

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
IV Міжнародної науково-практичної конференції*

8–9 червня 2022 року, м. Суми

УДК 379.85
I-60

*Рекомендовано до друку Вченою радою Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
(протокол № 10 від 27 червня 2022 року)*

Редакційна колегія:

Лянной Ю. О. – доктор педагогічних наук, професор;
Кудріна О. Ю. – доктор економічних наук, професор;
Семеніхіна О. М. – доктор педагогічних наук, професор;
Лянной 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 IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Суми, 8 – 9 червня 2022). – Суми : ФОП Цьома С. П., 2022. – 124 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, 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, 2022
© СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2022
© ФОП Цьома С.П., 2022

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Вакал В. О., Зігунов В. М. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В СУЧАСНОМУ СВІТІ.....	6
Воєводіна О. А., Зігунов В. М. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ	10
Гиренко А. С., Зігунова І. С. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ.....	16
Готько Д. В., Мозгова Д. Р. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ В ТУРИСТИЧНІЙ ТА ГОТЕЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	22
Кіщук А. Р., Зігунова І. С. ІННОВАЦІЇ В ЕКСКУРСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	25
Миколаєнко К. І., Євтушенко Я. В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ	31
Переяслова Д. Г., Зігунова І. С. АВІАЦІЙНИЙ ТРАНСПОРТ У СТРУКТУРІ ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ	34
Савченко К. В., Євтушенко Я. В. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІШОХІДНОГО ТУРИЗМУ.....	39

РОЗДІЛ 2.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Бельмас К. І., Мозгова Д. Р. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	44
Заблодська О. В., Мозгова Д. Р. РОЗВИТОК КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ	50

Кагітіна А. І., Зігунова І. С. ЗНАЧЕННЯ ТУРИСТСЬКОГО ЕКОЛОГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	55
Калашніков Д. С., Зігунов В. М. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ШОСТКИНСЬКІЙ ГРОМАДІ.....	58
Кеда А.О., Зігунов В.М. ЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МИРОПІЛЬСЬКОЇ ГРОМАДИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ У СУМСЬКОМУ РАЙОНІ	62
Марусенко І. І., Зігунова І. С. ТЕНДЕНЦІЇ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ	65
Нікончук К. І., Зігунова І. С. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	70
Тищенко А. С., Зігунов В. М. ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	75

РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЕКОНОМІКИ ТУРИЗМУ

Безугла А. С., Мозгова Д. Р. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЕКСУКРІЙНОГО БІЗНЕСУ У СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ	81
Боднарєвська К. О., Троян М. Ю. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ТУРИЗМІ	86
Венедіктов В. Ю., Зігунова І. С. МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В СФЕРІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	91
Гринько Є. І., Троян М. Ю. ОПОДАТКУВАННЯ В ТУРИЗМІ	94
Діброва К. І., Троян М. Ю. КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК СКЛАДОВА ІНОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	102
Марченко, М. О. Троян М. Ю. КОН'ЮКТУРА ЦІН НА ТУР ПРОДУКТ У СВІТІ.....	107

Михайлик Ю. Ю., Мозгова Д. Р. АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ЗАГРОЗ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	112
Мяус А. О., Зігунов В. М. ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	115
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....	121

РОЗДІЛ 1

ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

В. О. Вакал, В. М. Зігунов

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

В статті розглядається сучасний стан розвитку інклюзивного туризму в світі. Установлено, що туризм для людей з інвалідністю є досить новим видом діяльності в Україні. Проаналізовано світовий досвід інклюзивного туризму на прикладі Ізраїлю, Словенії, Іспанії. Визначено заходи, щодо вирішення розвитку інклюзивного туризму в Україні.

Ключові слова: *інклюзивний туризм, інфраструктура, безбар'єрне середовище, інвалідність, інфраструктура.*

The article considers the current state of development of inclusive tourism in the world. It is established that tourism for people with disabilities is a fairly new activity in Ukraine. The world experience of inclusive tourism on the example of Israel, Slovenia, Spain is analyzed. Measures to address the development of inclusive tourism in Ukraine have been identified.

Keywords: *inclusive tourism, infrastructure, barrier-free environment, disability, infrastructure.*

Постановка проблеми. Ми завжди вибираємо найзручніший простір для себе, не важливо де – вдома, в офісі, у подорожі або під час зустрічі. Розуміння зручності часто є ключовим у виборі послуг або місць. Та не всі місця однаково доступні для всіх, і не лише з фінансового боку, а й з фізичного. У галузі туризму питання доступного простору таке ж актуальне, як і в будь-якій іншій.

Кожна людина в сучасному світі, незалежно від зовнішності, походження, стану здоров'я має право на вільне існування, рівні права, можливість навчатись,

брати участь у суспільному житті та вільно подорожувати своєю країною та світом. В усьому світі, за оцінками ВООЗ, налічується більше одного мільярда людей з обмеженими можливостями.

Мета роботи. Розкрити реальний стан інклюзивного туризму в світі та в Україні.

Виклад основного матеріалу. Інклюзія – це процес реального включення осіб з особливими потребами в активне суспільне життя.

Інклюзивний туризм означає, що кожна людина, яка вирішила мандрувати має вільно користуватися туристичними послугами. Головний принцип інклюзивного туризму – враховувати особливі потреби тих категорій людей, які їх потребують:

- доступність і зручність міст;
- сервіс з додатковими послугам

Всесвітня організація охорони здоров'я налічує 785 млн. дорослих людей з обмеженими можливостями [2]. Це люди, які всім серцем бажають бути вільними не тільки у своїх думках, а й у реальному часі. Вони потребують постійної людської допомоги та допомоги на рівні держави. Актуальною проблемою в туристичній галузі наразі є розвиток інклюзивного туризму.

Великобританія – держава, яка стала яскравим прикладом по впровадженню інклюзивного туризму. В країні працює окремий спеціалізований туроператор Tourismforall [6], в музеях проводять спеціальні екскурсії, транспорт облаштовують для людей з обмеженими можливостями. Готелі, виставкові центри, крамниці, ресторани, історичні пам'ятки стають загальнодоступними для всіх категорій людей.

В країні працює сайт, який радить створити свій індивідуальний туристичний маршрут згідно до своїх потреб та захоплень. Зрозуміла та доступна інформація розташована

на сайті, а також необхідні поради для замовлення необхідної екскурсії, вибору та бронювання готелю, розробка мапи пересування [6].

Вже кілька останніх років, Словенія багато уваги надає удосконаленню безбар'єрності туристичної інфраструктури: створені окремі місця для паркінгу біля визначних історичних пам'яток, екологічні стежки, пандуси та просторі підйомачі для зручного доступу в міські галереї, музеї та зоопарк, побудовані тротуари спеціальної конфігурації, багато банкоматів для більш зручного доступу людей з вадами зору, що використовують шрифт Брайля [3].

Доступність Ізраїлю для людей з особливими можливостями починається в міжнародному аеропорту BenGurion [4]. Кожен турист в інвалідному візку отримує особистий супровід, під час виходу з терміналу, передбачені спеціальні митні коридори та віконце паспортного контролю. В будівлі є підйомники для візочків та спеціально облаштовані санітарні кімнати з поручнями.

Скеля з легендарною-історичною фортецею – Масада – стала «безбар'єрною» для людей з обмеженнями аж до самої вершини. Частина цього найважливішого туристичного об'єкта була облаштована так, щоб ті, хто страждають розладом зору, могли сприймати стародавні камені на дотик.

На морських пляжах розташовані спеціально обладнані просторі роздягальні та душові кабінки, туалети, тераси з навісами і зручними під'їздами та спусками до моря. Для купання існують спеціальні коляски для води. [3].

Рада з туризму Іспанії велику увагу приділяє інклюзивному туризму. Центральні вулиці міст обладнані рампами. Кожна нова станція метро має спеціальне обладнання для людей з обмеженими можливостями. Створений спеціальний інформаційний сайт «Доступний туризм», що містить всі відомості про відповідні поїздки в Каталонію. Постійно

зростає число мов, на яких працює сайт. Зараз їх шість: каталонська, іспанська, англійська, французька, італійська та німецька [3].

В Україні лише починає розвиватися інклюзивний туризм, про що свідчать окремі об'єкти інфраструктури.

У залізничного перевізника ПАТ «Укрзалізниця» в наявності є спеціальні вагони-купе з місцями для людей на візках. У таких вагонах 20 спальних місць та два місця для людини з інвалідністю і супроводжуючого, спеціально облаштований санвузол. Готелі категорій 4-5* обов'язково мають принаймні один номер та доступну інфраструктуру готелю для людей з обмеженими можливостями.

В Стратегії розвитку туризму і курортів на 2017-2026 рр. передбачено забезпечення доступності об'єктів туристичної інфраструктури в Україні для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення [5].

Корисним для України стане досвід сусідньої Польщі, яка за короткий проміжок часу зробила все для покращення доступності, а Варшава отримала статус кращого міста по доступності за версією щорічної премії Access CityAward – 2020 [1].

Для повноцінного розвитку інклюзивного туризму в Україні необхідно видозмінювати та вдосконалювати інфраструктуру, розвивати волонтерський рух. Створювати безбар'єрне середовище та доступність інфраструктури. Для туристів з обмеженими можливостями мають бути доступними об'єкти культури, музеї, театри, архітектурні та історичні пам'ятки, громадські установи, заклади громадського харчування, готелі.

Створити спеціальний сайт про інклюзивний туризм, де можна обрати пам'ятки, доступні при різній формі обмежень у туристів, дізнатися подробиці функціонування транспорту, знайти готель з доступною інфраструктурою, замовити тур по маршруту, доступному для інвалідного візка.

Висновок. Світовий досвід показує, що туристи з обмеженими фізичними можливостями займають важливий сегмент туристичного ринку. Туризм для людей з інвалідністю є необхідним видом туризму у кожній країні. Це один з тих видів туризму який розвивається.

Створення «доступного середовища», розробка екскурсійних маршрутів, з урахуванням їх доступності, дозволить створити рівні умови для подорожей людей з обмеженими можливостями, що буде сприяти їх реабілітації та соціалізації, а також дозволить брати повноцінну участь в житті суспільства.

Список використаних джерел

1. Access CityAward 2020. URL: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=1141&eventsId=1442&furtherEvents=yes> (дата звернення 23.01.2020 р.).
2. 2.Международная статистика инвалидности, 2016. URL: http://specialbank.ru/2016/12/23/stats_world.
3. Международный опыт организации туризма для людей с ограниченными возможностями. URL: <https://studbooks.net/>
4. 4.IsraelAirports. URL: <https://www.iaa.gov.il/enHUS/airports/bengurion/Pages/default.aspx> (дата звернення 06.04.2020 р.)
5. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Офіційний сайт Кабінету міністрів України.ті
6. TourismforAll. URL: <https://www.tourismforall.co.uk> (дата звернення 06.04.2020 р.)

О. А. Воєводіна, В. М. Зігунов

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ

У статті розкрито актуальні проблеми вітчизняної туристичної галузі та визначено напрямки розвитку туризму. Запропоновано методичний підхід до визначення перспективного обсягу туристичних перевезень. Під час дослідження було проаналізовано динаміку розвитку туристичної галузі, що дозволило визначити основні проблеми галузі та сформулювати перспективні

напрямки удосконалення регіональної стратегії розвитку туризму в регіоні.

Ключові слова: туризм, залізничний туризм, регіон, туристична діяльність, стратегія розвитку.

The article reveals the current problems of the domestic tourism industry and identifies areas for tourism development. A methodical approach to determining the prospective volume of tourist transportation is proposed. During the study, the dynamics of development of the tourism industry was analyzed, which allowed to identify the main problems of the industry and to form promising areas for improvement of the regional strategy for tourism development in the region.

Key words: tourism, railway tourism, region, tourist activity, development strategy.

Постановка проблеми. За останні роки індустрія туризму стала важливим соціальним і політичним явищем, що впливає на економіку багатьох розвинених країн. Сучасний туризм, безсумнівно, інтегрує майже всі галузі. Щорічно у світі здійснюється майже мільярд туристичних поїздок. Безумовно, туризм є однією з найбільш прибуткових галузей. Туризм становить до 10% загального ВВП ЄС. У розвинених країнах світу туризм сприяє соціально-економічному розвитку країн. За оцінками СОТ, кількість мандрівників зростає до 1,6 млрд на рік протягом наступних п'яти років, причому внутрішній туризм найбільше розвиватиметься в Китаї, США та Франції. Очікується, що щоденні витрати туристів, без урахування авіаквитків, зростуть приблизно до 5 мільярдів доларів на день. Не буде стояти на місці і іноземний туризм. Найбільші потоки туристів очікуються зі США, Японії, Китаю та Німеччини. На жаль, як бачимо, Україна не фігурує в цих оптимістичних списках. Україна зможе залучити інвестиції лише за умови комплексного розвитку туристичної інфраструктури та розвитку існуючих транспортних систем та будівництва нових об'єктів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемами розвитку туризму займалися такі вчені, як: Г. Бак,

Ю. Бараш, Л. Богуш, В. Данильчук, О. Кальченко, В. Кифяк, В. Цибух, І. Школа та інші. Кожен з них вніс свій істотний вклад у дослідження щодо перспектив розвитку туризму в нашій країні, але й досі наша держава, не дивлячись на багатий природний та історико-культурний потенціал, використовує його лише на третину. Згідно зі статистичними даними, у сфері подорожей і туризму Україна посідає 78-е місце серед усіх країн світу.

Формулювання мети. Метою статті є виявлення актуальних проблем вітчизняної туристичної галузі та визначення напрямів державної політики щодо розвитку туризму, визначення перспектив щодо розвитку туристичної індустрії, а також визначення методичного підходу щодо визначення перспективного обсягу туристів, які можуть користуватися залізничними перевезеннями.

Виклад основного матеріалу. Через складну політичну та економічну ситуацію в країні розвиток туристичної галузі дуже слабкий. Для вдосконалення необхідно розробити грамотну інформаційну політику, спрямовану на створення позитивного іміджу країни серед туристів.

Туристичні залізничні маршрути є невід'ємною частиною туристичного бізнесу більшості європейських країн і США. Це свідчить про успішність та великий стратегічний потенціал розвитку цього виду дозвілєвої діяльності [5].

До переваг залізничного туризму можна віднести можливість використання наявної інфраструктури та рухомого складу. Метою розвитку залізничного туризму є: підвищення прибутковості залізниці; Забезпечення потреб пасажирів у рухомому складі; Розвиток комплексної послуги на залізничному транспорті.

Україна не має розвиненої туристичної галузі як такої. Різноманітністю туристичних послуг насамперед можуть похвалитися міста-мільйонери, міста з визнаними

рекреаційно-туристичними зонами, а також деякі історико-культурні центри.

У більшості регіонів України розвитку туризму приділяється занадто мало уваги, що пов'язано з уже сформованою історичною спеціалізацією цих регіонів.

Неоднорідність розвитку туризму в регіонах України незаперечна. Завдяки багатому природному потенціалу загальновизнаними туристичними центрами залишаються Львівська, Івано-Франківська, Одеська, Херсонська, Київська та Закарпатська області.

Індустрія туризму – це група підприємств матеріального виробництва та невиробничої сфери, що забезпечують виробництво, розподіл, обмін і споживання туристичних послуг, розвиток і використання туристичних ресурсів, а також створення матеріальної бази туризму. Загальновизнаними суб'єктами туристичної галузі є безпосередньо туристичні підприємства та фірми, заклади розміщення, рекламні та туристичні установи, асоціації та державні (у тому числі регіональні) органи, що здійснюють регулювання розвитку туризму [4].

Аналіз стану внутрішнього туристичного ринку показує, що розвиток туризму в Україні знаходиться на початковій стадії. Вирішення цих проблем потребує сильної державної підтримки. Перш за все, мають бути створені належні рамкові умови для роботи туристичних компаній, установ та організацій. Необхідно розробити та впровадити передові методи та стандарти туристичних послуг; необхідно запропонувати вигідні умови для малих і середніх підприємців; підвищення ефективності використання дозвілєвих ресурсів та об'єктів культурної спадщини; зміцнити матеріально-технічну базу туризму.

Рішенням Кабінету Міністрів України затверджено Програму розвитку туризму в Україні на період до 2020 року, основною метою якої є створення на міжнародному

ринку конкурентоспроможного національного туристичного продукту, здатного задовольнити туристичні потреби спадщини населення [1].

Основою економіки туризму є насамперед туристична інфраструктура та туристичні послуги. Сучасний стан інфра-структури не задовольняє ні внутрішніх, ні іноземних туристів, а якість послуг робить сучасні туристичні продукти неконкурентоспроможними. Незадовільний стан дорожнього покриття, слабкий розвиток єдиної транспортної мережі, відсутність інформаційної бази – все це характеризує сучасний стан транспортної інфраструктури більшості зон відпочинку.

Важливими факторами, які надалі впливатимуть на розвиток туристичного ринку, є: демографічні зміни, матеріальний та соціальний статус населення, рівень освіти, тривалість відпустки, зайнятість та багато інших факторів.

Поступове збільшення чисельності працівників, підвищення доходів на члена сім'ї, підвищення рівня освіти дозволить розширити такі сегменти туристичного ринку, як відпочинок та відпочинок, відвідування тематичних парків та культурних заходів, відрядження, короткі поїздки та поїздки вихідного дня тощо [3].

Розвиток туризму в Україні створить додаткові робочі місця, поповнить валютні резерви, відновить занедбану інфраструктуру, зміцнить авторитет у світовому співтоваристві.

Ефективність управління туризмом можна розглядати у двох напрямках: економічному та соціальному. Найважливішими і найпростішими є розрахунки частоти подорожей та інтенсивності подорожей. Запропоновану Ю. І. Блохіним модель можна прийняти як загальну концепцію соціально-економічної оцінки розвитку туризму для великого туристичного центру чи регіону. З точки зору економіки міста та всієї області, туризм можна

вважати однією з його галузей. При цьому слід провести порівняльну оцінку ефективності різних варіантів розвитку туризму з урахуванням впливу цієї галузі на функціонування інших галузей. Критерієм оптимуму можна вважати прибуток, який отримує соціально-економічна сфера регіону від туристичної діяльності. Загалом цей прибуток відповідає сумі доходу від в'їзного та виїзного туризму мінус витрати, які несе економіка регіону на розвиток туризму. Цей прибуток – це та частина прибутку галузі, яка доступна для регіону і витрачається за межами самої галузі (тобто не враховується частина прибутку, яка витрачається на розширене відтворення індустрії туризму) [2].

Висновки. Сучасні проблеми, з якими стикається вітчизняна туристична галузь, включають: складність ведення туристичного бізнесу; Відсутність позитивної інформації як на національній, так і на міжнародній інформаційній арені; недостатній розвиток готельного господарства; Занедбаність пам'яток історії та культури.

Світовий досвід свідчить, що розвиток туризму сьогодні не завжди залежить від історично зрослого природно-рекреаційного потенціалу регіону та туристичної інфраструктури. Нині завдяки цілеспрямованому впливу та управлінню практично кожен регіон може розвинути свій туристичний потенціал і стати туристичною привабливістю. Практичний досвід показує, що розвиток туризму в регіоні можна контролювати і штучно створювати туристичні об'єкти. Тобто регіональний туризм можна розглядати як продукт, яким можна керувати в умовах ринкової економіки за допомогою маркетингових інструментів та останніх наукових досягнень регіонального менеджменту.

Для розвитку туризму основними напрямками державної політики мають бути: збереження туристичних

ресурсів; удосконалення нормативно-правової бази; Створення економічних умов для стимулювання розвитку туризму; Надання пільг на організацію туристичних робіт; залучення інвестицій у розвиток туристичної галузі; сприяння конкуренції; забезпечення безпеки туристів; підтримка науковців; Участь у міжнародних програмах розвитку туризму.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. №325/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/anot/324/95-%D0%B2%D1%80>.
2. Бак Г. Впровадження інновацій у сфері туризму *Наукові записки*. 2010. №2. С. 48 – 56.
3. Данильчук В. Ф. Розвиток ринку туристичних послуг в умовах промислових регіонів України *Вісник ДІТБ*. 2011. №15. С. 283–290.
4. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні *Зелена Буковина*. 2003. С. 312.
5. Абрамов В. В. Історія туризму *ХНАМГ*. 2010. С. 294.

А. С. Гиренко, І. С. Зігунова
*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ

У статті проаналізовано розвиток релігійного туризму в Україні. Висвітлено питання про стан релігійного туризму на Сумщині. Розглянуто перспективи даного виду туризму в Сумській області.

Ключові слова: *релігійний туризм, перспектива, релігійний туризм в Сумській області.*

The article analyzes the main directions of religious tourism in Ukraine. The issue of the state of religious tourism in Sumy region is covered. Prospects of this type of tourism in Sumy region are considered.

Key words: *religious tourism, perspective, religious tourism in Sumy region.*

Постановка проблеми. У наш час туризм в Україні набуває все більшої популярності, в тому числі – релігійний. Історично саме з релігійного туризму розпочалися

туристичні подорожі у світі. Це стало першим етапом розвитку світових релігій. Релігійний туризм відіграє беззаперечну функцію у формуванні будь-якої етнічної культури. Він залишає свій відбиток на морально-етичних нормах, правилах людства, породжує її взаємозв'язок із навколишнім світом.

Мета – охарактеризувати стан та перспективи релігійного туризму в Сумській області.

Завдання:

- 1) Проаналізувати розвиток релігійного туризму в Україні.
- 2) Вивчити стан релігійного туризму на Сумщині.
- 3) Розглянути перспективи релігійного туризму в Сумській області.

Релігійний туризм почав розвиватися ще з кінця XI століття, і в наш користується неабияким попитом. Перші паломницькі святині були зосереджені в Європі, зокрема Франції, Греції, Італії, Росії, Сербії, а також в Азії – Ізраїлі, Йорданії, Туреччині тощо. Україна також прославилася своїми святинями. Найважливішими об'єктами є монастирі, церкви та храми, чудотворні ікони, мощі святих та інші релігійні цінності, які притягують до себе туристів та паломників, в тому числі – іноземних[4].

Сучасний релігійний туризм виділяє два напрямки:

- 1) *релігійний*, який передбачає відвідання святих місць з екскурсійною метою;
- 2) *паломницький*, пов'язаний, насамперед, з релігійною метою.

Релігійний туризм відіграє важливе значення в галузі туризму. Постійно зростає кількість паломницьких міст, духовних центрів, що завжди приваблює велику кількість туристів.

Наша країна має тисячолітні звичаї, тому наш народ поважає релігію і безпосередньо здійснює паломницькі тури. Якщо вважати, що віряни подорожують тільки з

релігійними цілями, то їх потік становить близько 20%. Звісно це малий відсоток, але в Україні з кожним роком розширюється як релігійний потік туристів, так і тур агенцій, що організовують такі тури[3]. Щоб розробити паломницький тур потрібно розробити концепцію та врахувати такі складові: релігійні об'єкти, харчування, транспорт та розміщення. Також в таких поїздках потрібно узгодити всі нюанси (дізнатися, чи можна відвідувати конкретні релігійні об'єкти, чи можна жінкам відвідувати чоловічий монастир або навпаки).

На українському туристичному ринку є туристичні фірми та агенції, які спеціалізуються в наданні послуг у сфері релігійного туризму для прочан. Їх нараховується близько 130 агенств, які включають не тільки територію України, а й країн Близького Сходу та Європи. Споживачами даного туристського продукту є віруючі люди, яких цікавить конкретний вид релігії. Достатній відсоток складає молодь, яка їздить у короткострокові екскурсії з різних шкіл, коледжів, а також православних гімназій. За статистичними даними 2015 року у Київ прибуло близько 600 тисяч віруючих, Львів – 700 тисяч, Почаїв – близько 500 тисяч, Святогірськ – не більше 100 тисяч[1].

Основними причинами, що заважають розвивати релігійний туризм є:

- недостатньо розроблена комплексна програма розвитку релігійного туризму;
- недосконала система управління релігійним туризмом;
- нерозвинена туристична інфраструктура;
- відсутня маркетингова реклама;
- неналежні санітарні умови в місцях здійснення паломництва.

Загалом кожна церква підтримує релігійний туризм, а держава, в свою чергу, охороняє історичні об'єкти, оновлює

туристську інфраструктуру (ремонт доріг, побудова нових закладів харчування та розміщення). Беруть участь у підтримці релігійного туризму й різні благодійні фонди, які виділяють кошти на розвиток даного виду туризму.

