніми пропозиціями, хорошими місцями для відвідування та іншими цікавими пропозиціями. Оскільки все більше авіакомпаній надають безкоштовний Wi-Fi на борту для пасажирів, зв'язок із відвідувачами, які летять у ваше місце, і пропонування їм саме тих послуг, які вони хочуть, стане можливою в найближчому майбутньому.

Багато компаній досягли великого успіху, інвестуючи в цифровий маркетинг. Незалежно від того, чи є ви квитковою касою, компанією, що займається бронюванням готелів, компанією, що займається бронюванням ресторанів і барів, чи постачальником туристичних пакетів, ми запевняємо вас, що ви можете використовувати цифровий маркетинг різними способами. Чи досягнете ви успіху, залежить від того, як ви плануєте та реалізуєте свою стратегію.

Індустрія подорожей і туризму, безсумнівно, одна з перших, яка постраждала від переходу світу до цифровізації. Змагання полягали в тому, щоб придумати найкращу стратегію та використати її, щоб здійснити успішну подорож і отримати корисний досвід для всіх своїх клієнтів. Чим краще вони це роблять, тим більше лояльних покровителів у них може бути і тим більше збільшується прибуток. Але, звісно, цифровий маркетинг не лише гарантує, що мандрівники можуть мати найкращі враження перед поїздкою, він також охоплює маркетинг під час польоту та в пункті призначення. Цифровий маркетинг – це посібник для мандрівників, який допоможе отримати найкращі враження від подорожі.

Проведене дослідження дає змогу виділити основні характерні риси цифрового маркетингу в туризмі:

Передача інформації одним натисканням кнопки.

На відміну від ранніх днів, коли не було реальних чи швидких способів обміну інформацією по всьому світу. З появою соціальних мереж ділитися інформацією по всьому світу стало набагато легше. Інформація про подорожі та туризм тепер доступна кожному за

допомогою різних інструментів соціальних мереж. Планувати подорож стало простіше, але завдяки цьому також можна приймати зважені рішення. Багато туристичних компаній також виграють від цього, оскільки вони можуть краще розуміти своїх клієнтів.

Збільшення залученості клієнтів.

Взаємодія з клієнтами ніколи не була такою простою. Можна зв'язатися з ними незалежно від того, де вони знаходяться. Сможете дізнатися про те, чого очікують ваші клієнти, ще до того, як вони скористаються вашими послугами, ви можете спілкуватися з ними під час надання послуги, а також після неї. Щасливі та доглянуті клієнти згодом стануть постійними клієнтами та розповідатимуть про вас іншим.

Обмін особистим досвідом.

Відгуки про подорожі створюються, споживаються та поширюються в соціальних мережах швидкими темпами. За допомогою таких інструментів, як відгуки у Facebook або Google Business, легко публікувати відгуки про готелі, ресторани чи інші туристичні напрямки. Особливо в туристичній індустрії подібні відгуки можуть сприяти чи зруйнувати бізнес. Туристичні компанії, будь то готелі чи агентства, повинні дуже обережно ставитися до онлайн-відгуків і вживати заходів для покращення своїх послуг.

Нові ефективні маркетингові канали.

Раніше туристичний маркетинг набував форму «сарафанного радіо», телевізійної реклами, реклами автомобілів тощо. З розвитком Інтернету запитуємо інфомацію в : Google, Bing, Yahoo та інші пошукові системи. Як наслідок, цілком справедливо, що люди в туристичній індустрії інвестують у методи SEO та SEM, щоб розмістити свій веб-сайт на першій сторінці результатів пошуку. Показ ваших продуктів і послуг якомога більшій кількості відвідувачів може збільшити кількість нових клієнтів. Для багатьох підприємств рейтинг пошукових систем відіграє вирішальну роль у їх успіху.

Висновок. Цифровий маркетинг дає підприємствам шанс розпочати рекламу з набагато меншим бюджетом. Цифровий маркетинг надає більш точнішу інформацію про користувачів і відстеження поведінки з можливістю постійної оптимізації маркетингової кампанії в режимі реального часу. Крім того, багато туристичних агентств і компаній тепер можуть охопити глобальну аудиторію, чого вони не могли зробити раніше. На основі викладе-

ного підходу до формування регіональної стратегії розвитку можлива постановка організаційних, економічних і соціальних цілей для кожного туристичного району, диференційовано від рівня природно-рекреаційного потенціалу і ефективності його використання.

Список використаних джерел

1. Background and overview, International Journal of Interactive Mobile Technologies. URL: https://www.academia.edu/67822783/Do_Digital_Marketing_really_boost_city_tourism_Evidences_from_Porto_s_Experience (дата звернення: 03.05.2023)
2. Skills for disruptive digital business, Journal of Business Research. URL: https://www.academia.edu/67822783/Do_Digital_Marketing_really_boost_city_tourism_Evidences_from_Porto_s_Experience (дата звернення 03.05.2023)
3. Quality Uncertainty and the Market Mechanism // The Quarterly Journal of Economics. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/gryzovska.htm (дата звернення 03.05.2023)

Є. Ю. Коваль, Д. Р. Мозгова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В МІЖНАРОДНОМУ ПРОСТОРІ

Віртуальна реальність стала найпоширенішим явищем у сфері розвитку туристичної галузі у світі. Непередбачувані соціальні та економічні виклики, пандемія COVID-19, війна в Україні викликали гостру потребу розглядати віртуальний туризм як альтернативу традиційним подорожам. Віртуальний досвід у туризмі залежить від факторів, пов'язаних з інформацією, якістю, прийняттям технологій та емоційним залученням інструментів інтернет-ресурсів, та надає значний вплив на ставлення та поведінкові наміри туристів. Тому тема обґрунтування перспектив розвитку віртуального туризму є актуальною та потребує подальшого дослідження.

Ключові слова: *віртуальна реальність, туризм, стратегії розвитку, міжнародний туризм.*

Virtual reality has become the most common phenomenon in the field of tourism development in the world. Unforeseen social and economic challenges, the COVID-19 pandemic, and the war in Ukraine caused an urgent need to consider virtual tourism as an alternative to traditional travel. Virtual experiences in tourism depend on factors related to information, quality, technology acceptance, and emotional involvement of Internet resource tools, and have a significant impact on tourists' attitudes and behavioral intentions. Therefore, the topic of substantiating prospects for the development of virtual tourism is relevant and requires further research.

Keywords: *virtual reality, tourism, development strategies, international tourism.*

Мета роботи. Дослідження особливостей та можливостей організації віртуального туризму в міжнародному просторі.

Постановка проблеми. Віртуальна реальність в останні роки стала однією з найпоширеніших явищ у сфері розвитку туристичної галузі у всьому світі. Спочатку пандемія, а потім і війна на нашій Більшовщині спричинили гостру потребу у пошуці альтернативи традиційному туризмі. Тому необхідно розглянути різні перспективи розвитку віртуального туризму і дослідити його.

Виклад основного матеріалу. Віртуальна реальність стає все більш популярною в індустрії ігор, кіно та тематичних парків. Незважаючи на тривалий зв'язок туризму з фізичним місцем розташування та автентичністю, віртуальна реальність застосовується до туристичних контекстів навіть до пандемії разом з іншими сучасними стратегіями, такими як доповнена реальність, 3D-віртуальні світи, імерсивні медіа та гейміфікація [1].

Організація віртуального туризму в міжнародному просторі має свої особливості. Основні з них наступні:

Мультикультурність. Міжнародний віртуальний туризм пов'язаний з багатокультурним оточенням, тому він вимагає від організаторів уваги до культурних особливостей країн, що відвідуються. Це може включати в себе мовні перешкоди, різні культурні нюанси і традиції, а також різні законодавчі вимоги.

Технічні можливості. Успішна організація віртуального туру вимагає наявності відповідних технічних засобів, які дозволять клієнтам отримувати максимальний комфорт і задоволення від подорожі. Це можуть бути спеціальні програми, веб-сайти, соціальні мережі, відео і аудіо матеріали.

Маркетинг та реклама. Міжнародний віртуальний туризм потребує ефективного маркетингу та реклами, що забезпечить розповсюдження інформації про послуги серед потенційних клієнтів. Також важливо мати маркетингову стратегію, яка враховує культурні різниці між країнами і містить адаптований під них контент.

Комунікація з клієнтами. Оскільки віртуальний туризм здебільшого здійснюється в Інтернеті, важливо забезпечити ефективну комунікацію з клієнтами. Клієнти можуть звертатися з питаннями про послуги, їхню ціну, розклад і т.д. Тому важливо мати ефективну систему підтримки клієнтів, щоб зможливістю відповісти на всі їх запитання та вирішити всі проблеми, які можуть виникнути [3].

Безпека. Віртуальний туризм в міжнародному просторі пов'язаний з певними ризиками, такими як злочинність, кібератаки та

інші виклики безпеки. Тому важливо вживати заходів для захисту клієнтів та їхніх даних в Інтернеті, щоб забезпечити надійність і безпеку віртуальної подорожі.

Гнучкість. Оскільки віртуальний туризм може включати в себе різні формати і різні маршрути, важливо бути гнучким і здатним пристосовуватися до потреб клієнтів. Варіанти маршрутів та інші деталі повинні бути легко доступними для зміни відповідно до потреб клієнта.

Співпраця з місцевими партнерами. Для успішної організації віртуального туризму важливо співпрацювати з місцевими партнерами в кожній країні, яку відвідує турист [2]. Це дозволить підвищити якість послуг, забезпечити доступ до локальної експертизи та знань, а також розширити свої можливості для пропозиції цікавих маршрутів. Усі ці фактори важливі для успішної організації віртуального туризму в міжнародному просторі. Організатори мають забезпечити надійність, безпеку та якість послуг, щоб забезпечити задоволення та комфорт клієнтів.

Використання технологій. Віртуальний туризм вимагає використання високотехнологічних засобів, таких як відео, віртуальна реальність, 3D-моделювання, додатки та інші інноваційні технології, щоб забезпечити клієнтам максимально реалістичний та захоплюючий досвід.

Реклама та маркетинг. Віртуальний туризм в міжнародному просторі потребує ефективної реклами та маркетингу, щоб залучити нових клієнтів та зберегти існуючих. Інтернет-маркетинг, соціальні медіа та інші інструменти можуть допомогти в організації ефективної реклами [3].

Система комунікації. Оскільки віртуальний туризм включає в себе віддалені території та різноманітні культури, необхідна ефективна система комунікації між клієнтами та організаторами. Це дозволить забезпечити гладку та ефективну співпрацю та вирішення проблем, які можуть виникнути під час подорожі.

Віртуальний туризм є відносно новою формою туризму, яка набирає все більше популярності в останні роки. Основна ідея полягає в тому, щоб дозволити людям відвідувати туристичні місця та пам'ятки не виходячи з дому, за допомогою технологій віртуальної реальності та інтернету.

Організація віртуального туризму в міжнародному просторі

має свої особливості та виклики, зокрема:

Наявність мовного бар'єру. Кожна країна має свою мову та культуру, тому щоб залучити міжнародних туристів до віртуального туризму, необхідно мати переклади та інтерфейс на різних мовах [3].

Підготовка контенту. Для організації віртуального туризму потрібно створювати якісний та цікавий контент, що потребує значних витрат на розробку, зйомку та обробку відео та фото.

Технічна інфраструктура. Організація віртуального туризму потребує потужної технічної інфраструктури, зокрема, високошвидкісного інтернет-з'єднання та розробки програмного забезпечення для віртуальної реальності [5].

Інтерактивність. Щоб залучити більше туристів, контент віртуального туризму має бути інтерактивним та цікавим, з можливістю взаємодії з пам'ятками та місцями.

Створення мережі партнерів. Для організації віртуального туризму потрібно мати партнерів в різних країнах, які будуть займатися створенням та просуванням контенту.

Висновки. Застосування інновацій у туристичній сфері спрямоване на формування нового туристичного продукту, надання унікальних туристичних послуг, застосування нових маркетингових підходів, використання новітніх технологій та ІТ-технологій, що підвищить конкурентоспроможність туристичного продукту на національному та міжнародному ринках, призведе до появи нових видів туризму. Ступінь інноваційності туристичної індустрії визначається: кон'юнктурою ринку, рівнем освіти та кваліфікації персоналу, наявністю ресурсів, насамперед унікальних, у досліджуваній території. Хочеться вірити, що сучасні інновації не зможуть замінити традиційний туризм як спосіб пізнання навколишнього світу, що гармонійно поєднується з природою, джерело збільшення прибутку, як для туристичних підприємств, так і для національної економіки в цілому.

Список використаних джерел

1. Ахмедова О.О. Можливості використання світового досвіду розвитку інновацій у сфері туризму в Україні. *Вісник Харківського національного університету ім Каразіна*. 2018. № 1. С. 32-37.
2. Божко Л. Д. Віртуальний туризм: нові віяння часу. *Культура України*. 2015. Вип.49. С.151-160.
3. Віртуальна екскурсія як інноваційний метод лінгвокраїнознавчої підготовки майбутніх фахівців туристичної сфери. *Наукові записки Національного*

університету «Острозька академія». Сер. : Філологічна. 2013. Вип. 33. С. 312-315

4. Котик Л. Віртуальний туризм як можливість популяризації історикокультурних пам'яток Сколівського району Львівської області. Історико-культурні пам'ятки Прикарпаття та Карпат – важливі об'єкти в розвитку туризму : матер. наук.-практ. конф.(21-22 березня 2019 р., м. Львів). Львів: ЛІЕТ, 2019.
5. Манько А. В., Орлик О. В. Інструменти та механізми віртуального туризму. *Інформаційні технології в економіці і управлінні* : зб. наук. студ. праць. Одеса: ОНЕУ, 2019. Вип. 1. С. 119–125.

А. О. Ковган, І. С. Зігунова

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ В ТРАНСПОРТІ НА ТУРИСТИЧНУ ГАЛУЗЬ

В даній статті проаналізовано та описано як інноваційні технології в транспорті впливали на туристичну галузь починаючи з давніх часів завершуючи сьогоднішнім. Розглянуто різні види інновації та можливість завдяки їх застосуванню удосконалити туристичну подорож включаючи скорочення часу та витрат на перевезення, покращення безпеки та зручності туристів і зменшення впливу на довкілля. Також наведено приклади сучасних інноваційних підходів для різних видів транспорту.

Ключові слова: транспорт, туризм, інновація.

This article analyses and describes how innovative technologies in transport have influenced the tourism industry from ancient times to the present. The different types of innovations and the possibility of improving the tourist journey through their application, including reducing the time and cost of transportation, improving the safety and convenience of tourists and reducing the impact on the environment, are considered. Examples of modern innovative approaches for different modes of transport are also provided.

Keywords: transport, tourism, innovation.

Дана тема є дуже актуальною оскільки туризм – відноситься до найбільш швидкозростаючих галузей економіки, а транспорт є його невід'ємною частиною. Розвиток технологій та інновацій у туристичному секторі забезпечує ряд переваг для туристів, туристичних компаній та туристичної галузі в цілому. Завдяки інноваціям у туристичних компаній з'являється можливість запропонувати туристам більш якісний, безпечний та комфортний відпочинок.

Розвиток туризму безпосередньо пов'язаний із транспортом, адже він значно економить час і забезпечує зручне перевезення туриста на далеку відстань. В цьому можна впевнитись проаналізувавши історію туризму.

Першою інновацією пов'язаною з транспортом, був винахід колеса і перших колісних візків, згідно з археологічними дослідженнями перше колесо було винайдено приблизно в 3 500 р. до нашої ери. Колесо було, мабуть, єдиною значною інновацією, яка з'явилася в періоді який визначають в історії туризму «передісторією туризму» [6].

