

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

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ

**Матеріали
ІХ Міжнародна науково-практична
конференція молодих учених**

29 – 30 листопада 2023 рік

Суми – 2023

УДК 379.85

I-60

*Рекомендовано до друку Вченою радою Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка
(протокол № 5 від 20 грудня 2023 року)*

Редакційна колегія:

*Ю. О. Лянной – доктор педагогічних наук, професор
Л. В. Пшенична – кандидат наук з державного управління, професор;
О. Ю. Кудріна – доктор економічних наук, професор;
М. О. Лянной – кандидат педагогічних наук, професор;
О. А. Томенко – доктор наук з фізичного виховання і спорту, професор;
В. В. Божкова – доктор економічних наук, професор;
О. В. Семеніхіна – доктор педагогічних наук, професор;
В. М. Зігунов – кандидат педагогічних наук, доцент;
І. С. Зігунова – кандидат педагогічних наук, доцент;
М. М. Ксенофонтова – кандидат економічних наук, доцент;
Д. Р. Мозгова – кандидат економічних наук;
А. І. Ількова – технічний секретар.*

I-60 **Стан і перспективи сучасного туризму:** матеріали ІХ Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених (м. Суми, 29 – 30 листопада 2023 року). – Суми: ФОП Цьома С. П., 2023. – 236 с.

У збірнику розглядаються сучасні тенденції організації туристської діяльності, актуальні питання економіки, менеджменту в туризмі, готельно-ресторанного сервісу, державного регулювання в туризмі, інноваційні технології в туристській галузі, філософські аспекти туризму, а також особливості розвитку спортивного, рекреаційного, пригодницького туризму.

Матеріали науково-практичної конференції призначені для науковців, які вивчають різні аспекти розвитку туризму і гостиності, а також для фіхівців туристської галузі, викладачів, студентів, аспірантів.

УДК 379.85

© Колектив авторів, 2023

© ФОП Цьома С. П., 2023

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1 ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Багрій М. В. АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	9
Бейдик О. О., Гришко С. В., Ключко Л. В. СВІТОГЛЯДНЕ ЗНАЧЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФЕНОМЕНУ ТУРИЗМУ	11
Вакал В. О., Ксенофонтова М. М. ОСОБЛИВОСТІ ЕКСКУРСІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ РІЗНИХ КРАЇН СВІТУ В СТРУКТУРІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	15
Гертель А. Я., Кізюн А. Г. ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ В ТУРИЗМІ: РОЗВИТОК ТА ВИКЛИКИ	18
Дарчик М. А., Смирнов І. Г. ІМ'Я АРХІТЕКТОРА ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ ПАМ'ЯТКИ НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКОГО АРХІТЕКТОРА І. ГРИГОРОВИЧА-БАРСЬКОГО	23
Зігунов Р. В., Зігунов В. М. МЕХАНІЗМ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ НА ТЕРИТОРІЇ ГРОМАД РЕГІОНУ	26
Лькова А. І., Зігунова І. С. ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ГРУЗІЇ	30
Ковалюк О. Ф., Зігунов В. М. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ ЕКСКУРСІЙНИХ ТУРІВ.....	32
Колдовський С. О., Ксенофонтова М. М. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ТА ОСОБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	37
Косик В. С. ВПЛИВ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ	40

Лимаренко Н. В. СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ	43
Мяус А. О., Троян М. Ю. ПРОБЛЕМИ КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА В ПРОЦЕСІ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	48
Одінцова Є. М., Троян М. Ю. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА РИНКУ УКРАЇНИ	51
Осадченко, А. В. Мозгова Д. Р. ТУРИЗМ ДОБИ ВОЄННОГО ЧАСУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ВІДНОВЛЕННЯ	56
Покутня Я. О., Косик В. С. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ	60
Пасічник В. О., Косик В. С. ТЕОРЕТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	64
Ришко В. В., Троян М. Ю., Прокопенко О. В. ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУМЩИНИ	68
Собова А. О., Бойко Л. Г. БЕЗПЕКА В ТУРИЗМІ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ВІЙНИ	73
Субботіна, Л. В. Троян М. Ю. ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	75
Тульчинська А. І., Бойко Л. Г. СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС КРИЗИ	79
Федіченко Р. Л., Зігунов В. М. ВІЙСЬКОВИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ ВИД РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	81
Якимович Ю. С., Фокін С. П. ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ	84

РОЗДІЛ 2
КОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ, ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ
В ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС

- Бабенко Д. В., Бабенко В. Г.**
ДЕЩО ПРО ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ГОСПОДАРСЬКИХ
ТОВАРИСТВ, ЯКІ ЗДІЙСНЮЮТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКУ
ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ТУРИЗМУ 88
- Бойко С. Р., Мозгова Д. Р.**
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ 93
- Глобенко А. О., Троян М. Ю.**
ПЕРСПЕКТИВИ І НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ КЕЙТЕРИНГУ
В СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ 97
- Люлька В. О., Мозгова Д. Р.**
СУЧАСНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ КОНЦЕПЦІЇ РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ 101
- Нусейр Я. М., Троян М. Ю.**
ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДІВ
ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ
ТА ЄВРОПІ 106
- Соцький В. О., Кізюн А. Г.**
ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ
УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ 110
- Щука Г. П.**
АНАЛІЗ ПРОПОЗИЦІЇ ЗАКАРПАТСЬКОЇ КУХНІ В ЗАКЛАДАХ
РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА М. УЖГОРОД
ТА ОКОЛИЦЬ 115
- Юркевич О. А., Мозгова Д. Р.**
НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНІВ
ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ 120
- Hashimov M. F.**
THE PERSPECTIVES OF MANAGEMENT DIGITALIZATION
IN TOURISM INDUSTRY 123

РОЗДІЛ 3 ІНОВАЦІЇ В ТУРИСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

- Бережна Ю. О., Покутня Я. О., Троян М. Ю.**
АНАЛІЗ ГАЛУЗІ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ126
- Єфремов Д. І., Кізюн А. Г.**
ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ:
СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНА130
- Коваль Є. Ю., Мозгова Д. Р.**
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ
В УКРАЇНІ.....135
- Колесникова К. В.**
ПЕРСПЕКТИВА ВПРОВАДЖЕННЯ ОНЛАЙН-ЕКСКУРСІЇ
ЯК ФОРМИ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОЛОГІЧНОЇ
ОСВІТНЬО-ВИХОВНОЇ РОБОТИ В ПРИРОДНОМУ
ЗАПОВІДНИКУ «ДНІПРОВСЬКО-ОРІЛЬСЬКИЙ».....139
- Люта Д. А.**
ЕЛЕКТРОННА ОПЛАТА ПОСЛУГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ
МЕТОД РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....142
- Паво М. К., Бойко Л. Г.**
ВПЛИВ ІНДУСТРІЇ РОЗВАГ НА РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ТУРИЗМУ145
- Романюк І. А.**
ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ НА
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ
ПІДПРИЄМСТВ147
- Фефелов В. О., Кізюн А.Г.**
ІННОВАЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ: ЗНАЧЕННЯ
ТА ВПЛИВ151
- Цуп Т. О., Косик В. С.**
КЕМПІНГОВИЙ ТУРИЗМ ЯК НОВИЙ НАПРЯМ НА
ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ156

РОЗДІЛ 4
СПОРТИВНИЙ, РЕКРЕАЦІЙНИЙ, ПРИГОДНИЦЬКИЙ ТУРИЗМ

- Андросов Є. В., Зігунов В. М.**
ПЕРЕДУМОВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 160
- Андросова В. І.**
ВПЛИВ ФІЗИЧНОЇ ТА ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ
НА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ВИСТУПУ КОМАНДИ
В СПОРТИВНИХ ЗМАГАННЯХ 165
- Батаріна Я. С., Зігунов В. М.**
ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТУРИСТСЬКИХ ДЕСТИНАЦІЙ
ЗАСОБАМИ ПРИГОДНИЦЬКОГО ТУРИЗМУ 169
- Босяченко Д. М., Косик В. С.**
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 174
- Венедіктов В. Ю., Мозгова Д. Р.**
ГЛЕМПІНГ: ПОНЯТТЯ, ВИДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ 179
- Вербицький О. О., Зігунова І. С.**
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГІРСЬКОЛИЖНОГО
ТУРИЗМУ 183
- Восєвідіна О. А., Зігунов В. М.**
СУТНІСТЬ ВІЙСЬКОВО-ШТУРМОВОЇ ПІДГОТОВКИ
МОЛОДІ ЗАСОБАМИ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ 186
- Голубченко О. О., Зігунова І. С.**
ЗНАЧЕННЯ СПОРТИВНИХ ІВЕНТІВ У РОЗВИТКУ
ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ..... 190
- Душка В. Є., Зігунова І. С., Мозгова Д. Р.**
СКАУТИНГ ЯК СПОСІБ ТУРИСТИЧНОГО ВИХОВАННЯ
АКТИВНОЇ МОЛОДІ..... 194
- Євдокимова Л. Г., Бабенко В. Г., Корж Є. М.**
ЗАГАЛЬНА ОСОБИСТА БЕЗПЕКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ІНДИВІДУАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ ЗАХОДІВ..... 200