В Україні налічують близько 7097 релігійних організацій, що входять до організації Православної церкви України. Серед них триста православних монастирів, три з яких отримали статус лаври світового рівня. Це Києво-Печерська лавра у м. Київ, Почаївська лавра у м. Тернопіль, Святогірська у м. Донецьк. Найвідомішими релігійно-паломницькими центрами в Україні є: Софіївський собор (м. Київ), собор Зарваницької Матері Божої (Тернопільська область), Свято-Успенська Унівська лавра (Львівщина), собор Святого Юра (Львів), Костел Петра і Павла (Луцьк), Спасо-Преображенський собор (Суми), Михайлівський Золотоверхий собор (м. Київ), Андріївська церква (м. Київ), Трьоханастасіївський собор (м. Глухів), Благовіщенський собор (м. Харків) та інші[2].

Хоч в Україні і зустрічаються різні види конфесій (католицькі, мусульманські, іудейські, протестантські, буддистські), вона була, є і буде християнським паломницьким центром, адже на її території відбулося хрещення Русі. Таким чином він викликає зацікавленість не лише у віруючих людей, а й в інших прошарок суспільства.

Сумська область має великий туристський потенціал, до якого відноситься і релігійний туризм. На її території знаходяться монастирі, церкви різних конфесій, чудотворні ікони та інші церковні реліквії, які приваблюють туристів. Найбільшу кількість визначних об'єктів має м. Суми. Серед них:

- 1) католицизм – костел Благовіщення Пресвятої Діви Марії (м. Суми);
- 2) православ'я – Воскресенська церква, Свято-Троїцький собор, Спасо-Преображенський собор, Іллінська церква,

Пантелеймонівська церква, Петропавлівська церква, церква Різдва Іоанна Предтечі, храм Благовірного Князя Георгія, церква Святої мучениці Валентини;

3) протестантизм – «Світло Євангелія»;

4) іслам – мечеть «Барякат»[6].

На території Сумської області знаходиться дев'ять монастирів, найвідомішим з яких є православний Молчанський монастир, що розташований в м. Путивль Сумської області. Він є найвизначнішою пам'яткою Сумської області. Перші згадки про монастир датуються XVI століттям, хоча він міг бути побудований і раніше. Сьогодні Молчанський монастир є релігійним місцем світового паломництва, адже кожен хоче приклонитися до ікони Пресвятої Богородиці «Молчанська» (Софронієвська).

Глинська Пустинь Різдва Пресвятої Богородиці – православний чоловічий монастир в с. Соснівка Глухівського району Сумської області. Це місце вважають чудотворним, адже там побачили сяючий образ Богоматері, де невдовзі з'явилося цілюще джерело. В монастирі знаходиться Глинський Нерукотворний Образ Спасителя, ікона Різдва Пресвятої Богородиці «Пустинно-Глинська» та мощі Глинських старців. Цей монастир приваблює туристів та вірян не тільки з України, а й усього світу.

Софроніївський монастир – чоловічий монастир, що знаходиться в с. Нова Слобода на горі Чудна Путивльського району Сумської області. Туристи й віруючі люди їдуть до нього, щоб помолитися в каплиці Божої Матері та відвідати печерні ходи, які були прокладені ще в XIII-XIV столітті.

Славиться Сумщина й церквами, які знаходяться в містах з тисячолітньою історією – Ромнах, Глухові та Путивлі. Найбільшою та найпопулярнішою є Трьоханастасіївська церква в м. Глухів. Вона виконана в неовізантійському стилі, і нагадує Володимирівський собор в м. Київ. В церкві зберігаються такі святині як ікона

Богородиці «Ігумена Святої гори Афон», ікона Великомученика і цілителя Пантелеймона, написані на горі Афон та інші чудотворні ікони, які приваблюють туристів[5].

Таким чином, можна сказати, що наша держава має багату культурну

духовну та історичну спадщину, зокрема в релігійному туризмі. Останнім часом зростає зацікавленість на паломницькі тури серед різних груп населення. Україна – багатоконфесійна країна. В державі нараховується приблизно 70 різних релігійних напрямків. Саме це дає можливість створити вигідні умови для розвитку не лише внутрішнього, а й міжнародного паломницького туризму в Україні.

Щоб релігійний туризм вийшов на новий рівень розвитку, і приносив дохід в економіку нашої держави необхідно виконати наступні завдання:

- 1) здійснити реконструкцію туристичних об'єктів;
- 2) створити маркетинговий хід у сфері туристичного бізнесу;
- 3) раціонально використовувати природний та історико-культурний потенціал держави;
- 4) розробити ефективний план ефективного регулювання розвитку релігійного туризму;
- 5) підготувати кваліфікованих працівників у сфері туризму;
- 6) залучити інвесторів для фінансової підтримки розвитку релігійного туризму;
- 7) співпрацювати з іноземними організаціями для залучення туристів.

Висновки. Отже, релігійний туризм – туризм, пов'язаний з регулярним відвідуванням релігійних та святих місць віруючих людей. Він посідає важливе місце серед інших видів туризму – екстремального, екскурсійного, екологічного та інших. Різні паломницькі подорожі формують духовний світ людини, відіграють виховну, естетичну та культурну функції.

Якщо об'єднати тур агенції, які класифікуються на паломницьких турах, залучити державні інвестиції, то можна відродити релігійні об'єкти на яких базуються подорожі, привабити туристів з усього світу та підняти економіку нашої країни.

Список використаних джерел

1. Божук Т. Релігійний туризм: становлення і функціонування. Географія і туризм: європейський досвід. 2009.
2. Дуткіна О. П. Релігійне паломництво як перспективний вид туризму. Туристичні ресурси України. 1996.
3. Ковальчук А. С. Релігійний туризм в Україні : проблеми і перспективи розвитку. 2000.
4. Любіцева О. О. Напрямки розвитку релігійного туризму в Україні. 2004.
5. Маїло Я. В. Проблеми розвитку релігійного туризму в Україні. 2000.
6. Романчик С. П. Паломництво українців у Святу Землю. Історико-географічний нарис. 2000.

Д. В. Готько, Д. Р. Мозгова
*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ В ТУРИСТИЧНІЙ ТА ГОТЕЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті розглянуто основні завдання по забезпеченню безпеки в туристичній та готельній діяльності. Розкриті зобов'язання суб'єктів туристичної діяльності задля забезпечення безпеки туртстів. Дана характеристика поняттю безпека.

Ключові слова: безпека, готельний бізнес, аналіз, туризм, стабільність.

The article considers the main tasks to ensure safety in tourism and hotel activities. The obligations of tourism entities to ensure the safety of tourists are disclosed. This characteristic is given to the concept of security.

Key words: security, hotel business, analysis, tourism, stability.

Постановка проблеми. Рівень розвитку забезпечення безпеки в готельних підприємствах повинен підвищуватися задля розвитку галузі туризму.

Мета: зробити аналіз забезпечення безпеки в туристичній та готельній діяльності.

Виклад основного матеріалу. Система безпеки будь-якого готелю не тільки є умовою його функціонування з точки зору протидії потенційним загрозам клієнтів та персоналу, але розглядається як фактор, який утворює імідж [2]. Підхід до побудови окремих елементів комплексної системи безпеки готелю з точки зору формування його іміджу обумовлює той факт, що 67 % опитаних міжнародних туристів на перше місце при виборі місця тимчасового розміщування ставлять його безпеку. Саме це спонукає сучасні готельні підприємства не тільки застосовувати передові методи, засоби та підходи в системі безпеки (різні системи сигналізації, контролю та управління доступом, відео спостереження, інформаційної безпеки, тощо), а й рекламувати їх як власні конкурентні переваги [1].

Система обслуговування готелю повинна бути побудована і фінансово обладнана таким чином, щоб ключі на стійці реєстрації були недоступні стороннім, особливо коли там нікого немає. Консьєрж, персонал стійки реєстрації та розміщення повинні бути навчені контролювати вхід і вихід з будівлі готелю. Також допоможуть додаткові засоби захисту дверей (внутрішні замки, очі). Зовнішнє освітлення парковок, входів і виходів, внутрішнє освітлення коридорів і громадських місць відіграють важливу роль у забезпеченні безпеки. Також важливо передбачити сейфи або на стійці реєстрації, або в кожному номері для зберігання цінностей і грошей клієнтів. І, звичайно ж, номер повинен мати відповідну страховку [3].

Основними завданнями системи безпеки готельного бізнесу є наступні:

- захист життя і здоров'я гостей, інших відвідувачів і персоналу готелю;
- захист особистої власності гостей;

- забезпечення конфіденційності персональних даних та недоторканності приватного життя гостей готелю;
- попередження кримінальних правопорушень, терористичних загроз, чіткий план дій при їх виникненні;
- захист майна та матеріальних цінностей готелю;
- запобігання конфліктних ситуацій, з метою мінімізації ризиків загрози репутації готелю і фінансових втрат;
- забезпечення безпеки і безперебійного функціонування інженерних, технічних і комунікаційних систем, що забезпечують функціонування готелю [4].

Поняття «безпека» тісно пов'язане з різними видами втрат, з можливими шкідливими наслідками і аваріями. Основний вид втрат – втрата здоров'я, життя і матеріального майна персоналу та туристів. Не менш важлива і екологічна шкода – незворотні зміни в екосистемах, втрати цінних видів живої природи внаслідок недбалого поводження з природою тощо.

Висновки. Отже, безпека туризму є одною із найважливіших факторів для забезпечення надання туристичних послуг. Кожна країна має створювати нормативні документи з безпеки туризму та регулювати їх для нормального забезпечення безпечних умов мандрівок та стимулювання туристичного розвитку країни.

Список використаних джерел

1. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. URL: http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_11.htm.
2. Козинець В. Безпека у сфері туризму. Навчальний посібник. В. Козинець, Київський ун-т туризму, економіки і права. Кондор, 2006. 575 с.
3. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг. М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. 2008. 425 с.
4. Маринин М. М. Безопасность в туризме М. М. Маринин. М. 2002. 139 с.

ІННОВАЦІЇ В ЕКСКУРСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У цій статті розглянуто явище інновації в екскурсійній діяльності, головні тенденції у використанні нових методів та прийомів проведення екскурсій з огляду на сучасні реалії, окреслені основні інновації у цій туристичній галузі. Зокрема, у роботі розглянуті 3D, віртуальні та онлайн екскурсії як приклад адаптації екскурсійної діяльності до умов діджиталізації усіх сфер діяльності людини, а також досліджені такі інновації, як GPS технології, QR-коди, мобільні додатки, ГІС-технології, які використовуються у сучасних екскурсіях.

Ключові слова: *інновації, екскурсії, екскурсійна діяльність, онлайн та віртуальні екскурсії.*

This article examines the phenomenon of innovation in tour activity, the main trends in the use of new methods and techniques of conducting tours in view of modern realities, outlines the main innovations in this tourism industry. In particular, the work considers 3D, virtual and online tours as an example of the adaptation of tour activities to the conditions of digitization of all spheres of human activity, as well as researches such innovations as GPS technologies, QR codes, mobile applications, GIS technologies used in modern tours.

Keywords: *innovations, tours, tour activity, online and virtual excursions.*

Мета роботи – охарактеризувати інновації в екскурсійній діяльності.

Виклад основного матеріалу. Екскурсійна діяльність є однією із основних сучасних туристичних продуктів, який постійно розвивається та ускладнюється. Про це свідчать щорічна участь в екскурсіях півмільярда людей по всьому світу; десятки тисяч екскурсійних тем; багатотисячний штат екскурсіводів; тисячі організацій, які активно ведуть екскурсійну роботу; розвиток теорії та методики екскурсійної справи [5, с. 220]. Практично всі види туризму обов'язково передбачають у своїх програмах екскурсії – ботанічні, навчальні, екологічні, споглядальні, релігійні та ін.

З початку 2000-х рр. попит на традиційні автобусні та пішохідні оглядові екскурсії поступово знизився. На це вплинула зміна темпу міського життя, постійна інформаційна перенасиченість. Починаючи 2019 р. безпрецедентна для ХХІ ст. пандемія коронавірусної інфекції практично «паралізувала» туристичну галузь у більшості країн світу, що призвело до активного залучення дистанційних форм туристичної діяльності, у тому числі й онлайн екскурсій.

Все це сприяє підвищенню попиту на інноваційні підходи в організації екскурсійної діяльності. Окрім того, що інновації в екскурсійній діяльності дозволяють туризму відповідати викликам і вимогам часу, вони також сприяють створенню конкурентного середовища, просуванню послуг на туристичному ринку. Інновації в екскурсійній діяльності дають перевагу однієї екскурсії над іншою, що сприяє успішному просуванню на ринку [2, с. 832].

В екскурсійній діяльності інновації є маршрутами та екскурсійними розробками, новими як за тематикою, так і за якістю. При цьому інноваційною може бути не лише абсолютно нова екскурсія, а й окремі її елементи [3, с. 166]. В екскурсійній справі, як і у сфері туризму в цілому, застосування інноваційних технологій має на меті створення нового або модифікації продукту, що вже пропонується споживачеві, а також удосконалення якості та асортименту послуг шляхом впровадження інформаційних технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

Інновації у проведенні екскурсій умовно поділяють на два основні напрямки:

- використання нових форм та методів;
- використання ІТ-технологій [1, с. 45].

Рівень розвитку екскурсійного туризму сьогодні вдосконалюється. Слід зауважити, що екскурсії пройшли

довгий шлях еволюції, від звичайних розповідей екскурсоводів, до надзвичайних театралізованих 3D екскурсій.

У сучасних умовах комп'ютеризації відвідування 3D екскурсії стало можливим навіть не виходячи з дому, лише з використанням свого смартфона або комп'ютера. Багато музеїв та культурних й історичних пам'яток пропонують такий формат екскурсії для тих, хто не може фізично відвідати експозиції. Особливо актуальними 3D екскурсії стали з огляду на пандемію Covid-19 у 2019–2021 рр. Розробники таких екскурсій створюють моделі за точними кресленнями та багатьма фотографіями. Наприклад, під час створення проекту «Тадж-Махал» було використано п'ять тисяч зображень. Зараз 3D екскурсії застосовуються безліччю туристичних фірм. Вони можуть включати також подорож ресторанами, готельними комплексами і т. д., що дозволяє потенційному туристу наперед оцінити та вибрати привабливі для нього умови проживання, цікаві об'єкти для відвідування протягом відпочинку тощо.

Окрім 3D формату, до інноваційних форм проведення екскурсійної діяльності відносяться онлайн екскурсії. Слід зауважити, що віртуальна та онлайн-екскурсія – це різні поняття. Віртуальна екскурсія – це ролик, який може бути платним або знаходиться у вільному доступі. Він записується один раз і в подальшому багато разів повторюється, а тому може містити вже застарілу інформацію якщо, наприклад, експозиція музею або композиція предметів давно змінилися, а в записі туристи бачать вітрину зі старим компонуванням артефактів [6, с. 23]. Онлайн-екскурсія, натомість, – це екскурсія у режимі реального часу. Вона є унікальною, як будь-яка інша екскурсія. В онлайн-екскурсіях турист є повноцінним учасником, а екскурсовод розповідає матеріал екскурсії спеціально для кожної групи чи індивідуального туриста [6, с. 24]. Після закінчення екскурсії учасники можуть

поставити запитання, уточнити незрозуміле та почути пояснення. Перевагою онлайн-екскурсій є те, що вона проходить в режимі «тут і зараз», що зберігає відчуття повноти та задоволення від екскурсії навіть у дистанційному форматі.

Окрім дистанційних форм екскурсій, таких як 3D, онлайн чи віртуальна екскурсія, до інновацій в екскурсійній діяльності належать й інші інструменти. Сучасна туристична галузь весь час розвивається та розробляє все нові й нові форми подачі матеріалу, які могли б зробити екскурсію більш цікавою та привабливою для споживача. Наприклад, в іспанському місті Кордова з'явилися спеціалізовані автомобілі, які розповідають про місцеві пам'ятки. Транспортний засіб працює за допомогою GPS. Екскурсант отримує не лише звуковий коментар, а й наочне підтвердження почутого, яке відображається на спеціальному моніторі. Комп'ютеризована система працює з картою пам'яті, на якій записана інформація про 150 місць, найбільш популярних серед туристів [2, с. 833].

Всесвітньо відомий паризький музей Лувр пропонує відвідувачам здійснити 50-хвилинну екскурсію слідами персонажів книги та кінострічки «Код да Вінчі». Той, хто забажає відчути себе у ролі професора Роберта Ленгдона або шифрувальниці Софі Неві, повинен буде взяти на прокат трубку аудіогіда і слідувати залами і галереями Лувру тим же маршрутом, яким пройшли по ньому герої роману. Супровідний текст екскурсії читає найпопулярніший французький актор Жан Рено.

Технічні інновації включають також радіо- та аудіогідів, GPS-екскурсоводів, а також нововведення, що дозволяють самостійно вивчати екскурсійні об'єкти: QR-коди, мобільні додатки – довідники, путівники, онлайн-сервіси. Особливо необхідно відзначити досить широке використання QR-кодів в сучасній екскурсійній діяльності.

Найчастіше їх розміщують на історичних та культурних об'єктах, витворах мистецтва, а також поряд із пам'ятками природи, завдяки чому екскурсант може доповнити розповідь екскурсовода або й зовсім замінити її. Використання матричних кодів можливе й у розробці квест-екскурсій, оскільки заходи такого типу припускають елемент змагання та самостійний пошук інформації [1; 2].

Використання геоінформаційних технологій в екскурсійній діяльності також носить інноваційний характер. ГІС-технології (ГІС – геоінформаційна система) можуть бути використані для створення туристських маршрутів для різних видів екскурсій, оскільки є можливість отримання інформації про режим роботи пам'яток та інформацію про різноманітні заходи. Геоінформаційні технології – одна з перспективних систем, що використовується для вирішення завдань пошуку, моніторингу, аналізу інформації, моделювання та формування туристичного та екскурсійного продукту зокрема [4, с. 339].

Загалом, у туризмі щодня впроваджуються інновації найрізноманітнішого характеру під впливом, як науково-технічного прогресу, так і інтелектуального розвитку людства. Науково-технічна революція стала матеріальною основою для формування масового туризму. Вона дуже вплинула на інноваційну діяльність у соціально-культурному обслуговуванні й туризмі через високі технології, до яких належать нові матеріали, мікро-процесорна техніка, засоби інформації та зв'язку, біотехнології [3, с. 169].

Інновації у сфері туризму іноді виникають несподівано і навіть непередбачено під впливом певних подій та розвитку самого суспільства. Тому вивчення інноваційних процесів, причин появи нововведень, розробка методів їх впровадження становить значний та практичний науковий інтерес.

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене, слід зробити висновок, що інноваційна діяльність у сфері екскурсійного туризму має важливе значення, вона спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних та телекомунікаційних технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

Список використаних джерел

1. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 178 с.
2. Казаркіна Д. О. Інноваційні технології в екскурсійній діяльності (на прикладі досвіду м. Біла Церква). *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених*. Одеса: ОНЕУ, 2019. С. 832–834.
3. Сокол Т. Т., Плиска І. І. Інноваційні способи і форми екскурсійної діяльності на ринку туристичних послуг України. *Вчені записки університету «КРОК». Серія: Економіка*. 2017. Вип. 47. С. 165–170.
4. Шершньова О. ПС-технології як складова інформаційного механізму регіонального управління туризмом. *Ефективність державного управління: зб. наук. пр.* Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2009. Вип. 21. С. 337–343.
5. Федоров О., Афоніна Ю. Найновіші досягнення інформаційних технологій і туризм – нові виклики і можливості. *Наукові записки ВДПУ. Серія: Педагогічні науки*. 2011. Вип. 107. С. 218–227.
6. Цимбалюк А. М., Зігунова І. С. Віртуальні екскурсії як інноваційна форма екскурсійної діяльності в період пандемії. *Індустрія туризму та гостинності: досвід, проблеми, перспективи*. Суми, 2021. С. 22–26.

К. І. Миколаєнко, Я. В. Євтушенко

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

Робота присвячена розкриттю досить актуальної проблеми, оскільки сьогодні туризм дійсно став самостійною цариною господарства, забезпечує великий вклад в державну економіку, та збільшення надходжень до бюджету, сприяє появі нових робочих місць, процвітанню туристичної інфраструктури, будівництву та «реанімації» туристичних об'єктів, та охороні оточуючого середовища, захисту та відродженню історико-культурних пам'яток.

Ключові слова: туризм, активний туризм, тенденції розвитку.

The project devoted to solving a very important problem, because today tourism has become an independent field of economy, provides a large contribution to the state economy and increase budget revenues, promotes new working places, prosper tourism infrastructure, construction and «resuscitation» of tourist facilities, and protection environment, protection and revival of historical and cultural monuments.

Keywords: tourism, active tourism, development trends.

Актуальність. На даний час інтерес до царини туризму іде з чималим прогресом. Наші сучасні туристи та молодь стають все більш витонченими в розробці туристичних турів. Цей зріст сприяє активному економічному зростанню різних країн сучасного світу. На зростання туристичної галузі господарства окремої країни істотно впливають світові тенденції розвитку туризму. Сьогодні туризм став самостійною цариною господарства, котрий має великий вклад в державну економіку, та збільшення надходжень до бюджету, появі нових робочих місць, процвітанню туристичної інфраструктури, будівництво та «реанімацію» туристичних об'єктів, та охороні оточуючого середовища, захисту та відродженню історико-культурних пам'яток. Українські туристи змушені враховувати як матеріальні витрати, так і власні точки зору, бажання і

можливості. Вкладаючи в відпочинок мінімум коштів, вони прагнуть отримати максимум сервісу й нових вражень. Вони стали краще тямити у відпочинку і його можливостях та мають бажання відпочити і збагатити свій світогляд. У безліч країнах світу туризм став цінною основою доходів бюджету, будівництво рекреаційно-туристичної галузі та впливовість на економічний розвиток стали одним із найбільш пріоритетних напрямків побудови активного туризму[2, с.18].

Розвиток активного туризму в наш сучасний час означається високими швидкостями зросту, досліджуються новочасні туристичні маршрути, екскурсії, утворюються сучасні види туризму, з'являються додаткові робочі місця, зростає інфраструктура, упроваджуються новітні технології в ниву туризму. Отже, провідні думки зростання питання туризму непереконливо розкриті в сучасних науково достовірних джерелах, тому ми розглянемо дане питання більш розширено .

Мета роботи полягає у сучасній характеристиці тенденцій зросту активного туризму. Досягненню поставленої сприятиме вирішення таких тенденцій:

- охарактеризувати фактори, які абсорбуються з розвитком активного туризму;
- визначити сучасні тенденції зростання активного туризму;
- продемонструвати перспективи розвитку активного туризму.

Виклад основного матеріалу. Туризм є певним різновидом рекреації, єдиним із видів діяльного відпочинку. Дана галузь державного господарства, що на даний час зростає суттєво стрімкими темпами, та має активний розвиток в сучасному стані як нашої країни, так і інших держав. [1, с.29]

Основними групами зростання туристичного питання є такі:

- мотиваційні (чинники психологічного характеру, що діють на вибір цілей подорожі в ті або інші фази в відповідні регіони, як необхідності, підстави, цінності, шаблони тощо);
- географічні (особливості різних сторін положення країн та їх частин, закономірність настроювання взаємозв'язків між ними);
- політичні (політична стабільність);
- соціальні (процеси, що відбуваються у демографії та під час міграції, розвиток відносин у соціумі);
- підняття потенціалу науки та техніки;
- екологічні (збереження довколишнього оточення, що придатне для існування та відпочинку туристів);
- економічні (економічний розвиток).

Сукупність факторів, що мають вплив на зростання активного бізнесу у сфері туризму, умовно є можливість поділити на такі групи:

- фактори, що мають вплив самостійний, окремо від роботи організацій галузі туризму (ті що стосуються мотивації, економіки, політики, географії, соціуму, екології);
- фактори, сприяючі зросту попиту в туристичній роботі, що завзято застосовують певні організації у своїй діяльності туристичного напрямку (науковий та-технічний потенціал). [4, с.93]

Проте поруч із позитивними факторами дана галузь відчула негативну дію багатьох неоднорідних факторів, серед них і природні катастрофи, і соціальні потрясіння, і війни, і кризи в економіці. І в се одно, з 1950 року (з того часу, коли беруть початок регулярні обліки потоків у сфері туризму) не було удостоєно уваги жодного вагомого спаду ритмів зросту міжнародного туризму, що за період

останніх 15 років мав приріст кожного року приблизно на 4% [3, с.184].