Нові інновації, які мали вплив на появу сучасного туризму, довелося чекати до XIX ст., за класифікацією відноситься до «століття промислової революції» [1]. Поштовхом для розвитку туристичного транспорту розпочався з винайдення шотландським винахідником-механіком Джеймсом Ваттом парового двигуна у 1769 році. Це було вважається початком Великої промислової революції, яка охопила і туристичний транспорт. Потім почався туристичний бум, який дав початок сучасному туризму [2]. В цей період ірландський інженер-механік Роберт Фултон побудував перший пароплав, який швидко витіснив вітрильник та почав зародження сучасного морського транспорту, випробування першого пароплава Фултон проводив в 1803 році на річці Сена в Парижі [3].

Приблизно в той же час англійський інженер Джордж Стефенсон побудував перший промисловий паровий локомотив «Ракета» для залізниці «Ліверпуль-Манчестер», що призвело до стрімкого розвитку залізниць і появи нового виду транспорту – залізничного. Тоді ж з'явилися перші автомобілі та автобуси з паровими двигунами. Ці винаходи призвели до «транспортної революції», яка докорінно змінила уявлення людей про відстань. Міста та країни стали ближчими і доступнішими. Поява залізниці сприяла зародженню туризму. 5 липня 1841 р., Томас Кук організував перший у світі тур на потязі з Лестера до Ліверпуля, з метою відвідати виставку Great Exhibition, що проходила в Лондоні. Він також заснував першу туристичну агенцію яка, донині залишається серед лідерів світового туристичного бізнесу [5].

Тепер коли ми розуміємо який поштовх для розвитку туристичної галузі відбувся завдяки удосконаленню транспорту, розглянемо деякі з сучасних інновацій відповідно до видів транспорту. Загалом транспорт поділяється на: повітряний, автомобільний, водний, залізничний. Почнемо з повітряного:

Повітряний транспорт: за останні роки було впроваджено багато інновацій, таких як технології для швидшого обслуговування

пасажирів, нові розваги та більш комфортні умови в польоті. Однак однією з найважливіших інновацій на сьогоднішній день є використання біопалива, яке допомагає зменшити вплив на навколишнє середовище. Біопаливо виробляється з таких рослин, як соя, кукурудза та жито, і має низький вплив на навколишнє середовище, оскільки його виробництво не спричиняє викидів парникових газів. Також біопаливо може вироблятися місцевими фермерами та підприємствами, зменшуючи таким чином залежність від імпортованого нафтового палива. Однією з компаній, що розробляє біопаливо для авіації, є Neste, яка вже має кілька проектів з виробництва та постачання біопалива для авіакомпаній [4]. Наприклад, у 2018 році авіакомпанія British Airways підписала з Neste трирічний контракт на постачання біопалива.

Ще однією інновацією в авіаційній галузі є використання різних видів технологій для економії палива та зменшення викидів. Наприклад, деякі авіакомпанії оснащують свої літаки високо-ефективними двигунами та використовують технології, які зменшують лобовий опір і покращують аеродинамічні характеристики.

Авіаційна галузь також все частіше використовує розумні технології, такі як штучний інтелект, машинне навчання та аналіз даних, для підвищення безпеки та ефективності польотів. Наприклад, деякі авіакомпанії вже використовують датчики для збору даних про стан літака в режимі реального часу, які потім передаються на землю для аналізу. Це дозволяє їм відстежувати потенційні проблеми і вживати необхідних заходів безпеки до того, як вони переростуть у серйозні проблеми. В авіаційній галузі також з'являються нові технології для підвищення комфорту пасажирів, такі як освітлення в польоті, безкоштовний wi-fi, зниження рівня шуму і вібрації, розумний дизайн сидінь і ергономічне обладнання для бортпровідників. Всі ці інновації в авіаційній галузі не тільки підвищують безпеку, комфорт і ефективність польотів, але й допомагають зменшити негативний вплив на навколишнє середовище.

Автомобільний транспорт: однією з найважливіших інновацій у цьому виді транспорту є автономний транспортний засіб. Автономні транспортні засоби забезпечують безпеку пасажирів і можуть значно знизити транспортні витрати. Крім того, електромобілі та зарядні станції на сонячних батареях сприяють зменшенню впливу на навколишнє середовище та витрат на паливо. Інновації в

автобусному транспорті також допомогли забезпечити зручні та безпечні варіанти пересування для туристів. Однією з найважливіших інновацій є впровадження електричних автобусів, які є екологічно чистими та економічно вигідними. Крім того, автобуси можуть бути оснащені розумними технологіями, які підвищують безпеку та комфорт пасажирів. Прикладами є системи виявлення втоми водія, системи контролю швидкості та дистанції, а також відеокамери для забезпечення безпеки на борту.

Водний транспорт: інновації в водному транспорті представлені високошвидкісними катамаранами, які забезпечують швидкий та комфортний рух між різними місцями. Щодо великих круїзних лайнерів та кораблів, вони розширили свої послуги, надаючи гостям можливість насолоджуватися розкішними номерами та різноманітними розвагами (шоу та вистави, казино, спа-центри, басейни та аквапарки), що зробило їх більш популярними серед туристів. Також було введено багато технологій та систем безпеки для забезпечення безпечної та комфортної подорожі на водному транспорті. Це включає в себе системи рятування та попередження про небезпеку, що допомагають зменшити ризики, пов'язані з водним транспортом.

Залізничний транспорт: щодо інновацій у залізничному транспорті, варто відзначити такі розробки, як швидкісний потяг та використання біопалива для палива локомотивів. Швидкісні потяги, такі як Shinkansen в Японії та TGV в Європі, забезпечують значно більшу швидкість переміщення пасажирів, що зменшує час подорожі та робить залізничний транспорт більш зручним для подорожей на дальні відстані.

Щодо використання біопалива, воно допомагає зменшити вплив на довкілля, оскільки воно є біорозкладним та не містить шкідливих викидів. Крім того, залізничний транспорт включає в себе інші інновації, такі як автоматизовані системи безпеки та комфорту, включаючи системи відеоспостереження та інформаційні табло. Також в останні роки відбувається розвиток бездротового Інтернету у залізничному транспорті, що робить подорожі більш комфортними та продуктивними для пасажирів.

Загалом впровадження транспортних інновацій та створення нових технологій в туристичній сфері допомагають покращити відпочинок туристів і такі аспекти подорожі:

Розвиток транспорту та впровадження нових транспортних технологій допомогли зробити туризм більш доступним. Подорожі між різними туристичними напрямками стали швидшими та зручнішими. Також це надало можливість подорожувати різним верствам населення не зважаючи на вік та соціальний статус. Наприклад, низько підлогові та без бар'єрні транспортні засоби допомагають забезпечити доступність для мандрівників з обмеженими можливостями, це покращило доступність у туристичній галузі, гарантуючи, що люди з інвалідністю отримують такий самий рівень обслуговування, як і люди без інвалідності.

Безпека. За останні роки технологічний прогрес дав змогу значно підвищити рівень безпеки у транспорті. Нові технології в автомобільній, авіаційній та залізничній галузях дозволяють точніше і швидше діагностувати технічні проблеми, знижуючи ризик аварій. Сучасні літаки та автобуси обладнані спеціалізованими системами безпеки, такими як автоматичне гальмування, контроль стійкості та камери дорожнього спостереження. Крім того, залізничний транспорт також покращився завдяки використанню сучасних технологій, таких як електрична тяга, яка зменшує викиди і забезпечує більш плавний рух поїздів. Безпека туристів є одним з найважливіших питань у туризмі, і технологічні розробки в галузі транспорту відіграють важливу роль у забезпеченні безпеки мандрівників.

Розвиток транспорту зробив туризм більш комфортним. Наприклад, з'явилися нові види транспорту, такі як круїзні лайнери, з просторими каютами і всілякими зручностями, такими як ресторани, кінотеатри і басейни. Крім того, авіакомпанії постійно вдосконалюють свої літаки, роблячи більш зручні сидіння і розваги в польоті. У секторі автомобільного транспорту також з'являються нові технології, такі як автоматизовані системи паркування, моніторинг втоми водіїв і бездротова зарядка для мобільних пристроїв, які роблять подорожі комфортнішими і простішими для мандрівників. Всі ці інновації покращують якість транспортних послуг і забезпечують мандрівникам більш комфортну та приємну подорож.

Висновки. Зменшення витрат на подорожі є однією з головних переваг розвитку транспорту в туристичному секторі. Нові технології можуть зменшити витрати на паливо та обслуговування транспортних засобів, що, в свою чергу, може знизити ціни на

транспортні послуги та туристичні подорожі. Наприклад, розвиток електричних і гібридних транспортних засобів та використання біопалива може зменшити витрати на паливо та викиди CO₂. Крім того, розвиток транспортних систем може скоротити час у дорозі та збільшити кількість пунктів призначення. Швидші транспортні засоби, такі як поїзди та швидкісні літаки, дозволяють мандрівникам швидше дістатися до місця призначення і відвідати більше місць за менший час. Загалом, зниження транспортних витрат робить туризм більш доступним і привабливим, оскільки мандрівники заощаджують на транспортних витратах і можуть витратити їх на інші види дозвілля та рекреації.

В останні роки інновації у сфері транспорту мали значний вплив на туристичну індустрію, надаючи туристам більш зручні, швидкі та екологічно чисті засоби пересування. Використання новітніх технологій і матеріалів розширило транспортні можливості в туристичній галузі, тим самим забезпечивши більш комфортні умови подорожей. Зокрема, використання біопалива, електричних технологій та автономних транспортних засобів зменшило негативний вплив на навколишнє середовище та знизило транспортні витрати, сприяючи зростанню популярності туристичних маршрутів.

Список використаних джерел

1. Абрамов В.В, Тонкошкур М.В. Історія туризму. Харків : Харків. нац. акад. міськ. госп-ва, 2010. 294 с.
2. Gierczak B. The history of tourist transport after the modern industrial revolution. Sport Tourism. 2011. P. 275–281.
3. Hartenberg, R.S. Robert Fulton. Encyclopedia Britannica. URL: <https://www.britannica.com/biography/Robert-Fulton-American-inventor>.
4. Neste. URL: <https://www.neste.com/products/all-products/saf>.
5. Rydzynski P. After the railway. Swiat techniki. 8th ed. 2005. P. 16–25.
6. The Process And History Of The Invention Of The Wheel. URL: <https://edubirdie.com/examples/the-process-and-history-of-the-invention-of-the-wheel>.

СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ ФРАНЧАЙЗИНГУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Розглянуто стратегічні засади розвитку бізнесу, досліджено теоретичні і практичні аспекти стимулювання розвитку бізнесу в сучасних умовах на території Сумської області, проаналізовано внутрішнє та зовнішнє середовище, а також конкурентна позиція туристичних компаній. Висвітлено позитивні та негативні чинники розвитку франчайзингу.

Ключові слова: франчайзинг, туризм, турагенство, бізнес.

The strategic foundations of business development were considered, the theoretical and practical aspects of stimulating business development in modern conditions in the territory of Sumy region were studied, the internal and external environment, as well as the competitive position of tourism companies were analyzed. Positive and negative factors of franchising development are highlighted.

Keywords: franchising, tourism, travel agency, business.

Франчайзинг давно визнаний у всьому світі одним із найзручніших способів розвитку малого та середнього бізнесу. Це дозволяє мінімізувати ризик підприємцю, який тільки починає свою діяльність. Власнику франчайзингового бізнесу не потрібно створювати бренд з нуля і витратити багато грошей на створення та просування продукту чи послуги, франчайзер робить це за нього. У багатьох країнах франчайзинг став економічним двигуном і може стати потужним стимулом внутрішнього розвитку. В умовах сучасної конкуренції франчайзингові відносини є перспективним джерелом розвитку туризму та приносять користь національній економіці, оскільки створюють нові робочі місця та сприяють застосуванню новітніх сучасних технологій у підприємницькій діяльності. Успіх всесвітньо відомих гігантів, таких як McDonald's, ZARA, Subway, Shell і Singer, сприяють системі франчайзингу.

Франшиза в туристичному секторі є рушійною силою у світовій економіці. Це потужний стимул для внутрішнього економічного розвитку. Франчайзинг дуже популярний і активно використовується в усьому світі. Інтерес до франчайзингової моделі туризму в Україні також зростає з кожним роком. Франчайзинг - чудова ідея для розвитку та об'єднання бізнесу для отримання прибутків за рахунок сили бренду.

Франчайзинговий бізнес або франчайзинг - популярна сьогодні

система ділових відносин, коли дві незалежні сторони укладають договір, за яким на платній основі плани створення бізнесу та плани, необхідні для ведення бізнесу. Інструменти однієї сторони передаються іншій. При цьому другий тип компанії вважається веденням бізнесу за франшизою, франчайзі, а компанія, що надає послуги, є франчайзером. В обмін на виконання всіх цих правил франчайзі отримують ліцензію на використання назви компанії, репутації (гудвілу), продуктів і послуг, маркетингових методів, досвіду та механізмів підтримки. Це договір оренди, оскільки франчайзі ніколи не стає власником знака, а лише використовує знак протягом терміну щомісячної виплати. Сума цих внесків встановлюється в договорі франчайзингу та є предметом переговорів. Тому відповідність вимогам франчайзера не є недоліком, навпаки, відповідність означає, що франчайзі має чудові можливості отримання прибутку. Щоб отримати такі права, франчайзер спочатку вносить капітал франчайзеру, який потім сплачується щомісячними платежами. За використання бізнес-моделі франчайзер сплачує франчайзеру роялті (відсоток від місячного обороту), а також одноразовий платіж. Франчайзинговий пакет (повна система управління бізнесом, передана франчайзі) дозволяє підприємцю успішно вести свій бізнес навіть без попереднього досвіду або знань у цій галузі.

Франчайзинг в Україні ще не набув широкого поширення, хоча потенційні можливості його впровадження досить широкі.

Порівняно з іншими країнами світу з більш розвинутою ринковою економікою, в Україні до основних проблем, які перешкоджають широкому поширенню франчайзингової системи, можна віднести наступні :

- Економічний розвиток України нестабільний. Франчайзингові програми вимагають економічної стабільності та передбачуваності;
- Більшість підприємців – потенційних франчайзі – не мають необхідного стартового капіталу для входу в систему франчайзингу;
- Складнощі з отриманням кредитів для створення стартового капіталу;
- Відсутність правового забезпечення франчайзингу в Україні;
- Витрати на франчайзинг відносно високі, а покупці мають

низьку купівельну спроможність;

➤ Відсутність детальної інформації про франчайзинг;

Узагальнюючи проблеми франчайзингу, слід зазначити, що франчайзинг має широкі перспективи розвитку в Україні. Однак для їх реалізації необхідно створити певні умови, а саме:

1. Впровадити систему розвитку франчайзингу в державну програму підтримки малого бізнесу.
2. Встановити пільгову систему оподаткування для франчайзі, особливо на ранніх етапах розвитку франчайзингової системи.
3. Надати франчайзі можливість використовувати спрощену систему обліку.
4. Створити мережу франчайзингових освітніх та консультаційних центрів.

Як і будь-який інший спосіб ведення бізнесу, франчайзинг має свої плюси і мінуси.

Переваги франчайзера:

- розширення ринку туристичних послуг;
- нагляд та контроль за якістю комерційної діяльності;
- отримувати дохід від придбання права на використання торгової марки;
- економія ресурсів за рахунок франчайзі, який використовує для фінансування своєї діяльності власні джерела коштів;
- економія фінансових ресурсів без необхідності створення дочірніх компаній;
- стабільність додаткового доходу за рахунок зацікавленості франчайзі в збільшенні продажів як окремої юридичної особи.