<i>Зайченко Р. Є., Зігунов В. М.</i> ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ СУПРОВОДУ НА КОМЕРЦІЙНИХ МАРШРУТАХ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	204
<i>Кириченко Е. В.</i> ЗАСТОСУВАННЯ СКАНДИНАВСЬКОЇ ХОДЬБИ В РЕКРЕАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ОСІБ З ПОРУШЕННЯМ ЗОРОВОГО АНАЛІЗАТОРУ	209
<i>Мельник І. Л., Гагач В. В.</i> ТУРИСТИЧНІ МАРШРУТИ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	212
<i>Сумцов О. І., Зігунов В. М.</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ АЛЬПІНИЗМУ ТА СКЕЛЕЛАЗІННЯ У СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ.....	216
<i>Цимбал О. Г., Мозгова Д. Р.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	220
<i>Чумак О. К., Зігунов В. М.</i> НАПРЯМИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ.....	225
НАШІ АВТОРИ.....	231

РОЗДІЛ 1

ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

М. В. Багрій

*Львівський національний університет
ветеринарної медицини та біотехнологій
імені С.З. Гжицького*

АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Розвиток дитячого туризму в Україні сьогодні особливо актуальний, оскільки саме цей вид туризму має патріотично-виховне значення, дає змогу в юному віці не тільки пізнати свою країну та весь світ, але й реалізувати конституційне право кожної дитини на відпочинок. Висвітлено стан, тенденції, проблеми та аспекти, які можуть сприяти формуванню дитячого туризму в Україні.

Ключові слова: *дитячий туризм, туристична галузь, туристична інфраструктура, види туризму.*

The development of children's tourism in Ukraine today is especially relevant, because this type of tourism has a patriotic and educational value, allows not only examining their country and the world at a young age but also realizing the constitutional right of every child to rest. The state, trends, problems and aspects that can contribute to the formation of children's tourism in Ukraine are highlighted.

Keywords: *children's tourism, tourist industry, tourist infrastructure, types of tourism.*

Дитячий туризм є однією з перспективних і стабільно прибуткових галузей для будь-якої країни, яка має свої спеціалізовані організації і потребує висококваліфікованих фахівців з досвідом роботи з дітьми. На жаль, український ринок дитячих туристичних послуг зараз нерегульований, тому виникає багато непорозумінь і запитань, як з боку батьків, так і з боку самих учасників ринку. Однак останнім часом ця галузь індустрії гостинності набула особливої популярності серед людей і тому відкриває широкі можливості для розвитку та розвитку дітей.

На даному етапі становлення країни державна влада ще не представила належного аналізу проблем і перспектив у сфері дитячого туризму. Відповідно до Закону України «Про туризм» від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР (в редакції від 16 жовтня 2020 року) [2] види туризму класифікуються за категоріями туристів, їх

цілями, об'єктами, які використовуються або відвідуються, для жанрів – дитячий, підлітковий, сімейний, пенсіонерський, інвалідний, культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, екологічний (зелений), сільський, підводний, гірський, пригодницький, мисливський, автомобільний, аматорський тощо.

Формування дитячого туризму в Україні є важливим завданням з погляду розвитку туристичної галузі та створення сприятливого середовища для виховання молодого покоління. Дитячий туризм може сприяти розвитку фізичного та інтелектуального потенціалу дітей, формуванню позитивних соціальних навичок і розширенню їх культурного кругозору. Ось деякі аспекти, які можуть сприяти формуванню дитячого туризму в Україні [1]:

1. Розвиток туристичної інфраструктури:

- створення безпечних і комфортних туристичних об'єктів для дітей, таких як табори, дитячі літні табори, дитячі готелі тощо;
- забезпечення належних умов для відпочинку та розваг дітей, з урахуванням їх особливостей та потреб.

2. Освітні програми:

- розробка та впровадження освітніх програм, які поєднують в собі відпочинок та навчання;
- організація тематичних таборів з акцентом на природничі науки, мистецтво, спорт, мови та інші області.

3. Безпека та здоров'я:

- забезпечення високого рівня безпеки дітей під час туристичних подій;
- здійснення контролю за якістю харчування, медичним обслуговуванням та умовами перебування дітей.

4. Співпраця з органами освіти та батьківськими організаціями:

- встановлення партнерських відносин із загальноосвітніми закладами для організації туристичних подій для школярів;
- залучення батьків до участі в туристичних програмах.

5. Реклама та інформаційна підтримка:

- проведення рекламних кампаній, спрямованих на підвищення свідомості про можливості дитячого туризму в Україні;
- створення інформаційних платформ для батьків та дітей з актуальною інформацією про туристичні можливості.

6. Екологічна освіта:

- впровадження екологічно орієнтованих програм та експедицій для дітей з метою підвищення їх усвідомленості щодо охорони природи та екологічних питань.

7. Фінансова підтримка:

- залучення інвестицій та грантів для розвитку дитячого туризму в Україні;
- розробка програм підтримки для батьків з низьким рівнем доходу для забезпечення доступності дитячих туристичних заходів.

Формування дитячого туризму в Україні вимагає комплексного підходу та спільних зусиль держави, громадськості та бізнесу. Саме цей вид туризм у майбутньому може відігравати важливу роль у формуванні позитивного та пам'ятного досвіду для дітей, сприяючи їхньому розвитку та розширенню світогляду. Зростання інтересу до дитячого туризму також може мати значний вплив на розвиток туристичної індустрії в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Коцан Н. Н., Яворська А. В. Історія розвитку дитячого туризму в Україні. *Актуальні проблеми країнознавчої науки: матеріали міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції*. 18.12.2015. URL: <https://international-conference2014.wordpress.com/2015/12/18>
2. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. No 324/95-ВР. *Законодавство України*: сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
3. Діденко К. Д., Дроздовська-Ілмаз О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку молодіжного туризму в Україні. *Географія та туризм: наук. зб.* 2012. No 20. С. 139-145.

О. О. Бейдик, С. В. Гришко

*Мелітопольський державний педагогічний
університет імені Богдана Хмельницького,*

Л. В. Ключко

*Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна*

СВІТОГЛЯДНЕ ЗНАЧЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФЕНОМЕНУ ТУРИЗМУ

*На основі аналізу низки видатних творів літератури та мистецтва,
сучасних публікацій та власного бачення окресленої проблематики розкрито*

світоглядно-філософське і суспільно-економічне значення туризму та висвітлено його специфічні особливості.

Ключові слова: феномен туризму, специфіка туризму, філософсько-світоглядна роль, твори літератури та мистецтва.

On the basis of the analysis of a number of outstanding works of literature and art, modern publications and the author's own vision of the outlined issues, the worldview-philosophical, socio-economic significance of tourism is revealed and its specific features are highlighted.

Keywords: *phenomenon of tourism, specificity of tourism, philosophical and ideological role, works of literature and art.*

Існують чотири вічні категорії – простір і час, рух і матерія, які в тій чи іншій мірі характеризують і туризм. І поки живе людство, буде жити і туризм як один із чинників його виживання. Туризм як вид і складова суспільного руху, як запорука добробуту та економічної незалежності його організаторів і умова конструктивного способу життя його споживачів характеризується, з-поміж інших, і світоглядною функцією, розкриття якої має важливе науково-методологічне значення. Не останнє значення має феномен туризму і в площині аналізу просторової справедливості.

Предмет-об'єктною сутністю та метою статті є спроба фрагментарного розкриття філософсько-світоглядної ролі мандрівництва, подорожей і туризму на прикладі видатних творів літератури та мистецтва і висвітлення специфічних особливостей феномену туризму.

Незважаючи на численні негаразди та екзистенційні обставини, які спіткали туризм у 2019 – 2023 рр., він залишається важливим елементом економіки десятків країн, прибутковою статтею валютних надходжень та чинником формування світогляду мільйонів учасників туристського руху.

Світогляд як особистості, так і суспільства в різних його форматах (держава → країна → регіон) розвивається та формується під впливом суспільно-економічних умов, виховання, освіти. І в цьому контексті роль туризму, який вже впродовж 200 років (відлік від Томаса Кука та Стендаля) конструктивно впливає на всі аспекти суспільного життя, важко переоцінити. Видатний німецький лікар Крістофер Гуфеланд (1762 – 1836) згадував про чотирьох вчителів, які були в його житті – рух, воду, повітря та дієту, під якою він розумів і харчування, і спосіб життя. Не зменшуючи і не спрощуючи структуру та значення туризму, переведемо його слова в

рекреаційно-туристську площину: рух – гірськолижний, пішохідний та всі інші види туризму; вода – водні види туризму; повітря – повітроплавальний туризм.