Висновок. Цінним чинником у даному напрямку є взаємодія туристичної діяльності з оточуючим світом, що має дві сторони: як позитивну, так і негативну.

Список використаних джерел

1. Мальська М. П. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
2. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. В. Ф. Кифяк. Чернівці: Зелена Буковина, 2003. 312 с.
3. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: навчальний посібник. За ред. проф. І. М. Школи. Чернівці: ЧТЕІКНТЕУ, 2003. 662 с.
4. Смолій В. А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. К.: Видавничий Дім «Слово», 2006. 372 с.

Д. Г. Переяслова, І. С. Зігунова

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

АВІАЦІЙНИЙ ТРАНСПОРТ У СТРУКТУРІ ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

У статті розглянуто авіаційний транспорт у структурі туристичних перевезень, досліджено інфраструктуру авіаційного обслуговування, проаналізовано попит авіаційних послуг, стан транспортної системи та авіаційного пасажиро обігу України та у світі.

Ключові слова: *авіаційний транспорт, види авіа транспорту, інфраструктура, авіаційні послуг, аеропорт.*

The article considers air transport in the structure of tourist transportation, investigates the infrastructure of air service, analyzes the demand for air services, the state of the transport system and air passenger circulation of Ukraine and in the world.

Key words: *air transport, types of air transport, infrastructure, aviation services, airport.*

Постановка проблеми. У сучасний період, головним якісним показником транспорту виступає доступність. За даними багатьох досліджень, транспортна послуга сягає

60% у структурі вартості туристичних продуктів. Розвинута авіаційна інфраструктура, налагоджена робота між елементами туристичних послуг, швидкість переміщень пасажирів та вартість повинні створювати позитивні тенденції щодо подальшого розвитку авіа транспорту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання транспортного обслуговування, розвитку транспортної системи та організацій подорожей були покладені в основу досліджень таких учених, як: В.Ф. Кифяк, В. Г. Герасименко, О.О. Любіцева, М.Б. Биржаков, В. И. Никифоров, І. В. Давиденко та інші. У їх наукових роботах розглянуто транспортну складову як ціноутворюючу. Але подальшого вивчення потребують питання попиту і пропозиції авіаційних видів транспорту, ціноутворення таких послуг, подальшого розвитку транспортної інфраструктури та інноваційності.

Мета роботи. Проаналізувати авіаційний транспорт у структурі туристичних перевезень.

Виклад основного матеріалу. Розвиток транспорту є невід'ємною частиною наростання процесів глобалізації в світовій економіці, що обумовлює зміну якісного рівня продуктивних сил, урбанізацію, необхідність раціонального ставлення до навколишнього середовища, збільшення вільного часу та загальне зростання культурного рівня населення.

Послуги перевезення присутні у складі будь-якого туристичного продукту. Перш за все, це перевезення туриста на далеку відстань по всьому маршруту туру, трансфер до місць тимчасового перебування – готелів, пансіонатів, санаторіїв, а також транспортні послуги у місці перебування, наприклад, екскурсійні. Слід зазначити, що надання транспортних послуг неналежної якості може зіпсувати враження від усього туру, викликати масу негативних відгуків і знизити конкурентоспроможність туристичного підприємства.

Для перевезення туристів під час подорожі можуть бути використані різні види транспорту: повітряний, автомобільний, залізничний, водний. Кожен з них має певні особливості щодо умов використання в туристичних перевезеннях.

Динаміка використання транспорту в туристичній діяльності свідчить про різні тенденції в залежності від виду транспорту. Аналіз звітності UNWTO за період з 2006 по 2018 роки показав, що частка перевезень залізничним транспортом в загальному обсязі перевезень туристів усіма видами транспорту зменшилася з 4% до 2%, частка перевезень водним транспортом – зменшилася з 7% до 4%, частка перевезень автомобільним транспортом – зменшилася з 45% до 39%, а частка перевезень повітряним транспортом – зросла з 44% до 55%, що свідчить про стійку світову тенденцію зростання ролі повітряного транспорту в туристичних перевезеннях [2].

Якщо брати статистичні дані України, то і тут ми можемо спостерігати ріст використання авіаційного транспорту. Українські авіаційні компанії у період січень–серпень 2021 р. перевезли 5,9 млн пасажирів (на 90,7% більше, ніж за січень-серпень 2020 року); пасажирообіг становив 11,74 млрд пасажиро-кілометрів (на 75,2% більше) [3].

Повітряний транспорт швидко та динамічно розвивається і з кожним роком займає все міцніші позиції в загальносвітової транспортній системі.

Найбільшими аеропортами світу є:

1. Аеропорт імені короля Фахда (Саудівська Аравія)
2. Аеропорт Денвера (США)
3. Аеропорт Хартсфілд-Джексон (США)
4. Міжнародний аеропорт Шоуду (Китай)
5. Міжнародний аеропорт Дубаю (ОАЕ)
6. Хітроу (Великобританія)
7. Шарль де Голль (Франція)

Не менш важливим фактором розвитку авіа транспорту є авіакомпанії. Найбільшими у світі є: «Пан-Амерікен»(англ. Pan American World Airways) і «Дельта» (англ. Delta Air Lines), США; «Джал» (англ. JAL, Japan Airlines), Японія; «Брітіш Ейрвейз» (англ. British Airways), Велика Британія; «Ер Франс» (фр. Air France), Франція; «Люфтганза» (нім. Lufthansa), Німеччина; «Сінгапур Ейрлайнз» (англ. Singapore Airlines), Сінгапур та інші [4].

Якщо говорити про Україну, то станом на 2020 рік в країні функціонує до 20 аеропортів, з яких 2/3 потребують реконструкції та суттєвого переоснащення. Аеропорт Бориспіль – міжнародний аеропорт міста Києва, найбільший за обсягами авіаперевезень аеропорт на території України. Аеропорт Бориспіль-єдиний аеропорт України, який обслуговує трансконтинентальні рейси.

В Україні авіаційний транспорт представлений фірмами «Міжнародні авіалінії України» (англ. Ukraine International Airlines), «Дніпроавіа» та ін.

Високі темпи росту популярності обумовлюються постійним розширенням географії подорожей та стійкою тенденцією скорочення термінів поїздок. Набувають популярність короткострокові тури на далекі відстані, що пов'язано з розвитком таких видів туризму, як шоп-тури і бізнес-тури, де визначальним фактором є швидкість. При виборі доставки туристів до місця відпочинку враховуються види рейсів.

Регулярні рейси – це рейси, які виконуються цілий рік, затверджуються міжрядовими угодами, вилітають згідно заздалегідь встановленого розкладу. Зазвичай, регулярні рейси мають більш лояльні умови бронювання, повернення або зміни дат, на відміну від чартерного перевезення, де повернення і перебронювання неможливі.

Чартерний (нерегулярний) рейс – рейс, який здійснює авіакомпанія по замовленню туроператора. Туроператори

укладають з авіакомпаніями договір, відповідно до якого викупають всі місця у літаку або частину місць для виконання одного або декількох рейсів, а потім самі продають квитки і формують списки пасажирів [1].

Регулярні внутрішні пасажирські перевезення між 11 містами України виконували чотири вітчизняні авіакомпанії, зокрема «Міжнародні авіалінії України», «Мотор Січ», «Роза вітрів» та «Скайап». За 9 місяців 2019 року регулярними рейсами у межах України перевезено 875,6 тис. пасажирів, що на 8 відсотків більше, ніж було перевезено за аналогічний період минулого року. Станом на 2020 рік, на ринку вже функціонувало 6 провідних авіакомпаній, а саме: «Міжнародні авіалінії України», «Азур Ейр Україна», «Роза вітрів», «ЯнЕйр», «Браво» та «Атласджет Україна», які виконували 95% загальних обсягів пасажирських перевезень.

У 2020 році обсяги внутрішніх авіаперевезень знизилися фактично в два рази в порівнянні з 2019 через пандемію й таким чином, авіаційна галузь зазнала збитків приблизно на 10-15 мільярдів доларів. Але, можливість розвивати якісний авіаційний ринок ще є – це застосування нульової ставки ПДВ для внутрішніх авіаперевезень [5].

Висновок. Таким чином, розвинений транспортний комплекс дає можливість урізноманітнити транспортні послуги, зробити їх взаємозамінними і тим самим впливає на зростання загальної рухомості населення і розвиток туризму. Туризм повністю залежить від транспорту, його безпеки, швидкості і зручностей, що надаються туристу під час його пересування. Масштабна реконструкція та будівництво авіаційної інфраструктури національного та міжнародного значення, що принесуть користь усім регіонам країни, покращать якість життя людей та з'єднають її швидкісним і безпечним повітряним сполученням.

Для успішного розвитку української авіації потрібно мислити масштабними проектами та рухатися швидше наших сусідів, аеропорти-конкуренти на східноєвропейських ринках не сплять, тому ми маємо бути готові запропонувати конкурентний авіаційний продукт з перших днів відновлення галузі.

Список використаних джерел

1. Авіарейси.URL: <https://avia.ifly.ua>
2. Все про туризм: туристична бібліотека.URL: <https://tourlib.net>
3. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/express/expr2021/09/117.pdf>
4. Найбільні аеропорти світу.URL: <https://uk.vintage-celebrity.com/7767555-the-largest-airports-in-the-world>
5. Статистичні дані в галузі авіатранспорту.URL: <https://mtu.gov.ua/content/statistichni-dani-v-galuzi-aviatransportu.html>

К. В. Савченко, Я. В. Євтушенко

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІШОХІДНОГО ТУРИЗМУ

В даній статті розглянуто історію спортивно-оздоровчого туризму. Проаналізовано основні проблеми використання рекреаційних ресурсів країни. Досліджено туристський потенціал нашої держави для прокладання пішохідних маршрутів.

Ключові слова: *пішохідний туризм, маршрут, розвиток туризму.*

This article discusses the history of sports and health tourism. The main problems of using the country's recreational resources are analyzed. The tourist potential of our state for paving walking routes has been studied.

Key words: *hiking, route, tourism development.*

Актуальність. Спортивний туризм в Україні є традиційно розвиненим і популярним видом дозвілля. По суті, це одна з найдоступніших масових форм активної розваги, навчання та пізнання навколишнього світу. Проблема ефективного використання туристичних та рекреаційних

ресурсів нашої держави роблять вкрай необхідним дослідження питання використання цього виду туризму як засобу фізичного виховання.

Постановка проблеми. Розвиток туризму як феноменального явища сучасності нерозривно пов'язаний із розвитком його складової – спортивного туризму, розвиток якого передбачає дотримання принципів збалансованості, екологічності, які є домінантами сучасного туризму. У системі спортивного туризму важливе місце посідає саме пішохідний туризм, який є наймасовішим його видом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Пішохідним туризмом та його підвидами неодноразово цікавились вчені з усього світу. Загальні питання пішого туризму досліджували такі українські науковці як В. Абрамов, О. Булашев, Л. Гуцал, Ю. Грабовський, М. Закалдаєв, О. Мозолєв, Б. Пангелов, О. Скалій, Т. Скалій та інші. Географічні аспекти спортивного пішохідного туризму розглядали українські географи В. Казаков, І. Колотуха, О. Колотуха.

Мета статті – визначити на основах теоретичних та практичних матеріалів особливості розвитку та організації пішохідного туризму.

Виклад основного матеріалу. Оздоровлення та фізична активність є одними з найдоступніших і популярних видів розваг. Її роль буде неухильно зростати [1].

Спортивний оздоровчий туризм – це проявляти ініціативу щодо подолання маршруту, тобто не користуватися транспортним засобом, розраховувати на власні сили. Найпоширенішими видами активного туризму в Україні є: піші, водні та велосипедні тури. Водночас не можна стверджувати, що для розвитку пішохідного туризму в Україні створені максимально привабливі умови.

Основними проблемами розвитку пішохідного туризму в Україні є:

- 1) відсутність єдиного реєстру маршрутів піших туристичних подорожей;
- 2) низький рівень популяризації пішохідних подорожей серед населення України;
- 3) складність під'їзду громадським транспортом до місць оптимального виходу на пішохідний маршрут;
- 4) занедбаність туристських стежок і відсутність маркування на більшості маршрутів;
- 5) мала кількість притулків для пішохідних туристів, впорядкованих місць відпочинку та туристських стоянок;
- 6) недостатня кількість підготовлених керівників груп для організації піших туристичних подорожей;
- 7) відсутність єдиних правил організації пішохідного туризму [2; 4; 5].

Навчальні стежки дослідники визначають, як маршрути спеціально розроблені для цілей навчання. Триває 3 години. Пішохідні та пізнавальні маршрути – це маршрути, які тривають 3-4 години роботи та маршрути інформування про подорожі – «Маршрути вихідного дня» із середнім числом одного дня, триває 4-8 годин. Маршрути за Петранівським В.Л. та Рутинським М.Й. – це довгострокові «маршрути вихідного дня», які охоплюють як власну територію, так і прилеглі області і триває 2-3 дні. Вчені також визначають регіональні маршрути (охоплюють території регіональні та тривалістю понад 3 дні), національні (виходять за межі регіону), міжнародні (виходять за межі держави) [4].

На думку Любіцевої О.О. в основі класифікації туристично-краєзнавчих маршрутів лежить класифікація турів. Відмінність полягає у меншій кількості ознак – їх шість. Серед них: мета подорожі, вид пересування, сезонність, тривалість, контингент і форма [2].

За Любіцевою О.О. основними видами маршрутів за метою подорожі є: пізнавальні, оздоровчі, спортивні, наукові та релігійні [5].

По всіх регіонах України організуються трекінгові спортивні тури. При цьому зазначимо, що територія України, за винятком двох гірських хребтів, рельєф має рівнинний з нечисленними явними природними перешкодами, що визначають складність спортивної пішохідної стежки. Через це в українському регіоні можна виконувати лише види спорту I категорії складності, і походи II та III категорій, які можна здійснювати лише в Українських Карпатах та Кримських горах. Погодні умови дозволяють здійснити походи на українських рівнинах з березня по листопад, а іноді на протязі всього року.

Для учасників пішохідного походу дуже важливим є вміння пересуватись наміченим маршрутом і орієнтуватися на місцевості. Отже, орієнтування на місцевості можна характеризувати, як вміння правильно визначати своє місцезнаходження відносно сторін горизонту, оточуючих місцевих предметів, форм рельєфу, а також вправність дотримуватись потрібного напрямку.

Складність пішохідного маршруту повинна бути пов'язана з підготовленістю учасника і їхній досвід. Від цього залежить складність діяльності. Якщо його учасники мають досвід з легкими маршрутами, то планують більш складні. На основі цього збільшують довжину маршруту, передбачивши додаткові природні перешкоди. Однак, навіть якщо після задовільної фізичної підготовки учасників спорту, не варто ходити тільки складні маршрути, особливо по безлюдних районах. Це обтяжить подорож і обмежить можливості дізнатися більше про цікаві об'єкти, заплановані на огляд, які порушують календар походу. Терміни діяльності можуть викликати фізичну втому, моральне невдоволення і навіть призвести до надзвичайної ситуації, які можуть мати негативні наслідки.

Висновки. Трекінг можна організувати у будь-якій місцевості країни, це поширений вид подорожі. Пішохідні

маршрути можуть проходити полями, лісами, рівнинами і горами, у літній, зимовий період та міжсезоння, спорядження не потрібно.

Список використаних джерел

1. Колотуха О. Геопросторові аспекти пішохідного туризму. URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/173017-384382-1-PB.pdf>
2. Колотуха О.В. Словник-довідник зі спортивного туризму та активної рекреації: географія, систематизація, практика. Кропивницький, 2017. С. 392.
3. Мозолев О.М., Гуцал Л.А., Блазунь А.В. Проблеми розвитку пішохідного туризму в Україні. Матеріали VIII-ї Міжнародної науково-практичної конференції «Modern problems in science», (09-12 листопада 2020 р.). Прага. 2020. С.716–719
4. Колотуха О.В. Геопросторова організація спортивного туризму. Кіровоград, 2015. С. 448.
5. Екологічна стежка. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Екологічна_стежка

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

К. І. Бельмас, Д. Р. Мозгова
*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Стаття присвячена актуальним питанням сучасного стану та перспективам розвитку ресторанного господарства в межах Сумської області. Розкрито основне значення ресторанного продукту та проблеми даного бізнесу в регіоні. Описані шляхи вирішення проблем з якими стикається ресторанна сфера в Сумській області.

Ключові слова: *ресторанне господарство, ресторанна сфера, ресторанний бізнес, ресторан.*

The article is devoted to topical issues of the current state and prospects for the development of the restaurant industry within the Sumy region. The main significance of the restaurant product and the problems of this business in the region are revealed. Ways to solve the problems faced by the restaurant industry in Sumy region are described.

Keywords: *restaurant business, restaurant sphere, restaurant business, restaurant.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі ресторанне господарство є однією з найприбутковіших сфер здійснення економічної діяльності у світовому господарстві. Проте, тенденції сучасного світу диктують нові виклики перед керівництвом закладу ресторанного господарства, для утримання конкурентно-спроможності закладів, як на локальному так і регіональному рівні. Загалом в межах України діє тенденція до збільшення кількості

закладів ресторанної сфери та постійного удосконалення ресторанної бізнесу. Проте території Сумської області знаходиться в депресивному аспекті цього розвитку та має одну з найменш розвинених мережей ресторанної сфери в порівнянні з іншими регіонами нашої держави. Тому проблема аналізу сучасного стану та встановлення перспективного спрямування ресторанного бізнесу в межах Сумської області є досить актуальним та потребує детального вивчення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різноманітні фундаментальні аспекти розвитку ресторанного господарства висвітлено в працях наступних науковців: В. В. Архіпов, А. В. Денисенко, О. П. Єфімова, Л. М. Мостова, О. В. Новікова, Л. І. Нечаюк, Г. А. Папирян та інші. Поряд із накопиченими науковими напрацюваннями із сучасних тенденцій розвитку підприємств ресторанного господарства на регіональному рівні потребують подальшого аналізу та науково доопрацювання

Постановка завдання. Основні завдання дослідження полягають в аналізі сучасного стану ресторанного господарства в межах Сумської області та виокремленні особливостей та перспектив ресторанного бізнесу в регіоні. Для вирішення поставлених завдань необхідно: провести аналіз розвитку ресторанного господарства в Сумській області; визначити причини та чинники, що зумовлюють зміни в розвитку ресторанного бізнесу останнім часом, а також узагальнити перспективні тенденції розвитку сфери в подальшому. У ході дослідження використані методи: системного аналізу, порівняння, індукції та дедукції, статистичної обробки даних та ін.

Формулювання мети. Проаналізувати сучасний стан та охарактеризувати перспективи розвитку ресторанного господарства в межах Сумської області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ресторанне господарство – це вид економічної діяльності суб'єктів господарювання, основною метою яких є подача на ринок готової кулінарної продукції в межах закладу ресторанної сфери, або з доставкою до необхідної адреси. [1].

Відповідно до даних Державної служби статистики України станом на 31 грудня 2020 р. в Україні нараховувалося 14 786 закладів ресторанної сфери [4]. Протягом останніх років спостерігається тенденція до скорочення, адже в країні довгий час була економічна криза, що спровокувала закриття ресторанних господарств у 2008-2012 рр., натомість із 2013 рр. спостерігалася тенденція до збільшення кількості закладів. У 2020р. відбулося різке скорочення кількості ресторанів та кафе, пояснюється поширенням світової пандемії і на території України, та як результат вплив на економічну діяльність держави.

Основу структури ресторанного бізнесу в Україні формують декілька регіонів – Львівська (12%), Одеська (11%), Дніпропетровська (10%), Харківська (10%), м. Київ (8%) та Закарпатська області (7%), із сумарним показником – 58% [3,4]. Найменшу кількість діючих суб'єктів господарювання мають: Житомирська (3%), Вінницька (3%), Тернопільська (3%), Кіровоградська 2%, Сумська (2%), Луганська (1%) Сумарно лише 14% від загальної цифри. Тож, саме ці регіони є найменш розвиненим у ресторанному господарстві[4].

Таким, чином у Сумській області станом на 2020 рік кількість діючих суб'єктів господарювання складала 899, з них 825 ФОП (Рис.1)[1]. Як бачимо протягом останніх років спостерігається тенденція до збільшення кількості суб'єктів господарювання, що заняті в ресторанному бізнесі. Загальний дохід від ресторанної сфери в межах Сумської області у 2021 році склав 12,6 млн. грн[1].

Безпосередньо адміністративною основою будь-якого бізнесу у даному регіоні буде місто Суми, виключенням не є і ресторанне господарство. Окремо можна виділити – м. Тростянець, м. Шостка, м. Конотоп, саме ці міста мають найбільшу мережу закладів.

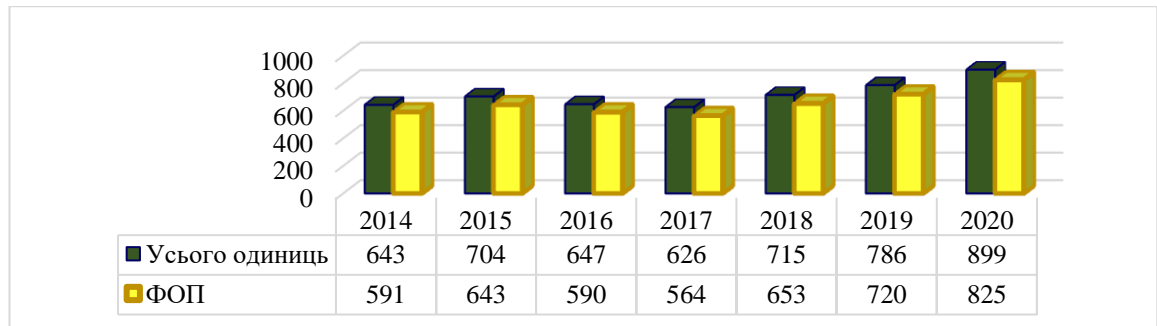


Рис.1. Кількість діючих суб'єктів господарювання у ресторанному бізнесі в межах Сумської області (2020р.) [4]

Проаналізувавши дані Головного управління статистики у Сумській області було встановлено, що найбільшу кількість серед закладів ресторанної сфери мають кафе, закусочні та буфети – 43%, натомість бари та піцерії – 29%, їдальні та ресторани по 14% [1]. Це пов'язано з соціально-економічним становищем в межах регіону. Так Сумщина є прикордонною областю та не має потужного промислового підґрунтя та як наслідок значного фінансового потенціалу, тому таке відображення набуло ресторанне господарство, адже його структура базується на можливостях даного населення.

Проаналізувавши особливості інтер'єру та екстер'єру, маркетингу, спеціалізації та відгуки клієнтів закладів ресторанної сфери в Сумській області було встановлено ряд проблем які притаманні кожному з них, а саме: вузька спеціалізація закладів, низька частка рекламного аспекту в структурі господарства, відбір персоналу для роботи в залі, мала мотивація робочого персоналу до надання високоякісних послуг споживачам, низька заробітна плата працівникам підприємства. Зазвичай з такими гальмуючими проблемами стикаються більшість закладів не лише в межах регіону, звісно уникнути їх дуже важко, тому робота

топ-менеджера має постійно вдосконалюватися та потребує інтенсивної праці (представлено в таблиці 1.).

Для вдосконалення даних проблем ми рекомендуємо шляхи вирішення, що зможуть покращити особливості функціонування ресторанів. На сучасному етапі ресторани потребують розширення асортименту та видів страв, що подані в меню. Наше суспільство не може стояти на місці, воно постійно потребує нових викликів та можливостей, стосується це і ресторанної сфери.

Важливим і невід'ємним елементом є ведення правильної реклами, найбільшою популярністю користуються всілякі розіграші у соціальних мережах, проведення тематичних вечорів, розвиток веб-сайту ресторанів, запрошення на дегустацію страв тощо.