Переваги для франчайзі:

- Франчайзі не втрачає самостійності при прийнятті рішень і є самостійною юридичною особою;
- Франчайзі економлять багато ресурсів і часу на рекламі, навчанні, проведенні маркетингових досліджень, розробці та реєстрації власних торгових марок, формулюванні методів ведення бізнесу, веденні переговорів і пошуку партнерів.
- Франчайзі не «починають з нуля», а входять в існуючий, адаптований бізнес;
- Франчайзі мають право використовувати відомі торгові марки, які зарекомендували себе на ринку.

- Франчайзі отримують автоматизовану систему роботи з клієнтами, яка допомагає вести бізнес краще та ефективніше;
- Франчайзі має можливість продавати квитки без спеціальної сертифікації через офіс франчайзера;

Висновки. У висновку хочу зазначити, що сьогодні ситуація у вітчизняному франчайзингу вкрай важка і потребує термінового вирішення. Малий бізнес змушений діяти в реаліях кризової економіки: він страждає від надмірного оподаткування, відсутності джерел кредитування, адміністративних репресій та інших негативних явищ, які супроводжують процес національного реформування. Галузь франчайзингу в Україні розвинена недостатньо. Франчайзинг все більше концентрується в галузях торгівлі, логістики та громадського харчування з швидкою окупністю капіталу. Кількість малих і середніх підприємств у промисловості має тенденцію до зменшення. Географічно розподіл малих підприємств вкрай нерівномірний.

Список використаних джерел

1. Бедриниць М. Д. Франчайзинг: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні // Фінанси України. 2008. № 2. С. 96–104.
2. Зайцева М. М. Франчайзинг як ефективна форма розвитку ресторанної індустрії // Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії : теорія, практика та інновації розвитку : матеріали Всеукр. наук. – практ. інтернет - конф. (30 жовт. 2015 р.)
3. Мельниченко С. В., Ткачук, Т. М. Франчайзингові мережі туристичних підприємств // Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. 2015. № 4 (102). С. 30–42.
4. Мордань Є. Ю. Інвестиції в туристичну сферу України: сучасний стан, проблеми та перспективи / Є.Ю. Мордань, А.С. Білець, К.В. Сердюк // Гроші, фінанси, кредит. 2019. Вип. 19. - С. 410–414.

Ю. В. Расенко, М. Ю.Троян

Сумський державний педагогічний університет імені А. С.Макаренка

ОЦІНКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБ'ЄКТУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ «КРУГЛИЙ ДВІР» У М. ТРОСТЯНЕЦЬ НА ОСНОВІ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛІЗУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ

The article examines the main characteristics of the tourist infrastructure object - «Round Yard» in the city of Trostyanets. The main directions of development and its prospects in the tourism market of the Sumy region have been established. The main

directions of activity of this object of tourist infrastructure have been analyzed.

Keywords: *tourist infrastructure, object of tourist infrastructure, tourist market, tourism, Sumy region.*

У статті розглянуто основні характеристики об'єкту туристичної інфраструктури – «Круглий двір» у місті Тростянець. Встановлено основні напрямки розвитку та його перспективи на туристичному ринку Сумського регіону. Проаналізовано основні напрямки діяльності даного об'єкту туристичної інфраструктури.

Ключові слова: *туристична інфраструктура, об'єкт туристичної інфраструктури, туристичний ринок, туризм, Сумський регіон.*

Основне спрямування Тростянецької територіальної громади перехід на специфіку шоколадної та фестивальної столиці Слобожанщини із унікальною історією та культурною спадщиною. Важливим є введення логістичного ХАБу на межі Харківської та Сумської областей із конкурентоспроможною економікою та інфраструктурою [2]. Адже в громаді представлені цінні заповідні природно-ландшафтні парки та об'єктів, а також протікає одна з найчистіших річок Європи – Ворскла. Наявні всі необхідні умови для перспективного ведення спортивного, культурного, освітнього, екологічного та молодіжного туризму із сучасними публічними просторами та інформаційними технологіями.

На засіданні Робочої групи зі стратегічного планування 28 лютого 2019 року було сформульовано три стратегічні напрями розвитку громади:

1. Інвестиційно приваблива громада із розвиненим експортно-орієнтованим бізнесом.
2. Екологічно чиста, безпечна, енергоефективна громада.
3. Здорова, спортивна та туристично приваблива громада із модерновими просторами для розвитку кожного громадянина [3].

Для становлення оцінки та перспективи розвитку об'єктів туристичної інфраструктури у Сумському регіоні на конкретному прикладі нами було обрано один із найпопулярніших та найбільш відвідуваних туристичних об'єктів на території Сумської області – «Круглий двір» у м. Тростянець. Круглий двір являє собою унікальну пам'ятку архітектури середини XVIII століття (1749 р.), варто відзначити, що аналогів цій будівлі в межах нашої держави немає.

Досить часто цю садибу порівнюють із античним амфітеатром. Споруду прикрашають триярусні вежі. Ззовні будівлю обнесено глухою цегляною стіною. У будівлі простежується поєднання готики та українського бароко. Зі східного боку Круглого двору є

головні ворота у формі арки через які можна потрапити всередину. Влітку фортеця Круглий двір перетворюється на місце проведення різноманітних концертів, фестивалів, лицарських турнірів, ярмарків, прямих трансляцій, фотосетів. Родзинкою садиби є нічне освітлення, що додає споруді особливого шарму [4].

Обсяги фінансування Програми розвитку Тростянецької територіальної громади за напрямком «Здорова, спортивна та туристично приваблива громада із сучасними просторами для розвитку кожного громадянина» представлена на рис. 1.1. Як бачимо найбільший аспект фінансування протягом останніх років направлено на розвиток туризму в межах громади.

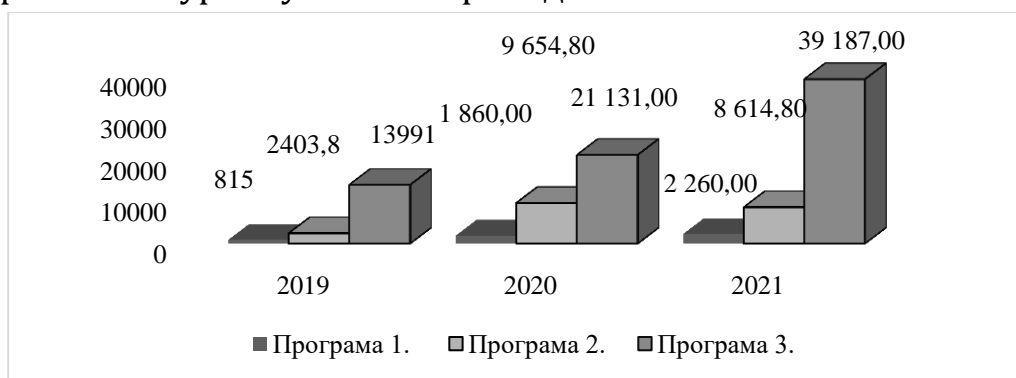


Рис. 1.1. Обсяги фінансування Програми розвитку Тростянецької територіальної громади за основними програмами на період 2019-2021 рр [3]

Окремо виділено, що саме «Круглий двір» щороку отримує від місцевої влади найбільший відсоток із коштів, що виділено на реконструкцію та підтримку в нормальному стані об'єктів туристичної інфраструктури. У 2018 році ця архітектурна пам'ятка виборола від всеукраїнського конкурсу проектів «Малі міста – великі враження», 500 тисяч гривень від Міністерства культури України. Місцева влада запустила проект зі збору коштів на реставрацію через Тростянецький благодійний фонд «Доброта». Варто зазначити, що у 2022 році даний об'єкт туристичної інфраструктури був включений до президентської програми «Велика реставрація».

Розташування цієї історичної будівлі має вигідне положення відносно інших об'єктів туристичної інфраструктури, які туристи можуть поєднувати для формування дозвілля. Так, поблизу «Круглого двору» розташований дво-зірковий готель «Тростянець», який приймає на себе велику частину відвідувачів, які прибувають до міста на численні фестивалі та виставки, що проходять саме на території цього об'єкту туристичної інфраструктури. Неподалік

розташований найпопулярніший готель в м. Тростянець «Елегія». Можна виділити і про наявність ресторанів та кафе поблизу «Круглого двору» так, найпопулярнішими є кафе «Круглий двір» та «Мередіан», а також ресторан «Білий парус».

Проведення в межах «Круглого двору» фестивалів створили сприятливі умови для ведення подієвого та активного туризму в місті Тростянець. Наприкінці літа тут проводиться фестиваль історичної реконструкції «Стара фортеця». Задля цього було створено спеціальну транспортно-логістичну інфраструктуру, а саме організаторами було виокремлено спеціальні автобуси із Харкова, Сум та Полтави, для адаптування більшого туристичного потоку до фестивалю. Окремо в межах «Круглого двору» проходить музичний фестиваль «Схід-рок», організатором виступає організовує Тростянецька міська рада.

Проаналізувавши Програму розвитку Тростянецької міської громади та Стратегію регіонального розвитку Сумської області, нами було встановлено ряд перспектив для розвитку об'єкту туристичної інфраструктури «Круглий двір» у Тростянці, серед них:

1. Участь у міжнародних проектах для отримання грантів на реконструкцію та розвиток будівлі «Круглого двору»;
2. Місцевій владі вдосконалити транспортно-логістичну інфраструктуру, яку можна більшою мірою задіяти у туристичному бізнесі міста;
3. Створити стратегію розвитку для даного об'єкту туристичної інфраструктури та розкрити шляхи вдосконалення туристичної діяльності в межах історичної пам'ятки.

Висновки. Отже, створення й розвиток економічної системи сучасної сфери туризму є задоволення туристичних потреб, що лежать в основі попиту на туристичні послуги. Задоволення цього попиту здійснюється через систему пропозиції туристичних продуктів на ринку. У їх основі лежать об'єкти туристичної інфраструктури. Проаналізувавши розвиток туристичної інфраструктури в Сумському регіоні нами було встановлено, що одним із найперспективніших у своєму роді є «Круглий двір» у м. Тростянець. Даний об'єкт є унікальною історичною пам'яткою та широко використовується у туристичній діяльності Тростянці. Хоч і місцева влада всіляко підтримує діяльність фестивалів та ярмарків в межах цієї інфраструктурної одиниці все ж існує ряд недоліків,

які гальмують його розвиток. Серед них, низький розвиток транспортно-логістичної інфраструктури, недостатнє фінансування об'єкту та відсутність власної стратегії розвитку.

Список використаних джерел

1. Стратегія регіонального розвитку Сумської області на 2021-2027 роки. URL: http://sm.gov.ua/images/docs/dostup/522_20.pdf (Дата звернення: 21.04.2023)
2. Стратегія розвитку Тростянецької територіальної громади. URL: <https://decentralization.gov.ua/gromada/4574/map>. (Дата звернення: 20.04.2023).
3. Стратегія розвитку Тростянецької міської об'єднаної територіальної громади до 2030 року. URL: <https://auc.org.ua/sites/default/files/trostyanes.pdf> (Дата звернення: 21.04.2023).
4. Туристичний Тростянець. URL: <https://travel.trostanets.com/> (Дата звернення: 20.04.2023).

РОЗДІЛ 4

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ

Є. В. Андросов, В. М. Зігунов

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СИСТЕМА ІНДИКАТОРІВ РИНКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

Система індикаторів ринку активного туризму є інструментом для вимірювання та оцінювання стану ринку активного туризму. Вона дозволяє зібрати та аналізувати дані про попит та пропозицію на активний туризм, оцінити конкурентну ситуацію на ринку, ідентифікувати ключові фактори успіху та прогнозувати тенденції розвитку ринку. Система індикаторів включає різні показники, такі як кількість туристів, витрати на подорожі, типи активного відпочинку, рівень задоволення клієнтів та інші. Використання системи індикаторів допомагає операторам туристичного бізнесу та державним органам регулювання ринку активного туризму приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку та планування туристичних послуг.

Ключові слова: *система індикаторів, ринок активного туризму, попит, пропозиція, конкурентна ситуація, ключові фактори успіху, тенденції розвитку, туристичний бізнес, державні органи, планування туристичних послуг.*

The system of indicators for the active tourism market is a tool for measuring and evaluating the state of the active tourism market. It allows for the collection and analysis of data on demand and supply for active tourism, evaluates the competitive situation in the market, identifies key success factors, and predicts market trends. The system of indicators includes various indicators, such as the number of tourists, travel expenses, types of active leisure, customer satisfaction levels, and others. The use of the indicator system helps tourism operators and government regulators to make informed decisions regarding the development and planning of tourism services.

Keywords: *indicator system, active tourism market, demand, supply, competitive situation, key success factors, market trends, tourism business, government agencies, tourism service planning.*

Мета роботи. Розгляд системи індикаторів ринку активного туризму як інструменту для вимірювання та оцінювання стану ринку, визначення ключових факторів успіху та прогнозування тенденцій розвитку. Робота спрямована на дослідження попиту та пропозиції на активний туризм, конкурентної ситуації на ринку, оцінку рівня задоволення клієнтів та визначення перспектив розвитку ринку активного туризму. В результаті роботи будуть надані рекомендації щодо планування туристичних послуг та розвитку туристичного бізнесу в цьому сегменті ринку.

Виклад основного матеріалу. Ринок активного туризму є одним з найбільш динамічно зростаючих сегментів туристичної галузі. Активний туризм охоплює різні види відпочинку, такі як гірський туризм, водний туризм, велосипедний туризм, спортивний туризм тощо. За даними Всесвітньої організації туризму, кількість міжнародних туристів, які займаються активним відпочинком, зростає з кожним роком, що свідчить про значний потенціал розвитку ринку.

Система індикаторів ринку активного туризму дозволяє визначити стан та тенденції розвитку цього сегменту ринку. Для цього в систему включають різні показники, такі як кількість туристів, витрати на подорожі, типи активного відпочинку, рівень задоволення клієнтів та інші. Наприклад, кількість туристів, які займаються активним відпочинком, є важливим індикатором попиту на ці послуги. Витрати на подорожі, типи активного відпочинку та рівень задоволення клієнтів дозволяють визначити специфіку та якість туристичних послуг, які надаються на ринку.

Для визначення конкурентної ситуації на ринку в систему індикаторів можуть бути включені такі показники, як кількість туроператорів та їхні долі на ринку, рівень цін на туристичні послуги, рівень залучення інвестицій та інші. Відповідно до результатів аналізу цих показників можуть бути визначені стратегії розвитку туристичного бізнесу та регулювання ринку.

Одним з ключових факторів успіху на ринку активного туризму є здатність підприємств туристичної галузі пристосуватися до змін потреб та попиту на ринку. Наприклад, зростання попиту на еко-туризм та зменшення попиту на спортивні види відпочинку може вимагати зміни напрямку діяльності туристичних підприємств.

Також важливо враховувати вимоги та очікування клієнтів на ринку активного туризму, які можуть змінюватися в залежності від регіону, віку, статі та інших факторів. Розуміння потреб та очікувань клієнтів дозволяє туристичним підприємствам створювати та пропонувати цікаві та відповідні їхнім потребам туристичні продукти та послуги.

Іншим важливим фактором успіху на ринку активного туризму є використання інноваційних технологій та новаторських підходів у розробці туристичних послуг. Наприклад, використання дронів та віртуальної реальності може допомогти підвищити цікавість та якість туристичних екскурсій.

Застосування системи індикаторів ринку активного туризму дозволяє туристичним підприємствам та інвесторам моніторити та аналізувати стан ринку, визначати тенденції розвитку та прогнозувати його перспективи. Такий аналіз може бути корисним при прийнятті рішень щодо розвитку бізнесу та інвестування в туристичну галузь.