В світовому мистецтві та літературі існують численні приклади творів, в яких прямо чи опосередковано розкривається світоглядна, людиноформуюча сутність подорожей, мандрівництва, туризму. Так, видатний французький письменник Стендаль (Марі-Анрі Бейль) (1783-1842), який ввів слово «турист» (1838) в художню літературу, в дорожньому путівнику і романі «Записки туриста» описує міста і дороги, мости та архітектуру французьких провінцій, психологію і «пристрасті» їх мешканців, інтерпретує епізоди кримінальної та скандальної хроніки, що характеризують тогочасне французьке суспільство [4].

А найбільш давнім прикладом твору, лейтмотивом якого є чинник дороги, чинник подорожі (нехай і вимушеної), чинник подолання у формуванні світоглядного та духовного кореневища особистості, є праця японського лікаря Кацурагави Хосю (1751-1809) «Короткі вісті про поневір'яння у північних водах», де він описує дивовижну подорож купця на ім'я Дайкокуя Кодая, який 10 років провів вдалині від батьківщини, але врешті-решт повернувся до Японії [2]. Наполеон Орда (1807-1883) – польський художник та композитор під час подорожей Францією, Австрією, Шотландією, Бельгією, Голландією, Іспанією, Португалією, Україною, Північною Африкою талановито зобразив палаци і замки, храми і паркові ансамблі, мальовничі руїни фортець, аскетичні тюремні камери і магнатські резиденції, міста і села, архітектуру різних стилів і періодів як «автор грандіозного художнього проєкту XIX ст., рівного якому не знає історія». Видатний мандрівник – італієць Марко Поло (1254-1324) у «Книзі чудес світу», яку було видано в XIV ст., описав звичаї, державні установи, побут, природні багатства, технічні досягнення (паперові гроші, друкарська дошка, компас, вексель, сагова пальма, кам'яне вугілля, прянощі) Китаю та ін. країн Сходу [3]. Інший відомий італійський мандрівник – Нікколо де Конті (бл. 1395-1469) є автором фундаментальної праці «Чотири книги історії про мінливість долі» [5]. Описи, які містить ця книга, істотно вплинули на європейське уявлення про географію територій, прилеглих до Індійського океану в XV ст. як перші звіти з часів Марко Поло, що детально описували Зондські острови (суч. Індонезія) та Острови прянощів (суч. Індонезія); ці описи

вважаються підґрунтям географічних та країнознавчих відомостей, відтворених на карті світу картографа Фра Мавро (1450).

Феномен туризму стимулює і прискорює розвиток всіх складових базису і надбудови, примушуючи їх реагувати на виклики сучасної туристської індустрії. Явище туризму має як загальні, так і специфічні риси, основними з останніх є наступні: потреба у туризмі а ргіогі («незалежно від досвіду, не спираючись на вивчення фактів») притаманна всім; самоцінність процесу (кінцевий результат є необов'язковим); наявність природних рекреаційно-туристських умов і ресурсів у будь-якій точці земної кулі, які є однаковим середовищем для всіх і кожного; широкий діапазон рекреаційного процесу у часі; необмежений вік учасників рекреаційного процесу – рекреантів, туристів; широкий спектр вимог до матеріальної бази, інфраструктури та екіпіровки, оснащення; підвищені вимоги до мотивації, психофізичного стану, вольової підготовки індивіда; чинник всебічного розвитку особистості, її самоствердження та саморозкриття; романтизм; ймовірність виникнення більшої кількості екстремальних ситуацій (ризик, «гранична ситуація»), ніж в інших видах діяльності; пряме та непряме стимулювання розвитку ряду галузей національної економіки, чинник організації нових робочих місць; чутливість до геополітичної ситуації, природних чинників; важливий чинник розрядки міжнародної напруженості, співробітництва між державами і взаємопізнання народів, націй, культур [1].

Таким чином, «озвучено» спробу: 1) розкрити філософсько-світоглядний вплив туризму і мандрівництва, які конвертовані у відомі наукові, літературні та мистецькі твори, на формування матеріалістичного та адекватного сприйняття довкілля та соціуму; 2) висвітлити специфіку туризму як елементу надбудови, важливого джерела наповнення національних бюджетів і чинника формування всебічно розвиненої людини. Крім того, викладений матеріал має міждисциплінарний характер та знаходиться у філософській, географічній, рекреаційно-туристській, історичній площині.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бейдик О. О. Навчально-методичний комплекс дисципліни «Географія туризму» для студентів спеціальності «Туризм» спеціалізації «Міжнародний туризм». 2-е вид., доп. і розш. К. : ВГЛ «Обрії», 2008. 153 с.

2. Кацурагава Хосю. Краткие вести о скитаниях в северных водах. URL:https://www.vostlit.info/Texts/Dokumenty/Japan/XVIII/1780-1800/Kacuragava_Hosju/vved.phtml?id=14302
3. Марко Поло Книга о разнообразии мира. М.: Эксмо, 2005. 480 с. URL:<https://www.yakaboo.ua/kniga-o-raznoobrazii-mira.html>
4. Стендаль. Записки туриста. Том 12. 1959. 510 с. URL: <https://drakopanda.com/13288-sobranie-sochinenij-v-12-tomah-tom-11-zapiski-turista-stendal-1978>
5. Jones J. W. The Travels of Nicolò Conte[sic] in the East in the Early Part of the Fifteenth Century. Hakluyt Society XXII. London, 1857.

В. О. Вакал, М. М. Ксенофонтова

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

ОСОБЛИВОСТІ ЕКСКУРСІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ РІЗНИХ КРАЇН СВІТУ В СТРУКТУРІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

В роботі розглядається особливості екскурсійного обслуговування туристів різних держав світу, а саме на прикладі таких країн як Австрія, Німеччина та Чехія. Екскурсійне обслуговування відіграє дуже важливу роль у екскурсійній діяльності цих країн.

Ключові слова: екскурсійне обслуговування, туристичний продукт, екскурсійні послуги, екскурсія, екскурсійна діяльність.

The paper examines the peculiarities of excursion services for tourists from different countries of the world, namely, on the example of such countries as Austria, Germany and the Czech Republic. The excursion service plays a very important role in the excursion activity of these countries.

Key words: excursion service, tourist product, excursion services, excursion, excursion activity

Метою роботи є дослідження особливостей екскурсійного обслуговування туристів у різних країнах світу у структурі туристичного продукту.

Туристичний продукт – це комплекс туристичних послуг, які необхідні для задоволення потреб туриста під час його подорожі.

На сьогоднішній день на туристичному ринку світу представлено дуже багато послуг розважального, культурного напрямків, які призначені задовольняти потреби туристів.

Особливу увагу слід звернути на такий вид послуг, як екскурсійні, адже саме вони завжди користувалися великим попитом у споживачів.

Екскурсійні послуги – це специфічний вид послуг, спрямований на задоволення інформаційно-пізнавальних потреб споживачів

(туристів і екскурсантів) у місцях тимчасового перебування [2].

Основою екскурсійної послуги є екскурсійне обслуговування.

Екскурсійне обслуговування залежить від:

- місце проведення екскурсії (локації);
- умов проведення ;
- тривалості у часі;
- змістовного наповнення пояснювального тексту;
- наявності та характеру об'єктів.

Значення екскурсійного обслуговування для споживача дуже велике, а саме

- донесення знань до екскурсантів з таких дисциплін як історія, географія, екологія, ін.;
- задоволення моральних та духовних потреб туристів;
- накопичення знань під час екскурсії, у тому числі і професійних, та розширення світогляду екскурсантів.

Завдання екскурсійного обслуговування: організація відпочинку та подорожей туристам, які включають відвідування природних, історичних, культурних пам'яток.

Чим вищий рівень надання екскурсійного обслуговування, тим краща якість надання самої послуги, як наслідок щасливий споживач.

Невід'ємною та вагомою частиною екскурсійного обслуговування туриста є проведення самої екскурсії.

Екскурсія – комплексна туристська послуга, спрямована на ознайомлення туристів і екскурсантів з екскурсійними об'єктами, тривалістю до 24 годин, з обов'язковим супроводом екскурсовода, проходить по заздалегідь затвердженому маршруту та виключає послуги розміщення [2].

Великий відсоток цікавості та якості екскурсій залежить від кваліфікацій фахівців, тобто гідів (екскурсоводів) [1].

Професійний кваліфікований гід, як особистість, має володіти такими якостями, вміннями та навичками, як :

- гарно розвинена ерудиція та інтуїція;
- широкий світогляд;
- гарною культурою мови;
- володіти ораторською майстерністю;
- мати добрі знання з певної галузі;
- уміти керувати екскурсійною групою;
- володіти педагогічною майстерністю. [2].