На базі закладів необхідно створити нову систему заохочень для працівників закладу, зокрема введення премій, добавок чи підвищення заробітної плати, для того щоб підняти моральний дух та відчуття впевненості у працівників закладу. Проблематичним є і рівень зарплати кадрам, що задіяні у ресторанній сфері, адже вона наближена до мінімальної по Україні для офіціантів та нижче середньої по Сумській області для працівників кухні. Це може впливати на рівень обслуговування в закладі та якість приготовлених страв.

Не слід забувати, що перспективними для Сумської області напрямами розвитку у сфері ресторанного бізнесу залишаться тренди: національних кухонь, підприємств, що пропонують крафтові страви, втілення здорового способу харчування, приготування страв у присутності замовника, з фермерських продуктів, приготування низькокалорійних страв, використання низькотемпературних режимів та відкриття закладів харчування у форматі casual, своєрідних закладів фабрик та ринків [3,5].

Проблеми та шляхи вдосконалення функціонування закладів ресторанного бізнесу в Сумській області

Проблеми	Шляхи вдосконалення
<ol style="list-style-type: none"> 1. Вузька спеціалізація більшості закладів. 2. Низька частка рекламного аспекту в структурі господарства регіону. 3. Відбір персоналу для роботи в залах ресторанів. 4. Мала мотивація робочого персоналу до надання високоякісних послуг споживачам. 5. Низька заробітна плата працівникам підприємства 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Розширення асортименту страв</i>, зокрема включення до меню нових (за власною рецептурою), або ж тих що користуються значним попитом на сьогоднішній день. 2. <i>Розширення рекламної бази підприємства</i>, зокрема через Інтернет, шляхом створення власних сайтів, веб-ресурсів, сторінок у соціальних мережах. 3. <i>Створення кадрового відділу на базі закладів</i> дозволить фахівцям підбирати кваліфікованих робітників, що є обізнаними у ресторанній сфері. Для заощадження фінансової складової такий відділ може функціонувати для ресторанів однієї мережі (одного власника). 4. <i>Розкриття можливостей персоналу</i>, відкриття нових систем заохочення для працівників (премії акції, доплати тощо). 5. <i>Підняття заробітної плати</i> для працівників підприємства, адже оплата офіціантів є мінімально, робітників кухні та іншого обслуговуючого персоналу є також нищою ніж середня в Сумській області.

Висновки та перспективи подальших наукових досліджень. Отже, Сумська область за розвитком ресторанного бізнесу є депресивним регіоном, частка підприємств що функціонує тут складає лише 2% від державного. Станом на 2020 рік в межах області нараховують лише 899 суб'єктів господарювання даної сфери, що говорить про низький промисловий розвиток регіону та його приналежність до периферії відносно сталих промислових вузлів. До основних проблем ресторанного господарства в межах регіону можна віднести: вузьку спеціалізацію закладів, малу частку рекламного аспекту в структурі господарства, відбір персоналу для роботи в залі, малу мотивація робочого персоналу до надання високоякісних послуг споживачам, низьку заробітну плату працівникам підприємств. Для вирішення цих проблем

запропоновано наступні дії: розширення асортименту страв, уведення нового рекламного продукту, створення окремого відділу для підбору персоналу, створення системи заохочення для працівників ресторанного сфери, серед них і підняття заробітної плати.

Список використаних джерел

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства. К.: Центр учбової літератури; Фірма «Інкос», 2007. 280 с.
2. Головне управління статистики у Сумській області. URL : <http://sumy.ukrstat.gov.ua/> (Дата звернення: 10.05.2022).
3. Гірняк Л.І., Глагола В.А. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства України. Економіка та управління підприємствами. Випуск 16. 2018. С. 71-78.
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Дата звернення: 10.05.2022).
5. Програма економічного та соціального розвитку Сумської області на 2022 рік. URL : <https://sorada.gov.ua/> (Дата звернення: 10.05.2022).

О. В. Заблодська, Д. Р. Мозгова

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

РОЗВИТОК КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ

У даній статті розглянуто розвиток та основні напрямки культурно-пізнавального туризму в сумській області. Представлена туристська інфраструктура Сумщини. Розповідається історія туристсько-краєзнавчого маршруту «Об'єкти історико-культурної спадщини Сумського району».

Ключові слова: *туризм, туристська інфраструктура, спадщина.*

This article considers the development and main directions of cultural and cognitive tourism in the Sumy region. The tourist infrastructure of Sumy region is presented. The history of the tourist and local lore route «Objects of historical and cultural heritage of Sumy region» is told.

Key words: *tourism, tourist infrastructure, heritage.*

Актуальність. Культурно-пізнавальний туризм без перебільшення можна назвати чи не найпопулярнішим і наймасовішим серед існуючих видів туризму. Основною

метою подорожей, що він передбачає є, передусім, ознайомлення з туристичними визначними місцями, зокрема, пам'ятками історії, архітектури, мистецтва, природними та етнічними особливостями певних територій (регіонів), а також сучасним життям народів різних країн світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогодні в Україні проблема формування архітектурно-планувальної і містобудівної організації закладів рекреації і туризму та рекреаційних комплексів розкрита в роботах Т.Ф. Панченко, Л.О. Чижевської, В.О. Кодіна, А.Г. Ошманської, В.В. Шулика, С.О. Ніканорова, Г.М. Шульги та інших. В даних роботах детально розкриті проблеми оцінки рекреаційних територій, чинники, що впливають на розвиток рекреаційних територій в різних регіонах України, містобудівні аспекти їх організації.

Мета статті – на основі теоретичного матеріалу визначити основні напрямки культурно-пізнавального туризму в Сумській області.

Виклад основного матеріалу. Поняття «культурно-пізнавальний туризм» («cultural tourism» – «культурний туризм») уперше офіційно на міжнародному рівні застосовано в матеріалах Всесвітньої конференції з культурної політики (1982 р.). Основні документи у сфері культурного надбання продукували дві міжнародні організації – Міжнародна рада із питань пам'яток і визначних місць (ІКОМОС) й Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) [1]. ЮНЕСКО розглядає культурний туризм як відмінний від інших вид туризму, «що враховує культури інших народів». У Хартії по культурному туризму ІКОМОС культурно-пізнавальний туризм визначається як форма туризму, основною метою якого, крім інших цілей, є «відкриття пам'яток і об'єктів» [2].

До об'єктів та явищ культурної спадщини належать [3]:

- пам'ятки архітектури, монументальної скульптури, живопису, археології, історії;
- твори художньої літератури, усної народної творчості, класичної та народної музики;
- предмети народного побуту та костюму;
- традиційні народні промисли;
- фольклор, звичаї, традиції, свята, релігійні обряди і ритуали;
- національні мови;
- досягнення науки.

Найбільш значущими об'єктами уваги цінувальників культури в м. Суми є Сумський обласний театр для дітей і юнацтва, Сумський обласний академічний театр драми і музичної комедії ім. М. С. Щепкіна, Сумський обласний краєзнавчий музей, Сумська обласна філармонія, Сумський обласний художній музей ім. Н. Онацького, меморіальний Будинок-музей А. П. Чехова, Палац культури ПАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання», Палац культури «Хімік» ПАТ «Сумхімпром», Парк імені Івана Кожедуба, Парк Казка. Центральному парку культури і відпочинку в місті Суми присвоєно ім'я Івана Кожедуба. В парку є атракціони, різноманітні скульптури. Також в цьому парку знаходиться стадіон Ювілейний. Дитячий парк «Казка» було збудовано в 1985 році до 40-ї річниці перемоги СРСР над фашистською Німеччиною [4].

Однією із семи історичних надбань Сумщини було визнано Пам'ятник мамонтові. Єдиний в Україні пам'ятник мамонтові знаходиться в селі Кулішівка Недригайлівського району. У 1839 р., будуючи спиртзавод, робітники натрапили на кістки величезних розмірів. Серед тисяч кісток були знайдені мамонтові кістки, кістки й зуби дикого коня, зуби слона, рештки копит північного оленя. Зробив це відкриття спеціально запрошений український вчений І. Калініченко.

Спорудження виконано з чавуну і являє собою усічену піраміду на п'єдесталі кубічної форми. На одній грані є напис, який говорить про те, що тут проходить межа, на іншій йдеться про останки мамонта. І ще один напис оповідає, що кістки були перевезені до університету в Харкові. З 2007 року пам'ятник став однією з пам'яток Державного історико-культурного заповідника «Посулля» №, а з 2013 року – входить до маршруту, який пропонує туристичний кластер «Посулля» [4].

Унікальною спорудою Тростянця відзначили «Круглий двір», побудований у 1749 р. Йосипом Надаржинським. Фортецю за всю історію експлуатували як стайню, склад та театр. Внутрішнє планування двору, має схожість з давньоримським амфітеатром, де в далекому минулому організували вистави для знаті, під відкритим небом. Будівля овальної форми (65x85) має 4 трьох ярусні вежі, а по периметру розташовані одноповерхові приміщення. Найбільш рання громадська споруда східної частини України, що збереглася до нашого часу.

Відомий туристсько-краєзнавчий маршрут «Об'єкти історико-культурної спадщини Сумського району» пролягає через населені пункти на півночі Сумського району Сумської області, такі як селище міського типу Хотінь, села Стецьківка, Писарівка, Іволжанське, Кияниця, Могриця, Юнаківка та Басівка.

Вже майже півстоліття увагу дослідників привертає с. Зарічне (Боголюбове), яке зараз входить до Тростянецької ОТГ. Уперше городище згадується у літературі XIX ст. під назвою Кукуєвого. Дійшла вона й до сьогоднішнього дня. У 1938 р. на території городища проведені розкопки під керівництвом П.М.Третякова, внаслідок яких досліджено дві напівземлянки, п'ять господарських та два ґрунтових поховання.

Висновки. Отже, глобалізаційні зміни вплинули на особливості функціонування туристичної галузі України.

Активізація фізичних осіб підприємців, запровадження сучасних методів організації туристичного обслуговування, переорієнтація туристичних потоків як ззовні так і з середини країни викликають необхідність подальшого реформування та розвитку туристичної галузі як основи сталого розвитку української економіки.

Разом з тим, можна стверджувати, що вивченні проблем та можливостей рекреації та туризму в Сумській області повинні базуватися на дослідженні історичного розвитку державного управління туристично-рекреаційною галуззю, визначати напрямки державного впливу на діяльність виробників туристичних послуг на місцевому рівні, дати характеристику сучасного стану та перспектив розвитку туризму.

Список використаних джерел

1. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Дроздова Г. М. Київ. Вид-во ЦНЛ, 2004. 236 с.
2. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Київ. Знання, 2011. 334 с.
3. Маркіна І. А. Черниш І. В. Адаптація міжнародного досвіду при реалізації антикризової політики держави у туристичній галузі України. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2014. Вип. 1(2). С. 32-38.
4. Chernega O. B., Gorina G. O., Romanukha O. M., Bohatyryova G. A., Nikolenko K. V. Comparative analysis of the regional markets of cultural and cognitive tourism development in Ukraine. *Geol. Geograph. Geocology*, 2019, 28(1). P. 29-38.

ЗНАЧЕННЯ ТУРИСТСЬКОГО ЕКОЛОГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У даній статті розглянуто та проаналізовано основні аспекти та особливості екотуризму на території Сумської області. Розглянуто негативні та позитивні чинники для розвитку екологічного туризму в Сумській області.

***Ключові слова:** туризм, природоохорона, екологія, фактори, розвиток.*

This article considers and analyzes the main aspects and features of ecotourism in the Sumy region. Negative and positive factors for the development of ecological tourism in Sumy region are considered.

***Key words:** tourism, nature, ecology, factors, development.*

Постановка проблеми. Проблеми формування екотуризму в повному обсязі й у окремих ареалах мало вивчені, часто істотні природні і культурно-знаменні туристичні засоби використовуються недоцільно. Однією з головних питань екотуризму є дослідження, розробка і аналіз екотуристичного потенціалу природоохоронних земель в регіональному аспекті формування якісного екотуристичного продукту. Природоохоронна промисловість подорожей пов'язується переважно з природно-ландшафтними пам'ятками національних природних парків. Першинними питаннями даної тенденції є підтримка особливості природних земель будь-якої адміністративно-суспільно-політичної одиниці нашої області.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Зосередження старань Сумської області і індивідуального поділу у формуванні даного типу туризму може гарантувати стабілізацію, але надалі – також підвищення сфери в регіоні.

Застосовуючи майже резервний потенціал цих різновидів туризму, основою яких є взаємодія відпочиваючих з природою, використання продуктів харчування, що виготовляються в селянських господарствах є можливість зосередити розвиток сфери в суспільно спрямований напрямок, забезпечити розвиток внутрішнього туризму на території Сумщини.

Мета написання роботи. Можемо сказати, що еко-туризм безпосередньо на Сумщині, набирає більших обертів в розвитку та залучення туристів на основі величезної ресурсної бази. Тому ця тема є доволі актуальною на сьогодні і в майбутньому.

Виклад основного матеріалу. Також одним з важливих питань формування екологічного туризму в Сумському регіоні, я вважаю, регулювання обсягів можливого природоохоронного навантаження на рекреаційні території з їх виправною можливістю. Дані розміри залежать від пропускних потужностей туристичних предметів, туристичної інфраструктури держави та її туристичних маршрутів. Основною умовою до організаційно-інформативних органів туристичної області на Сумщині повинна бути їх уміння регулювати роботою підприємств, що діють у туристичній сфері відповідно до відтворення туристично-рекреаційного повноваження [1].

Встановлено, що туристичний рух у широкому значенні вважається одним з компонентів знищення природної сфери. Тому розвиток туризму вимагатиме стабільних обдуманих операцій, щоб не підвищувати розбіжність з природою.

Екологічне становище місцевості в Сумській області досить хороше.

Згідно місцевості проходить 165 річок. Найбільш великі з їх-Сейм, Сула, Псел. У межах області знаходяться 33 великих водойми також найбільш 1600 ставків.

Хімічний дослідження неглибоких гідрофітних предметів дає підстави говорити, то що властивість вода багатьох річок непогане [3].

Сумщина – скарбниця природно-екологічних пам'яток. Безмежні рекреаційні можливості Сумщини, беручи до уваги її природоохоронну незабрудненість, витонченість лісостепового рельєфу, також видів, відповідні атмосферні вимоги, рівнини річок, які перетинають степи, масиви Охтирщини, Лебединщини, Краснопільщини, Кролевеччини також інших областей готові догодити всілякі смаки мандрівників, але природні заповідники, заказники, урочища, угіддя, топкого місця формують з метою формування з довголітньою можливістю спеціалізованих різновидів туризму – лову, рибальства, човнярства, кінних, а також прохідних маршрутів, різних відповідно періоду також подовженості.

Пам'ятні ландшафти також необхідний Етнологічний можливості Сумщини надають значну ймовірність з метою компанії аграрного туризму [2].

Висновки. Отже, у Сумщини є величезний туристський потенціал, їй є що продемонструвати. Першочерговими заходами щодо формування екологічного туризму зобов'язані бути: відновлення також удосконалення санаторно-курортних, рекреаційних також туристичних органів, але крім того авто шляхів згідно з головними туристичними маршрутами, реставрування також відновлення монументів події; збільшення продуктивності застосування екологічних ресурсів також предметів історико-цивілізованої спадщини; встановлення сільськогосподарських зон з метою формування належної туристичної інфраструктури, у цій кількості з метою побудови готелів, мотелів, мінігольф-магістралей, парків відпочинку.

Реалізація цих заходів дозволить Сумщині досягти динамічного нарощування кількості закладів оздоров-

лення та відпочинку населення, туризму, збільшення їх потужності, а звідси достатня кількість оздоровлених і обслугованих осіб та обсягів наданих їм послуг. А для того, щоб регіон не втратив свої багаті рекреаційно-туристичні ресурси, потрібно приділяти значну увагу природно-заповідному фонду області, збереженню пам'яток архітектури, історико-культурній спадщині. Щоб і прийдешнім поколінням було чим пишатися і що продемонструвати на світовій арені.

Список використаних джерел:

1. Екотуристичний потенціал та специфічні риси екотуристського продукту. URL: <https://buklib.net/books/31552/>
2. Бриль К.Г. Екологічно-орієнтовані види туризму як стратегічний напрям розвитку галузі в сучасних умовах, 2015. 23-27 с.
3. Зігунов В.М., Зігунов Р.В. Формування регіонального туристського кластеру Сумщини. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1156419.pdf>

Д. С. Калашніков, В. М. Зігунов

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ШОСТКИНСЬКІЙ ГРОМАДІ

У даній роботі розкриваються поняття стратегії та розвитку туристичної галузі краю. При розборі стану туристської галузі Шосткинської ОТГ звернено особливу увагу на присутні туристичні ресурси і обставини в туристичній інфраструктурі.

Ключові слова: туризм, стратегія, Шосткинська громада.

This article reveals the concepts of strategy and development of the region's tourism industry. When analyzing the state of the tourist industry in the Shostky OTG, special attention was paid to the available tourist resources and circumstances in the tourist infrastructure.

Key words: tourism, strategy, Shostkin village.

Постановка проблеми. Стратегічною метою розвитку туристичної індустрії визначається створення конкурентоспроможного на ринку туристичного продукту. Основним

індикатором стратегії є підвищення кількості мандрівників у об'єднаній громаді.

Мета роботи. Проаналізувати стан та стратегічні напрямки розвитку туризму в Шосткинській громаді.

Виклад основного матеріалу. Серед пунктів населення Шосткинщини, які б могли приваблювати потенційного мандрівника є такі райони як Воронеж та Гамаліївка. тому що у Воронежі є унікальний храм – єдиний на території Лівобережної України. А у Гамаліївці є «Харлампієвський монастир з родинною усипальницею гетьмана Скоропадського». До того ж, у зв'язку з збільшенням кордонів Шосткинської територіальної общини, куди за останній час долучилися Ображіївка, Остроушки, Свірж та Погребки, з'явився шанс розвивати на Шосткинщині і сільський, і зелений туризм.

Під Кролевцем є заброшена військова база 668-го полку ракетних військ стратегічного призначення СРСР. Цей полк був дислокований по всій Сумській області. Бази 668-го полку припинили своє існування в 1991 році, але залишили після себе пускові місця, бункери радіокерування і майданчики розміщення балістичних ракет. Також, ця подорож могла б заінтригувати сталкерів і діджерів, які заради таких місць готові їхати на «край світу». Окрім цього, історія 668-го полку буде цікава тим, хто зацікавлений історією [1].

Реалізація комплексу заходів суб'єктами регіонального розвитку повинна бути спрямована на досягнення стратегічних та оперативних цілей, визначених регіональною стратегією, та забезпечити в кінцевому підсумку досягнення стратегічного бачення регіону на період до 2027 року. Реалізація Стратегії регіонального розвитку Сумської області на 2021-2027 роки буде здійснюватися у 2 етапи, включених у 2 плани заходів з її реалізації:

Перший етап – 2021-2023 роки;

Другий етап – 2024-2027 роки.

План заходів є інструментом реалізації Стратегії, що розробляється на 3 роки (перший етап) та наступні 4 роки (другий етап) та передбачає заходи в середньостроковій перспективі (від 3 років до 4 років) та у рамках передбачених регіональною стратегією завдань, відповідальних виконавців, строки виконання, обсяги та джерела фінансування з визначенням індикаторів результативності їх виконання.

Плани заходів з реалізації Стратегії є основою для розроблення інвестиційних програм (проектів), спрямованих на розвиток регіонів. Також розроблення та реалізація обласних цільових програм, стратегічних і програмних документів органів місцевого самоврядування, програм та проектів регіонального розвитку тощо буде відбуватись з урахуванням положень регіональної стратегії. Проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації регіональної Стратегії буде здійснюватися Сумською обласною державною адміністрацією відповідно до порядку, визначеного постановою Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 р. № 932 «Про затвердження Порядку розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених регіональних стратегій і планів заходів».

Результати реалізації Стратегії будуть визначатися на підставі проведення моніторингу стану досягнення стратегічних цілей, завдань, виконання плану заходів шляхом порівняння фактично отриманих значень індикаторів оцінки результативності виконання завдань та їх прогнозних значень. Основними кількісними показниками щодо кожної стратегічної цілі за період моніторингу будуть показники, що впливають з переліку проектів, які будуть реалізовані в рамках досягнення кожної стратегіч-

ної цілі. Також, проведення оцінки досягнення цілей та пріоритетів Стратегії здійснюватиметься шляхом відстеження, вимірювання та порівняння фактичних результатів з уніфікованою системою індикаторів, визначених цією Стратегією (додаток 1), та переліком індикаторів, що передбачені Державною стратегією регіонального розвитку на 2021-2027 роки [2].

Висновок. Констатується, що галузі Шосткинської ОТГ має об'єктивні допущення для піднесення туризму – природно-кліматичний та історико-культурний потенціал, спроможний зацікавлювати велику кількість подорожуючих. При реалізації стратегії розвитку туризму рекомендується сконцентрувати намагання на вузькому переліку об'єктів і далекосяжних напрямів діяльності. Найперша роль має припадати на органи виконавчої влади та місцевого самоврядування з широким залученням громадськості.

Список використаних джерел

1. Зелений, екстремальний чи подієвий – який туризм розвиватимуть у Шосткинській громаді. URL: <https://shostkanews.city/articles/89752/zelenij-ekstremalnij-chi-podievij-yakij-turizm-rozvivatimut-u-shostkinskij-gromadi>
2. СУМСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ РОЗПОРЯДЖЕННЯ ГОЛОВИ СУМСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ 13.10.2020 № 522-Од Про схвалення проєктів Стратегії регіонального розвитку Сумської області на 2021-2027 роки та Плану заходів на 2021-2023 роки з реалізації Стратегії регіонального розвитку Сумської області на 2021-2027 роки.

А.О. Кеда, В.М. Зігунов

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

ЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МИРОПІЛЬСЬКОЇ ГРОМАДИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ У СУМСЬКОМУ РАЙОНІ

У статті розглянуто проблему значення туристичного потенціалу Миропільської громади в організації туристичного бізнесу в регіоні. Проаналізовано основні напрямки туристичної політики ОТГ та встановлено її перспективи для економічного та соціального розвитку Сумського району.

Ключові слова: *туристичний потенціал, туристична політика, туристичний бізнес.*

The article considers the problem of the importance of the tourist potential of the Myropil community in the organization of the tourist business in the region. The main directions of the tourist policy of the territorial community are analyzed and its prospects for economic and social development of Sumy district are established.

Key words: *tourist potential, tourist policy, tourist business.*

Постановка проблеми. Сумська область знаходиться на периферії туристичного господарства нашої держави, тому має нестрімкий розвиток туризму, а скоріше депресивний. Виключенням не є і Миропільська територіальна громада, яка не відрізняється веденням ефективного туристичного бізнесу, попри наявні туристсько-рекреаційні ресурси та тривале історичне минуле. Тому, проблема ефективної туристської політики в межах громади, як конкурентного середовища є вкрай актуальним у наш час.

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

Метою даної статті є представлення особливостей туристської політики Миропільської територіальної громади, як конкурентно-спроможного середовища туристичного бізнесу в межах Сумського району.

Виклад основного матеріалу. Миропільська сільська ОТГ, являє собою об'єднану територіальну громаду, у Сумському районі Сумської області з адміністративним центром в селі Миропілля. Утворено громаду 25 серпня 2016 року шляхом об'єднання Запільської, Малорибицької, Миропільської і Сіннівської сільських рад Краснопільського району. Загальна площа складає близько 298 км², з населенням 4525 мешканців (станом на 2018 р). До складу громади входять 10 сіл: Барилівка, Велика Рибиця, Великий Прикіл, Гнилиця, Грунівка, Запсілля, Мала Рибиця, Миропілля, Олександрія та Сінне [1].

Територія Миропільської громади має значний потенціал для ведення туристичного бізнесу та суттєвий вплив на становлення туристичної галузі у Сумському районі. На території ОТГ представлені природно-рекреаційні ресурси, які уже використовуються у ході ведення туристичного господарства. Проте, більшою мірою в даній місцевості представлені історико-культурні рекреаційні ресурси. Найбільша частина зосереджена в межах с. Миропілля, адже воно засноване у 1650 році та має значну історичну та архітектурну спадщину. До Державного реєстру нерухомих пам'яток України занесені 23 пам'ятки села, всі за категорією місцевого значення: 15 пам'яток архітектури та по 4 історії й археології [2].