Висновки. Застосування системи індикаторів ринку активного туризму є важливим інструментом для моніторингу та аналізу ринку, визначення тенденцій розвитку та прогнозування перспектив. Одним з ключових факторів успіху на ринку активного туризму є здатність туристичних підприємств пристосовуватися до змін потреб та попиту на ринку, враховувати потреби та очікування клієнтів та використовувати інноваційні технології. Для бізнесу та інвесторів такий аналіз може бути корисним при прийнятті рішень щодо розвитку та інвестування в туристичну галузь. Розвиток туристичного бізнесу, зокрема активного туризму, може сприяти збереженню природних ресурсів та культурної спадщини регіону, а також сприяти економічному розвитку території.

Список використаних джерел:

1. Василюха Н. В. Організаційно-економічні засади функціонування та розвитку ринку туристичних послуг: дис. канд. екон. наук; спец. 08.00.03; Центральна спілка споживчих товариств України ЛКА. Л., 2015. 217 с.
2. Кифяк В. Ф. Розвиток рекреації і туризму як один із чинників формування інвестиційної привабливості регіону. Економіка та право. 2013. № 1. С. 128–132.
3. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.

В. В. Бєсєдін, Я. В. Євтушенко

Сумський державний педагогічний університет ім. А. С. Макаренка

ПОПЕРЕДЖЕННЯ ТРАВМАТИЗМУ У ВЕЛОПОХОДАХ

В роботі розглядаються ситуації, які можуть нести травми для туристів у велосипедних походах. Коротко описані правила безпеки яких потрібно дотримуватися під час туристських велосипедних подорожей.

Ключові слова: *велопохід, травматизм, безпека, велосипедний похід.*

The work considers situations that can cause injuries to tourists on bicycle trips. Safety rules to be followed during tourist cycling trips are briefly described.

Keywords: *bike ride, injuries, safety, bicycle ride.*

На даний час для багатьох людей здоровий спосіб життя став популярним. На перший план виходять доступні та прості види активного відпочинку. Один з таких видів - велосипедний туризм. Велосипед є одним з ефективних засобів пересування, він відносно дешевий, маневрений, автономний, і простий в управлінні.

Велосипедний туризм, як і інші активні види відпочинку, має свої небезпечні чинники, які вимагають застосування відповідних правил безпеки. Причому напрями забезпечення безпеки, від яких прямо залежить успішність вело-мандрівки, володіють своїми особливостями по порівнянню з іншими видами спортивно туризму.

У велосипедних походах можуть статися потертості внутрішніх поверхонь стегон, долонь рук, розтягнення зв'язок нижніх кінцівок. Часом під час швидкого руху в очі потрапляють пил, дрібні комахи. В результаті падінь не виключені травмування. При падіннях трапляються переломи, струси мозку та рвані рани.

Одна з найбільш частих причин травматизму у велосипедних походах це – зневага правилами техніки безпеки. В спекотні дні велотуристи можуть отримати сонячні опіки та тепловий удар [1].

При попаданні в грозу необхідно шукати укриття, причому, якщо вона застала в лісі або полі, велосипеди потрібно залишити на деякій відстані від людей.

При поганій видимості (в тумані) потрібно рухатися компактною групою на малій швидкості, або навіть пішки, не допускаючи відходу в сторону, або відставання учасника походу. Густий туман потрібно взагалі перечекати.

Велика кількість нещасних випадків приходить на переправу річок. Тому організацію бродів і переправ потрібно здійснювати відповідно до правил подолання водних переправ. Гірські ріки краще перейти вранці, коли в них менше води і вони прозоріші, причому перейти у взутті [2].

У сильний дощ в горах можливі обвали, камнепади і пошкодження дорожніх споруд, тому таку погоду також краще перечекати.

Небезпека травм у велопоході передбачає падіння з велосипеда. Для запобігання цьому необхідно уміти управляти велосипедом, дотримуватись правил дорожнього руху, дотримуватись інтервалу і дистанцію при русі. Голова повинна бути захищена шоломом, коліна і лікті повинні бути захищені спеціальними щитками, на руках повинні бути рукавички. Більшість падінь

відбувається через незадовільний технічний стан велосипеда, тому необхідно перед кожним виїздом оглядати велосипед, в багатоденному поході - щодня, несправності негайно усувати.

Часто в походах трапляються зіткнення велотуристів, наїзди одного учасника на іншого, так звані «завали». Найбільш часті причини цього – несподіване для інших маневрування, різке гальмування, відвернення уваги при пересуванні з невеликим інтервалом.

Керівник туристичної групи постійно повинен пам'ятати, що за ним рухається група, яка довіряється йому, і кожний член групи в своїх діях орієнтується на учасника, що кухається попереду. Тому направляючий повинен оцінювати дорогу, щоб не робити різких рухів: не маневрувати, не гальмувати несподівано для інших. Учасники групи, які рухаються всередині або вкінці колони не повинні обганяти тих, що їдуть попереду, не розібравшись, чому вони вповільнили хід. Можливо, причиною уповільнення виявилася якась перешкода, яку учасникам, що рухаються в не видно.

Фізична втома також впливає на увагу, реакцію, координацію рухів, на техніку руху велотуриста. Головною причиною травматизму у велопоходах є зниження тонусу і втрата еластичності м'язів. Все це впливає на психологічний клімат в групі. При втомі знижується ініціатива, взаємодопомога, адекватність поведінки, що, в свою чергу, може відобразитися на безпеці.

Попередження перевтоми в поході – це одна з головних задач на маршруті. Протягом всього походу керівник повинен стежити за правильним розподілом вантажу серед членів групи, з урахуванням сил кожного, за самопочуттям туристів, цікавитися станом їх здоров'я, разом з механіком групи періодично оглядати велосипеди [3].

При появі ознак перевтоми учасник повинен повідомити керівнику походу. Керівник також повинен стежити за тим, як рухається кожний учасник. Перша ознака втоми велотуриста – його відставання від групи. Намагаючись наздогнати інших, він виснажується ще більше. І, звісно, необхідно уважно відноситися до скарг учасників на млявість, погіршення сну, апетиту, головний біль. Часто при таких симптомах вживають медикаменти: пігулки глюкози, аскорбінової кислоти, анальгін, після чого продовжують рух. У подібній ситуації можливі травми через втрату уваги, погіршення реакції і координації рухів.

Однак, попри всі перераховані вище моменти, велосипедний туризм залишається одним із найпопулярніших видів активності на свіжому повітрі, який дозволяє зміцнити серцево-судинну і дихальну системи, підвищити витривалість і запобігти розвитку хронічних захворювань.

Велосипедний туризм – ризикований і часто травмонебезпечний вид активної діяльності. Тому при проведенні туристських велопоходів необхідно звертати увагу на заходи по забезпеченню безпеки і попередження травматизму.

Список використаних джерел

1. Безпека туристичної подорожі. URL: <https://buklib.net/books/28133/>
2. Велосипедні походи та безпека туристів. URL: <https://boxspartak.ru/uk/prezentaciya-po-obzh-6-kl-velosipednye-pohody-prezentaciya-velosipednye/>
3. Забезпечення безпеки у велосипедному туризмі. URL: http://journals.uran.ua/tourism_kzvsvt/article/view/80275

К. Р. Докашенко, Я. В. Євтушенко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СУЧАСНИЙ СТАН АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПЕРІОД ВІЙНИ

У роботі розглянуто особливості та умови розвитку активного туризму в період війни. Досліджено стан можливої реалізації туристичних подій на території України. Висвітлено його особливості та застереження.

Ключові слова: активний туризм, розвиток, безпека, застереження, війна.

The features and conditions of the development of active tourism during the war are considered. The state of the possible realization of tourist events on the territory of Ukraine has been investigated. Its features and caveats are highlighted.

Keywords: active tourism, development, security, warning, war.

Під час війни, активний туризм може стати одним зі способів збільшення руху людей. Розвиток активного туризму може вплинути на підвищення патріотичних настроїв серед населення та зміцнення духу співдружності в умовах війни. У військовій діяльності активний туризм може використовуватися як засіб тренування та розвитку навичок виживання в екстремальних умовах.

Розвиток активного туризму може сприяти залученню інвестицій в туристичну галузь в зонах бойових дій та сприяти розвитку місцевої економіки. Як для українців, так і для закордонних туристів проведення активних заходів допомагає збирати кошти

для волонтерства, сприяє відновленню туристичних об'єктів та розвитку інфраструктури в районах де були бойові дії.

Для популяції активного туризму в умовах війни необхідно створити сприятливе середовище для його розвитку, зокрема, розробити стратегії та програми підтримки різних видів активного туризму, залучити інвестиції, просувати туристичні маршрути та події, працювати над створенням нової інфраструктури. Окрім цього слід звернути увагу туристів на техніку безпеки на певних територіях, та заздалегідь спільно з працівниками спеціальних служб перевірити територію згідно маршруту на наявність вибухонебезпечних предметів.

Правила безпеки:

- Усі тури мають проходити в межах одного дня з поверненням до комендантської години. Якщо це кількадевні мандрівки, на період комендантської години туристи мають бути в готелі.
- Бажано пересуватись невеликими групами до 12 осіб – щоб усі люди за потреби могли зайти в бомбосховище.
- Гіди не можуть демонструвати деякі цінні експонати у музеях з міркувань безпеки.
- Якщо ви вирушаєте у туристичний маршрут самостійно, зокрема у гори, необхідно зареєструватися у місцевому управлінні ДСНС.
- Не варто ходити по гірських маршрутах самотужки – краще скористатись послугами інструкторів.
- Обирати можна лише дозволені види туризму. Наприклад, подієвий туризм в Україні недоступний: масові заходи заборонені, лише в деяких областях змагання чи концерти можуть проходити без глядачів.
- Пересуватися можна лише дозволеними маршрутами.
- Якщо місцева влада забороняє відвідування лісів, купання у водоймах тощо, необхідно повністю дотримуватися її вказівок.
- Сплави, походи, прогулянки та екскурсії по маршрутах біля критичної інфраструктури, військових та стратегічних об'єктів – заборонені по всій Україні.

Розвиток активного туризму в умовах війни потребує ефективної координації з правоохоронними органами, військовими владами

та іншими зацікавленими сторонами для забезпечення безпеки туристів та місцевого населення. В умовах війни, активний туризм може мати негативний вплив на здоров'я туристів та ризику безпеки, які пов'язані з наявністю зброї та загострення військової ситуації.

Важливо враховувати етичні аспекти при розвитку активного туризму в умовах війни, зокрема, врахування культурних та релігійних особливостей місцевого населення. Якщо це буде того потребувати, застерегти туристів щодо поведінки та звернути їх безпосередню увагу на техніку надання першої допомоги при ураженні та на наявність спеціальної аптечки.

Активний туризм може використовуватися як засіб залучення уваги світової спільноти до війни в Україні та сприяти міжнародному діалогу та розумінню. Фінансування заходів та програм активного туризму від закордонних партнерів допомагає підтримувати економіку та Збройні Сили України.

Список використаних джерел

1. UNWTO World Tourism Barometer (English version). UNWTO World Tourism Barometer (English version). URL: <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>.
2. Як війна в Україні вплинула на європейський туризм? URL: <https://www.tourism.gov.ua>
3. Щербаківа Н.О. Стан туристичної галузі України та процес її відтворення в післявоєнний період // Економіка та суспільство. 2022. № 39. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1353>.
4. Як війна змінить мандрівки Україною після перемоги над ворогом. URL: www.rbc.ua/ukr/travel/novaya-stranitsa-voyna-izmenit-puteshestviya-1649942226.html
5. <https://life.pravda.com.ua/travel/2022/06/20/249177/>

А. О. Кеда, В. М. Зігунов

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТУРИСТСЬКИХ РЕСУРСІВ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД СУМЩИНИ ЗАСОБАМИ ПОДІЄВОГО ВЕЛОСИПЕДНОГО ТУРИЗМУ

У статті розглянуто основні стратегічні засади позиціонування туристських ресурсів територіальних громад Сумщини засобами подієвого велосипедного туризму. Наведено перспективні напрямки для розвитку велотуризму в регіоні та висвітлено сучасний стан розвитку велосипедного туризму в області.

Ключові слова: подієвий туризм, велосипедний туризм, позиціонування туристських ресурсів, туризм, туристичні продукти.

The article examines the main strategic principles of positioning tourist resources of territorial communities of Sumy Oblast by means of event cycling tourism. Prospective directions for the development of bicycle tourism in the region are presented and the current state of bicycle tourism development in the region is highlighted.

Keywords: event tourism, cycling tourism, positioning of tourist resources, tourism, tourist products.

Постановка проблеми. З початком війни в нашій державі туристична галузь опинилась у найгіршій ситуації за всю історію розвитку. Вже з 24 лютого 2022 року в межах країни були сформовані обмеження на проведення масових заходів та введено військовий стан, що фактично «заморозив» діяльність туристичного бізнесу. Варто відзначити, що у ході військового конфлікту прикордонні області України були окупованими тому будь-яка економічна та соціальна діяльність на них припинялася. Так географічно склалося, що Сумська область межує з росією, тому значна територія регіону була під окупацією, а після деокупації неодноразово піддавалася обстрілам, в наслідок чого руйнувалися як об'єкти критичної інфраструктури так і ті, що були задіяні в туризмі. Оскільки, туристична галузь є невід'ємною частиною економічного сегменту Сумщини, постало питання про розвиток даної галузі в умовах війни та залучення до неї тих ресурсів, які у даний час можуть бути використаними та не нестимуть загрозу для жителів області чи туристів з інших міст. Таким напрямом, на нашу думку, може бути саме подієвий велотуризм. Тому проблема поставлення стратегічних засад позиціонування туристських ресурсів територіальних громад Сумщини засобами подієвого велосипедного туризму є актуальним у наш час та потребує детального вивчення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Особливостями розвитку туристичних продуктів в межах Сумської області та розкриттям особливостей туристичного бізнесу на рівні ОТГ займалися такі науковці, як В. Зігунов, С. Підмогильний, О. Коваль, О. Корнус, А. Конус та інші.

Метою даної статті є розкриття стратегічних засад позиціонування туристських ресурсів територіальних громад Сумщини засобами подієвого велосипедного туризму.

Виклад основного матеріалу. Позичіонування туристичного продукту – це комплексна стратегія маркетингових дій щодо створення такого іміджу турпродукту, що відрізнятиме його серед популярних на ринку [1]. Позичіонування належить до довгострокової маркетингової стратегії туристичних компаній, тому що для створення позиції необхідний час. Тоді успішно розроблене позичіонування дає можливість компанії чітко диференціювати себе від конкурентів і закріпити свої конкурентні переваги. Важливо зазначити, що Сумський регіон протягом останніх років намагався сформуваи та направити розвиток туризму на перспективний напрям та покращити його якість.

Спираючись на тематику нашого дослідження, що стосується напрямку – подієвого велосипедного туризму ми відзначаємо дане поняття, як вид туризму, що спрямований на активний відпочинок, у якому основним транспортом для пересування є велосипед, а основними туристичними об'єктами залишаються унікальні події (карнавали, фестивалі, свята, царемонії, тощо).

Основними осередками для розвитку велотуризму на даний час залишаються ОТГ Сумської області, що більшою мірою віддалені від кордону та не піддаються щоденним обстрілам. До них можна віднести: Шостинську, Ямпільську, Березівську громади у Шосткинському районі; Кролевецьку, Бочечківську, Конотопську, Попівську, Дубов'язівську, Буринську громади у Конотопському районі; громади Роменського району; Миколаївську, Степанівську, Ворожбянську, Лебединську, Садівську, Нижньосироватську, Верхньосироватську, Бездрицьку та Сумську громади Сумського району; Боромлянську, Чупахівську, Комишанську, Грунську, Чернечинську, Кириківську, західну частину Тростянецької та Охтирську громади Охтирського району. Проте, в деяких перерахованих вище ОТГ існує заборона на відвідування деяких природних ресурсів через військовий стан та загрозу з боку мінної небезпеки.