Кожна країна має свої цікаві пам'ятки, де екскурсійне обслуговування відбувається з деякими особливостями.

Гальштат – маленьке австрійське селище посеред захоплюючих гір Австрії, яке занесене до культурної спадщини ЮНЕСКО. Над ним знаходиться найстаріша соляна шахта в світі, де протягом 7000 років здійснюється видобуток солі.

Туристи піднімаються на гору майже вертикально на фунікулері. При вході в шахту відвідувачам надають спеціальний захисний одяг. Температура в шахті тримається +8 С, тому гід заздалегідь попереджує екскурсантів про наявність теплих речей та комфортного взуття. Спеціальний одяг захистить речі туриста від можливого забруднення та буде в нагоді, коли екскурсант буде спускатись сидячи по дерев'яній гірці для шахтарів (65 м) – сама довша в ЄС. В шахті можна побачити підземне озеро. Історія видобутку солі транслюється за допомогою сучасних технологій та голограм. В продовж всього шляху в шахті, розташовано найстаріше обладнання, за допомогою якого добували сіль.

Під час екскурсії надають скуштувати сіль різного гатунку. Вибиратися з шахти потрібно на шахтарській вагонетці.

Замок Морецьбург в Німеччині, місто Мейсон. Відвідувачі під час екскурсії отримують планшети, за допомогою яких при наведенні на спеціальні інформаційні стійки, які розташовані в кожній залі палацу та майже біля кожного експонату, можна поринути в атмосферу минулих століть. В планшеті для більшого розуміння інформації та зручності можна вибрати мову, якою володіє екскурсант.

В Чехії в містечку Глибока над Влтавою, розташований замок Глубока. Він занесений до переліку Національних Культурних Монументів цієї країни та вважається одним із найкрасивіших в Чехії. При купівлі квитка, туристу пропонують екскурсію з повним оглядом територій замку – музею, або відвідуванням окремих залів. Бажаючим, за додаткову плату надаються навушники з перекладачем.

Отже, екскурсійна діяльність завжди приваблювала та була цікавою туристам в різних куточках планети, тому багато держав світу приділяють велику увагу розвитку саме екскурсійної галузі туризму. В кожній країні є свої особливості екскурсійного обслуговування туристів у структурі туристичного продукту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Король О. Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі: навчально-методичний посібник. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2016. 144 с.
2. Покоłodна М. М., Організація екскурсійної діяльності: підручник ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. Харків 2017. 180 с.

А. Я. Гертель, А. Г. Кізюн

*Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету*

ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ В ТУРИЗМІ: РОЗВИТОК ТА ВИКЛИКИ

Дослідження фокусується на ролі туристичної дестинації в управлінні туризмом, зокрема в контексті України. Зазначається, що формування успішної туристичної дестинації вимагає уваги до економічних, культурних та екологічних аспектів. Розглядаються критерії визначення дестинації та життєвий цикл дестинацій. Досліджуються ефективність управління та вплив туризму на економічний розвиток, культурний обмін і підтримку середовища.

Ключові слова. Туризм, туристична дестинація, управління, розвиток, виклики, економічний розвиток, життєвий цикл дестинацій, маркетинг.

The research focuses on the role of a tourist destination in tourism management, particularly in the context of Ukraine. It is emphasized that the formation of a successful tourist destination requires attention to economic, cultural, and ecological aspects. The criteria for defining a destination and the life cycle of destinations are examined. The study investigates the efficiency of management and the impact of tourism on economic development, cultural exchange, and environmental sustainability.

Keywords. Tourism, tourist destination, management, development, challenges, economic development, life cycle of destinations, marketing.

Постановка проблеми. Туризм є однією з галузей світової економіки, яка найшвидше розвивається, а туристична дестинація виступає ключовим об'єктом управління в цій сфері. Управління туристичною дестинацією вимагає комплексного підходу, який враховує економічні, соціокультурні та екологічні аспекти.

Метою роботи є дослідження, спрямоване на вивчення туристичної дестинації як об'єкта управління в туризмі України, зокрема на аналіз розвитку та визначення викликів, які постають перед цією галуззю.

Виклад основного матеріалу. Значимість туризму як виду рекреаційної діяльності та форми споживання, яка заснована на переміщенні у просторі, тісно пов'язана з характером економічної

системи, соціально-культурного середовища та природного довкілля. Туризм відрізняється від інших галузей народного господарства, оскільки їхню продукцію перевозять до споживача, а туризм передбачає міграцію людей до місць відпочинку, культурних пам'яток та об'єктів туризму. В переважній більшості випадків споживання туристичного продукту здійснюється у вибраному туристом місці, тобто визначено територіально. Саме це місце прийнято трактувати як туристичну дестинацію.

Сутність туристичних дестинацій, закономірності їхнього розвитку та роль у світовій системі туризму висвітлено в роботах вітчизняних (В. Ф. Данильчук, Л. П. Дядечко, Т. І. Ткаченко та ін.) і закордонних (Р. Батлер, Х. Кім, Н. Лейпер, С. Медлік та ін.) учених.

Всесвітня туристична організація (UNWTO) вважає туристичну дестинацію як основне місце призначення туристичної поїздки, територію, відвідання якої посідає центральне місце у вирішенні подорожувати [3].

Для того, щоб певну територію можна було вважати дестинацією, необхідне виконання таких умов:

- на території має бути належна інфраструктура розміщення, харчування, дозвілля та розваг, достатньо розвинена транспортна система;
- наявність пам'яток туристичного інтересу (привабливість є одним із головних чинників формування та розвитку туристичних дестинацій);
- наявність інформаційних та комунікаційних систем (наприклад, системи пошуку та бронювання подорожей, інфотуристичні портали тощо) [1].

Туристична діяльність в цілому залежить від етапів розвитку дестинацій й попиту в конкретний період часу, який визначається здатністю дестинації задовольняти потреби туристів. Життєвий цикл дестинацій складають такі його стадії: пасіонарна (зародження), екстенсивна (становлення і розвиток), інтенсивна (підвищення ефективності), космополітична (глобальна) [2].

Розглянувши поняття туристичної дестинації, можна визначити її роль у туризмі.

1. Економічний розвиток.

Туризм є суттєвим джерелом доходу для багатьох країн та регіонів. Розробка туристичних дестинацій сприяє створенню

нових робочих місць, збільшенню обсягів обігу коштів та розвитку інфраструктури.

2. Культурний обмін.

Туристичні дестинації часто слугують місцем культурного обміну між націями та групами людей. Це сприяє розумінню та толерантності, сприяючи міжнаціональному співробітництву.

3. Підтримка середовища.

Управління туристичними дестинаціями повинно враховувати екологічні аспекти для збереження природних ресурсів та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище.

Щодо процесу управління туристичною дестинацією можна сказати, що перш за все розвиток успішної туристичної дестинації вимагає ефективного маркетингу та продажу. Ідентифікація унікальних привабливостей та розробка стратегій просування грають ключову роль у привертанні туристів.

Забезпечення зручної та сучасної інфраструктури, а також якісних туристичних послуг, є важливим елементом управління туристичною дестинацією. Україна, багата природними ландшафтами та історичними пам'ятками, може залучити різноманітний туристичний попит. Розробка та підтримка інфраструктури для відвідування українцями природних заповідників, історичних пам'яток та культурних заходів є ключовим елементом [3].

Управління туристичною дестинацією повинно бути спрямоване на досягнення сталого розвитку. Це означає збереження природи, забезпечення рівномірного розподілу економічних вигод та уважне врахування соціокультурних впливів.

На сьогоднішній день виникає велика кількість загроз та викликів у розвитку туристичних дестинацій у регіонах України. З початком пандемії Covid-19 у 2019 році, а потім повномасштабним вторгненням росії на територію України у 2022, заходи з покращення та розвитку туристичних дестинацій не здійснювались або й взагалі припинились в деяких регіонах України у зв'язку з окупацією. Це викликає низку проблем та необхідність створювати нові стратегії та плани задля покращення стану туристичних дестинацій, які мають змогу функціонувати на сьогоднішній день.

Разом із тим актуальною проблемою туристичних дестинацій залишається те, що багато туристичних регіонів України стикаються з сезонністю, коли підвищений потік туристів в певний

період може спричинити проблеми з переповненістю та негативним впливом на природне середовище.

Зростання туризму призводить до збільшення екологічного тиску на природні резервати та екосистеми. Важливо розробляти стратегії збереження природи та відновлення середовища. Контроль над потоками туристів, особливо в популярних локаціях, вимагає виваженості. Забезпечення рівномірного розподілу та мінімізація впливу на місцеві спільноти є ключовим завданням.