Проаналізувавши сильні та слабкі сторони соціально-економічного розвитку Миропільської ОТГ було встановлено, що туристичний продукт не лежить в основі стратегічного спрямування розвитку економіки в даній місцевості. Натомість чітко виділяється агропромислове спрямування регіону.

Із сильних сторін, що можна поєднати з туризмом виділено – наявність екологічно чистих водних та лісових об'єктів, це пояснюється в першу чергу тим, що територія є віддаленою від основних економічних центрів промисловості Сумщини, зокрема хімічної промисловості та як наслідок її діяльності[3].

Слабкі сторони, що поєднані з туризмом характеризують незадовільним станом об'єктів соціальної сфери, транспортної інфраструктури та житлово-комунального господарства. Існує також чітка проблема у забезпеченні інвестування в громаду, зокрема до туристичної сфери, хоча це б могло стимулювати відкриття додаткових робочих місць та зміцнити економічну діяльність місцевості. Обмеженість бюджетних асигнувань у будівництво, зростання вартості будівельних матеріалів та транспортних послуг також негативно впливає на становлення туристичної галузі в межах Миропільської територіальної громади. Звичайно у даному випадку все спирається на місцеву владу та незначне фінансування з боку держави. Проте, наявність правильної туристської політики зможе розширити та укріпити домінантні аспекти розвитку туристичної галузі у даній місцевості. А поєднання сільського господарства та туристичної сфери зможе надати прямого розвитку сільського (зеленого) туризму, який останнім часом користується значним попитом на державному та регіональному туристичному ринку[3].

Серед основного стратегічного спрямування туристичного бізнесу в громаді є: створення центру дозвілля, відновлення проведення Миропільського ярмарку, створення мініфутбольного поля зі штучним покриттям, поточний і капітальний ремонт Будинків культури в населених пунктах, створення в Запсільському сільському клубі спортивного клубу, підтримка організації та проведення всеукраїнських змагань зі спортивного орієнтування[2].

Можна стверджувати, що попри наявні на місцевості туристично-рекреаційні ресурси Миропільська територіальна громада не є конкурентноспроможною на Сумському та загальному Українському туристичних ринках. Проте, громада всіляко намагається реанімувати існуючі та створити нові туристичні об'єкти туристичної інфраструктури.

Висновки. Отже, розвиток туристичного бізнесу Миропільської територіальної громади має вагомий внесок на розвиток туристичної галузі в межах Сумського району. Наявний туристичний потенціал, у вигляді природно-рекреаційних та історико-архітектурних ресурсів влада громади намагається використовувати повністю, для належного розвитку ОТГ. Проте, гальмівними факторами залишаються: слабо розвинена транспортна та туристична інфраструктура; недостатнє фінансування туризму; відсутність власного туристичного бренду та якісної реклами для наявних туристичних продуктів.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Миропільської територіальної громади. URL: <https://myropilsca-gromada.gov.ua> (Дата звернення: 30.04.2022).
2. Програма сталого розвитку туризму в Сумській області на період 2018-2022 року. URL : http://kultura.sm.gov.ua/images/docs/2021/17-session-37_7-skl.pdf (Дата звернення: 27.04.2022).
3. Стратегія розвитку Миропільської ОТГ. URL: https://sorada.gov.ua/content/present-otg/20180116-prezentatsiya_myropillya.pdf. (Дата звернення: 27.04.2022).

І. І. Марусенко, І. С. Зігунова

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

ТЕНДЕНЦІЇ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

В даній статті розповідається історія релігійного туризму та розвиток паломництва. Досліджуються основні моменти попиту на паломницькі тури та розглянуті релігійні пам'ятки Сумщини.

Ключові слова: *релігійний туризм, паломництво, туристський потенціал.*

This article tells the history of religious tourism and the development of pilgrimage. The main points of demand for pilgrimage tours and religious monuments of Sumy region are studied.

Key words: *religious tourism, pilgrimage, tourist potential.*

Актуальність. В сучасному світі релігійний туризм має великий попит, а отже, сама тема паломництва як культурного феномена набуває все більшої актуальності. Природно, що приводом для появи паломництва послужила релігійна мотивація. Пройшли десятиліття знищення релігії, і зараз виникла величезна потреба в здобутті релігійних сакральних цінностей. Данна тенденція простежується зараз практично у всіх сферах людського життя.

Теоретикоконцептуальною основою наукового дослідження релігійного простору слугували праці таких дослідників: Яроцький П. Л. та Дусенко С. В., Задвірний В.Л., Юдін А.В., Жданов Н. С., Бабкін А. В., Фернандес К., Зорін І. В., Лучицька С. І., Любіцева О. О., Романчук С. П. та інші.

Мета статті – визначити особливості розвитку релігійного туризму на території Сумської області, а також історичний огляд основних релігійних пам'яток.

Виклад основного матеріалу. Історія релігійного туризму, безсумнівно, дуже багата. Саме паломництво, можна по праву вважати самим найдавнішим видом туризму. Історія релігії зберегла для нащадків величезну кількість релігійних культових пам'яток, якими просто не можливо не захоплюватися. Все це говорить про те, що назріває феномен релігійності, а отже, паломництва.

У багатьох релігіях паломництво обов'язкове, в тому числі в епоху Христа (це описано і в Євангелії) для правдивого іудея, єврея, було обов'язковим приходити в Єрусалим, в храм Соломона, по можливості на Великдень або на інше велике свято, і Спаситель якраз тричі за час своєї проповіді, як він тричі на Великдень прагне до Єрусалиму і туди приходять [1].

Паломництва, як такі, є у всіх напрямках, за урахуванням того, що ні будь-яка мета може бути прийнятна для всіх гілок християнства. У список офіційних паломництв, наприклад, в католицькій Церкві входять далеко не всі ті місця, які реально служать місцем паломництва [2].

З паломництвом пов'язувалася ідея відпущення гріхів: підеш в Єрусалим – станеш чистий. Прийняти це справжня християнська душа не могла, тому що тоді прощення гріхів стає якимось механізмом, а паломництво таким важелем, а Єрусалим точкою опори. Але це порушує свободу Бога і свободу людини [3].

Паломницький рух розширюється в XV-XVII століттях. Саме тоді, з'явилися ті, хто вирушав на Святу землю для зовсім інших цілей. Релігійний туризм служив лише прикриттям для реалізації своїх інтересів, часом дуже далеких від віросповідання. Одні відправлялись для вступу в лицарі, другі для політичного і військового шпигунства, і.т.д.

Функції релігійного туризму: інтеграційна; комунікаційна; регулятивна; світоглядна; духовно-просвітницька, або теологічна; рекреаційна, або терапевтична; естетична; пізнавальна; компенсаційна; соціальна, чи соціокультурна; зближення народів.

Релігійний туризм перетворився на важливу складову сучасної індустрії туризму. Собори, мечеті, культові музеї і духовні центри – це туристичні об'єкти, популярність яких постійно зростає. На ринку туристичних послуг з'являються фірми, що спеціалізуються на організації релігієзнавчих і паломницьких турів. Протягом останніх трьох-чотирьох років відчутно збільшилось число туристів, що здійснюють паломництво до православних святинь України і виїздять в інші країни з релігієзнавчою метою.

Так, Білопільщина – досить молодий за виміром історичного часу край. І її існування розпочинається з другої половини XVII ст. – від заснування Слобідської

України. Будівництво першої дерев'яної соборної церкви Різдва Пресвятої Богородиці припадає ще на час побудови фортеці Крига у 1672 році. Спорудження ж кам'яного храму тривало десять років – із 1817 по 1827 роки. Зведений на центральній площі міста Собор височів над усіма храмами міста Білопілья. За свою історію храм пережив багато: війни, знищення і нове народження. Усередині церкви є безліч цінних реліквій, які будуть цікаві допитливим туристам. У 1939 році храм було знищено [4].

Тільки у 2000 році церква знову відкрила двері для парафіян. Незважаючи на непрості події, храм зберіг унікальні реліквії: ікони XV століття, книги XVII століття, а також кипарисовий хрест великомучеників.

Стосовно міста Конотоп аналогічну роботу ніхто з дослідників та науковців не проводив, хоча сьогодні Конотоп є багатоконфесійним містом. На території Конотопської міської ради офіційно функціонує 12 конфесій, які представляють 29 релігійних громад. За різноманітністю конфесій, кількістю громад, чисельністю в них прихожан християнські громади міста (православні, католики та протестанти) є такими, що лідирують.

Пропонована робота присвячена деяким аспектам історії церкви Успіння Пресвятої Богородиці у давньому слобожанському місті Охтирка. Успенська церква була однією з найдавніших у місті. Відомо, що дерев'яний храм був збудований ще у 1666 р. Кам'яну церкву, яка була першою кам'яною спорудою в місті, було зведено в 1728-1738 рр. на кошти полковника Охтирського слобідського козацького полку Олексія Леонтійовича Лесевицького. Також відомо про дві усипальні у самій церкві, які належали роду Лесевицьких. Ними користувались і у 1910-ті роки. В ті часі кам'яне будівництво для Слобожанщини ще було характерним, але складалася доволі цікава конкуренція між двома парафіями. Відомі факти про

те, що будівництво храмів Троїцького монастиря, що зводилися коштом Тимофія Осиповича Надаржинського, і собору Успіння, що зводився в місті, переслідували мету взяти перевагу у храмобудівництві [3].

Відомо, що при спорудженні було використано унікальне поєднання двох типів храмів, а саме христовобанного та дев'ятидільного. Для більш точного опису використаємо відомості, що згадуються у творі Д.Г. Гумілевського (Філарета): «В нем три престола в ряд: главный – в честь Успения Богоматери, южный 95 – в честь Воскресения Христова, северный – в честь Рождества Христова. Под нижними сводами храма есть еще престол во имя Алексея человека Божиего, ангела создателя храма. Живопись главного иконостаса – в греческом вкусе и правильная, дышит жизнью и величием, это работа украинского художника, известного в предании под именем Владимира» [3, с. 267].

Висновки. Культові споруди мають історичну, культурну, архітектурну та духовну цінність. Вони належать до пожежонебезпечних будівель і є об'єктами з масовим перебуванням людей.

Список використаних джерел

1. Сотник О. М. Це – наша історія. Олександр Миколайович Сотник. Суми: Собор, 1999. 136 с.
2. Сотник О. М. Сумщина християнська. Олександр Миколайович Сотник. Суми: Козацький вал, 2000. 140 с.
3. Борисова, О.В. Соціальна антропологія : навчальний посібник. Київ: Кондор видавництво. 2016. 224 с.
4. Панченко, С.А. Феномен релігійного туризму і паломництва в культурологічному вимірі. Міжнародний вісник: культурологія, філологія, музикознавство. Вип. II (9).2017. 63–67

К. І. Нікончук, І. С. Зігунова
Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

У даній роботі розкрито історію розвитку туризму в Сумській області. Розглянуто періоди і види туризму, досліджено туристичний потенціал території Сумщини та інфраструктуру.

Ключові слова: історія туризму, дитячий туризм, краєзнавство, альпінізм, «Інтурист-Суми».

The history of the development of tourism in the Sumy region is revealed in this paper. The periods and types of tourism were considered, the tourism potential of the territory of Sumy and the infrastructure were investigated.

Keywords: history of tourism, children's tourism, local history, mountaineering, «Intourist-Sumy».

Актуальність теми обумовлена тим, що майже ніхто її не досліджував, тому я маю висвітлити всі історичні факти, задля того, щоб студентам було легше вивчати теми, а краєзнавцям знати про рідний край.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Про актуальність та важливість теми свідчать останні дослідження і публікації: Колтакова О., Донець В., Скринник М., Паненко В., Кандибей В., Зігунова В., Андросова В.

Мета роботи: проаналізувати історію розвитку туризму на Сумщині.

Виклад основного матеріалу. Хочу розпочати саме з дитячого туризму, адже саме він проклав шлях для розвитку туризму на Сумщині. У 1940 році було видано наказ наркома освіти «Про дитячий туризм». Цим наказом мережа туристсько-краєзнавчої діяльності була розгалужена до рівня кожної школи, туризм увійшов до педагогічних методів виховання. Згідно з рішенням Виконкому обласної ради депутатів трудящих від 5 червня 1948 року обласному відділу народної освіти в м. Суми дано дозвіл на відкриття обласної дитячої екскурсійно-

туристської бази на 100 місць. У 1949 році в мальовничому куточку села Баранівка на окраїні Сум проходить перший туристський зліт. Юні туристи долають смугу перешкод, змагаються в розбивці наметів, розводять вогнища, демонструють техніку в'язання вузлів. Увечері над Псллом лунають туристські пісні. У 1950 році при базі відкривається перший туристський табір. Юні туристи подорожують по Сумському, Путивльському, Роменському районах, збирають краєзнавчі матеріали, надають допомогу колгоспам у збиранні врожаю, беруть участь у пішохідних, водних походах. Згідно з рішенням Сумського виконкому депутатів трудящих від 11 червня 1952 року «Об упорядичении сети и утверждении типовых штатов и должностных окладов работников внешкольных учреждений Областного отдела народного образования» обласну дитячу екскурсійно-туристську базу реорганізовано в обласну екскурсійно-туристську станцію. Директором станції призначено Чубура Василя Івановича[3].

З 1960 року в області бере початок традиція проведення Ленінських агітпоходів. У 60-ті роки місто Путивль стає центром патріотичного виховання підростаючого покоління в Сумській області. У цей час при Путивльському будинку піонерів працював філіал Сумської обласної екскурсійно-туристської станції. Яскравою сторінкою в історії дитячо-юнацького туризму Сумщини стало відкриття в 1964 році клубу юних туристів-альпіністів імені Євгена Абалакова. Організатором і керівником клубу впродовж 1977-1999 років була Воль Світлана Василівна [1].

У 1977 році на базі Сумського палацу піонерів відкривається Музей історії радянського альпінізму. Традиційними заходами стали Дні пам'яті, абалаківські читання, альплекторій «Герої Ельбрусу», крос «Пам'яті восьми». У 1997 році започатковано проведення відкритої першості міста Суми з техніки спортивного туризму «Меморіал пам'яті друзів»; туристсько-краєзнавчої експедиції «Ти

сумчанин»; походу учнівської молоді «Сумський радіус», організатором яких є Паненко Віра Андріївна, відмінник народної освіти, кандидат у майстри спорту з альпінізму, голова молодіжної комісії Федерації альпінізму та скелелазіння України. У 1972 році оголошено Всесоюзну туристсько-краєзнавчу експедицію «Моя Родина – ССРСР». У цьому ж році в місті Суми відкривається клуб юних туристів «Едельвейс» під керівництвом Токаревої Валентини Георгіївни. У 1976 році на обласну дитячу екскурсійно-туристську станцію прийшов працювати кандидат у майстри спорту СРСР, суддя республіканської категорії Колтаков Олексій Стефанович.

Під керівництвом подружжя Колтакових було створено секцію орієнтування на місцевості. На початку 80-х років Олексій Колтаков організував клуб «Орієнтир», який здобув велику популярність серед дорослих і дітей. Батьківський комітет разом з тренерами клубу організовували змагання, літні оздоровчі табори, навчально-тренувальні збори. З 1983 року клуб «Орієнтир» проводить першість області, присвячену пам'яті Дмитра Косаренка, яка отримала статус Всесоюзних змагань. У них брали участь команди з Вільнюса, Шауляя, Саратова, Ленінграда, Курська, Белгорода та інших міст. На початку 90-х років у області розпочинають роботу районні та міські станції туристів. Їх діяльність спрямовано на створення умов для творчого, інтелектуального, духовного та фізичного розвитку дітей і підлітків у позаурочний час[5].

З 1991 року розпочато роботу Кролевецької районної станції юних туристів. 2 січня 1991 року в м. Суми було відкрито позашкільний навчальний заклад – обласний дитячо-юнацький клуб фізичної підготовки «Орієнтир», директором якого було призначено Колтакова Олексія Стефановича. У 1993 році в результаті об'єднання обласного клубу «Орієнтир» та станції юних туристів було

створено обласний центр туризму та екскурсій учнівської молоді. У 1995 році на базі Сумського обласного центру туризму та екскурсій проведено II Всеукраїнські змагання з техніки лижного туризму. У червні 1997 року в результаті реорганізації трьох обласних позашкільних закладів: центру туризму та екскурсій учнівської молоді, центру науково-технічної творчості та станції юних натуралістів був створений Сумський обласний центр позашкільної освіти та роботи з талановитою молоддю. У 1998 році в області було розпочато роботу юних краєзнавців за напрямками Всеукраїнської історико-географічної експедиції «Сто чудес України» та Всеукраїнської історико-краєзнавчої акції учнівської молоді «Пам'ять». У цьому ж році було проведено I обласний зліт юних туристів-краєзнавців, активістів руху «Моя земля – земля моїх батьків» [4].

У 2000 році започатковано проведення обласної краєзнавчої конференції учнівської молоді «У світі краєзнавчих відкриттів», обласної історико-краєзнавчої експедиції «Храми Сумщини», обласної історико-географічної експедиції «Земні перлини Сумщини». 23 травня 1998 року на честь 50-річчя розвитку дитячо-юнацького туризму в області при Сумському обласному центрі позашкільної освіти та роботи з талановитою молоддю було відкрито єдиний на Сумщині музей туризму та краєзнавства. Раду музею очолила керівник гурткової роботи центру Усик Світлана Миколаївна. За часів СРСР туризм в Україні розвивався на профспілковій та відомчій основі. Путівки на бази та у будинки відпочинку надавали як своєрідний вид пільг. Профспілковим туризмом в Україні керував «Укрпрофтуризм», до того ж він розвивався доволі швидкими темпами – лише 10 % прибутку від путі сплачували організації до місцевих бюджетів, а згодом ці кошти йшли на будівництво транспортних шляхів

сполучення, відновлення і реставрацію історичних та культурних пам'яток тощо. Іноземним туризмом монополює «Інтурист», а також «Супутник», – організація, яка впорядковувала в СРСР міжнародний молодіжний туризм [2].

21 лютого 1997 року Котельников Володимир Яковльович відкриває компанію «Інтурист-Суми», яка надає туристичні послуги, програму студентського обміну та бюро переводів. Це була перша в області туристична компанія. Роками раніше почали відкривати готелі, адже виникла потребність в розташуванні туристів, які приїжджають подивитись нашу місцевість. У 1961 році був побудований готель «Україна», який представляв собою 2-зірковий сертифікований готель. У 1993 році розпочинає свою діяльність готель «Хімік». Робота почалась з обслуговування декількох клієнтів, а вже зараз готелями комплексу «Хімік» щорічно користуються представники всіх областей України, а також 54 країн світу. Станом на сьогодні, відповідно до статистики управління культури Сумської ОДА, Сумщина має 52 зареєстрованих закладів охорони здоров'я, санаторно-курортних закладів, будинків відпочинку, готелів тощо.

Висновок. Як ми бачимо, початком відродження туризму на Сумщині був дитячий туризм, який і дав поштовх до подальших розвитків в цій сфері.

Список використаних джерел

1. Т. М. Грищенко Туристична привабливість Сумщини: Сумщина туристична.
2. Попович С. Туристичне краєзнавство. Краєзнавство. 2015-№3/4. с. 11.
3. Інтуризм 99: не індустрія, а тільки надія. Добрий день. 1999.
4. Костіна В. «Ентузиасты туризма». Панорама. 2009.
5. Чернов В. Туризм – завжди туризм. Добрий день. 1997.

ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У данній статті розглянуто та проаналізовано основні аспекти та особливості гастрономічного туризму на території Сумської області. Розглянуто негативні та позитивні чинники для розвитку гастрономічного туризму в Сумській області.

Ключові слова: туризм, гастрономічний туризм.

In this statistics, the main aspects and special activity of gastronomic tourism in the territory of the Sumy region are considered and analyzed. View the negative and positive officials for the development of gastronomic tourism in the Sumy region.

Keywords: tourism, gastronomic tourism.

Постановка проблеми. У всьому світі туризм тлумачать як соціально-економічне явище, що має прямий та опосередкований вплив на розвиток всієї пов'язаної з ним інфраструктури. Однак в Україні, що володіє колосальними туристичними ресурсами, туризм ще не досяг рівня розвитку, адекватного своїм потенційним можливостям. Туристична галузь України має величезний потенціал для розвитку і проявлятися це може в різних формах та видах туризму, адже наша країна має платформу для реалізації та просування всіх видів туризму.

Одним із перспективних видів розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм – вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв та напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз стану вітчизняного та міжнародного туристичного ринку свідчить про те, що розвиток гастрономічного туризму в Україні перебуває лише на початковій стадії і цьому є ряд причин: недостатній розвиток туристичної інфраструк-

тури; економічна та політична нестабільність у країні; недостатньої ефективності реалізації механізму забезпечення пріоритетів державної політики у сфері організації експорту туристичних послуг; відсутність загалом комплексного бачення країни як перспективної туристичної дестинації; недосконалість реклами українських туристичних центрів за кордоном тощо.

Хоча гастрономічний туризм в Україні перебуває на початковій стадії розвитку, він все одно має значні перспективи розвитку, а організація «гастрономічних турів» сприяє відродженню національних кулінарних традицій.

В Україні, зокрема на Сумщині заснована достатня кількість унікальних автентичних гастрономічних турів та фестивалів, які створюють передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту гастрономічного туризму на міжнародному та внутрішньому ринках.

Мета написання роботи. Можемо сказати, що гастрономічний туризм в Україні, а також безпосередньо на Сумщині, набирає більших обертів в розвитку та залучення туристів на основі величезної ресурсної бази. Тому ця тема є доволі актуальною на сьогодні і в майбутньому.

Виклад основного матеріалу. Гастрономічний туризм в Сумщини можна умовно поділити на основні групи: міський – туристи знайомляться з автентичними підприємствами харчування Сумщини; фестивальний – дає можливість туристам відвідати кулінарні фестивалі, свята, що призначені одному продукту (сиру, вину, ковбасі тощо); навчальний – включає спеціалізовані курси, де можна навчитися кулінарного мистецтва; сільський – туристи можуть побачити, як готуються деякі страви в домашніх (фермерських) умовах, проїнятися національним духом, дізнатися більше про кулінарні традиції та взяти участь у приготуванні будь-якої страви.

Види гастрономічного туризму Сумщини: дегустація хлібних виробів, дегустація слабоалкогольних напоїв, рибний, ягідно-овочевий, медовий, змішаний. Як і по всій Україні, на Сумщині надають перевагу продуктам рослинного походження. Хлібні вироби користуються великою популярністю серед місцевого населення. Ще й досі багато господинь випікають «чорний» домашній смачний хліб. Також випічка є обрядовими атрибутами багатьох національних свят. Характерним для Сумської області також є споживання різних видів каш, найпопулярнішими з яких є гречана й пшоняна. Подають їх з молоком, шкварками, засмажками чи у вигляді куліша.

Найтиповішим для сумської кухні є вживання страв з використанням картоплі. До таких відносять: різновиди картопляних гарнірів (варена, смажена, запечена), деруни (смажені на соняшниковій олії картопляні млинці), картопляники (картопляні кнедли з м'якоті відвареної картоплі) та інші. Традиційно, найпопулярнішою овочевою стравою, як і повсюди в Україні, є борщ. Його готують у різних варіаціях (червоний – з буряком і капустою, зелений – зі щавлем і холодник – із квасу чи кисляку) [1].

Також, на Сумщині вживають різні види м'ясних страв, які найбільше готують під час різдвяних свят і на Великдень. Найпопулярніші з них це: кров'янка, ковбаси, сальтисон, м'ясо, печене в тісті, холодець та інші. Особливістю поліської кухні є те, що до м'ясних підлив і соусів до м'яса часто додають гриби, журавлину і кмин.

Найпопулярнішими слабоалкогольними напоями на Сумщині традиційно вважаються наливки. Солодкий фруктовий-ягідний спиртний напій отримують майже з усіх ягід, від чого походить їхня назва: вишнівка, слив'янка, смородинівка, тернівка, чорнична, малинова, ожинава, калинова, бузинова та ін. Не меншою популярністю користуються настоянки – горілки на травах і коріннях лікарських трав (звіробой, чебрецю, м'яті та ін.) [2].