В межах Сумщини функціонує вело-організація «Velo-sport», саме на неї припадає найбільша кількість організованих вело-турів по регіону. Не зважаючи на розвиток останніх подій дана організація не тільки не припинила свою діяльність, але і всіляко намагається утримати статус перспективної на туристичному ринку Сумської області. Зі сторони позичіонування та розвитку маркетингових функції «Velo-sport» має власний веб-сайт та форум

для висвітлює основні маршрути та ділянки які можна використати для велотуризму у даний час. Також через форум можна долучитися до велотурів Сумщиною.

Позиціонування даної організації з вело туризму базується на винятковій якості кінцевого туристичного продукту, адже на сайтах та формух чітким гаслом зазначається про якість та кінцевий результат вело-поїздки.

Нажаль на території області минулого року не проводили фестиваль історичної реконструкції «Стара фортеця», що традиційно проходив в м. Тростянець. Важливо відзначити, що саме цей фестиваль утримував статус найбільшого фестивалю історичної реконструкції в Україні. Тут можна було ознайомитися з найкращими бійцями з історичного фехтування, запеклими рицарськими боями, гарматами, ковалями, костюмованими виставами, середньо-вічною кухнею та музикою, а також ярмарком народних промислів[2].

«Нескучний ВелоFEST» щороку проходив також в м. Тростянці, також був відмінений через війну. Змагання «Нескучний ВелоFEST» відносяться до велосипедних змагань в категорії крос-кантрі і мають на меті: популяризацію велосипедного руху та здорового способу життя; приємне та цікаве проведення часу; вивчення попиту та зацікавленості до даного виду спорту; популяризація м. Тростянець, як спортивного та туристичного міста.

Висновки. Отже, через війну на території України, Сумщина як прикордонна область не може повністю бути використана у туристичному бізнесі та надавати значні показники розвитку у цьому аспекті. Проте, для покращення соціальних та економічних норм регіону необхідний розвиток такого сегменту господарства, як туризм. На нашу думку, одним із таких перспективних напрямків є розвиток подієвого вело-туризму по громадах Сумщини. Адже, раніше на території проводилися масові фестивалі. Через неможливість та обмеження у військовому стані територія регіону не може бути використана для розвитку суто подієвого туризму тому доцільно його поєднати з велосипедним.

Список використаних джерел

1. Маркетинг у туризмі : підручник / Н. Є. Летуновська, О. В. Люльов. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с.
2. Концепція інтегрованого просторового розвитку Тростянецької територіальної громади. Веб-сайт. URL: https://hromada.canactions.com/wp-content/uploads/2019/12/Trostryanetska_.pdf (Дата звернення: 13.05.2023).

БЕЗПЕКА ПІД ЧАС КАТЕГОРІЙНИХ ПІШОХІДНИХ ПОХОДІВ

У роботі розглянуто важливі аспекти безпеки під час категорійних пішохідних походів у гірських та важкодоступних місцевостях; розглянуто ключові фактори, що впливають на безпеку учасників, такі як планування та підготовка, навички та знання, групова безпека, безпека на маршруті, безпека під час бівака, метеорологічна оцінка та прогнозування, поведінка з дикими тваринами, екстрені ситуації та перша медична допомога, а також збереження природи та екологічна відповідальність.

Ключові слова. Пішохідний туризм, категорійні походи, чинники безпеки, активний відпочинок.

The research is dedicated to important aspects of safety during challenging hiking expeditions in mountainous and rugged terrains. Key factors influencing participants' safety, such as planning and preparation, skills and knowledge, group safety, on-trail safety, overnight safety, meteorological assessment and forecasting, wildlife behavior, emergency situations and first aid, communication and reliable connectivity, as well as nature preservation and environmental responsibility are discussed. This study provides valuable information and recommendations for those planning to embark on category hiking expeditions, ensuring their safety and making their outdoor adventures memorable and secure.

Keywords: Hiking tourism, Category hikes, Safety factors, Active leisure.

Пішохідний туризм – один із видів активного відпочинку. Учасники походу мають можливість загартувати організм, зміцнити здоров'я, розвинути витривалість. Туристи забезпечують себе харчуванням, обирають місце ночівлі, збирають паливо для багаття, навчаються долати перешкоди. Все це несе небезпеку для туристів. Перед тим, як ухвалити рішення йти в похід, потрібно переконатися в безпеці його учасників.

Метою пішого (пішохідного) туризму є подолання туристичної групи маршруту пересіченою місцевістю. Категорії складності пішохідного маршруту визначається локальними перешкодами, автономністю маршруту.

Категорійні походи вимагають спеціальної та фізичної підготовки і спеціального спорядження. Пішохідні категорійні походи в гірських та важкодоступних місцевостях є захоплюючими та незабутніми пригодами. Вони надають можливість насолоджуватися красою природи, випробувати свої фізичні та психологічні межі, а також зблизитися з природою. Проте, важливо зазначити, що такі походи пов'язані з певними ризиками, які потрібно

усвідомлювати та враховувати, щоб забезпечити безпеку учасників [1, с. 34].

Безпека під час категорійних пішохідних походів є ключовим фактором для успішного і незабутнього відпочинку в природі. Планування, підготовка, належні знання та навички, групова безпека, оцінка ризиків, правильне спорядження та зв'язок - це всі важливі аспекти, які потрібно враховувати.

Ключові аспекти безпеки під час категорійних пішохідних походів містять наступні чинники:

1. Планування та підготовка.

Перед походом важливо детально вивчити маршрут, враховуючи складність перешкод, прогноз погоди та можливість небезпек. Ретельне планування дозволить визначити необхідні ресурси та засоби для безпечного подорожування. До пішохідного походу необхідно готуватися фізично, тренуючи м'язи та підвищуючи витривалість. Важливо також мати необхідне спеціальне спорядження, включаючи відповідний одяг, взуття, харчування та засоби навігації до певної категорії складності маршруту.

2. Навички та знання.

Для безпеки під час категорійних пішохідних походів необхідно мати не тільки фізичну, але й інтегральну підготовку. Отримання необхідних навичок та знань перед походом є важливим етапом. До таких навичок відносяться навігація, перша медична допомога, розпізнавання небезпек, орієнтування на місцевості та вміння приймати важливі рішення у складних ситуаціях. Знання про місцеві особливості, правила поведінки та етику під час походів також допоможуть забезпечити безпеку учасників.

3. Групова безпека.

Під час категорійних пішохідних походів рекомендується подорожувати в групах. Група надає підтримку та допомогу у випадку непередбачених ситуацій. Важливо встановити комунікаційний зв'язок між учасниками для спілкування та відстеження місцезнаходження. Розподіл завдань та встановлення лідера групи допомагають забезпечити організованість та координацію дій. Важливо також враховувати фізичні та психологічні можливості учасників групи, а також встановлювати правила безпеки та дисципліни [2, с. 17].

4. Безпека на маршруті.

Оцінка та уникнення потенційних небезпек є важливою складовою безпеки під час категорійних пішохідних походів. Враховуйте локальні особливості, такі як потоки води, крутизну схилів, лавинну небезпеку, прогноз погоди та стан шляхів. Застосовуйте правильні техніки безпеки під час перетину річок, стежок на схилах та руху по незнайомій місцевості.

5. Безпека під час бігуака.

Місце ночівлі повинно бути обране з урахуванням безпеки. Слід уникати розташування наметів або інших житлових об'єктів під потенційно небезпечними місцями, такими як обвали, схили або зони під небезпекою обвалу. Основним аспектом є безпека під час ночівлі, розгортати намет потрібно на рівній поверхні, далеко від потенційно небезпечних об'єктів. Разом із тим потрібно дотримуватись правил безпеки, що стосуються розпалювання вогнищ та зберігання продуктів харчування, щоб уникнути виникнення пожеж або залучення диких тварин.

6. Забезпечення необхідного спорядження та засобів безпеки.

Необхідно мати належне спорядження та засоби безпеки під час категорійних пішохідних походів. Це включає високоякісний рюкзак, зручний одяг та взуття, засоби навігації (карти, компаси, GPS), ліхтарі, палатки, спальні мішки, трекінгові палиці, елементи живлення та засоби для першої медичної допомоги. Слід ретельно перевіряти стан та функціональність свого спорядження перед походом, а також впевнитися, що достатньо запасних матеріалів, що можуть знадобитися під час походу.

7. Метеорологічна оцінка та прогнозування.

Завжди слід звертати увагу на метеорологічні умови перед походом та під час нього. Варто перевірити прогноз погоди і орієнтуйтесь на нього при плануванні маршруту та визначенні оптимального часу походу, уникати небезпечних погодних умов, таких як сильний вітер, грози, снігопади або ожеледиця, які можуть ускладнити похід і створити ризик для безпеки учасників.

Велику небезпеку у туристичному поході становить гроза. При наближенні грози необхідно закритися під виступами. Не слід, однак, ховатися від грози в нішах скель, невеликих ямах та западинах на схилах, а також біля входу до печери. У всіх цих випадках тіло людини - найкращий шлях для струмів землі, тому що

воно відіграє роль провідної перемички між краями поверхні, що має розрив. Під час грози не можна перебувати в безпосередній близькості від багаття, оскільки стовп гарячого повітря - хороший провідник струму, що перевищує висоту навколишніх дерев, сприяє розряду блискавки в багаття. Самотнє дерево може бути використане для захисту від грози, якщо знаходиться під ним на відстані не ближче 2 метрів від ствола. Найчастіше піддаються удару блискавки дуб і тополя, рідше - береза та клен. Необхідно по можливості ізолювати тіло від ґрунту за допомогою наявного спорядження. Під час грози не можна бігти, оскільки збільшується небезпека бути ураженим блискавкою [3, с. 4].

8. Поведінка з дикими тваринами.

У природних середовищах існує можливість зустріти диких тварин. Слід дотримуватися правил поведінки в присутності диких тварин, не наближатися до них, не порушувати їхній життєвий простір. Завжди потрібно залишати безпечну відстань і уникати ситуацій, які можуть спровокувати агресивну реакцію тварин. Не варто забувати, що ви перебуваєте на їхній території, тому виявляйте повагу і дбайливість до дикого життя.

9. Забезпечення засобів зв'язку.

Забезпечення засобів спілкування та надійного зв'язку є критично важливим під час категорійних пішохідних походів. Застосування радіозв'язку, смартфонів або супутникових пристроїв може забезпечити можливість зв'язку з групою або надіслання сигналу про необхідність допомоги у разі екстреної ситуації. Завжди слід переконатися, що засоби зв'язку належним чином заряджені і мають достатню мережу покриття в місці, де ви знаходитесь.

10. Збереження природи та екологічна відповідальність.

Під час категорійних пішохідних походів важливо дотримуватися принципів екологічної відповідальності: не залишати сміття, зберігати чистоту місцевості, не пошкоджувати природні об'єкти. Слід дотримуватись місцевих правил і обмежень, уникати надмірного шуму та втручання в життя місцевих тварин [4, с. 38].

Таким чином, безпека під час категорійних пішохідних походів є надзвичайно важливою. Правильне планування, належна підготовка, знання та навички, групова безпека, усвідомлення потенційних небезпек та використання належного спорядження та засобів безпеки - це ключові аспекти, які слід враховувати. Слід

завжди оцінювати ризики, бути обережними та розважливими у своїх рішеннях, дотримуйтеся правил безпеки та поведінки в природі, слухати рекомендації та інструкції від досвідчених гірських провідників або інструкторів.

Крім того, важливо мати на увазі, що безпека завжди має перевагу над досягненням мети. Якщо ситуація стає небезпечною або ви не впевнені в своїх можливостях, краще зупинитися, повернутися назад або відкласти похід на інший час.

Варто пам'ятати, що природа є могутньою і непередбачуваною, і ми повинні бути підготовленими до будь-яких можливих ситуацій.

Список використаних джерел

1. Блистів Т.В., Горбацьо І.І., Нужник О.В. Теорія і практика туристичних походів: Навч. посіб. Л.: НВФ «Українські технології», 2016. 132 с.
2. Колотуха О.В. Лавинна небезпека для туристів в горах України. Кіровоград.: ПП «Центр оперативної поліграфії «Авангард». Кіровоград.: 2018. 48 с.
3. Спортивний, спортивно-оздоровчий туризм. URL: <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/6149>
4. Тимошенко Л. О. Спортивний туризм: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. фіз. виховання і спорту : у 2 ч. / Тимошенко Л. О., Лабарткава К. В. Л. : ЛДУФК, 2014. Ч. 2. 176 с.

Я. Ю. Максак, Я. В. Євтушенко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СПОРТИВНИЙ, РЕКРЕАЦІЙНИЙ, ПРИГОДНИЦЬКИЙ, ЕКСТРИМАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ДЛЯ РІЗНИХ ВЕРСТВ НАСЕЛЕННЯ

У науковій роботі окреслено різні види туризму та їхні особливості. Визначено, які аспекти забезпечать доступ різним верствам населення для заняття спортивним, рекреаційним, екстримальним та пригодницьким туризмом. Проаналізовано специфіку кожного виду туризму і визначено ті групи населення, для яких він підходить.

Ключові слова: *види туризму, туризм, спортивний, рекреаційний, пригодницький, екстримальний туризм.*

Different types of tourism and their features are outlined in the article. It has been determined which aspects will provide access to different segments of the population for sports, recreation, extreme and adventure tourism. The specifics of each type of tourism were analyzed and those population groups for which it is suitable were determined.

Keywords: *types of tourism, tourism, sports, recreation, adventure, extreme tourism.*

У ХХІ столітті важлива роль відводиться туризму, який є видом активного відпочинку, пізнання культури і природних об'єктів, оздоровлення людей. Дана сфера активно розвивається, видозмінюється у процесі глобалізації, адже сьогодні є багато типів туризму, які дозволяють особі обрати конкретну діяльність відповідно до індивідуальних особливостей та уподобань. Люди все частіше прагнуть подорожувати з метою оздоровлення, підтримання фізичної форми, споглядання мальовничих пейзажів тощо.

Зокрема, на сьогоднішній день активно розвиваються різні види туризму, серед яких спортивний, рекреаційний, екстримальний та пригодницький, кожен із яких та свою специфіку. Крім цього, вони мають відмінності щодо рівня активності, вимог щодо фізичної підготовки людини, туристичної мети тощо. Тим не менш, кожен із цих типів туризму є важливим у тому аспекті, що вони здатні забезпечувати активну спортивну діяльність та допомагають особі підтримувати здоровий спосіб життя.

Проаналізувавши наукову літературу з цієї теми, варто зазначити, що сучасний стан туризму в Україні, його особливості та перспективи подальшого розвитку проаналізувала І. Писарева, рекреаційний туризм Вінницької області детально дослідив В. Федорченко, специфіку спортивного туризму висвітлив у своїй науковій роботі В. Цибух, сучасні аспекти пригодницького туризму досліджували А. Дмитрук, В. Абрамов, М. Гамкала, В. Кифяк, Ю. Прасул та інші. Одна з головних тем на сьогоднішній день у галузі спортивного, рекреаційного, екстримального та пригодницького туризму є його доступність для різних верств населення. Це означає розуміння та врахування фінансових можливостей, соціального стану та інших факторів, які можуть впливати на здатність людей до подорожей. Зокрема, науковець В. Татарченко здійснив загальний огляд програми соціального туризму, спрямованої на забезпечення доступу до подорожей людям з обмеженими можливостями. Тим не менш, особливості забезпечення спортивного, рекреаційного, пригодницького та екстримального туризму для різних верств населення залишилися поза увагою науковців і потребують детальнішого розгляду, що становить актуальність роботи.