Щодо рекомендацій для подолання описаних викликів, можна запропонувати наступні заходи в повоєнний період:

1. Управління потоками туристів.

Необхідно розробляти стратегії для рівномірного розподілу туристичних потоків протягом року та регіонів. Впровадження гнучких цінових політик та інших стимулів може сприяти рівномірному розподілу та зменшенню переповненості.

2. Маркетингові кампанії.

Збільшення відомості про туристичні можливості України серед міжнародних туристів вимагає активних маркетингових кампаній. Використання сучасних засобів комунікації та соціальних мереж може допомогти ефективно досягти цільової аудиторії.

3. Створення унікальних пропозицій.

Розвиток туристичної дестинації може бути забезпечений, створюючи унікальні пропозиції, які привертають увагу та відрізняють її від інших. Це може включати розвиток ексклюзивних турів, культурних заходів та гастрономічних вражень.

4. Партнерство і співпраця.

Управління туристичною дестинацією може бути ефективним завданням завдяки співпраці між громадським сектором, приватним бізнесом та громадськістю. Взаємодія всіх зацікавлених сторін сприяє більш ефективному розподілу ресурсів та інновацій.

У перспективі активна співпраця з міжнародними туристичними організаціями та партнерами може сприяти обміну досвідом та привертанню іноземних інвестицій у розвиток туризму в Україні.

Міжнародна практика управління розвитком дестинації та стратегічного менеджменту показує, що досягнення високих рівнів розвитку значною мірою залежить від здатності національних органів влади створювати ефективні механізми формулювання та реалізації рішень, спрямованих на досягнення стратегічних цілей.

Тому при формуванні стратегій розвитку регіональних туристичних destinations слід застосовувати програмні методи управління для досягнення кінцевих результатів з покроковою логікою. Сформувавши дерево цілей, розробити відповідний план виконання та реалізувати план управління.

Висновки. Отже, туристична destination є не лише об'єктом туристичного попиту, але і об'єктом управління, яке визначає її ефективність, сталий розвиток та вплив на навколишнє середовище та культуру. Управління туристичною destination повинно бути гнучким та адаптованим до змін у світі туризму, а також враховувати інноваційні та сталі підходи для досягнення успішності.

Збалансоване управління туристичною destination вимагає поєднання економічних, соціокультурних та екологічних аспектів. Тільки таким чином можна забезпечити тривалу та ефективну привабливість туристичних destinations, сприяючи їхньому розвитку та збереженню для майбутніх поколінь.

Ефективне управління туристичною destination в Україні вимагає комплексного підходу та співпраці між владою, бізнесом та громадськістю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними destinationами: підручник. Вінниця: «ПП»ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
2. Кононенко Т.П. Туристична destination як елемент системи туризму в Україні. Актуальні проблеми правової науки і державотворення в Україні в контексті правової інтеграції: матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Суми, 18-19 трав. 2018 р.). Суми, 2018. С. 142-144. URL: <https://dspace.univd.edu.ua/items/2b6a2b52-16cd-49b3-baa2-767ec77bea9f> (дата звернення: 15.11.2023).
3. Кучерява Г.О. Туристична destination як об'єкт управління в туризмі. Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Історія, економіка, філософія. 2023. № 28. С. 93-102. URL: <http://visnyk-history.knlu.edu.ua/article/view/280703> (дата звернення: 12.11.2023).

ІМ'Я АРХІТЕКТОРА ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ ПАМ'ЯТКИ НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКОГО АРХІТЕКТОРА І. ГРИГОРОВИЧА-БАРСЬКОГО

Ім'я архітектора як складова туристичного бренду пам'ятки на прикладі українського архітектора І. Григоровича-Барського. У роботі висвітлено та обґрунтовано важливість зазначення імені архітектора пам'ятки на прикладі Івана Григоровича-Барського, розглянуто життєвий і творчий шлях архітектора та запропоновано можливість популяризації пам'яток та постатей митців.

Ключові слова: архітектура, Іван Григорович-Барський, Козацьке бароко, туристичний бренд, Українське бароко.

The name of the architect as a component of the tourism brand of the attraction on the example of the Ukrainian architect I. Hryhorovych-Baroskyi. The paper highlights and substantiates the importance of indicating the name of the attraction's architect using the example of Ivan Hryhorovych-Baroskyi, examines the architect's life and creative path, and suggests the possibility of popularizing attractions and artists' figures.

Keywords: architecture, Cossack Baroque, Ivan Hryhorovych-Baroskyi, tourism brand, Ukrainian Baroque.

Україна, зі своєю багатою історією та культурним надбанням, має великий потенціал у розвитку туризму. Одним із ключових елементів, що визначає туристичну привабливість країни, регіону чи міста, є архітектурні пам'ятки. Вони стають своєрідними візитівками, символами культури та зберігають у собі дух минулого. Відомі архітектурні пам'ятки стають брендом міста чи країни, а ім'я архітектора, який створив ці об'єкти, також може бути важливою складовою в формуванні іміджу пам'ятки як туристичного бренду.

Якщо архітектор не є відомим широким масам, це ускладнює можливість популяризації пам'ятки через ім'я автора, але це залишає простір для формування нового впізнаваного образу особистості митця та популяризації його спадщини. Один із таких маловідомих, але талановитих, архітекторів є українець Іван Григорович-Барський – представник пізнього Українського (або Козацького) бароко, архітектор-новатор, творець оригінальних світських та культових споруд, здебільшого у Києві.

Іван Григорович-Барський, син київського міщанина Григорія Григоровича та брат відомого мандрівника Василя Григоровича-Барського, народився в 1713 році в Києві, отримав освіту в Києво-

Могилянській академії. Служив депутатом та працював на різних управлінських посадах в Київському магістраті, де відповідав частково виконував функцію міського архітектора, якого місто тоді ще не мало, та відзначавсь активною громадською діяльністю. [1] Відзначивсь і як підприємець – успішно торгував у сімейній крамниці на Подолі. 1744 р. Григорович-Барський одружується і згодом стає батьком 15 дітей. [2] Сини Івана Олександр та Іван були підприємцями: Олександр був головою Управи київських ремісничих цехів, а Іван мав цегляні заводи на Подолі й на березі річки Либідь, які потім успадкував його син Яким. [3] 1787 року отримав шляхетський стан у прізвищі Григорович-Барський (рід архітектора походить з міста Бар, що на Поділлі.) [1]

Архітектурну діяльність розпочав в кінці 1740-х, а найбільше піднесення творчості архітектора припадає на 1760-1770 рр. Першою його роботою стало спорудження міського водогону (на той час обіймав посаду «інстігатора» при Київському магістраті). Центральною спорудою водогону, що охопив увесь Поділ, був павільйон-фонтан, так званий «Феліціан», на майдані перед будинком магістрату (нині Контрактова площа). Після спорудження «Самсона» Григорович-Барський почав одержувати замовлення на будівництво церков, дзвіниць і громадських споруд, житлових будинків, келій тощо. Зокрема, ним збудована 1760 року надбрамна церква з дзвіницею та ін. споруди в Київському Кирилівському монастирі (збереглась лише частина муру з наріжною вежею, решту знищено у 30-ті рр. ХХ ст.); Свято-Покровська Подільська церква (1766-72); центрична однобанна церква Миколи Набережного (1772-75); магістратська хлібна крамниця на Подолі (зерносховище, 60-ті рр. ХVIII ст.); старий Гостинний двір (1778); одноповерховий дерев'яний будинок бурси КМА, а після пожежі на його фундаменті - Кам'яна бурса (1778); дзвіниця Київської Дмитрівської, або Костянтина та Олени, церкви (1757). Вірогідно, ним складено проекти дзвіниць на Дальніх (1754-61) та Ближніх (1759-62) печерах КПЛ. Перебудовано Трапезну Київського Софійського монастиря (1760 -ті рр.) та Маріїнський палац. Складено проект келій (1766) Київського Межигірського монастиря (не збереглися), Преображенської церкви та дзвіниці (1767- 71) у Золотоніському Красногірському монастирі. Разом з архітектором А.В. Квасовим працював над створенням (виконав скульптурне оформлення)

Козелецького Різдобогородицького собору (1752- 63) та дзвіниці. Там же збудував будинок полк. канцелярії (1756- 60). [1]

Іван Григорович-Барський успішно поєднав українські народні мотиви з елементами європейської архітектури та наблизив українське архітектурне мистецтво до кращих зразків європейської культури. Для його творчості характерні багатство композиційних прийомів, мальовнича пластика фасадів та рослинні орнаменти в стриманому, витонченому декорі. Різнобічна й плідна діяльність великого майстра відіграла помітну роль у визначенні художнього обличчя української архітектури XVIII ст. Григорович-Барський ніколи не був простим наслідувачем, а прагнув зберегти творчу індивідуальність, історичні традиції української архітектури. Водночас в його творчості відбилися сучасні художні течії, яскравими представниками яких були такі видатні майстри, як Шедель, Растреллі, брати Квасови, Ковнір, Старченко. У них Григорович-Барський вчився, з деякими працював. [2]