На сьогоднішній день гастрономічний туризм розглядається в двох напрямках: по-перше, йому стали приділяти увагу як окремому виду світового туризму; по-друге, розвиток гастрономічного туризму в деяких регіонах України до цих пір здійснюється комплексним туристичним продуктом, поєднаним з етнічним і культурним туризмом.

Сумщина має достатні можливості для розвитку гастрономічного туризму. Проте на сьогодні даний вид знаходиться на початковому етапі становлення. Це пояснюється наявністю низки проблем, які стоять на перешкоді успішного розвитку гастрономічного туризму в нашій державі. Звісно причини такої ситуації полягають перш за все в складній соціально-економічній ситуації, в якій знаходиться Сумщина, в неврегульованому механізмі стимулювання туристичної сфери, відсутності чіткої стратегії розвитку цієї сфери як на регіональному, так і на державному рівнях.

Але дана проблема є значно ширшою, адже це питання стосується не лише туризму, та гастрономічного туризму зокрема, а взагалі стратегій розвитку національної економіки України та її виходу на світовий ринок. Розвиток та діяльність будь-якої економічної сфери перш за все має керуватися певною законодавчою базою.

Ще одним викликом для розвитку туризму не лише в Україні, а й в Сумській області зокрема, стало розповсюдження вірусної інфекції Covid-19.

Через інфляцію, скорочення робочих місць і, як наслідок, зменшення доходів громадян, а також значне скорочення видатків на туристичну галузь, можливі кризові явища в даній галузі. Важливою частиною туристичної індустрії є туристична інфраструктура. Сучасний стан інфраструктури не сприятливий для туризму. Якість послуг не може бути на високому рівні і задовільняти потреби подорожуючих. Часто гастрономічні дестинації

пов'язні з місцевостями, які є віддаленими від центрів та трас національного та міжнародного сполучення [3].

Багато гастрономічних фестивалів проходять у сільській та місцевості, куди важко дістатися через брак транспортних комунікацій. А також проблемою є відсутність закладів розміщення та ночівлі на периферії, що стримує гастротуристів від відвідування даних заходів.

Серед інших проблем щодо розвитку гастрономічного туризму варто назвати і дефіцит кваліфікованого персоналу. Цей вид туризму потребує спеціалістів у сфері туризму, готельно-ресторанного бізнесу, сільського господарства та харчової промисловості.

Запорукою розвитку гастрономічного туризму є вдосконалення туристичної інфраструктури. Формування туристичної інфраструктури має відбуватися відповідно до міжнародних вимог, що дало б змогу задовільнити потреби гастрономічних туристів як з України, так і представників інших країн, а також забезпечувати надходження до місцевого та державного бюджетів.

Висновки. Отже, Сумська область має значні перспективи для розвитку гастрономічного туризму. Перспективним є створення національного проекту з інформаційною платформою, яка буде забезпечувати повною інформацією щодо діяльності гастрономічного туризму в Сумах. Підготовка кадрів у галузі та вдосконалення інфраструктури має орієнтуватися на кращі здобутки міжнародної практики. Ресторанний бізнес має спиратися на новітні технології в приготуванні страв, наприклад «фьюжин» та «молекулярна кухня».

Наразі поступово на ринку з'являються концептуальні заклади харчування, є тенденція до збільшення їх кількості у найближчий час. Для розвитку гастрономічного туризму необхідним є подальша розробка та просування бренду території, як такої, що може задовольнити потреби гастрономічних туристів.

Список використаних джерел:

1. Корнус А. О., Удовиченко І. В., Леонтьєва Г. Г., Удовиченко В. В., Корнус О. Г. Географія Сумської області: природа, населення, господарство. Суми: ФОП Наталуха А.С., 2010. 184 с.
2. Артюх Л.Ф. Народне харчування українців та росіян північно-східних регіонів. Л.Ф. Артюх. К., 1982. 112 с.
3. Марценюк Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. URL:
<http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/8893/1/Martsenyuk.pdf>

РОЗДІЛ 3

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЕКОНОМІКИ ТУРИЗМУ

А. С. Безугла, Д. Р. Мозгова
*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНОГО БІЗНЕСУ У СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

У статті розглядаються стратегічні напрямки розвитку екскурсійного бізнесу в межах Сумської області. Висвітлений природно-рекреаційних та історико-культурний потенціал регіону. Дані ресурси можуть бути використані у екскурсійній діяльності та є кокурентно спроможними на туристичному ринку Сумщини та України.

Ключові слова: туристичний бізнес, екскурсійний бізнес, екскурсія.

The article considers the strategic directions of excursion business development within the Sumy region. The natural-recreational and historical-cultural potential of the region is highlighted. These resources can be used in excursion activities and are competitive in the tourist market of Sumy region and Ukraine.

Key words: tourist business, excursion business, excursion.

Постановка проблеми. У наш час розвиток туристичних галузей є стрімким та динамічним процесом у всіх його аспектах. Все більшою мірою відбувається популяризація туристичних продуктів на державному та регіональному рівні. Так сталося, що одним з найголовніших напрямків туристичного бізнесу в Україні є екскурсійна діяльність. Виключенням у цьому питанні не є і Сумська область. Адже щороку збільшується попит на ведення туризму, що поєднаний з екскурсійною діяльністю. Тому проблема стратегічних напрямків для розвитку екскурсійного бізнесу на Сумщині є актуальною та потребує детального вивчення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням розвитку та основам стратегічного спрямування екскурсійної діяльності в Україні свого часу займалися: Барабицька В., Галасюк С., Головатий М., Зінченко В., Малиновська О., Федорченко В.

Постановка завдання. Основні завдання дослідження полягають у висвітленні природно-рекреаційного потенціалу місцевості та культурно-історичної спадщини, як основи для розвитку екскурсійної діяльності у Сумській області, а також аналізі основних стратегічних напрямків для ведення екскурсійного бізнесу у регіоні.

Формулювання мети. Обґрунтувати стратегічні напрямки розвитку екскурсійного бізнесу в межах Сумської області, як перспективну складову туристичного господарства регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Екскурсійний бізнес – це складова туристичного господарства, що відповідає за проведення екскурсій та отримання доходів від екскурсантів. Саме поняття «екскурсія» трактується, як методично продуманий показ природних чи історико-культурних об'єктів, що є потенційно привабливими для споживачів.

Розвиток екскурсійної діяльності стимулює зайнятість, розвиток підприємництва, інвестицій в інфраструктуру і транспорт, збереження національної спадщини, а також розвиток стимулюючих факторів, які сприяють поліпшенню якості життя місцевого населення і гостей країни.

Для розвитку туристичної галузі в Сумській області було розроблено Програму сталого розвитку туризму в Сумській області на період 2018-2022 років. Відповідно до якої виокремлено основні шляхи реалізації Програми, а саме – розвиток туристичної інфраструктури, підвищення якості туристичного обслуговування та покращення туристичного сервісу; створення якісних туристичних

продуктів, здатних максимально задовольнити потребу туристів; підвищення науково-методичного та кадрового забезпечення туристичної галузі; реалізація масштабної маркетингової компанії з метою популяризації туристичного потенціалу області, формування позитивного туристичного іміджу [1].

Так нами було встановлено, що територія Сумської області має значний історико-культурний потенціал для ведення екскурсійної діяльності та відповідно є конкурентно-спроможною на туристичному ринку в цьому плані. На Сумщині нараховують близько 3465 пам'яток, що відносяться до історико-культурної спадщини, серед них є не тільки унікальні на регіональному рівні, але і неповторні на державному. Так на державному обліку знаходиться 367 пам'яток, з них 5 – національного значення. Проаналізувавши список найважливіших історичних поселень України 15 знаходиться в межах Сумського регіону, а саме: Ворожба, Ромни, Путивль, Білопілля, Низи, Охтирка, Вороніж, Кролевець, Глухів, Конотоп, Суми, Тростянець, Серединна-Буда, Терни, Лебедин [1].

Для ефективного ведення екскурсійного бізнесу в регіоні наявні також і природно-рекреаційні ресурси. Так в межах Сумської області зосереджено мішані ліси (сосна, дуб, береза) – північні області, у центральних районах – острівні ліси (липа, клен, ясен), трапляються дубові гаї. На території області розташовано багато об'єктів і територій природно-заповідного фонду, як от «Михайлівська цілина», заказники, дендропарк, заповідні урочища. Наявна також і розгалужена гідрологічна мережа, яку можна використувати для активного та спортивного туризму[2].

Основні стратегічні напрямки розвитку екскурсійного бізнесу в межах Сумської області відображені на рис.1.

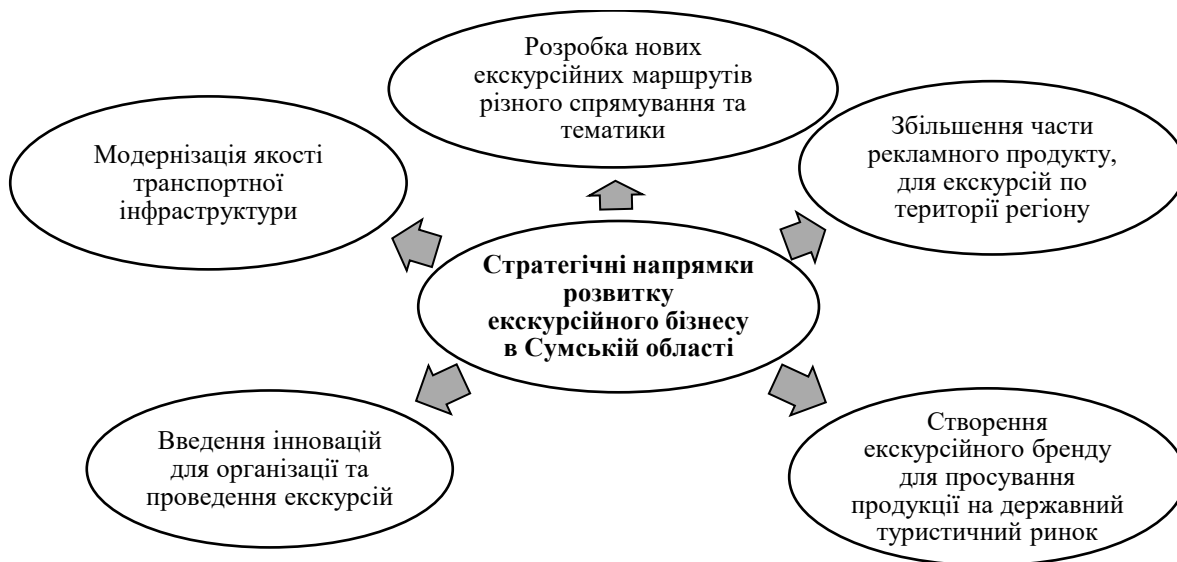


Рис.1. Стратегічні напрямки розвитку екскурсійного бізнесу в межах Сумської області

Тож, основними стратегічними напрямками екскурсійного бізнесу в Сумській області є: розробка нових екскурсійних маршрутів різного спрямування та тематики; збільшення частки рекламного продукту, для екскурсій по території регіону; створення екскурсійного бренду для просування продукції на державний туристичний ринок; введення інновацій для організації та проведення екскурсій; модернізація якості транспортної інфраструктури.

Окремо виділено SWOT-аналіз розвитку екскурсійної діяльності в регіонах Сумщини, що відображений у таблиці 1. Так до сильних сторін екскурсійного бізнесу в регіоні слід віднести: наявність унікальних туристських ресурсів, деякі з них є неповторними на державному рівні; сприятливі умови та значний туристський потенціал для розвитку екскурсійного бізнесу; розвиток зеленого туризму; наявність базової інфраструктури, що необхідна для проведення екскурсій; колорит місцевості.

Серед слабких сторін слід виділити: недосконалу транспортну інфраструктуру; відсутність екскурсійного бренду Сумщини; відсутність високого рівня інфраструктури на території громад та під час подорожі до неї; недосліджені культурно-історичні та архітектурні пам'ят-

ки території, або їх занедбаність; низький рівень упровадження новітніх технологій у екскурсійну діяльність.

Таблиця 1

SWOT-аналіз розвитку екскурсійної діяльності в регіонах Сумщини

Сильні сторони	Слабкі сторони
1	2
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наявність унікальних туристських ресурсів; 2. Сприятливі умови та значний туристський потенціал для розвитку екскурсійного бізнесу; 3. Розвиток зеленого туризму; 4. Наявність базової інфраструктури, що необхідна для проведення екскурсій; 5. Колорит місцевості; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недосконала дорога по області; 2. Відсутність екскурсійного бренду Сумщини; 3. Відсутність високого рівня інфраструктури на території громад та під час подорожі до неї; 4. Недосліджені пам'ятки території, або їх занедбаність; 5. Низький рівень упровадження новітніх технологій у екскурсійну діяльність.
3	4
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Популяризація розвитку регіонального екскурсійного бізнесу; 2. Збільшення надходжень до бюджету регіону; 3. Поява нових робочих місць в межах Сумської області; 4. Створення іміджу та бренду території; 5. Просування нових екскурсійних маршрутів; 6. Збільшення потоку туристів; 7. Залучення інвесторів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низька конкурентоспроможність місцевих пропозицій по відношенню до виїзного туризму; 2. Недостатня кількість надходження із обласного бюджету; 3. Прикордонне положення із Російською Федерацією; 4. Недостатній турпотік через захворювання Covid-19; 5. Незацікавленість адміністрації.

Висновки та перспективи подальших наукових досліджень. Тож можна зробити висновки, що основними стратегічними напрямками для ведення туристичного бізнесу в Сумській області є: розробка нових екскурсійних маршрутів різного спрямування та тематики; збільшення частоти рекламного продукту, для екскурсій по території регіону; створення екскурсійного бренду для просування продукції на державний туристичний ринок; введення інновацій для організації та проведення екскурсій; модернізація якості транспортної інфраструктури.

Список використаних джерел

1. Програма сталого розвитку туризму у Сумській області на 2018-2022 рр. Веб-сайт. URL: http://kultura.sm.gov.ua/images/docs/2021/17-session-37_7-skl.pdf (Дата звернення: 30.05.2022).
2. Стратегія регіонального розвитку Сумської області на 2021-2027 роки. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/12/strategiya-regionalnogo-rozvytku-sumskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky.pdf> (Дата звернення 30.05.2021).

К. О. Боднарєвська, М. Ю. Троян

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ТУРИЗМІ

В статті проаналізовано ефективність використання в туризмі трудового потенціалу в Україні, вплив можливого позитивного результату на дієві складові трудового потенціалу. Одним із ключових завдань організацій сфери туризму за умов конкуренції вважається пошук дієвих інструментів управління трудовим потенціалом, які гарантуватимуть підйом якості надання туристичного продукту та досягнення більшої результативності від виконуваної роботи.

Ключові слова: туризм, результативність, трудовий потенціал, туристський продукт.

The article analyzes the effectiveness of the use of labor potential in tourism in Ukraine, the impact of a possible positive result on the effective components of labor potential. One of the key tasks of organizations in the field of tourism in competition is the search for effective tools for managing labor potential, which will ensure the improvement of the quality of tourism products and achieve greater performance from the work performed.

Key words: tourism, efficiency, labor potential, tourist product.

Постановка проблеми. Прогресивне становище становлення суспільства, що характеризується непостійністю, кризовими появами в економіці, суспільною напругою та протиріччями, настирливо вимагає пильного інтересу до формування, застосування та розвитку трудового потенціалу українських земель. Складання трудового потенціалу нерозривно пов'язано з демографічною

історією в місті чи селі, забезпеченням дієвої зайнятості, збалансованістю попиту та пропозиції на ринку праці, створенням нових робочих просторів що аналогічне.

Аналіз останніх досліджень. Важливий внесок у вивчення проблеми складання та дієве використання трудового потенціалу було створено такими авторами як: Д.П. Богиня, Є.А. Богуцький, В.К. Горьков, О.А. Гришнова, В.Л. Лішиленко, М.К. Орлатий, В.П. Рябоконт, П.Т. Саблук, М.А. Хвесік, С.В. Мочерний та ін. Втім, не вирішеними залишаються питання, що стосуються регіональних завдань формування та застосування трудового потенціалу. У працях науковців мало інтересу приділяється вивченню посилення формування трудових ресурсів у етап ринкових модифікацій.

Мета. Мета полягає в обґрунтуванні теоретичних положень та розроблення методичних призначень з формування системи управління трудовим потенціалом із впровадженням механізмів стимулювання. Для досягнення мети вивчення, були встановлені та вирішені відповідні завдання:

- 1. Виявити та класифікувати складові, межі та обставини становлення трудового потенціалу туристичних організацій із впровадженням механізмів стимулювання.*
- 2. Утворити концептуальний розклад формування системи управління трудовим потенціалом з використанням пристроїв стимулювання туристичних організацій.*
- 3. Створити методичні поради щодо вдосконалення системи управління трудовим потенціалом у туристичних організаціях із впровадженням механізму стимулювання.*
- 4. Запропонувати методичні підходи до оцінки продуктивності ансамблю подій, пов'язаних із удосконаленням управління трудовим потенціалом у туристичних організаціях.*

Виклад основного матеріалу. Становлення сфери туризму передбачає взаємодію соціально-демографічних і фінансових моментів, серед яких головна роль належить саме трудовому потенціалу. Трудовий потенціал надавача послуг складається під впливом вміння та прагнення працювати, підприємливості у праці та домашньої підприємливості, творчої активності. Стимулювання трудового потенціалу нерозривно пов'язано з провідними підсистемами його управління, що власну мотивацію людини необхідно адресувати на отримання фінансових результатів фірми, тобто у першу чергу, вигоди та рентабельності [1].

У моїй роботі у повному розмірі проаналізовані існуючі думки, мотивації та стимулювання праці, проведено розмежування думок мотивація та стимулювання праці. На основу аналізу концепцій українських та іноземних науковців і знавців у науковій роботі уточнено конструкцію трудового потенціалу туристичних організацій. Стимулювання трудового потенціалу визначено як поетапне, керуючий вплив управлінням фірми різними речовинними та нематеріальними механізмами на внутрішні особистісно-професійні значення співробітників туристичних організацій з метою досягнення позитивного фінансового результату. Ще уточнено та систематизовано властивості складових трудового потенціалу.

Класифікація складових характеристик трудового потенціалу (складена автором):

1. Фізіологічна(стан здоров'я, ступінь витривалості, працездатність)
2. Соціальна(стать, вік, соціальний статус, чисельність трудових ресурсів, соціальне оточення, соціальне визнання)
3. Психологічна(стресостійкість, безконфліктність, психологічний стан, комунікативність)

4. Інноваційна(творчість, активність)

5. Туристська(Значимість і ефективність розвитку туристських послуг, орієнтування на туристсько-рекреаційний і соціальний ефект)

Процес стимулювання повинен розроблятися з урахуванням даних співробітників фірми підприємства, які включають потреби, інтереси, установки та ціннісні орієнтації персоналу. Конструкція керування співробітниками фірми, зовнішні та внутрішні моменти, що впливають на підприємство, а ще закоренілі звичаї у фірми та історична навичка роботи – все це треба брати до уваги в мотиваційний процес. Вивчення роботи компаній галузі туризму дозволило кваліфікувати проблеми, що відбуваються у сфері мотивації трудового потенціалу. Насамперед у використаних методах речовинного і нематеріального стимулювання персоналу, більш стимулюючим та вагомим складником речовинного стимулювання персоналу вважається саме заробітна плата. Її величина в досліджуваних організаціях залежить від трудових і своїх якостей співробітників, а також від частки. У цілому нині, становлення сфери туризму, яка, безсумнівно, має важливим фінансовим мультиплікативним ефектом, є необхідним як момент формування ВВП (валового внутрішнього продукту), а й може гарантувати вдосконалення показників якості життя населення, зниження соціальної напруги. Таким чином, у передових умовах становлення туризму в Україні вважається неабияким завданням для кожної області [2].

При цьому туристичний потенціал нашої держави застосовується не абсолютно, про що яскраво говорить статистика – за даними ДАРТ(Державне Агенство Розвитку Туризму), не звертаючи уваги на те, що Україна продовжує закріплювати свої позиції в рейтингу конкурентоспроможності у сфері туризму глобального фінансового форуму з конкурентоспроможності туристич-

ного розділу, все ще невирішеними залишаються основні завдання з підвищення якості та доступності туристичних продуктів, а ще зі збільшення значення поінформованості про їх туристів, подальше розширення та модернізація інфраструктурної бази, забезпечення комфорту та доступності розваг та подорожей і країні, високої якості туристичного обслуговування.

Розвиток сфери туризму як культурного, соціального спрямування орієнтується на туристський потенціал регіону. При цьому відбувається взаємовплив елементів соціально-економічної системи регіону – елементи інфраструктури сфери туризму збільшують тур потенціал регіону, визначають рівень та межі розвитку інфраструктури та сфери туризму. Розглядаючи регіон як базу для розвитку нового напрямку туризму або підвищення ефективності діяльності поточного напрямку сфери туризму, в першу чергу, необхідно враховувати характеристики людського потенціалу регіону – рівень освіти, знання, вміння, навички економічно активного населення регіону (з погляду турагента) та решти населення регіону (як споживачів туристської послуги). Крім того, важливою характеристикою є і насиченість ринку праці необхідними кандидатами (пропозиція праці), тобто така їх кількість, яка повністю задовольнить попит працю [3]. За відсутності необхідних кандидатур на ринку праці сфера туризму як суб'єкт ринку праці має надати певний вплив на соціально-економічну систему регіону – розвинути інфраструктуру для генерації необхідних кадрів, з одного боку, та, з іншого, створити заманливу пропозицію для споживачів туристських послуг.

Висновок. Таким чином, пошук можливих механізмів регулювання регіонального ринку праці є найважливішим завданням економіки, оскільки на сьогоднішній день регіон є самостійним суб'єктом господарювання та може

сам будувати свою економічну політику в рамках вирішення місцевих проблем, не торкаючись інтересів інших регіонів. При цьому комплексний розвиток сфери туризму на регіональному рівні та на рівні всієї країни може стати одним із механізмів соціально-економічної організації розвитку регіону, і, як наслідок, потужним фактором регулювання ринку праці.

Список використаних джерел:

1. Арсенев Ю.Н. Управління персоналом. Моделі управління. 2005. 178с.
2. Скобкін С. С. Менеджмент в туризмі. 2009.447 с.
3. Гриньова В.М. Управління кадровим потенціалом підприємства: монографія. В.М. Гриньова, Г.І. Писаревська. Х.: ХНЕУ, 2012. 228 с.

В. Ю. Венедіктов, І. С. Зігунова

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В СФЕРІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У даній роботі розглянуто проблеми транснаціонального туризму у сфері туризму, роль та значення розвитку державних (офіційних) інституцій, розвитку масштабних організацій та некомерційних структур.

Ключові слова: *Міжнародне співробітництво, державне регулювання, сфера туризму, туристичний потенціал, туристичні послуги.*

This work examines the problems of transnational tourism in the field of tourism, the role and significance of the development of state (official) institutions, the development of large-scale organizations and non-commercial structures.

Key words: *International cooperation, state regulation, sphere of tourism, tourist potential, tourist services.*

Постановка проблеми. Індустрія туризму стала послом дружби в міжнародних відносинах різних країн. Аналіз розвитку туризму показує, що сучасний туристичний потік формувався під впливом різноманітних факторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні аспекти формування і функціонування національного механізму регулювання туристичної галузі, розробка та обґрунтування напрямків його вдосконалення знайшли своє відображення у наукових працях вітчизняних вчених таких як: Л. М. Донченко, К. В. Жадько, С. Г. Захарова, А. Х. Іляшенко, Є. В. Козловський, О. А. Мельниченко, Н. І. Остап'юк та інших.

Мета роботи: Дослідити розвиток та роль міжнародних організацій в регулюванні туризму, визначити роль України в системі міжнародних економічних відносин на сучасному етапі розвитку.

Виклад основного матеріалу. Багатостороннє співробітництво реалізується в формі широких міжнародних форумів з питань туризму. Для прикладу можна навести Римську конвенцію ООН з міжнародного туризму і подорожей (1963 р.), Нараду з питань безпеки і співробітництва в Європі (Гельсінкі, 1975 р.), Всесвітню конференцію з туризму (Маніла, 1980 р.), Міжпарламентську конференцію з туризму (Гаага, 1989 р.).