На сьогоднішній день туризм є популярним видом відпочинку серед населення. За статистикою найбільше подорожей здійснюють люди від 16 до 45 років, адже туризм вимагає певної фізичної

підготовки, що впливає на те, що люди старшого та похилого віку, діти не можуть бути задіяні до такої активної діяльності. Крім цього, активне подорожування може бути недоступним для усіх верств через фінансові особливості, адже на сьогоднішній день, туризм – це досить дорогий вид діяльності.

На думку багатьох науковців, спортивний туризм є одним із найпопулярніших видів туризму серед молоді, адже він передбачає заняття активною спортивною діяльністю, що вимагає хорошої фізичної підготовки, регулярних занять спортом тощо. Він сприяє зміцненню здоров'я, покращенню фізичної форми та загальному самопочуттю. Незважаючи на ці переваги, спортивний туризм залишається недоступним для багатьох соціальних груп через фінансові, фізичні та інші обмеження. Існують такі види спортивного туризму: пішохідний, гірський, лижний, водний, велосипедний, вітрильний, автомобільний та мотоциклетний [3, с. 58].

Важливо зазначити, що спортивний туризм цікавить різні верстви населення, що зумовлює виникнення змін у цій галузі. Це означає забезпечення можливості займатися спортивним подорожуванням та активним відпочинком незалежно від віку, фізичної підготовки та інших факторів. Основні принципи та підходи до забезпечення спортивного туризму для різних верств населення включають:

- *Різноманіття видів активностей*: розробка широкого спектру спортивних активностей, які можуть відповідати інтересам та можливостям різних груп людей. Це можуть бути походи, велосипедні тури, водні види спорту, гірські лижі тощо. Важливо враховувати різні рівні складності та інтенсивності, щоб задовольнити потреби різних верств населення. До прикладу, це реалізується у тому, що для людей старшого та похилого віку спортивний туризм забезпечується пішими прогулянками на свідому повітрі, під час яких особи можуть насолодитися красою природи, активно відпочити. Крім цього, для дітей та непідготовлених людей можна розробити спеціальні спрощені програми спортивного туризму, що реалізується у невисокій інтенсивності фізичного навантаження.
- *Забезпечення безпеки та можливість підготовки до здійснення спортивного туризму*: забезпечення безпеки учасників

спортивних турів є важливою складовою. Врахування можливих ризиків, надання необхідних інструкцій та підготовки перед початком активностей є важливими елементами. Також можуть бути розроблені спеціальні програми для навчання та підготовки різних верств населення до спортивних активностей, які включають теоретивні уроки, практичні тренінки тощо. Важливо, щоб людина наочно могла розуміти, що спортивний туризм вимагає певної підготовки, адже він може становити небезпеку для певних вікових категорій людей, осіб з проблемами зі здоров'ям тощо.

- *Доступність*: важливо забезпечити, щоб спортивний туризм був доступним для різних верств населення. У цьому контексті слід створити спеціальні соціальні програми для людей, котрі не мають достатньо коштів для того, щоб активно відпочивати. На мою думку, доцільно організувати туристичні гранти для учнів та студентської молоді, які будуть їх мотивувати до кращого навчання і будуть надаватися у тому випадку, коли молодь буде займати призові місця у різних конкурсах, олімпіадах тощо.
- *Інфраструктура та обладнання*: розвиток та покращення спортивної інфраструктури: майданчики, траси, спортивні комплекси. Це дозволяє забезпечити необхідні умови для здійснення спортивних активностей для людей різних верств населення.
- *Підтримка різних верств населення*: органи влади, туристичні організації, громадські організації та інші зацікавлені сторони можуть сприяти розвитку спортивного туризму для різних верств населення шляхом надання фінансової підтримки, створення сприятливих умов для розвитку, співпраці зі спортивними організаціями та впровадження заходів просування.

На нашу думку, великий потенціал щодо доступності для усіх верств населення має рекреаційний туризм. Особливістю цього виду туризму, перш за все, є наявність зони з рекреаційним потенціалом. Дослідники зазначають, що рекреаційно-туристичний потенціал території – це сукупність її природних та суспільно-історичних ресурсів, а також наявної ринкової, транспортної й інформаційно-комунікаційної інфраструктури території, її іміджу,

які чинниками розвитку певних видів туризму [2, с. 29]. Рекреаційний туризм для різних верств населення передбачає розробку та пропонування широкого спектру рекреаційних послуг, які відповідають потребам та інтересам різних груп людей. Це можуть бути масові форми відпочинку, такі як відвідування парків, пляжів, спортивних заходів, а також спеціалізовані програми для конкретних груп, наприклад, дитячий рекреаційний туризм, туризм для людей похилого віку, туризм для осіб з інвалідністю тощо.

Один з ключових аспектів розвитку рекреаційного туризму для різних верств населення – це створення доступних умов та інфраструктури. Наприклад, створення інклюзивних просторів для осіб з інвалідністю, надання спеціальних послуг та обладнання, яке враховує їхні потреби. Також важливо забезпечити різноманітність рекреаційних послуг, які задовольняють різні інтереси та враховують фізичні можливості людей. Наприклад, це можуть бути спортивні активності, екскурсії, культурні заходи, релаксаційні програми тощо. Розробка такого різноманіття послуг допомагає залучити різні верстви населення до рекреаційного туризму і задовольнити їхні потреби. Рекреаційний туризм для різних верств населення численні переваги. До прикладу, він сприяє збереженню та покращенню фізичного та психологічного здоров'я. Рекреаційні активності, такі як прогулянки, велосипедні поїздки, плавання або йога, сприяють фізичному розслабленню, зняттю стресу і поліпшенню настрою. Вони також можуть покращити фізичну підготовку та сприяти загальному здоров'ю.

Ф. Шандор зазначає, що пригодницький туризм є надзвичайно важливим для покращення стану людини та задоволення її емоційної сфери, адже він передбачає активні фізичні навантаження поряд з організацією нестандартних турів до екзотичних та екологічно чистих природних резервацій [4, с. 261]. У свою чергу, особливістю екстримального туризму є наявність ризику, який пов'язаний з адреналіном, екстримом та небезпекою для життя. Варто зазначити, що цей вид туризму є найнебезпечнішим, адже досить часто він передбачає травмування учасників та, навіть, негативні наслідки для здоров'я [1, с. 281].

Пригодницький та екстримальний туризм відіграють важливу роль у стимулюванні розвитку туристичної галузі, приваблюючи активних туристів та сприяючи зростанню економіки. Вони також

мають потенціал для просування екологічної свідомості та збереження природних ресурсів, оскільки спонукають до поваги до природи та стимулюють ведення здорового способу життя. Одним із основних факторів, що обмежують доступ до пригодницького та екстремального туризму, є фінансові обмеження. Багато екстремальних видів туризму, таких як скелелазіння, парапланеризм або бейс-джампінг, вимагають спеціального обладнання та професійного навчання, що може бути досить дорогим. Це є перешкодою для певних верств населення, оскільки вони можуть не мати фінансової можливості придбати необхідне обладнання або оплатити послуги професійних інструкторів.

Висновки. Отже, на сьогоднішній день спортивний, рекреаційний, пригодницький, екстремальний туризм забезпечують активний фізичний, психологічний та культурний відпочинок. Кожен з цих видів є важливим фактором для поліпшення якості життя та забезпечення загального благополуччя різних верств населення. Розвиток рекреаційного туризму залежить від створення доступних умов, різноманітності послуг та врахування потреб різних груп людей. Забезпечення доступу до пригодницького, спортивного та екстремального туризму для різних верств населення є важливим завданням суспільства. Шляхом реалізації стратегій, таких як фінансова підтримка, створення інклюзивної інфраструктури можна забезпечити рівні можливості у цих видах туризму для всіх.

Список використаних джерел

1. Бобловський О.Ю. Розвиток спеціальних видів туризму в Україні. Київ, 2016. С.278 - 287.
2. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. Інвестиції: практика та досвід. 2009. № 23. С. 29-31.
3. Грабовський Ю.А. Спортивний туризм. Навчальний посібник. Тернопіль: Навчальна книга-Богдан, 2008. 304 с.
4. Шандор Ф.Ф., Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму: підручник. Київ: Знання, 2013. 334 с.

РОЗВИТОК МОТОЦИКЛЕТНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ

Мотоциклетний туризм стає все більш популярним серед населення, як засіб відпочинку від буденності. Цей вид туризму відноситься до спортивного, так як основним засобом руху є байк або мотоцикл. З самого свого початку існування мотоспорт став засобом для отримання адреналіну та виплеску емоцій. Також є досить небезпечним видом спорту, тому підходить не для всіх вікових категорій.

Ключові слова: мотоциклетний туризм, мотоклуби, розвиток.

Motorcycle tourism is becoming more and more popular among the population as a means of recreation from everyday life. This type of tourism refers to sports, as the main means of transportation is a bike or motorcycle. From the very beginning of its existence, motorsport has become a means of obtaining adrenaline and bursting emotions. It is also a rather dangerous sport, so it is not suitable for all age groups.

Keywords: motorcycle tourism, motorcycle clubs, development.

Мета – розглянути історію створення та становлення мотоспорту, а також основні передові мотоклуби, які надають послуги з організації турів та прокату спорядження.

Виклад основного матеріалу. В 1885 році в Німеччині відомий інженер-конструктор Готліб Даймлер створив перший в світі мотоцикл. Ця подія сколихнула транспортну галузь та стала першим поштовхом до зародження мотоциклетної культури, і, як наслідок, мотоспорту. Так як, якість доріг не була підходящою для такого транспорту, на початку ХХ століття виникає новий вид – класичний мотокрос. Першою віхою у зародженні цієї дисципліни вважаються змагання, проведені у Великобританії на військовому плацу поблизу Лондона 1908 року. За іншими джерелами перші «чисті» гонки на мотоциклах були проведені в 1898 як гонки на підйомі (екселоберг) [3].

Пізніше, протягом кількох років на територіях Франції та Великобританії продовжували проводитися змагання з поза-шляхової їзди на мотоциклах, проте через невизначеність формату заходів та малу популярність мотоциклів у публіки такі «змагання» не викликали жодного інтересу. Найбільш поширеним типом змагань вважався «підйом на пагорб», який згодом увійшов у формат багатоденних перегонів як один із обов'язкових елементів.

Лише після Першої Світової організатори змагань змогли знайти найприйнятніший формат проведення перегонів, який і ліг

в основу сучасного мотокросу. Перегони стали проходити на відкритій місцевості з трав'яним, піщаним або грязьовим покриттям (але без кам'янистих ділянок), а старт став загальним, і всі райдери розпочинали гонку одночасно.

Прийнято вважати, що у Радянському Союзі мотокрос було офіційно визнано спортивною дисципліною під час проведення Першої Робочої Спартакіади. Справа була у 1928 році. У програму входила кросова гонка із тривалістю кола у 100 км. Вже пізніше – 1936 року в Києві – відбулася першість СРСР із мотоспорту. А ось на короткій трасі з довжиною кола в 1,3 км мотокрос провели тільки в 1957 році в Расторгуєво. Гонка включала 3 заїзди по 10 кіл кожен.

Перші міжнародні змагання з мотокросу серед соцкраїн пройшли у Підмосков'ї 1954 року. У них брали участь райдери з Польщі, НДР та Чехословаччини. Пізніше міжнародні першості стали відбуватися щорічно. А 1956 року Центральний автотоклуб СРСР став частиною Міжнародної Мотоциклетної Федерації, завдяки чому радянські гонщики почали брати участь у чемпіонатах світу з мотокросу [2].

Міжнародна федерація мотоциклетного спорту (ФІМ) була вперше організована у 1904 році та у 1912 році знову відновлена. Нині до неї входить понад 50 національних федерацій. З 1924 року вона проводить чемпіонати світу, з 1936 року (тепер щорічно) – чемпіонати Європи [3].

Любителі екстриму та мотоциклів стали об'єднуватися в клуби та організовувати не лише змагання місцевих рівнів, а і тури з виїздами на декілька днів. Так стало з'являтися поняття мототуризм. Цей вид туризму відноситься до спортивного, так як основним засобом руху є байк або мотоцикл. Мототуризм відрізняється своїм нефіксованим маршрутом, має декілька рівнів складності, основною метою цього виду туризму є отримання емоцій, а не розрядів. Також є досить небезпечним видом спорту, тому підходить не для всіх вікових категорій.

Мототури дають можливість у реальних умовах випробувати себе на міцність, а також друзів та партнерів по роботі. Подорож мотоциклом вчить керувати своєю енергією, інтуїцією, грамотно розраховувати власні сили. Всі ці навички незамінні як у повсякденному житті, так і для досягнення успіхів у професійній діяльності.

Найбільшими любителями мотоциклетного туризму є європейці. Саме тому майже в кожній країні Європи є компанії, які є лідерами по наданню турів та спорядження для здійснення подорожі на мотоциклі. В Україні такою компанією є агенція мотоподорожей «Mototravel.agency». Ця компанія організовує тури територією України, Європи, Азії та Америки. Команда складається з 3х осіб, досвід яких є не менше 15 років в мототуризмі. Також є власний інтернет-магазин спорядження, що дуже зручно для новачків, які підбирають спорядження для себе [1].

Motohire Spain – компанія, яка є основною в Іспанії з надання турів для мотоциклетного туризму. Тури складають територією країни, також надають спорядження в прокат [6].

CLUTCH (Хорватія) – засновник та професійний гід-фрілансер з 12-річним досвідом. Проводив групові тури майже у 100 країнах по всьому світу на всіх континентах, включаючи Європу, Азію, Африку, Австралію, Північну та Південну Америку. Туристичний гід, ліцензований Палатою Торгівлі та Промисловості Словенії (Асоціація туристичного, готельного та ресторанного бізнесу) [4].

Moto Germania – прокат мотоциклів та мототури по Європі. Цей клуб позиціонує себе як мото-туроператор. Надають як групові так і індивідуальні мототури по західній Європі, прокат мотоциклів та тренування на треках [5].

Висновки. У підсумку можна сказати, що мотоциклетний спорт був і є популярним серед людей. З кожним роком створюється все більше мотоклубів, які проводять фестивалі та різні заходи на яких демонструють вміння їзди на мотоциклах.

Мототуризм, за рахунок швидкого транспорту, дає можливість охопити великі території та оглянути безліч чудовим місць, а за рахунок габаритності транспорту (якщо це байк) взяти з собою не мінімум речей, а трішки більше.

Єдиним мінусом все ж є небезпечність транспорту та швидкість, яку він розвиває. З роками, від моменту створення першого мотоцикла йде його вдосконалення в двигунах, потужності, паливній системі та безліч інших деталей, які роблять цей транспорт ледь не унікальним та неповторним.

Список використаних джерел

1. Агенція мотоподорожей. URL: <https://www.mototravel.agency/about-us>
2. Історія мотокросу. URL: https://moto85.ru/prodazha_motoekipirovki/istoriya_motokrossa_1.html

3. Історія розвитку мотоспорту. URL: <https://minimoto.by/worldnews/istoriya-motosporta>
4. CLUTCH. URL: <https://www.clutchmotorradtours.com/ru/%D0%9E+%D0%9D%D0%90%D0%A1/%D0%9A%D0%A2%D0%9E+%D0%9C%D0%AB>
5. Moto Germania. URL: <https://moto-germania.de/ru/>
6. Motohire Spain. URL: <https://motohirespain.com/>

В. Д. Олейніченко, В. М. Зігунов

Сумський Державний Педагогічний університет імені А.С.Макаренка

ДОСВІД УПРОВАДЖЕННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ У ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Стаття містить відомості про організацію та проведення оздоровчих заходів. Ми розуміємо, що тренд активних водних розваг у м. Суми створені нашими руками, тому атракціони повинні бути веселими і насиченими позитивними емоціями. Це важливо, особливо у наш непростий час.