В контексті використання та популяризації імені Івана Григоровича-Барського, хорошим рішенням може бути встановлення табличок з іменем архітектора, зазначенням архітектурного стилю, до якого належить та чи інша пам'ятка, та, можливо, коротким описом задуму митця та особливостей пам'ятки. Виходячи з того, що публічне розміщення інформації, емпірично, її популяризує, логічним твердженням є те, що ім'я архітектора на пам'ятці архітектури робить його інші роботи популярнішими. Коли туристи чують або читають про об'єкт, пов'язаний з ім'ям архітектора, вони стають більш схильними досліджувати інші його роботи. Це своєрідний бренд в світі архітектури, який призводить до підвищення інтересу до інших праць цього творця. Таким чином, ім'я архітектора є важливою складовою туристичного бренду пам'ятки, а ім'я Івана Григоровича-Барського, як національного архітектора, є не лише визначальним для Українського бароко, але і важливим елементом формування серед громадян України та іноземних туристів образу архітектурного обличчя України, з власним національним архітектурним стилем та митцями, які цей стиль створювали.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Києво-Могилянська академія в іменах, XVII-XVIII ст. – К: КМ Академія, 2001. – 734 с. – С. 155-156

2. Історія України в особах: IX–XVIII ст. – К: Вид-во «Україна», 1993. – 396 с. – С. 385-387.
3. Родина Григоровичів-Барських. URL: <http://www.nbu.gov.ua/node/3444> (20.11.23)

Р. В. Зігунов, В. М. Зігунов

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

МЕХАНІЗМ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ НА ТЕРИТОРІЇ ГРОМАД РЕГІОНУ

У статті розкрито суть механізму формування локальних туристичних кластерів на території громад та визначені етапи їх створення. Визначено сутність змісту етапів формування локальних туристичних кластерів на території громад. Охарактеризовано перспективи подальшого розвитку локальних туристичних кластерів.

Ключові слова: туристичний кластер, територія, громада, регіон, локація, етап, механізм.

Annotation. The article reveals the essence of the mechanism of formation of local tourist clusters on the territory of communities and defines the stages of their creation. The essence of the content of the stages of formation of local tourist clusters on the territory of communities was determined. The prospects for the further development of local tourist clusters are characterized.

Keywords: tourist cluster, territory, community, region, location, stage, mechanism.

Постановка проблеми. Сучасний соціально-економічний розвиток територіальних громад характеризується пошуком місцевою владою шляхів наповнення бюджету громади. Кластеризація в умовах війни може бути сучасною моделлю кооперації підприємств територіальних громад регіону на основі розвитку місцевого туризму.

Функціонування індустрії туризму під час війкового стану в Україні має деякі особливості щодо процесу створення туристичного продукту. В прикордонних регіонах України туристичний продукт пропонується у форматі короткотривалих подорожей і подієвих заходів на території громад, в межах населених пунктів. Тому зростає інтерес до розвитку місцевого туризму на основі кластерного підходу.

Головним драйвером у формуванні локальних туристичних кластерів на території громад регіону є її туристичний потенціал та відповідні атрактори. Одним зі шляхів вирішення питання з

наповнення бюджету громади може бути створення локальних туристичних кластерів в територіальних громадах.

Питанням створенню і функціонуванню туристичних кластерів присвячені праці: В. Горлачук, С. Січко [1], О. Долинська [2], О. Михайлюк, І. Давиденко [5] та інших дослідників. У праці науковців Н.Корж і Д. Басюк [4], розкрито теоретичні аспекти кластерного підходу щодо туристичних дестинацій, але при цьому не були висвітлені практичні засади процесу створення туристичних кластерів. Науковці І. Каленюк і Т. Котенко [3] у своєму науковому доробку акцентують увагу на ефективності діяльності туристичних кластерів та на її оцінюванні, при цьому не висвітлюється процес створення кластерів.

Метою публікації є визначення основних етапів створення локальних кластерів на території громад регіону.

Виклад основного матеріалу. Створення локальних туристичних кластерів на територіях громад регіону, на нашу думку, необхідно розпочинати з виявлення сутності механізму їх створення.

Процес створення локальних туристичних кластерів на територіях громад регіону має певні послідовні етапи та дії.

Перший етап – аналіз передумов створення локальних туристських кластерів на територій громад регіону, а саме:

- аналіз соціально-економічних показників та визначення пріоритетів туристської політики територіальної громади;
- статистичний аналіз інноваційної активності у територіальній громаді;
- swot-аналіз туристичного потенціалу території громади, а також територій інших громад, що межують;
- аналіз суб'єктів бізнесу на території громади;
- ідентифікація та структуризація майбутніх суб'єктів туристського кластеру.

Другий етап – визначення місії та мети створення локального туристського кластера на території громади.

Третій етап – стратегічне планування створення локального туристського кластера на території громади:

- аналіз проблем, постановка мети та завдань, формулювання стратегії розвитку туристського кластера;
- розроблення логіко-структурної матриці кластерних проєктів;

- створення графіка розроблення та реалізації туристських кластерних проектів;
- аналіз забезпечення проектів ресурсами.

Важливою частиною розроблення кластерних проектів є його логіко-структурна матриця, яка включає такі розділи:

- головну мету і завдання проекту; план реалізації; результати реалізації проекту;
- перелік заходів щодо реалізації проекту;
- ресурсне забезпечення проекту та його витрати; індикатори проекту тощо.

Четвертий етап – визначення фінансування туристського кластера:

- обґрунтування фінансового забезпечення локального туристичного кластера (здійснюється на основі логіко-структурної матриці) та пошук джерел фінансування в рамках державно-приватного партнерства;
- національне, регіональне та місцеве (територіальна громада) бюджетне фінансування (Міністерство економічного розвитку і торгівлі, Міністерство розвитку громад і територій, Державний фонд регіонального розвитку);
- органи місцевого самоврядування, надання адміністративних послуг, гарантії державних банків, кредитування, податкові пільги тощо;
- кошти суб'єктів туристського кластера (фінанси суб'єктів кластера, майно, менеджмент, професійний досвід тощо);
- кошти міжнародних донорських організацій та інвесторів.

П'ятий етап – створення та реалізація туристського кластера:

- створення плану розробки та реалізації кластера, моніторинг плану створення та реалізації кластера.

Створення координаційної ради туристського кластера як колегіального органу управління, яка складається з фахівців управлінь та відділів економіки і туризму державних виконавчих органів та органів місцевого самоврядування, некомерційних організацій, науковців та практиків-експертів, представників міжнародних донорських організацій, представників секторів аналізу та моніторингу, розроблення туристських проектів, планування матеріальних та фінансових витрат, контролюючого сектору тощо.

Шостий етап – оцінка та показники результатів діяльності локального туристського кластера на території громади та

пропозиції щодо створення і вдосконалення туристських продуктів і послуг суб'єктів кластера:

- аналіз цільових показників кластера;
- оцінка конкурентоспроможності туристських продуктів та послуг суб'єктів кластера;
- пропозиції щодо коригувальних спільних дій виробництва туристських продуктів та послуг.

Отже, створення і розвиток локального туристського кластера на території громади регіону не закінчується на етапі його реалізації, а здійснюється безперервно у вигляді коригування виявлених недоліків, викликів та нових умов господарської діяльності, а також передбачає виявлення особливостей їх формування через призму сприятливих та несприятливих чинників, спеціалізації, визначення переваг та недоліків функціонування.

Висновки. Механізм створення локальних туристичних кластерів на території громад регіонів повинен будуватися на засадах соціального партнерства підприємств, органів державної та місцевої влади та інститутів громадянського суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Горлачук В. В., Січко С. М. Кластерна модель розвитку туризму. *Економіка і регіон*. 2009. №2(21). С. 28 – 31.
2. Долинська О. До питання створення туристичних кластерів у Хмельницькій області. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. Володимира Гнатюка*. Серія: Географія. Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2021. Вип. 1 (50). С. 129 – 133.
3. Каленюк І. С., Котенко Т. М. Підходи до визначення соціальної результативності сфери рекреації та туризму. *Вісник Одеського національного університету*. Серія: Економіка. 2016. Вип.1. Т.21. С.113 – 118.
4. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підруч. Вінниця: Едельвейс і К, 2017. 322 с.
5. Михайлюк. О. Л., Давиденко І. В. Механізми і перспективи функціонування туристичних кластерів в Одеській області. *Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць*; Одеський національний економічний університет. Одеса, 2018. Вип. 67 (3).С. 44 – 52.

ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ГРУЗІЇ

У роботі розглядаються актуальні питання сучасного відпочинку в Грузії. Країна приваблює туристів різноманітними природними ландшафтами, морськими пляжами, гірськолижними курортами, неповторністю національної культури і традицій, ексклюзивною грузинською кухнею.

Ключові слова: відпочинок, турист, національна кухня, гостинність.

The work deals with current issues of modern recreation in Georgia. The country attracts tourists with a variety of natural landscapes, sea beaches, ski resorts, unique national culture and traditions, and exclusive Georgian cuisine.

Keywords: rest, tourist, national cuisine, hospitality.

Грузія – дивовижна країна, яка приваблює унікальними природними ресурсами, чудовими краєвидами, теплим морем, лікувальними курортами, особливою кухнею та кавказької гостинністю. Увагу туристів приваблює столиця Грузії – місто Тбілісі. З точки зору визначних пам'яток місто ділиться на дві частини: проспект Руставелі та історичний центр Старого міста. Саме тут любителі історії можуть побачити найцікавішу архітектуру. Старе місто складається з вузьких вимощених цеглою вуличок. Центр міста Тбілісі названий на честь відомого поета – Шота Руставелі. Цією вулицею люблять прогулюватися як туристи, так і місцеві жителі, тому тут завжди багатолюдно.

Природа Грузії славиться своєю різноманітністю та красою. Протягом екскурсійної подорожі можна побачити море, засніжені гори, бурхливі річки з водоспадами.

Чорноморське узбережжя Грузії приваблює туристів привітними пляжами, теплим морем, м'яким кліматом. Місто Батумі багате не тільки гірськими масивами, а й бездоганними морськими пейзажами. Пляжі Гріголеті і Урекі славляться своїми магнітними цілющими пісками, тому відвідувачі можуть відпочити душею та оздоровитися.

Аджарію називають райським місцем Грузії, яке приваблює курортним відпочинком та цікавою історією. Особливо приваблюють увагу туристів водоспади Аджарії, серед яких: Махунцеті, Мірветі, Мерісі, Чхутунеті [3].

Не залишається поза увагою туристів грузинська кухня, якій місцеві жителі відводять почесне місце в національній культурі. Грузинська кухня насичена м'ясними стравами, овочами, фруктами, зеленню, горіхами, грибами, різноманітними приправами, без яких не обходиться жодне застілля. Обідній стіл, як правило, переповнений національними стравами та напоями, перед якими не можуть встояти навіть найдосвідченіші туристи. [5]. Привітні господарі закладів харчування із задоволенням поділяться рецептами своїх фірмових страв з гостями.

Особливу увагу грузини приділяють винам власного виробництва, які туристи залюбки привозять з туристичних подорожей у якості сувенірів. З давніх-давен виноробство було основним джерелом доходу Грузії. Для жителів країни вино є священним напоєм і національним надбанням, яке приваблює туристів з усього світу. На думку грузинів, вино зміцнює дух, об'єднує гостей та у помірних дозах позитивно впливає на загальний стан організму людей [2]. Щоб продегустувати вишукані вина Грузії туристи відправляються у винні тури.

Гостинність грузинського народу приваблює гостей країни. Опинившись в Грузії туристи намагаються відвідувати місцеві свята та ознайомитися з грузинською культурою і традиціями. Під час гастрономічних турів можна почути старовинні тости, які вражають своєю мудрістю та глибиною. Така гостинність вражає туристів та спонукає їх до відпочинку.

Значну частину культури та давньої історії Грузії складають стародавня архітектура, гарна музика, запальні танці, вишукані народні костюми, мініатюрні картини, зібрані в книги, роботи ювелірів та художників. Гостинний народ Грузії допоможе створити унікальну та цікаву туристичну програму, не даючи нудьгувати туристам та яка приведе їх у захват.

Місцевість навколо Тбілісі дуже схожа на Карпатські гори, а Батумі – на пляжну зону Одеси з кам'яними пляжами, прозорими водами з дельфінами, які супроводжують туристичні човни.

Багато туристів відвідують Грузію лише для того, щоб оздоровитися, набратися сил та енергії. Курортний сезон у Батумі та Цагвері триває з червня по вересень [6]. Відвідати високогірні курорти може кожен охочий. Гірськолижні курорти Местія, Бакуріані та Гудаурі – найбільші гірськолижні курорти країни, розташовані на схилах найвищих гір. З грудня по квітень тут лежить двометровий килим снігу для безпечного катання [4; 6].

Цікавою для відвідування туристів буде територія Боржомі-Харагаулюського національного парку, де туристи зможуть оздоровитися цілющою мінеральною водою [1].

Таким чином Грузія є атрактивним туристичним регіоном який можна рекомендувати для відвідування українським туристам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Боржомі-Харагаулі. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BE%D1%80%D0%B6%D0%BE%D0%BC%D1%96-%D0%A5%D0%B0%D1%80%D0%B0%D2%91%D0%B0%D1%83%D0%BB%D1%96>
2. Винний тур в Грузію URL: <http://wintra.com.ua/vinnij-tur-v-gruziyu/>
3. Водоспади та озера: скарби Аджарії. URL: <https://batumi-secrets.com/uk/articles-ua/waterfalls-and-lakes-of-adjara>
4. Гірськолижні курорти Грузії: Хацвали (Местія) URL: <https://www.tourclub.com.ua/uk/info/other/georgia/gornolyzhnyye-kurorty-gruzii-hatsvali>
5. Грузинська кухня. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
6. Курорти Грузії. URL: <https://xo.ua/georgia/guide/resorts/>

О. Ф. Ковалюк, В. М. Зігунов

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

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ ЕКСКУРСІЙНИХ ТУРІВ

У праці розкрито суть теоретико-методичних засад розробки екскурсійних турів. Визначено механізм розробки екскурсійних продуктів та охарактеризовано етапи створення екскурсійних турів.

Ключові слова: екскурсійний туризм, тур, розробка, створення, механізм, методика.

The work reveals the essence of the theoretical and methodological principles of the development of excursion tours. The mechanism of development of excursion products is determined and the stages of creation of excursion tours are characterized.

Key words: excursion tourism, tour, development, creation, mechanism, methodology.

Постановка проблеми. Наявність екскурсійних об'єктів на території впливає привабливість туристів до подорожі в той чи інший регіон або громаду. Серед науковців існують кілька протилежних поглядів на цю проблему: одні наголошують на тому, що на екскурсійний туризм впливає на розвиток та збереження наявних об'єктів історико-культурної спадщини, інші визначають такі об'єкти чинниками розвитку туристичної галузі у цілому. Більшість авторів розглядає об'єкти культурно-історичної спадщини як елементи формування якісного екскурсійного продукту і акцентує увагу на розвитку екскурсійного туризму, залишаючи питання методики, що до сутності створення привабливого екскурсійного туру у більшій частині відкритим відносно тих чи інших екскурсійних об'єктів. Питанням організації екскурсійного туризму займалися такі вітчизняні науковці як Артеменко О. І., Бейдик О. О., Вортман Д. Я., Зігунова ІС., Король О. Д., Любіцева О. О. та інші.

Метою публікації є визначення основних етапів створення екскурсійних турів.

Виклад основного матеріалу. Досліджуючи сучасні інформаційні джерела вчених ми дійшли висновку, що методика створення екскурсійних турів включає в себе сім етапів, а саме: вибір точок маршруту, ієрархізація цих точок, підбір пунктів старту та фінішу маршруту, розробка схеми маршруту та його оптимізацію, програмне забезпечення маршруту, розрахунок вартості [1; 3; 4].

Перший етап – підбір початкових точок маршруту. Основним критерієм вибору маршруту є привабливість того чи іншого місця, які б задовольнили основну мету подорожі туристів, можливість надавати різні програми на цьому маршруті, зручність доступу, проживання та харчування.

Другий етап – це ієрархія точок маршруту. Головна ціль даного етапу – розрізнити пункти маршруту відповідно до цілі поїздки, з виділенням пунктів дислокації та рівнем послуг розміщення, громадського харчування за допомогою довготривалого програмного забезпечення, а також екскурсійних пунктів.

Третій етап передбачає підбір точок старту і фінішу маршруту, який здійснюється за показником транспортної доступності, тобто під'їздів (підходів) до об'єктів з місця перебування (проживання) туристів, враховуючи взаємозамінність видів транспорту.

Четвертий етап передбачає розробку схеми маршруту. Маршрут – це напрям переміщення туриста. Нитки маршрутів поділяються на лінійні, кільцеві, радіальні, комбіновані. Вибір маршруту узгоджується з відпочиваючим відповідно до виду туризму, терміну та класу обслуговування. Вибір схеми маршруту залежить від наявної транспортної системи території: конфігурації транспортної мережі, її густоти та технічного стану, рівня розвитку окремих видів транспорту, рівня розвитку транспортної інфраструктури, що забезпечує надійність та безпеку роботи транспорту.