За роки еволюції масового міжнародного туризму були розроблені й широко застосовані різноманітні й ефективні форми співпраці в цій сфері [1].

Міжнародне співробітництво в сфері туризму розвивається в двох формах:

1. співробітництво на двосторонній основі;
2. співробітництво на багатосторонній основі.

Двостороннє співробітництво виникає тоді, коли обидві сторони домовляються про довгострокові дії щодо розвитку взаємних туристичних відносин. Цілі, форми та методи співробітництва, як правило, викладаються у спеціальних угодах, які називаються міждержавними угодами про співробітництво в туристичній сфері.

Практика підписання таких міжнародних договорів продовжується і сьогодні. На українському туристичному ринку пріоритетним є встановлення договірних відносин з перспективними країнами. Вивчається прогресивний міжнародний досвід впровадження практики створення нормативно-правової бази туризму, організації функцій високорентабельної туристичної галузі, стимулювання державного регулювання та галузей.

Багатостороннє співробітництво передбачає координацію спільних дій кількох країн для розвитку міжнародного туризму. Ця співпраця базується на регулярному скликанні міжнародних зустрічей, туристичних і туристичних форумів, а також на створенні та діяльності різних міжнародних туристичних організацій [3].

ООН є головним координатором багатостороннього співробітництва у сфері туризму. З перших днів існування Організації Об'єднаних Націй туризм став основним продуктом цієї організації та багатьох її приватних установ. Важливу роль у розвитку міжнародного туризму відіграла низка документів ООН [2]:

- Загальна декларація прав людини, прийнята в 1948 році, стаття 24 якої стверджує, що кожен має право на відпочинок і дозвілля, включаючи розумне обмеження робочого часу та періодичні оплачувані відпустки;
- Міжнародний пакт про економічні, соціальні та культурні права, прийнятий у 1966 році, стаття 7 якого стверджує, що держави зобов'язуються забезпечити кожному право на відпочинок і дозвілля, розумне обмеження робочого часу та періодичні оплачувані відпустки;
- Міжнародний пакт про громадянські та політичні права, прийнятий у 1966 році, стаття 12 якого передбачає, що кожен може вільно залишати будь-яку

країну, включаючи свою власну. Залежно від складу членів, їх статусу та представництва, а також статутних цілей і завдань, Міжнародна туристична організація поділяється на:

- ✓ глобальні та регіональні;
- ✓ офіційні (міждержавні) та неформальні;
- ✓ універсальні та спеціалізовані.

Висновок: Описані міжнародні організації – це лише деякі приклади успіху. Принципи діяльності, форма та діяльність міжнародних туристичних організацій. Тенденція та напрям міжнародного співробітництва та інтеграції у сфері туризму очевидні подальше вдосконалення, що безсумнівно позитивно вплине на загальний розвиток. Ця галузь є глобальною і кожна країна відокремлена.

Список використаних джерел:

1. Дані Державної служби туризму і курортів Міністерства культури і туризму України (2006 р.).
2. Сенин В.С. Организация международного туризма. М. Финансы и статистика 2004.
3. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Економічний словник-довідник з туризму. Видавничий Дім «Слово». 2006.

Є. І. Гринько, М. Ю. Троян

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

ОПОДАТКУВАННЯ В ТУРИЗМІ

В роботі розглянуто особливості системи оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності в галузі туризму. Проаналізовано загальну та спрощену систему оподаткування. Наведені переваги спрощеної системи оподаткування для суб'єктів туристичного бізнесу. Запропоновано найбільш прийнятний варіант системи оподаткування для фізичних осіб підприємців працюючих в сфері туризму.

Ключові слова: податки; туристична діяльність; туристичний оператор; туристичний агент; туристичний продукт.

The article considers the peculiarities of the system of taxation of business entities in the field of tourism. The general and simplified taxation system is analyzed. The advantages of a simplified taxation system for tourism businesses are presented. The most acceptable variant of the taxation system for natural persons-entrepreneurs working in the field of tourism is offered.

Keywords: taxes; tourist activity; tourist operator; travel agent; tourist product.

Постанова проблеми. Туризм є важливим джерелом податкового доходу для держав усього світу, удосконалення податкової системи в туризмі є засобом стимулювання розвитку економіки регіону. Розвиток туристичної індустрії впливає і на суміжні з туризмом галузі економіки, а отже і на податкові надходження від підприємств цих галузей. Дохід, отриманий від оподаткування туризму, може використовуватися на забезпечення суспільних благ, таких як поліпшення умов комунального обслуговування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Правовим регулюванням туристичної діяльності присвячені роботи О. Олешко, Г. Борисенко. Розвиток податкової системи та її вплив на туристичну діяльність досліджувався в роботах П. Мельника, Г. Старостенко. Аналізом та оцінкою рівня податкової системи займаються вітчизняні вчені. В. Вітлинський, Ю. Іванов. У роботах С. Лондаря, І. Чугунова досліджувалася динаміка податкового навантаження на економіку України за допомогою кривої Лаффера. Проблемам ухилення від сплати податків та його наслідкам також присвячено багато робіт, зокрема монографія В. Вишневського та А. Веткіна.

Мета роботи. Головною метою цієї роботи є визначення прийнятної системи оподаткування суб'єктів туристичної діяльності та нарахування податку на додану вартість.

Виклад основного матеріалу. Туризм є важливим джерелом податкового доходу для держав усього світу.

Оподаткування туризму має необхідний вплив на загальний добробут країни, тому він здається порятунком для урядів, які зіштовхуються з бюджетними обмеженнями і дефіцитом. Міжнародний туризм виступає як головне джерело надходжень іноземної валюти. Дохід, отриманий від оподаткування туризму, може використовуватися на забезпечення суспільних благ, таких як поліпшення умов комунального обслуговування. З іншого боку, податки на туризм дуже необхідні, тому підприємства туристичної діяльності, міжнародні організації і споживачі туристичних послуг наполягають на скороченні кількості податків у туризмі і зменшенні ставок оподаткування. Об'єктом оподаткування на прибуток є прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом збільшення або зменшення фінального результату до оподаткування (прибутку або збитку), визначеного у фінальній звітності підприємства відповідно до національних положень бухгалтерського обліку(ПБО) або міжнародні стандарти фінансової звітності(МСФЗ), які виникають згідно з положеннями Податкового кодексу. Для платників податку, у яких річний дохід від будь-якої діяльності (за вирахуванням непрямих податків), визначений за правилами бухгалтерського обліку за останній річний податковий(звітний) період, не перевищує 20 млн грн, об'єкт оподаткування може визначатися без коригування фінального результату до оподаткування на усі різниці (крім від'ємного значення об'єкта оподаткування минулих податкових (звітних) років), визначені згідно з положеннями розділу III цього Кодексу [1].

Особливий порядок оподаткування податку на додану вартість (ПДВ) туристської діяльності згідно зі ст.207 Податкового кодексу обумовлено специфікою формування туристичного продукту ,причому переважна більшість цих осіб не може бути платниками ПДВ. Згідно з п. 207.1 цієї

статті турпродукт з метою оподаткування ПДВ розглядається як єдина послуга. Щодо внутрішнього, в'їзного та виїзного туризму базою оподаткування туроператора є винагорода її визначають як різницю між вартістю поставленого тур продукту і сумою витрат, понесених туроператором в наслідок створення туристської послуги. Сумою витрат на створення тур продукту є оборот за Кт рахунку 23. При цьому слід звернути увагу , що зарплату персоналу туроператора зайнятого формуванням туру (Дк 23 Кт 661,651) не включають до вартості витрат на створення тур послуги , тобто не виключають з бази оподаткування податку на додану вартість (ПДВ). До цих витрат , як правило , включають тільки придбані товари, послуги інших суб'єктів туристської діяльності у зв'язку з формуванням тур послуги з ПДВ. Для визначення винагороди туроператора при розрахунках з нерезидентами (отриманні інвалютної виручки від туристів та придбанні тур послуг у нерезидентів) доцільно застосовувати курс за правилами бухгалтерського обліку. Туроператор як юридична особа може обирати загальну систему або третю групу спрощеної системи оподаткування. У разі обрання спрощеної системи оподаткування ставка єдиного податку – 3 % доходу для платників податку на додану вартість(ПДВ) та 5 % доходу для не платників податку на додану вартість(ПДВ) (п.293.3 ст.293 податкового кодексу). При цьому обсяг доходу протягом календарного року не повинен перевищувати 5 млн грн. тур операторам на загальній системі оподаткування , які не є платниками ПДВ потрібно враховувати ще те , що при досягненні загального обсягу оподатковуваних операцій з постачання товарів , послуг , поставлених протягом останніх 12 календарних місяців , 1 млн грн (без урахування ПДВ). Вони зобов'язані зареєструватися платниками ПДВ(п. 181.1 ст. 181 податкового кодексу). Водночас тур оператор , який не досяг

цього обсягу, має право добровільно зареєструватися платником ПДВ[2]. Для тур агентів – юридичних осіб можливі ті самі варіанти обрання системи оподаткування, що і для тур операторів. Тур агенти мають право обирати загальну систему або спрощену систему оподаткування. Уразі обрання тур агентом – ФОП загальної системи оподаткування необхідно сплачувати податок на доходи за ставкою 18% із суми чистого оподаткованого доходу, тобто різниці між загальним оподатковуваним доходом (виручкою у грошовій та не грошовій форі) і документально підтвердженими витратами, пов'язаними з господарською діяльністю (п. 177.2 ст. 177 податкового кодексу). Для працівників ПДВ не включаються до витрат і доходу суми ПДВ, що входять до ціни придбаних або проданих товарів (п.177.3 з цієї статті)[3]. За словами Любіцевої О.О. зазначається що туристичні послуги поділяються на основні (послуги розміщення, харчування, транспортне та екскурсійне обслуговування), та додаткові (побутові, торгівельні, комунікативні, інформаційні, спортивно-оздоровчі, культурні) та супутні (виробництво та реалізація сувенірів і туристичного спорядження, тощо) Проте в методиці розрахунку обсягів туристичної діяльності зазначено, що туристичні послуги поділяються на характерні та супутні. Характерні туристичні послуги та товари це послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких суттєво скоротиться без їх реалізації туристам. Вказані послуги входять до вартості туристичного продукту і вираховуються під час визначення бази оподаткування податку на додану вартість (ПДВ) у туроператора. І не має значення, на яких умовах туроператор їх отримує від своїх постачальників – за прямими договорами чи агентськими.

Якщо послуги отримано від нерезидента й оплачуються в іноземній валюті, їх вартість визначають за

правилами, передбаченими в стандарті бухгалтерського обліку. Дане Положення регламентує наступні умови:

- за попередньою оплатою, перераховують виходячи з курсу Національного банку України, що встановлений на дату перерахування попередньої оплати нерезиденту;
- без попередньої оплати, перераховують виходячи з курсу Національного банку України, що встановлений на дату фактичного отримання послуг[4].

Внутрішні платники податків, зазвичай, фінансують виробництво таких товарів. Приплив туристів накладає додаткові витрати на уряд, які стосуються поліпшення безпеки і підтримки навколишнього середовища. Як нерезиденти, туристи не фінансують додаткові витрати уряду. Тому туристський податок буде служити для часткового відшкодування витрат уряду. Часто туристи платять за відвідування невеликої кількості пам'яток таких як парки і сафари. Але стягнути безпосередньо оплату за користування вуличним освітленням чи суспільною безпекою важко. Тому оподаткування іноземних туристів може бути єдиним шляхом стягування плати за використання суспільних товарів, які вони споживають. Туризм також збільшує державні доходи. За даними Всесвітньої туристичної організації, туристичні країни отримують близько 10-25% загальних податкових надходжень від туристичного сектору. У деяких невеликих країнах, які спеціалізуються на туризмі, таких як Багамські острови, понад 50% державних доходів надходить від туризму. Чистий прибуток від туризму на Мальдівах становить 40% державного доходу. На Маврикії приблизно 12-15% податкових надходжень безумовно і неявно отримуються від туризму. Ставка податку повинна покривати адміністративні витрати на збереження довкілля та підтримання високих стандартів здоров'я та харчування,

але не повинна бути встановлена настільки високо, щоб перешкоджати споживанню товарів і прибуттю туристів до країни. Дискусія про недоліки туристичного збору. По-перше, звичайно, податки на туризм іноді важко виправдати. Сума зібраного податку може бути невеликою, але податок може вплинути на туризм і, таким чином, на економіку в цілому. Звичайно, особливо це стосується податків, які стягуються з туристів, наприклад, візових зборів. Обов'язкові податки за високими ставками можуть перешкодити доступу до держави. Для країн, де туризм є основною складовою економіки, це може негативно вплинути на зайнятість і платіжний баланс і призвести до повного скорочення економічної активності. По-друге, втрата прибутку. Фінансовий вплив розвитку туризму відрізняється від країни до країни з трьох основних причин. По-перше, ефект залежить від політики уряду. Якщо уряд хоче підвищити податки, ставка податку буде високою.

З іншого боку, якщо уряд хоче розвивати туризм, ставка податку може бути низькою. Деякі уряди також субсидують інфраструктуру аеропортів і паркінгів і створюють інвестиційні стимули для бізнесу. По-друге, фінансовий ефект також залежить від важливості туризму для економіки. Очевидно, що чим більший внесок туризму в економіку, тим вище оподаткування туризму. По-третє, також важливі обсяги та тип ін'єкції в інші сектори економіки та економічні джерела, які сприяють розвитку туризму. Як правило, ін'єкції, як правило, збільшують державні доходи, тоді як витрати призводять до зменшення доходів. По-друге, відплата. Податки збільшують надходження, але, як і податки на торгівлю, один уряд мстить уряду, якщо вважає, що інший уряд незаконно підвищив податки для своїх громадян. Наприклад, Кенія та Танзанія запровадили візи для громадян Великобританії в обмін на

візовий збір для їхніх громадян до Сполученого Королівства. Відплата завжди є загрозою, негативно впливає на добробут обох країн.[5].

Висновок. Отже, можна виділити наступні проблеми в оподаткуванні туризму. Місце, де купується тур (екскурсійна послуга), може бути віддаленим від місця, де надається тур послуга. Тому виникає проблема з конкретною податковою сферою. Комплекс надає туристичні послуги, в тому числі послуги в різних галузях економіки (розміщення, транспорт). Є багато питань оподаткування. Більшість розрахунків між туристами та суб'єктами господарювання, які займаються туризмом, здійснюються безпосередньо через посередників, які надають туристичні послуги, формуючи комплексні туристичні продукти та викликаючи труднощі з оподаткуванням. Нинішня система оподаткування та спрощена система оподаткування не вирішить цих проблем. Перше питання вирішується на законодавчому рівні. Вирішити дві останні проблеми допоможе створення туристичного посилання, яке виробляє готову туристичну продукцію та представляє її безпосередньо туристам.

Список використаних джерел

1. Gooroochurn N., Sinclair T. The Welfare Effects of Tourism Taxation. Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute. 2003. February. P.1-37.
2. Мельник П.В., Старостенко Г.Г. Напрями удосконалення оподаткування туристично-рекреаційної діяльності. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/melnyk2.htm.
3. Вітлінський В.В., Скрипник А.В. Аналіз діяльності податкової системи України. Фінанси України. 2005. №12. С.19-31.
4. Іванов Ю.Б. Альтернативні системи оподаткування: монографія. Харків: ХДЕУ-Торнадо, 2003. 517с.
5. Вишне夫斯基 В.П., Веткин А.С. Уход от уплаты налогов: теория и практика: Монография. Донецк: НАН Украины; Ин-т экономики пром-сти, 2003. 282 с.

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК СКЛАДОВА ІНОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

У цій статті висвітлені питання, що стосуються теоретичних засад формування та функціонування креативної економіки в умовах становлення нової (постіндустріальної) економіки. З'ясовано, що креативна економіка є елементом нової економіки та формує її разом з інноваційною та знаннєвою економікою. Досліджено значення та сутність складових терміна «креативна економіка». Розглянуто креативну економіку як системне явище, наведено особливості його функціонування з погляду системного підходу. Окреслені основні проблеми функціонування та розвитку креативного сектору економіки, запропоновано шляхи їх вирішення та представлено позитивні наслідки впливу креативної економіки.

Ключові слова: креативна економіка, креативність, нова економіка, креативний процес, креативний сектор економіки, інновації, креативна діяльність.

This article highlights issues related to the theoretical foundations of the formation and functioning of the creative economy in the context of the formation of a new (post-industrial) economy. It has been found that the creative economy is an element of the new economy and shapes it along with the innovation and knowledge economy. The meaning and essence of the components of the term «creative economy» are studied. The creative economy as a systemic phenomenon is considered, the peculiarities of its functioning in terms of a systemic approach are given. The main problems of functioning and development of the creative sector of the economy are outlined, the ways of their solution are offered and the positive consequences of the influence of the creative economy are presented.

Key words: creative economy, creativity, new economy, creative process, creative sector of economy, innovations, creative activity.

Постановка проблеми. Процеси інформатизації та цифровізації, що з початку 21 століття поширюються прискореними темпами, спричиняють глибокі трансформаційні зміни суспільства. В цих умовах неминуче виникає питання формування нової парадигми світового економічного розвитку, в основі якої лежить інноваційність, що пронизує усі сфери життя, а також формується принципово

новий стан культури та цивілізації, при якому основними цілями у якості цінностей стає зростання ролі знань, інформації, креативності та, відповідно, їх носія – людини. Ці процеси спонукають до перетворення креативного потенціалу людей у креативний капітал, який у свою чергу, сприятиме активізації інноваційних процесів та зможе здійснити суттєвий вплив на зниження соціальних ризиків. Таким чином, основним фактором виробництва стає креативний людський капітал, а чинником економічного зростання – продукт креативної діяльності – інновації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На сьогоднішній день ми знаємо таких вчених як : О.Амоша, Б.Данилишин, А.Чухно, О.Біловодська, С. Прилипко, В.Геєць Л.Федулова, С.Давимука, Н.Краус, А. Мержвинська, А.Пакуліна, Ю.Сотнікова, Е.Лібанова, Т.Галахова, І.Олександренко, С.Онишко, І.Вахович, О.Чуль, О.Дорошенко, Д. Лук'яненко та багато інших.

Мета роботи. Розкрити питання що стосуються теоретичних засад формування та функціонування креативної економіки в умовах становлення нової (постіндустріальної) економіки.

Виклад основного матеріалу. Як відомо, економічна система в нашій країні нині недосконала. Це поняття в різних джерелах диференційоване, кожен із авторів дає своє поняття, але суміжне з усіма іншими. Ми знаємо, поняття креативної економіки спирається на термін «креативність» і нероздільною з інтелектуальною власністю її захистом. Виходячи з проаналізованих визначень, я зрозуміла що креативна економіка – розділ економіки, який вивчає та застосовує у матеріальній та нематеріальній сфері унікальні здібності людини для задоволення потреб та як наслідок отримання доходу. Для вдосконалення творчого потенціалу людині потрібне певне середовище та свобода самовираження, вона не може

бути серед пасивнокреативних людей, які живуть за шаблоном. Найактуальнішими у наш час стають державні гранти, що надаються малому бізнесу. Більше того, можуть створюватись спеціальні навчальні заклади (бізнес інкубатори, які також є одним із виходів у фінансуванні ідеї) з підтримки молодих та креативних людей. І тут такому безоплатному фінансуванню надається особливе значення.

Будь-яка можливість - це внесок. Якщо вкласти кошти в перспективного новатора, можна збільшити свій прибуток у кілька разів. Будь-яке надання можливостей чи безоплатне фінансування, викличе у студентів інкубатора інтерес та конкуренцію.

Сфера застосування креативної економіки є безмежною. Вона може лежати в основі будь-якого виду бізнесу та будь-якого типу виробництва. Ми знаємо, що людське суспільство розвивалося з давніх часів, відносини між людьми мали економічний характер, була введена класова система, люди стали ділитися на багатих та бідних, тих, на кого працювали і тих, хто працював.

Перші, хто звертається до економіки та економічної системи – давні греки та римляни. У своїх працях вони ясно показують суть економічних відносин у цілому: «Гроші – специфічний товар, накопичення якого не має меж». Я цілком згодна за з цим висловлюванням, бо скільки ти не накопичуй грошей тобі все одно буде їх мало, та не треба боятися великих витрат. Ми живемо в епоху світової кризи. Також це можна назвати кризою особистості або кризою ідей, коли прогрес стоїть на місці. Вихід з особистісної кризи допоможе вийти з фінансово-економічної, адже поки не будуть подолані бар'єри з креативним розвитком, суспільство ніколи не зробить крок уперед, а лише залишиться «топтатися на місці» [1].

Родоначальниками визначення людського капіталу були Теодор Шульц та Гері Беккер. Вони говорили, що людський капітал – це сукупність вроджених здібностей та набутих знань, навичок та мотивацій, ефективно використання яких сприяє збільшенню доходу та інших благ їхніх володарів. Людина накопичує свій капітал у процесі життєдіяльності, удосконалює та використовує його на благо.

На даний момент розрізняють три види людського капіталу:

- Індивідуальний;
- корпоративний;
- національний.

Індивідуальний капітал – це ті знання, навички та здібності, якими володіє індивід і завдяки яким він може набувати додаткових благ на відміну від людини, яка ними не володіє. Тобто робить це все на благо собі.

Корпоративний людський капітал – накопичений фірмою спеціальний та особливий, порівняно з конкурентами, індивідуальний людський капітал, ноу-хау, інтелектуальний капітал та особливі управлінські та інші інтелектуальні технології, включаючи комп'ютерні та інформаційні технології, що підвищують її конкурентоспроможність. Тобто цей капітал не належить індивідууму, ти з цього нічого не отримаєш, як від індивідуального капіталу.

Національний людський капітал – це частина інноваційних (креативних) трудових ресурсів, накопичені конкурентоспроможні та високопродуктивні знання, інноваційна система, інтелектуальний капітал та інноваційні технології у всіх сферах життєдіяльності та економіки.

Таким чином видно, наскільки близько стикаються поняття людського капіталу (його видів) та креативної економіки. Мало було б сказати, що ці поняття суміжні, не можна упустити також те, що людський капітал є

складовою креативної економіки. Мало було б сказати, що ці поняття суміжні, не можна упустити також те, що людський капітал є складовою креативної економіки, він став головним рушієм у створенні інноваційної економіки.

Першою країною, де з'явилася креативна індустрія, стала Великобританія. 2001 р. американський економіст Джон Хокінс виділив п'ятнадцять креативних індустрій, тим самим представивши американський підхід до визначення креативної економіки, відзначивши появу цього феномена та у США. Як ми бачимо, ці індустрії мають на увазі не просто виникнення нових ідей, але їх перетворення на ринковий продукт, який можна продати, сукупність креативних індустрій, продуктів, які утворюються ними, формує креативну економіку.

Основними складовими елементами креативної економіки є креативний клімат та креативний клас. Я цілком згодна креативний клас виникає або концентрується там, де є креативний клімат. Наприклад, Р. Флорида виділяє дві складові креативного класу: ядро креативного класу (люди, які працюють у сфері програмування та математики, архітектури та інженерної справи, природних та соціальних наук, освіти, виховання та бібліотечної справи, мистецтва, дизайну та ЗМІ); креативні професіонали (топ-менеджмент, люди, що працюють у сфері бізнесу та фінансів, права, охорони здоров'я та керівні працівники у сфері продажу) [2].

Висновки. Розглянувши питання що стосуються теоретичних засад формування та функціонування креативної економіки в умовах становлення нової (постіндустріальної) економіки. Я з'ясувала що креативна економіка є елементом новової економіки та формує її разом з інноваційною та знанневою економікою. Дослідила значення та сутність складових терміна «креативна економіка». Розглянула креативну економіку як системне

явище, наведено особливості його функціонування з погляду системного підходу. Також окреслила основні проблеми функціонування та розвитку креативного сектору економіки, запропоновано шляхи їх вирішення та представлено позитивні наслідки впливу креативної економіки.

Список використаних джерел

1. Бутнік-Сіверський, Олександр Борисович. Методологія трансферу технологій у сфері інтелектуальної власності: економіко-правова природа походження та визначення окремих термінів. 2018. С. 68.
2. Бутнік-Сіверський О., Дорошко Г. Теорія і практика інтелектуальної власності. 2021. № 2. С. 75-89.