Ключові слова: *рекреаційні заходи, активний туризм на воді, туристські підприємства.*

The article is about the organization and conduct of health visits. It is understandable that the trend of active water rozva near Cape Sumy is created by our hands, the attractions are due to being cheerful and rich in positive emotions. Tse is important, especially in our difficult hour.

Keywords: *recreational visits, active water tourism, tourist enterprises.*

Організація та проведення рекреаційних заходів дуже важлива, особливо в наш не простий час. Рекреаційні заходи (або заходи відновлення, recreation) мають за метою здійснення заходів пов'язаних з використанням вільного часу людей для їх оздоровчої, культурно-ознайомчої та спортивної діяльності на спеціалізованих територіях, які розташовані поза їх постійним помешканням [1].

ЦАВ «Відчайдухи» & SUP Sumy Tour кожного року подорожує Україною. Метою наших поїздок є не лише відпочинок, це:

- можливість побачити нові місця;
- зустрічі з однодумцями – такими ж власниками прокату, як і ми;
- обмін важливим досвідом у роботі, в організації заходів, самого прокату тощо;
- навчання (проходження курсів, тренінги).

Ми розуміємо, що саме нашими руками створюється мода на водний активний відпочинок у м. Суми, тому й атракції повинні

бути цікаві та насичені позитивними емоціями.

Для Сумського регіону та міста Суми є важливою організація та проведення рекреаційних заходів. Це обумовлено тим, що у спокійні довоєнні роки таким чином можна було привернути уваги більшої кількості відвідувачів, тим самим підвищивши туристичну привабливість до міста та регіону, а в реаліях сьогодення – це чудовий спосіб відволіктися від реалій та новин. Адже жодна жива істота не може спокійно існувати у постійному напруженні: усім потрібно вміти «відключатися» та «переключатися».

Саме тому, команда ЦАВ «Відчайдухи» (SUP Sumy Tour) кожного року подорожує Україною, багато спілкується з різними людьми, навчається новому та створює нові проекти. Ми розуміємо, що саме ми створюємо моду на активний відпочинок на воді у м. Суми та, що саме нашими руками може бути створена нова цікава атракція.

Цієї весни нам пощастило доєднатися до Школи рафтингу від туркомпанії «Чотири Сторони» [2], що діяла на території красивого кемпу «Зелена Черепаха» [3] (с. Мигія, Миколаївська область; річка Південний Буг). Ми навчалися рафтингу, тому як читати воду, як заходити в улово, а найголовніше – по-новому подивилися на те, яким повинен бути інструктор. Адже у кожній компанії можуть бути зовсім різні вимоги до однієї й тієї посади.

Із зроблених висновків, інструктор – це людина яка не тільки супроводжує групу та слідкує за «температурою» в ній, а й людина яка дійсно створює настрій, яка вміє вийти з зовсім різних ситуацій без шкоди один одному, а ще й та людина, від діяльності якої будуть залежати позитивні емоції гостя прокату. Вже найближчим часом наша команда отримає відповідні сертифікати, як підтвердження того, що нами було пройдено курси інструкторів з рафтингу.

Також, у нашій скарбничці вже є сертифікати з проходження курсів для SUP інструкторів, затверджений організацією British Canoeing [4] (від 2021 року). Навчання відбувалося протягом трьох днів на території кемпу «Сагайдачний» [5], що у м. Запоріжжі. Нашим головним інструктором був британець – Зак, який по всіх стандартах British Canoeing навчав нас медицині, деяким новим трюкам, які можуть знадобитися потенційному інструктору з SUP під час супроводу груп або під час індивідуальних тренувань з клієнтом. Ми пройшли посвяту, отримали сертифікати 1-ї категорії та наступного року збиралися відвідати нові курси з підвищення

кваліфікації. Але через повномасштабну війну цього не відбулося. На сьогоднішній момент Зак допомагає нашим бійцям на фронті.

Великим плюсом подорожування власним транспортом є те, що ви можете корегувати маршрут згідно ваших інтересів. Тому вже по закінченню навчання у Школі Рафтингу, нами було зроблено рішення відвідати музей Ракетних Військ Стратегічного Значення, що розташований біля м. Первомайськ. Ця ракетна база входила до складу 46-ї ракетної Нижньодніпровської ордена Жовтневої Революції Червонопрапорної дивізії. Тут стояли ракети РС-22А (SS-24 Scalpel) шахтного базування. На території бази можна побачити зразки ракетних двигунів, автомобілі-ракетовози, паливозаправники для ракетного палива, макет ядерної боєголовки, а також ракети Р-12 (та сама, що відіграла ключову роль у Карибській кризі 1961 року) та РС-20 В (SS-18) «Satan» [6]. Це дійсно дуже цікаве та вражаюче місце, яке потрібно побачити кожному!

Далі наш маршрут завів нас до річки Случ (Рівненська область), де ми, разом з командою киян, відпрацьовували раніше отримані знання з читання води, заходження в улова тощо. Це було важливо, адже річка Случ, не дивлячись на свою красу, у квітні була дуже швидкою та підступною. Через те, що річка вийшла з берегів, утворився швидкий потік, який уперто ніс наші каяки під крони дерев. Однак, з погодою дійсно вгадали – було тепло та сонячно. Великим плюсом сплаву річкою Случ було ще й те, що ми змогли подивитися як ходять «сучасні каякери»: без зайвих речей, з маленькими пальниками, сухпайками, з компактними спальниками та наметами. Сплав виявився незвичним ще й через те, що природа навкруги була зовсім іншою: ми бачили скали, ліси, навіть залишки старовинного замку. Це був сплав, який заложив у нас розуміння того, яким повинен бути сучасний активний туризм, особливо – водний: без звичних нам котлів та брезентових байдарок, усе повинно бути компактным, легким та зручним.

Після сплаву було місто Рівно, в якому ми відвідали єдиний в Україні музей Бурштину. Серед експонатів музею є шматки бурштину віком до 40 000 000 років, походженням з Рівненської області, найбільший з представлених має вагу 2 кг. Окрім каменів також виставлені прикраси, виготовлені з їх використанням. У колекції музею є столові прибори, кераміка, вітражі, а також одяг та взуття декоровані бурштином [8].

Після Рівного було прийнято рішення відвідати місто Луцьк. Ми не лише гуляли вечірнім містом, відвідали музеї у Луцькому замку, багато спілкувалися з такими ж як і ми – власниками прокату каяків та SUP дошок, а й покаталися на SUP-дошках на Базальтовому озері [7]. Що правда, Базальтове озеро розташоване у 80 км від Луцьку, але чого тільки не зробиш заради красивих видів та прозорої води під собою. Базальтові стовпи та Базальтове озеро – це те, заради чого варто їхати у Рівненську область. Дуже красива та атмосферна місцевість, а зовсім поруч діючі кар'єри, на працюючу техніку яких можна спостерігати годинами.

Далі були переїзди у Хмельницький, потім у Новодністровськ. Новодністровськ – це зовсім молоде місто України, яке розташоване поблизу Дністровської ГЕС. Наш ранок у цьому місті розпочався з невеличкої прогулянки річкою Дністер, яка на відмінну від звичного нам усім Псла є широкою та чистою, а відповідно дуже красивою ще й через те, що береги вкриті лісистю місцевістю.

Потім було Запоріжжя, Дніпро та нарешті Суми. 18 днів подорожі Україною.

Висновки. Україні дійсно є на що подивитися і це не лише музеї чи галереї. Виявляється є багато природних місць (ті ж Базальтові стовпи), історичні місця (наприклад, Культурно-археологічний центр Пересопниця), точки прокату туристичного спорядження, такого як SUP-дошки, каяки, катамарани тощо.

Завдяки подібним поїздкам з'являються нові ідеї щодо рекреаційних заходів, які можна організувати в нашому місті.

Список використаної літератури

1. Рекреація. URL: <http://surl.li/haugg>
2. Чотири сторони: походи єднають. URL: <https://pohod.org.ua/activities/rafting>
3. Кемпінг «Зелена Черепаха». URL: <https://migeya-rafting.camp/uk/>
4. British Canoeing. URL: <https://www.britishcanoeing.org.uk/>
5. Baydarka.zp.ua. Прокат каяків, байдарок, SUP. URL: <https://baydarka.zp.ua/uk/kayaks-rent-ua/>
6. Музей ракетних військ під Первомайськом. URL: <https://pohod.org.ua/blog/muzey-raketnyih-voysk>
7. Базальтове озеро. URL: <https://goldfishnet.in.ua/map/place-info/1088>
8. Музей бурштину. URL: <https://tamtour.com.ua/muzei-burshtynu>

ПОЗИЦІОНУВАННЯ СУМСЬКОГО РЕГІОНУ ЗАСОБАМИ ВИСОТНОГО АЛЬПІНІЗМУ

В даній статті розкрито сучасний стан представлення Сумської області на теренах України засобами висотного альпінізму та можливості і перспективи позиціонування Сумського регіону в площині міжнародного представлення України.

Ключові слова: альпінізм ,стендове скелелазіння ,альпіністи – висотники,успіх.

This article reveals the current state of representation of the Sumy region on the territory of Ukraine by means of high-altitude mountaineering and the possibilities and perspectives of positioning the Sumy region in the plane of international representation of Ukraine.

Key words: mountaineering, bench climbing, climbers - high-altitude climbers, success.

Постановка проблеми. На сьогодні Сумський регіон нашої держави представлений різними видами спорту та галузями ,в тому числі туристичною. Неодноразово здобутки та досягнення спортсменів висвітлювалися в засобах масової інформації та в мережі інтерент. Завдяки чому наша область позиціонувалась як спортивний край з великими перспективами розвитку тих чи інших видів спорту (біатлону ,боксу ,та ін.) ,що дало б подальший поштовх в розвитку як інфраструктури так і економічний поштовх розвитку регіону Неодноразово представники Сумської області брали участь та займали призові місця у Олімпійських іграх та інших змаганнях таких як Чемпіонати Європи, Чемпіонати Світу. Наразі досягнення альпіністів Сумського регіону не завжди високо оцінювались, та не в повній мірі використовувався потужний та великий потенціал даного виду спорту в представленні та позиціонуванні регіону та країни в цілому .Непроста політична й економічна ситуація, військові дії в країні звісно значно зменшили можливості та перспективи представлення регіону.

Аналіз останніх досліджень та публікацій показав що питанням досліджень в сфері альпінізму та представлення його як виду спорту за допомогою якого можлива його популяризація та більш широке висвітлення досягнень і здобутків, що допомогло б більш широко представляти регіон та країну на міжнародній арені присвячені роботи авторів: В.Д. Моногаров, П.П.Захаров, А.І.Мартинов, В.К.Симоненко, тощо

Метою написання донної статті є виявлення перспектив розвитку представлення регіону за допомогою скелелазіння та не олімпійського виду спорту а саме альпінізму.

Виклад основного матеріалу. На початку нашої роботи ми розглянемо сучасний стан альпінізму як виду спорту в Сумському регіоні та представлення Сумщини даним видом спорту в Україні .

Що ж таке Альпінізм та як він зародився і взагалі сформувався як вид спорту в регіоні де відсутні природній гірські масиви та скельні рельєфи? Альпінізм – специфічний вид людської діяльності. Його зміст не вичерпується тільки спортивними аспектами. Діапазон особистих і соціальних інтересів людини в горах надзвичайно широкий і своєрідний. Це, безумовно, накладає відбиток на всі сторони виховання альпіністів. В системі підготовки альпіністів, з її специфічною річний циклічністю і практичною відсутністю професійних тренерів-викладачів, вирішальну роль набувають низові осередки: секції та альпіністські клуби, які орієнтуються на конкретні місцеві умови і спираються як на власних інструкторів-громадських працівників, які мають спеціальну підготовку, так і на кваліфікованих спортсменів-членів колективу [3]. На сьогоднішній день на Сумщині працює Дитячий клуб туристів альпіністів при дитячому-юнацькому палаці молоді та функціонує Федерація Альпінізму та Скелелазіння Сумської області .Дитячий клуб має шестидесятирічну історію роботи та організації різних експедицій в різні гірські райони світу .Вихованці клубу неодноразово представляли регіон в міжнародних експедиціях та сходженнях [2]. Неодноразово і постійно на даний час проходять змагання зі стендового скалолазіння на тренажерах що дає змогу вести цілорічну підготовку спортсменів .Більш широке висвітлення цих подій на разі завжди позитивно впливає на представлення регіону .відкривало б перспективи для проведення міжнародних змагань зі скелелазіння таких як етапи кубку світу,підготовки спортсменів для участі в олімпійських іграх. З 2020 року скелелазіння стало олімпійським видом спорту. Постійно ведеться робота для можливості побудови сучасного скелелазного стенду на базі легкоатлетичного манежу з дотриманням всіх нормативних стандартів. Це б надало потужний економічний та соціальний розвиток регіону та популяризації Сумщини як одного з лідерів підготовки спортивного резерву та залучення молоді до

скелелазіння та альпінізму. Приклад закордонного досвіду показує що навіть в маленьких містах є скелелазні тренажери що дозволяє молоді вести більш здоровий образ життя .Також при клубі функціонує єдиний в Україні музей альпінізму де представлені унікальні експонати минулих та сучасних досягнень альпінізму .Більш широке висвітлення в засобах масової інформації тільки позитивно впливають на представлення Сумщини в Україні та приваблюють туристичний потік до регіону.

Вихованці Сумської федерації альпінізму та скелелазіння неодноразово приймали участь у міжнародних змаганнях та сходженнях в різних куточках світу. Географія досягнень сумських висотних альпіністів доволі широка .На теперішній час Сумський регіон був представлений майже на всіх континентах планети а саме: це Північна та Південна Америки, Африка, Азія, Європа. Сумськими альпіністам були проведені сходження на вищу точку Північної Америки а саме гору Мак-Кінлі висотою 6190 м., (майстер спорту Мітюхін Ф.П.)вищу точку Південної Америки на гору Аконкагуа висотою 6962м,(Мітюхін Ф.П.) вищу точку Африки Кіліманджаро 5895м.[4](Майстер спорту міжнародного класу Рошко В.І.)в 2010 році Сумські альпіністи -висотники в складі національної збірної команди України підкорили по надскладному маршруту шостої категорії складності г.Макалу ,Гімалаї висотою 8463 м.(Рошко В.І., Бублик С.Ю) в 2017 році експедиція сумчан підкорила п.Манаслу[1] ,Гімалаї висотою 8163 м . Також в арсеналі досягнень перше безкисневе сходження в альпійському стилі на пік Гашербрум II, гірська система Каракорум, висотою 8035м. Неодноразово проводилися успішні експедиції сумчан на Памір та Тянь-Шань. Серед досягнень підкорення семитисячникиів п.Абу Ібн Сіни 7134м п.Хан-Тенгрі 7010м(Сумцов О.І.)[5] п.Сомоні 7495м., п.Перемоги 7439м,п.Є.Коржиневської 7105 м. За ці сходження альпіністам присвоєне почесне не офіційне звання «сніговий барс». Варто зазначити що всюди команда висотників альпіністів завжди гідно представляла і представляє Сумщину та Україну в світі .Завдяки досягненням росте інтерес до регіону як до феномену де за відсутності природних складових вид спорту як висотний альпінізм, має значний успіх.

Не одноразово про досягнення сумських альпіністів писали видатні міжнародні видання а саме American alpine journal.

Посилання:

- <http://publications.americanalpineclub.org/articles/13201213616/Mamison-North-Face-Triangle-Direct>
- <http://publications.americanalpineclub.org/articles/13201213230/Chanchakhi-North-Face-First-Winter-Ascent>
- <http://publications.americanalpineclub.org/articles/12201133600/Makalu-Partial-New-Route-Southwest-Face-and-West-Pillar>
- <http://publications.americanalpineclub.org/articles/13201212551/It-kaya-3193m-southwest-face>
- <http://publications.americanalpineclub.org/articles/12200839100/Asia-Nepal-Upper-Dolpo-Mansiri-Manaslu-Himal-Himalchuli-from-the-North>

Тож наразі Сумський висотний альпінізм має плани та стратегію подальшого розвитку з представлення регіону Сумщини на міжнародній арені .В планах участь у міжнародних змаганнях, підготовка кадрів зі скелелазіння ,підготовка до експедиції регіону на вищу точку планети Еверест під прапором Сумщини

Висновки. В даній статті ми розглянули перспективи представлення регіону Сумщини та України в світі Проаналізувавши проблеми можна зробити наступні висновки :більш активно представляти область та висвітлювати більш широко події що проводить осередок. Звісно економічний стан в Країні вносить корективи, тож потрібно сучасно реагувати та своєчасно підлаштовуватися під динаміку подій .

Список використаних джерел

1. 4sport.ua - Всі новини спорту, календар та анонси подій. URL: https://4sport.ua/_upl/2/1512/otchyot_chm_2017_vys_kl_ukr-1_manaslu.pdf
2. Клуб туристів-альпіністів «Абалаковець» Сумського Палацу Дітей та Юнацтва. URL: <http://www.abalakovets.sumy.ua/>
3. Учбові Матеріали для студентів і школярів України. URL : <http://um.co.ua/2/2-5/2-56642.html>
4. Данкор Онлайн. URL : <http://dancor.sumy.ua/news/newsline/401216>
5. Ваш Шанс громадсько діловий тижневик. URL: <http://www.shans.com.ua/index.php?m=nr> HYPERLINK «<http://www.shans.com.ua/index.php?m=nr&id=83222&in=858>»& HYPERLINK «<http://www.shans.com.ua/index.php?m=nr&id=83222&in=858>»id=83222 HYPERLINK «<http://www.shans.com.ua/index.php?m=nr&id=83222&in=858>»& HYPERLINK «<http://www.shans.com.ua/index.php?m=nr&id=83222&in=858>»in=858

ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТУРИСТСЬКИХ ЛОКАЦІЙ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА ЗАСАДАХ ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ

Мета даної роботи полягає в оцінці можливостей Сумської області як перспективного напрямку для розвитку оздоровчого туризму. Згідно з результатами проведеного дослідження, природна краса та лікувальні джерела Сумщини створюють необхідні умови для розвитку цього виду туризму. Отримані результати дослідження можуть бути корисними для розробки стратегії розвитку оздоровчого туризму на території Сумської області.

Ключові слова: оздоровчий туризм, Сумська область, природні ресурси, лікувальні джерела, туристські маршрути.

The purpose of the work is to determine the potential and advantages of the Sumy region as a destination for visiting and developing health tourism. The results of the study indicate that the Sumy region has the potential for the development of health tourism due to its natural beauty and the availability of healing sources and may be useful for the development of a strategy for the development of health tourism in the Sumy region.

Key words: health tourism, Sumy region, natural resources, healing springs, tourist routes.

Метою роботи є визначення та аналіз туристських локацій Сумської області з огляду на їх потенціал для розвитку оздоровчого туризму, а також розробка пропозицій щодо їх позиціонування та просування на ринку оздоровчого туризму.

Виклад основного матеріалу. Природа та лікувальні джерела є одними з основних локацій для оздоровчого туризму в Сумській області.

Сумська область, розташована в лісостеповій зоні України, пропонує відпочинок різних видів, зокрема водний, завдяки розвинутій річковій мережі, озерам та ставкам. Також в області є численні парки та заповідники, які можуть зацікавити любителів активного відпочинку та спостереження за природою, такі як Михайлівська цілина, Шелехівське озеро, Деснянсько-Старогутський національний природний парк тощо.

Сумська область славиться своїми лікувальними джерелами, зокрема мінеральними водами та грязями. Одне з найбільших джерел мінеральних вод в Україні - «Охтирська мінеральна вода» знаходиться в місті Охтирка та має лікувальні властивості, що дозволяє використовувати її для профілактики та лікування ряду захворювань.

Дослідження проводилося за допомогою методів аналізу туристичної інфраструктури, конкурентоспроможності та потенціалу туристичних об'єктів Сумської області. Також були опитані туристи та мешканці області, щодо їхнього бачення переваг оздоровчого туризму в Сумській області. Відповідно до отриманих результатів, 35% туристів віддають перевагу оздоровчим турпакетам, що включають спа-процедури та йогу, тоді як 65% мешканців області схильні до спортивного туризму, наприклад, сплавів та велосипедних прогулянок.

Існує певний набір загальних вимог до організації лікувально-оздоровчих програм, які можуть бути досить різноманітними. При плануванні таких програм необхідно враховувати, що це призначено для тих, хто хоче відпочити і поліпшити своє здоров'я. При складанні програм перебування в санаторіях необхідно пам'ятати, що близько половини часу повинно бути приділено лікувально-оздоровчим процедурам. Таким чином, необхідно створити маркетинговий мікс санаторно-курортного продукту, що найкраще задовольняє потреби та бажання клієнтів під час оздоровчого відпочинку [2, с. 277].

Поява санаторно-курортних закладів відіграє важливу роль у здоров'ї населення, оскільки передчасне старіння та захворюваність поширюються серед дорослих, підлітків та дітей. Курорти мають доступ до природних лікувальних факторів, таких як мінеральні води та грязі, які задовольняють попит і сприяють розвитку курортів у різних країнах. Санаторно-курортне лікування є дієвим, оскільки пацієнти, які проходять курс лікування, повертаються до продуктивної праці у більшому обсязі та швидше, ніж ті, які лікуються у звичайних умовах.

Крім того, після курсу лікування та оздоровлення в санаторії рівень працездатності пацієнтів покращується. Санаторно-курортне лікування є ефективним в лікуванні інфаркту міокарда, порушень мозкового кровообігу та операцій на серці та великих судинах, тому що зменшує час тимчасової непрацездатності та інвалідизації та збільшує кількість пацієнтів, які повертаються до активного життя.

Розвиток туризму та культурного обміну між країнами відображається на вимогах до професійної компетентності працівників туристичних підприємств в галузі курортного бізнесу [3, с. 3].

Сьогодні діяльність, що пов'язана з відновленням духовних та фізичних сил людини, – рекреація та відпочинок – може мати в своїй основі не лише оздоровчо-лікувальний або спортивний сенс, а й бути направлена на пізнання чогось нового, ознайомлення з цікавими об'єктами як природнього, так і культурного середовища. І на мою думку, дана теза має право на існування, адже ні для кого не секрет, що зараз, для сучасної людини, поєднання відновлення фізичних сил з пізнанням нового (інтелектуального розвитку) набуває все ширшого розмаху. Більше того, проблеми рекреаційного використання природнього і культурного середовища людини (особливо історико-архітектурного) безпосередньо пов'язані з проблемами охорони унікальних природних комплексів, пам'яток історії і культури [4, с. 267].

В Сумській області, як і в більшості регіонів України, існують певні проблеми в галузі оздоровчого туризму [1, с. 31]. Найбільш поширені з них такі:

1. Недостатня розвиненість інфраструктури. Багато з локацій для оздоровчого туризму потребують покращення доріг, готелів, ресторанів та інших зручностей для туристів.
2. Низька кваліфікація персоналу. У більшості готелів і курортів персонал недостатньо підготовлений для роботи з туристами, що призводить до незадоволення туристів та зниження рівня обслуговування.
3. Відсутність маркетингових стратегій. Багато локацій для оздоровчого туризму в Сумській області не мають належної реклами та маркетингових стратегій, що ускладнює їх популяризацію та приваблення туристів.
4. Екологічні проблеми. Більшість локації для оздоровчого туризму погано збережені та потребують покращення екологічних умов для туристів.

Існує багато інформаційних технологій, які використовуються в оздоровчому туризмі і можуть вирішити проблему маркетингових стратегій [5, с. 149]. Ось декілька з них:

1. Веб-сайти та онлайн-бронювання: туристичні компанії та готелі використовують веб-сайти та онлайн-бронювання для забезпечення доступу до інформації про послуги та зручної системи бронювання.

2. Мобільні додатки: ці технології дозволяють туристам швидко і легко знайти інформацію про туристичні місця, послуги та події, а також забронювати та оплатити послуги безпосередньо з мобільного телефону.
3. Соціальні мережі: туристи можуть ділитися враженнями та рекомендаціями щодо туристичних місць через соціальні мережі, що допомагає залучати нових клієнтів та підвищувати свідомість про різноманітні туристичні можливості.
4. VR та AR: використання віртуальної та доповненої реальності дозволяє туристам побачити та дослідити туристичні місця з будь-якого місця, що забезпечує їм можливість вибору потрібних туристичних місць та подорожей.
5. Аналітика та Big Data: технології аналітики та Big Data дозволяють туристичним компаніям та готелям збирати та аналізувати великі обсяги даних, що допомагає їм розуміти потреби та побажання клієнтів, покращувати свої послуги та підвищувати їх ефективність.

Враховуючи вищевказане, можна зробити такі висновки:

1. Сумська область має великий потенціал для розвитку оздоровчого туризму, завдяки своїм природним, історичним та культурним ресурсам.
2. Для успішного позиціонування туристських локацій Сумської області на засадах оздоровчого туризму, необхідно розробити стратегію маркетингу та просування туристичних продуктів, а також вдосконалити інфраструктуру та послуги для туристів.
3. Найбільш привабливими локаціями для оздоровчого туризму в Сумській області є курортні зони з лікувальними джерелами та санаторії, екологічно чисті зони з мальовничими пейзажами та можливістю активного відпочинку, а також історичні та культурні пам'ятки.
4. Успішний розвиток оздоровчого туризму в Сумській області може сприяти підвищенню якості життя місцевого населення, створенню нових робочих місць та збільшенню доходів регіону в цілому.
5. Необхідно проводити систематичні дослідження та моніторинг розвитку оздоровчого туризму в Сумській області з метою вдосконалення стратегій та підвищення ефективності розроблених заходів.

Список використаних джерел

1. Стратегія регіонального розвитку Сумської області на 2021-2027 роки, С. 31-32. URL: gue.sm.gov.ua.
2. Брич В.Я. Організація туризму. Підручник. Тернопіль. ТНЕУ, 2017, С. 448.
3. Заваріка Г.М. Курортна справа. Навчальний посібник. Київ, Центр навчальної літератури, 2015, С. 119-129.
4. Полозенко Є. С. Туристичне використання історичної архітектури у міському середовищі України. Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених «Перспективи розвитку територій: теорія і практика». Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова 2018.С. 267-269 URL: https://science.kname.edu.ua/images/dok/konferentsii/_2018.pdf
5. Татаринцева А. С. Управління підприємствами туристичної сфери з використанням сучасних інформаційних технологій. Вісник Запорізького національного університету 2011. №1(9), С. 148-153. URL:https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2011/eo_2011_1/2011_1/148-153.pdf.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

<i>Андросов Євген Васильович</i>	Аспірант 1-го курсу спеціальності 051 Економіка Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Андросова Валентина Іванівна</i>	Методист відділу туризму, спорту та фізичного розвитку, керівник Народного музею історії альпінізму Сумського Палацу дітей та юнацтва, заступник голови Сумської обласної федерації спортивного туризму, член Ради стейкхолдерів спеціальності 242 Туризм СумДПУ імені А. С. Макаренка
<i>Балдич Аліна Сергіївна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Бєсєдін Владислав Володимирович</i>	Студент 3-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Бичко Анна Сергіївна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Богданова Ксенія Володимирівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Бойко Софія Романівна</i>	Студентка 3-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Воеводіна Олександра Андріївна</i>	Студентка 3-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Галушкіна Єлизавета Іванівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Гич Віта Русланівна</i>	Магістрантка 1-го року навчання спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Готько Дмитро Вікторович</i>	Студент 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Даньчишин Ангеліна Андріївна</i>	Здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» Львівського торговельно-економічного університету
<i>Докашенко Каміла Романівна</i>	Студентка 3-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Душка Вадим Євгенович</i>	Магістрант 1-го року навчання спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Дорофєєв Едуард Михайлович</i>	Студент 3-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

<i>Євтушенко Ярослав Васильович</i>	Викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Задорожна Вікторія Олегівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Зігунов Василь Миколайович</i>	Кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Зігунова Інна Сергіївна</i>	Кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Зігунов Роман Васильович</i>	Аспірант 3-го курсу спеціальності 051 Економіка Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Калашніков Дмитро Сергійович</i>	Магістрант 1-го року навчання спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Кеда Андрій Олександрович</i>	Магістрант 1-го року навчання спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Кіщук Аліна Русланівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Коваль Євгеній Юрійович</i>	Магістрант 1-го року навчання спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Ковган Анна Олександрівна</i>	Магістрантка 1-го року навчання спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Колісник Катерина Володимирівна</i>	Студентка 3-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Косик Вікторія Сергіївна</i>	Викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка
<i>Косяченко Фаїна Ігорівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Люлька Вадим Олександрович</i>	Магістрант 1-го року навчання спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Максак Яна Юріївна</i>	Студентка 3-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Мареха Ірина Сергіївна</i>	Кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

<i>Марусенко Інна Іванівна</i>	Магістрантка 1-го року навчання спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Мозгова Дар'я Ростиславівна</i>	Кандидат економічних наук, старший викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Натяганчук Євгеній Миколайович</i>	Магістрант 1-го року навчання спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Нужна Вероніка Андріївна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Нусейр Ясмін Мухаммед</i>	Магістрантка 1-го року навчання спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Овсієнко Діана Сергіївна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Олейніченко Вячеслав Дмитрович</i>	Магістрант 1-го року навчання спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка, керівник Центру Активного Відпочинку «Відчайдухи», м. Суми
<i>Осадченко Андрій Валерійович</i>	Магістрант 1-го року навчання спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Пасічник Валерія Олегівна</i>	Студентка 1-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Перетятко Дарина Юріївна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Расенко Юлія Вячеславівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Резунова Вікторія Олександрівна</i>	Магістрантка 1-го року навчання спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Рубашенко Лілія Сергіївна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Сумцов Олександр Іванович</i>	Магістрант 1-го року навчання спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Тарабан Сергій Геннадійович</i>	Магістрант 1-го року навчання спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Троян Марія Юріївна</i>	Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

<i>Турчиняк Марія Климентівна</i>	Кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Львівського торговельно-економічного університету
<i>Юркевич Олександр Андрійович</i>	Студент 3-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Яковенко Єлизавета Іванівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Яценко Борис Павлович</i>	Доктор географічних наук, професор, професор кафедри країнознавства і туризму географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Наукове видання

**ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ:
ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ**

Матеріали

V Міжнародної науково-практичної конференції

18–19 травня 2023 року, м. Суми

Комп'ютерна верстка *С.П. Цьома*

Підп. до друку 29.05.2023.

Формат 60x84/16. Гарнітура Cambria.

Папір офсетний. Друк офсетний. Ум. друк. арк. 10,46.

Ум. фарб.-відб. 10,46. Обл.-вид. арк. 9,59.

Тираж 100 пр. Вид. №53.

Видавець і виготовлювач:

ФОП Цьома С.П. 40002, м. Суми, вул. Роменська, 100.

Тел.: 066-293-34-29.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

серія ДК, № 5050 від 23.02.2016.