М. О. Марченко, М. Ю. Троян

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

КОН'ЮКТУРА ЦІН НА ТУР ПРОДУКТ У СВІТІ

Стаття присвячена висвітленню формування кон'юнктури цін на тур продукт у світі. Доцільність реалізації конкретного типу стратегії в умовах динамічного конкурентного середовища – досить складний процес, який повинен враховувати різні варіанти розвитку ринкового середовища, обмеження ресурсів, а також поставлені стратегічні цілі.

Ключові слова: кон'юнктура цін, тур продукт, світовий тур оператор, екскурсійне обслуговування.

The article is devoted to highlighting the formation of prices for tour products in the world. The expediency of implementing a specific type of strategy in a dynamic competitive environment is a rather complex process that must take into account different options for the development of the market environment, resource constraints, as well as strategic goals.

Keywords: price situation, package tour, world tour operator, excursion service.

Постановка проблеми. Кон'юнктура цін є невід'ємною рисою функціонування туристичного ринку. Вона складається в результаті сукупної дії внутрішніх та зовнішніх умов та факторів і характеризує стан ринку в даний час і в даному місці. Дослідження кон'юнктури цін туристичного

ринку передбачає виявлення кола умов та факторів, що в даний час робить істотний вплив на формування попиту та пропозиції на внутрішньому та власне міжнародному ринках, визначення сили та напрямки їх впливу з метою прогнозування кон'юнктурних змін на певний термін.

На кон'юнктуру цін міжнародного туристичного ринку істотно впливає ступінь державного регулювання ринкової діяльності взагалі та власне туристична політика держави на ринку туристичних послуг, розвиненість ринкових структур та механізмів. Конкуренентоспроможність туристичної фірми у світі визначається характером тур продукту, який пропонується та реалізується на ринку та певним чином залежить від обраної підприємством ринкової стратегії.

Актуальність. Наукові дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців, що вивчали питання туристичного продукту, а також кон'юнктури цін на тур продукт у світі в більшості учені Ю. Шагінов, А. Балабанів, Є. Файбусович, Н. Гуденко, які запропонували систему заходів щодо формування туристичного продукту, М. Мальська безпосередньо запропонувала оригінальні технології розвитку різних видів турів; С. Гаврилюк, В. Кіптенко окреслюють значні перспективи використання туристичного продукту та власне формування кон'юнктури цін на тур продукт у світі.

Мета статті: розкриття кон'юнктури цін на тур продукт у світі.

Виклад основного матеріалу. Ціна – найважливіший елемент комплексу маркетингу. Саме від цінової політики в кінцевому рахунку залежать досягнуті комерційні результати, а правильно обрана цінова стратегія має довготривалий та вирішальний вплив як на конкурентоспроможність туристичних продуктів, так і на діяльність підприємства в цілому. Сучасні міжнародні туристичні фірми підходять до проблем ціноутворення по-різному. У

невеликих за обсягами туристичних фірм ціни часто встановлюються вищим керівництвом. У великих міжнародних компаніях проблемами ціноутворення зазвичай займаються керуючі відділень, але і тут вище керівництво визначає загальні установки та цілі політики цін [1].

Власне ціна на міжнародні туристичні послуги має дві межі: нижню та верхню. Нижньою межею виступає собі вартість туристського пакету, а верхня межа визначається попитом на даний товар.

Отже, величина ціни на міжнародний тур продукт визначається його вартістю та попитом на цей продукт. Крім того, на ціну тур продукту впливає цілий ряд факторів: зовнішніх, внутрішніх та власне технологічних.

Зовнішні чинники:

- співвідношення попиту та власне пропозиції, кон'юнктура туристського ринку;
- державне регулювання як економіки в цілому, так і сфери туризму зокрема, в тому числі податкове регулювання;
- споживачі тур продукту;
- цінова політика постачальників туристських послуг;
- сезонність;
- рівень та власне динаміка цін конкурентів.

М. Мальська виділяє власне внутрішні чинники:

- ступінь ексклюзивності тур продукту на ринку;
- витрати підприємства та планований прибуток;
- якісні характеристики послуг, співвідношення ціни та якості;
- цінова політика тур фірми [2, с. 173].

Технологічні фактори:

- вид тур пакету: замовний або інклюзив тур;
- технологія роботи з постачальниками послуг з даного тур продукту: квота або за запитом;

- клас обслуговування: економ, стандарт, ексклюзив, VIP тощо;
- тип замовника: тур агентство, корпоративний клієнт чи індивідуальний клієнт;
- форма обслуговування: групова або індивідуальна [1].

Базою розрахунку цін на тур продукт у світі є безпосередньо розрахунок собівартості тур продукту. Оскільки тур продукт туроператора нематеріальний та складові його не виробляються їм самим, досить складно буває розібратися, вартість яких послуг може включатися до собівартості тур продукту, які послуги є посередницькими та які саме ще витрати можна включати в собівартість продукту Так, собівартість тур продукту включаються:

- витрати на освоєння нових турів. До них можуть відноситися витрати по участі в «ознайомлювальних турах», що сприяють розвитку інших напрямків у туризмі, а також інші витрати, що підвищують якість туристичних послуг;
- витрати, пов'язані з придбанням прав на надання туристам послуг: розміщення та проживання; транспортного обслуговування (перевезення); харчування та екскурсійного обслуговування; медичного обслуговування, лікування та профілактики захворювань; візового обслуговування; обслуговування культурно-просвітнього, розважального та спортивного характеру; добровільного страхування від нещасних випадків, хвороб та медичного страхування в період турпоїздки;
- витрати, пов'язані з підбором кадрів. Дані витрати відносяться до категорії продукту тур операторської діяльності «Інші витрати» та власне підлягають включенню в собівартість [3].

Ціна міжнародного туру на одну людину залежить: від кількості турс днів. Ціна індивідуального туру при інших рівних умовах вище, ніж ціна групового туру в розрахунку на 1 людину. Зазвичай дітям до 7 років – знижка 50 %, школярам – 40 % [4].

При груповому турі ціна туру на одну людину залежить від чисельності туристів у групі. Чим більше чисельність групи, тим нижче вартість туру в розрахунку на одну людину. Також враховується вартість харчування 1, 2 або 3-х разове власне у ресторані, кафе – усе це обирає турист. При остаточному розрахунку ціни тур продукту до собівартості додається нормативний відсоток прибутку, що покриває додаткові витрати, податки, відрахування та створює чистий прибуток підприємства [4].

Ціни повинні орієнтуватися і на сезонний попит, тобто відображати коливання його в різні періоди роки. Ціна зменшується в «мертвий» сезон та відновлюються в «піковий» сезон. Ціна по сезонах змінюється для збереження балансу прибуття туристів у різні пори року. Маніпулюючи цінами, слід завжди пам'ятати про те, що, знизити ціну тур пакета завжди легше, ніж її підняти. Знижувати ціну необхідно тільки тоді, коли в цьому є економічна необхідність. Деякі міжнародні туристичні фірми тримають вельми високий рівень цін, не знижуючи їх навіть посезонно. Кожен світовий туроператор повинен не тільки забезпечувати певне співвідношення цін своїх продуктів та продуктів конкурентів, а й враховувати попит клієнтури в рамках власної пропозиції, тобто необхідна розробка цінової лінії туроператора. Крім того, в ціноутворенні має бути закладено стимулювання каналів збуту. Як відомо, агентська угода передбачає певний комісійний відсоток оплати праці тур агента [5].

Висновки. Формування кон'юнктури цін на тур продукт у світі є досить складним та важливим процесом.

Ціноутворення у туристичній сфері відрізняється від формування цін на товарному ринку і має такі особливості: високу еластичність від різних змінних, нематеріальну складову видаткових статей; велике число конкурентів, легкість проникнення на ринок; залежність від інновацій; мінливість попиту, сильну залежність від сезонного фактора; високий вплив маркетингових технологій.

Перспективи дослідження. Перспективи подальших досліджень можуть бути пов'язані з розкриттям формування кон'юнктури цін на тур продукт у світі.

Список використаних джерел

1. Кон'юнктура туристичного ринку. Дослідження кон'юнктури туристичного ринку. URL: https://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_mrt4.htm
2. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг. К.: Знання, 2008. 661 с.
3. Принципи ціноутворення в туризмі. URL: <https://tourism-book.com/pbooks/book-39/ua/chapter-1913/>
4. Туристичний продукт: якість та конкурентоспроможність. URL: <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/tourism/36436/>
5. Чорненко Н.В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник. К.: Атіка, 2006. 264 с.

Ю. Ю. Михайлик, Д. Р. Мозгова

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка*

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ЗАГРОЗ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В статті розглянуті поняття загроз та суб'єктів туристичної діяльності, проаналізовано та класифіковано основні загрози суб'єктів туристичної діяльності.

Ключові слова: *аналіз, суб'єкт, туристична діяльність.*

The article considers the concepts of threats and subjects of tourist activity, analyzes and classifies the main threats of subjects of tourist activity.

Keywords: *analysis, subject, tourist activity.*

Мета – проаналізувати основні загрози, з якими стикаються суб'єкти туристичної діяльності під час своєї роботи.

Постановка проблеми. В останні роки туристична галузь почала розвиватися високими темпами позитивно впливаючи на економіку багатьох держав. Вона не тільки сприяє збереженню історико-культурних надбань людства, а й стимулює розвиток всіх суміжних галузей. В Україні також відмічають зростання ролі туристичної діяльності, її перспективність для наповнення місцевих, регіональних та державного бюджетів, створення нових робочих місць, росту валового внутрішнього (національного) продукту, підвищення рівня життя населення, зростання патріотичного, культурного виховання. Проте, зміни які відбуваються в зовнішньому середовищі, конкуренція, існуючі соціально-економічні суперечності створюють ряд небезпек пов'язаних з діяльністю суб'єктів туристичної галузі. Саме тому важливо провадити туристичну діяльність на засадах прогнозування та ліквідування можливих загроз для суб'єктів туристичної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Туристична діяльність – це діяльність з надання різноманітних туристичних послуг відповідно до вимог Закону України «Про туризм» та інших законодавчих актів України [1].

У туристичній сфері загрози суб'єктів туристичної діяльності можна визначити як поняття, що характеризує дію, процес або явище, що може спричинити зниження конкурентоспроможності туристичного продукту, що призводить до зменшення попиту на нього, недоотримання очікуваної величини прибутку або понесення збитків підприємством [2].

Оскільки суб'єкти туристичної діяльності відносяться до сфери послуг, то на ефективність їх функціонування

впливають фактори зовнішнього середовища (економічні, політичні, природні тощо), а також прямі взаємодії із зацікавленими особами (покупцями, постачальниками, місцевою владою, громадою тощо).

Найчастіше науковці користуються класифікацією загроз за джерелом походження, при її використанні загрози поділяються на зовнішні та внутрішні [3]. Зовнішні загрози не залежать від діяльності туристичного підприємства, але вони негативно впливають на його функціонування. До загроз мегарівня відноситься правова, економічна та соціальна ситуація в країнах, що формують туристичні та інвестиційні потоки в світі; тенденції та темпи розвитку світового ринку туристичних послуг; події міжнародного масштабу (економічна криза, війни, терористичні акти, пандемії та ін.); законодавчі акти міжнародних туристичних організацій тощо. Успішне попередження про загрози забезпечує стійкість роботи суб'єктів туристичної діяльності, що має відображення у стабільності результируючих показників, зокрема, стабільному збільшенні кількості споживачів туристичних послуг, стабільному зростанні прибутків, стабільному нарощуванню туристичних ресурсів [3, 2, 4].

Висновок. Для успішного функціонування суб'єкти туристичної діяльності повинні проводити постійний аналіз, оцінку впливу загроз та вживати заходи спрямовані на попередження й подолання виявлених загроз. При розробці таких заходів необхідно пам'ятати, що система негативних факторів розглядається сукупність взаємопов'язаних компонентів, а не окремих розрізнених загроз.

Отже, аналіз потенційних та реальних загроз, що впливає на виробничо-господарську діяльність повинні бути враховані в загальній концепції стратегічного та оперативного управління суб'єктами туристичної діяльності.

Список використаних джерел

1. Гура І.О. Облік видів економічної діяльності. Навчальний посібник Знання. 2004. 541 с.
2. Кальченко О. М. Економічна безпека підприємств туристичної сфери. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2013. № 1. С. 136 – 143.
3. Захаров О. І., Снігир А. В. Аналіз загроз економічній безпеці туристичних підприємств. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна*. Вип. 2, 2014. С. 297 – 305.
4. Маркіна І. А., Маховка В. М. Загрози і небезпеки в діяльності підприємств туристичної сфери. *Проблеми економіки*. №3, 2015. С. 135 – 142.

А. О. М'яус, В. М. Зігунов

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Аналіз економічних та соціально-культурних аспектів розвитку туризму в Сумській області. Розглянуто чинники розвитку водного, пішохідного видів туризму та рекреаційні можливості регіону, перелік умов, від якого залежить розвиток туризму на Сумщині. Представлено цікаві туристичні міста та культурні пам'ятки Сумської області, а також регіональні маршрути водного та пішохідного видів туризму.

Ключові слова: *туризм, Сумщина, розвиток, потенціал, туристичний бізнес.*

Analysis of economic and socio-cultural aspects of tourism development in the Sumy region. The factors of development of water, pedestrian types of tourism and recreational opportunities of the region, the list of conditions on which the development of tourism in the Sumy region depends are considered. Interesting tourist cities and sights of the Sumy region, and also regional routes of water and foot types of tourism are presented.

Keywords: *tourism, active tourism, Sumy region, development, potential, recreation, tourism business.*

Постановка проблеми. На сьогоднішній день саме внутрішній туризм набирає обертів, отже настав час проаналізувати економічні та соціально – культурні аспекти розвитку туризму на Сумщині.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Є багато науковців, які досліджують та пишуть про різні аспекти розвитку туризму саме в Сумській області, і розглядаючи цдану проблему я надаю перевагу Корнус А. О., Удовиченко І. В., Леонтьєва, В. Ф. Кифяк, В. М. Зігунов.

Мета роботи. проаналізувати економічні та соціально-культурні аспекти розвитку туризму в Сумській області. Розглянути чинники розвитку деяких видів туризму та рекреаційні можливості регіону, перелік умов, від якого залежить розвиток туризму на Сумщині.

Виклад основного матеріалу. Туризм являється важливою складовою економіки України. Сумська область не є винятком. Сьогодні туризм – це сфера діяльності, яка набуває все більшого значення в соціально – економічному розвитку регіону.

Сумську область було створено 10.01.1939, вона розташована на північному сході України (з півночі на південь протяжність області складає 200 км, із заходу на схід 17 км.)

В Сумській області помірно-континентальний м'який клімат. Більша частина території розташована в межах Придніпровської низовини, найпівнічнішої частини Поліської низовини, на сході та північному сході – відроги Середньоруської височини. Даний регіон розташований між двома природно – кліматичними зонами – Полісся та Лісостеп.

В регіоні розвинена транспортна система, представлена залізничним, автомобільним, повітряним та міським електротранспортом. Проте з іншими областями України пасажирське та транспортне сполучення залишається негожим. Представлений залізничний транспорт

Сумською дирекцією залізничного транспорту Південної залізниці та Конотопською дирекцією залізничного транспорту Південно-Західної залізниці. Ворожба, Конотоп та Суми являються найбільшим залізничними вузлами.

Аеропорт міста Суми відноситься до аеропортів класу «В». Злітно-посадкова смуга аеропорту довжиною 2,5 км і 42 м дозволяє забезпечити ширину літаків Ту-134, Як-40, Як-42, Ан-24 та ряду інших. Однак на цей час аеропорт майже закритий, за винятком чартерних рейсів.

Сьогодні Сумщина залишається такою, туристичний потенціал якої ще не повністю розкритий. На відміну від західних областей України, північна Слобожанщина для багатьох залишається своєрідною Terra Incognita. Тим часом вона має багато привабливих для туристів, хоча маловідомих пам'яток: перший в світі пам'ятник мамонту у с. Кулішівка, яблуня – колонія у Кролевці, або ж фантастичні крейдянні скелі біля м. Суми, поруч із замовником «Банський Яр» з рідкісними реліктовими рослинами [3].

На виставках свої туристичні послуги та можливості демонструють територіальні об'єднані громади Сумської області, громадські організації, державні та приватні підприємства, бази відпочинку. Фактично були представлені такі туристичні напрямки, як активний, культурно – розважальний, гастрономічний, історичний, подієвий туризм. Майстри традиційних для області ремесел провели свої майстер-класи: вишивка, ткацтво, лозоплетіння тощо.

Сумщина вже відома своїми успіхами у розвитку активного туризму: тут весь час поводяться сплави на байдарках, а також помічений активний розвиток кінного спорту. Але залишається ще достатньо невідкритих «скарбів» народних традицій та можливостей «зеленого туризму». Отож подібні заходи потрібні для того, щоб привертати увагу до туристичних об'єктів.

Сумщина має великий нереалізований туристичний потенціал. Їй є що показати, межа з «Диким полем» проходила через місцевість, де синтезувалася культура багатьох народів і епох з часів Київської Русі. Сумська земля багата на різноманітні історичні події, завдяки цьому знають Сумщину як по всій Україні, так і за її межами. Хотілось би виділити найзагадковіші міста регіону, а саме – Путивль, Ромни та Глухів, адже вони мають великий не реалізований історико-культурний потенціал, що може сприяти розвитку туризму в Сумській області, історія заснування цих міст бере початок з глибини тисячоліть. Ці міста залучені до списку найважливіших історичних міст України, а ще існує туристичний маршрут «Намісто Слаутича», до якого вони також входять. Багатовікова історія краю знайшла своє відображення в численних пам'ятках матеріальної та духовної культури. В Сумській області налічується унікальна історико-культурна спадщина – майже 1,5 тис пам'яток історії, 780 – археології, 102 пам'ятники монументального мистецтва та 373 пам'ятки архітектури [2].

Безліч рекреаційних можливостей регіону, беручи до уваги її екологічну чистоту, чудовий вигляд лісостепоного рельєфу та пейзажів, підхожі кліматичні умови створюють достатньо великий простір для того, щоб розвивати туристичний бізнес. Смак будь-якого туриста здатні вдовольнити долини таких річок, як Сейм, Сула, Псел та ін. а природні заповідники, заказники, урочища, угіддя, дають можливість розвитку з довгостроковою перспективою спеціальних видів туризму – рибальства, мисливства, човнярства, пішохідних та кінних маршрутів [1].

Можна навести безліч прикладів, чим ще може зацікавити Сумщина: небагато людей знають про наявність печер в Софронієвському монастирі, їні розміри більші за розміри Києво-Печерської лаври у кілька разів; хочеться також зауважити, що державний заповідник «Михай-

лівська цілина» являється єдиною ділянкою цілинного степу в Лісостеповій зоні України (створений в 1928 р.), тут можна знайти понад 500 видів рослин; мало хто знає що на Сумщині був відкритий Музей чупакабри, представлені тут експозиції являються присвяченими таємничій історії; цікавою є також легенда про Павла Полуботка який перед смертю сховав деякі скарби у Глухові припускають що ті скарби і досі зберігаються на території міста.

Малою батьківщиною являється Сумщина для таких відомих діячів культури та науки: Антон Семенович Макаренко, Борис Антоненко-Давидович, Іван Багряний, Пантелеймон Куліш, Олександр Олесь, Дмитро Білоус, Олег Гусєв, Іван Микитович Кожедуб, Микола Хвильовий, Віктор Ющенко, Павло Грабовський. Напевно весь світ знає ім'я запорозького кошового Петра Калнишевського, також прізвища благодійників і підприємців Терещенків та Харитоненків, відомими є імена композиторів Березовського Бортнянського, з упевненістю можна сказати що гетьмани Іван Скоропадський, Павло Полуботок, Данило Апостол, Кирило Розумовський теж прославлені чи не на весь світ.

За більшістю екологічних показників Сумська область є однією з найчистіших регіонів України. За рівнем забруднення повітря Сумська область в десять найчистіших регіонів держави.

Розвиток туризму в регіоні залежить від великого переліку умов, а саме: природно-географічних, історико-політичних, соціально-економічних, демографічних тощо.

Функціонування маршрутів, які були розроблені та впроваджені в туристичну діяльність регіону знайомлять туристів з неймовірною природою та історико-культурними об'єктами краю. Чотири маршрути увійшли до Програми сталого розвитку туризму в Сумській області на 2018 – 2022 рр. [5].

Однак варто відзначити, що туристичний потенціал не є використано в повному обсязі. Політична та економічна криза в Україні, слабка модернізація туристичної інфраструктури, і через це є недостатньою забезпеченість області висококваліфікованими спеціалістами у сфері туризму, діяльність гальмує розвиток регіонального та внутрішнього туризму індустрії туризму в цілому.

Для підвищення привабливості регіонального туризму було розроблено та впроваджено інноваційний активний тур у туристичну діяльність області «Сумщина – екстремальна». Комбіноване використання активних засобів пересування на велосипедах і байдарках на різних місцевостях подорожі, а також програма туру розрахована на розширення світогляду громадян, щоб заохотити їх до здорового способу життя шляхом залучення туристичного фестивального руху. Поєднання різноманітних видів діяльності по маршруту робить цей тур унікальним [4].

Висновки. Сумська область приваблює до себе туристів саме великою кількістю ресурсів для розвитку деяких видів туризму, наприклад: екскурсійного, активного, фестивального, паломницького, сільського тощо. Сумська область багата на цікаві природні, історичні та культурні об'єкти, які можна використовувати в туристичній роботі підприємств та позиціонування регіону як привабливого напрямку.

Список використаних джерел

1. Банний Яр URL:http://esu.com.ua/search_articles.php?id=40292
2. ВІЙШОВ ДРУКОМ АТЛАС-ДОВІДНИК «ПРИРОДНОЗАПОВІДНИЙ ФОНД СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ» URL:<http://sm.gov.ua/ru/arkhiv1/20265-896966969696965.html>
3. Корнус А. О., Удовиченко І. В., Леонтьєва Г. Г., Удовиченко В. В., Корнус О. Г. Географія Сумської області: природа, населення, господарство. Суми: ФОП Наталуха А.С., 2010. 184 с.
4. Організація турів вихідного дня по річці Псел: навч.-метод. Настанови [уклад. : В. М. Зігунов]. Суми : ФОП Цьома С. П., 2018. 24 с.
5. Розвиток туристичного бізнесу регіону URL:http://tourlib.net/books_ukr/shkola2-3.htm

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

<i>Безугла Аліна Сергіївна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Бельмас Карина Ігорівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Боднарєвська Катерина Олегівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Вакал Валерія Олегівна</i>	Студентка 2-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Венедіктов Владислав Юрійович</i>	Студент 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Воеводіна Олександра Андріївна</i>	Студентка 2-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Гиренко Анна Сергіївна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Готько Дмитро Вікторович</i>	Студент 3-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Гринько Євгенія Ігорівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Діброва Катерина Ігорівна</i>	Студентка 4-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>Заблодська Оксана Вікторівна</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>Кагітіна Анна Іванівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Калашніков Дмитро Сергійович</i>	Студент 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Кеда Андрій Олександрович</i>	Студент 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Кіщук Аліна Русланівна</i>	Студентка 3-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Марусенко Інна Іванівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Марченко Марина Олександрівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Миколаєнко Каріна Ігорівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Михайлик Юлія Юріївна</i>	Студентка 4-го курсу 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>Мяус Аліна Олексіївна</i>	Студентка 2-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

<i>Нікончук Катерина Ігорівна</i>	Студентка магістратури 1-го року навчання спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Переяслова Дарина Геннадіївна</i>	Студентка магістратури 1-го року навчання спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Савченко Катерина Володимирівна</i>	Студентка 4-го курсу спеціальності 242 «Туризм» Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Тищенко Анастасія Сергіївна</i>	Студентка 4-го курсу 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

Наукове видання

**ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ:
ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ**

МАТЕРІАЛИ

IV Міжнародної науково-практичної конференції

8–9 червня 2022 року, м. Суми

Комп'ютерна верстка *С.П. Цьома*

Підп. до друку 28.11.2022.

Формат 60x84/16. Гарнітура Cambria.

Папір офсетний. Друк офсетний. Ум. друк. арк. 7,21.

Ум. фарб.-відб. 7,21. Обл.-вид. арк. 5,1.

Тираж 100 пр. Вид. №48.

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.