П'ятий етап – це вдосконалення (оптимізація) маршруту. Цей етап полягає у встановленні ряду об'єктивних та суб'єктивних обмежень. Об'єктивні обмеження виходять з умов сегментації ринку, а суб'єктивні визначаються можливостями туроператора. Обмеження визначаються, перш за все, цільовим споживчим сегментом (вік екскурсантів, їх соціальний статус, стиль та рівень життя тощо).

Часові обмеження стосуються сезонності й терміну подорожі. Основним обмеженням на початковому етапі розробки екскурсійних турів є обмеження в часі та засобах по забезпеченню комфортності подорожування. Саме часові обмеження визначають вибір засобів переміщення, їх тип під час проходження маршруту. Вибір засобу переміщення слід розглядати як введення певних обмежень в організаційні параметри туру (кількість туристів в групі, форма туру впливають на його організацію і вартість) [5].

Шостий етап – це програмне забезпечення туру, тобто складення щоденного розпорядку, призначеного для досягнення цілі подорожі туристом. Відповідно до цілі подорожі, програми турів поділяються за тематикою на програми, що забезпечують культурно-духовне пізнання.

В екскурсійних турах одним з головних чинників є сезон подорожування. Навіть складені за одним і тим самим маршрутом літні, зимові та міжсезонні програми в місцях цілорічного відвідування будуть відмінні в деталях.

Сьомий етап розробки – це організаційно-технічні заходи щодо забезпечення екскурсійних турів, з врвхуванням класу обслуговування. Вони включають добір засобів розміщення та організації дозвілля. Цей етап найбільш варіативний саме за класом обслуговування. Клас обслуговування визначається рівнем надання послуг.

Варто приділити увагу доставці туристів до місця початку маршруту. Екскурсивод повинен надавати інформацію в дорозі, розкрити унікальність та особливості природи, історії, культури, зацікавити туристів іншими можливостями відвідування даного регіону. Виділяється час на відвідування екскурсійних об'єктів з фотографуванням (фото-стопи). Якщо район має досить малу кількість екскурсійних об'єктів, то необхідно передбачити показ відео, тематичних документальних фільмів, проведення анімаційних заходів [1; 2; 5].

При створенні екскурсійних турів важливо намітити ділянки, на яких можна зібрати групу та провести показ об'єктів і зробити розповідь про них. Вони можуть бути тривалістю 10 – 15 хвилин, поєднані з відпочинком або привалом на маршруті. Достатньо буде розповісти декілька слів про об'єкт, здійснити його показ; можливі інтерактивні доповнення для максимальної зацікавленості екскурсантів.

При розробці екскурсійних турів з елементами активного туризму, необхідно враховувати при складанні паспорту екскурсії, графіку проходження. Схожа техніка проведення екскурсії може бути в кінному туризмі. Характеризуючи водний туризм на основі засобів активного переміщення у природному середовищі, легко визначити, що техніка проведення екскурсії дещо відрізняється. В такому виді туризму екскурсійна інформація дається на ділянках спокійної води або під час стоянок на березі. Необхідно передбачити невеликі радіальні виходи для огляду цікавих об'єктів - водоспадів, печер, озер, історико-культурних пам'яток, розташованих уздовж маршруту.

У велосипедному та авто-мототуризмі можливість проводити екскурсії є лише на місцях стоянок і збору групи. Для проведення екскурсії на велосипедних, авто-мото турах або у вітрильному туризмі можна використовувати радіо гідів, рації, що дозволяють вести мовлення на відстані 1 км і більше. Також обов'язковим є показ об'єктів, які знаходяться на маршруті.

Не менш цікавим та екстремальним є лижний та спелеотуризм. Але на таких маршрутах проведення екскурсії є досить проблемним. В першому випадку екскурсійний показ можливий не більше ніж 5 хвилин. Причиною цього є холодна пора року, яка не дозволяє стояти на місці довгий час.

Спелеотуризм має обмеженість панорами. Для того, щоб проводити там екскурсії повинні буди добре обладнані та освітлені печери, але в такому випадку вони втрачають свою цікавість.

Для більшого задоволення та відпочинку, на будь якому виді туризму буде доцільне доповнення вечірніх заходів біля вогнища, які дозволять в повну міру відчутти гармонію з природою, розслабитися після далекого активного маршруту, пояснюючи і поглиблюючи знання про побачене на маршруті. При плануванні активного туристичного маршруту слід знати про систему особливо охоронюваних природних територій, відвідування яких може в значній мірі поліпшити інформованість туристів про природні особливості регіону та сприяє екологічному вихованню. На практиці доведено, що при зміні виду діяльності на маршруті з активного навантаження на пізнавальне та навпаки протягом дня, позитивно впливає на емоційний стан людини, захищає від фізичної або розумової перевантаження.

Останнім часом все більшої популярності набирають квест-екскурсії та творчі майстер-класи, які чудово можуть поєднатися з активним туризмом. Наприклад, екскурсвод може запропонувати провести невеликий майстер-клас ввечері біля вогнища на тематику екскурсії або за заздалегідь визначеними інтересами групи.

Висновки. Отже, при розробці різних екскурсійних турів, як показує наше дослідження потрібно враховувати вище викладену методику розробки екскурсійних продуктів з врахуванням способу переміщення в природному та антропогенному середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артеменко О. І., Єгорова В. В., Федченко В. М. Інтелектуальна система аналізу екскурсійних маршрутів. Вісник Нац. ун-ту «Львів. політехніка». 2015. № 814. С. 380 – 386.
2. Бейдик О. О., Вортман Д. Я. Нові аспекти виявлення, систематизації та картографування архітектурно-історичних ресурсів як об'єктів пізнавального туризму. *Туризм в Україні: економіка та культура: матеріали III Всеукр. наук.практ. конф. (9 – 10 вересня 1998 р.)*. К.: КМ - Трейдинг, 1998. Частина друга. С. 117 – 135.
3. Король О. Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі: навчальний посібник. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2016. 144 с.
4. Любіцева О. О. Методика розробки турів : навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
5. Технологія розробки екскурсії. URL: https://pidru4niki.com/10611207/kulturologiya/tehnologiya_rozrobki_ekskursiyi

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ТА ОСОБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

У роботі досліджено зелений туризм як форма туризму, яка застосовує методи екологічного управління та орієнтована на збереження природи. В результаті дослідження виявлено, що надання туристичних послуг в Сумському регіоні сприяє сприятливому іміджу економічному розвитку обласного центру в цілому. Автор розглядає сільський туризм через призму кліматичних та географічних особливостей місцевості, а також рівня доходів громадян. Робота підкреслює що Сумська область має величезний туристичний і розважальний потенціал, багато туристичних та екскурсійних об'єктів, які користуються популярністю серед туристів.

Ключові слова: *зелений туризм, сільський туризм, послуги, потенціал, велосипедний туризм.*

The paper examines green tourism as a form of tourism that uses ecological management methods and is focused on nature conservation. As a result of the research, it was found that the provision of tourist services in the Sumy region contributes to a favorable image for the economic development of the regional center as a whole. The author examines rural tourism through the prism of climatic and geographical features of the area, as well as the income level of citizens. The work emphasizes that the Sumy region has a huge tourist and entertainment potential, many tourist and excursion facilities that are popular among tourists.

Key words: *green tourism, rural tourism, services, potential, bicycle tourism.*

Постановка проблеми. Зелений туризм – одна з однієї прибуткової галузі світової економіки, яка займає важливе місце серед факторів культурного та соціального розвитку, підтримує рівень та якість життя в країні [1]. Враховуючи багаті туристично-рекреаційні ресурси України (сприятливі природно-кліматичні умови, історико-культурне та етнічне надбання), саме розвиток туристичної діяльності слід розглядати як один із шляхів вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем. Проте наявний ресурсний потенціал не знаходить раціонального використання, адже більшість громадян залишається не досвідченим щодо такої форми туризму. Тому дослідження перспектив розвитку зеленого туризму є досить актуальним. Актуальність дослідження. У контексті євроінтеграції України перед аналітиками стоїть завдання визначити пріоритетні напрями розвитку економіки, один із таких можливих – розвиток сільського туризму, що й казати про актуальність вивчення обраної теми. [1]

Більшість суб'єктів зеленого туризму намагаються створити достатню кількість та різноманітність пунктів прокату спортивного інвентарю для розширення обсягу побутових послуг. Своєю чергою, власники об'єктів сільського туризму в багатьох випадках залежать від постачальників додаткових послуг, розташованих далі від них – це передбачає використання більших споруд, зокрема підйомників, ковзанок тощо. Сільський туризм можна вважати різновидом підприємництва, оскільки власник садиби створює додаткові можливості для працевлаштування, тим самим зменшуючи безробіття в сільській місцевості, і надає послуги, пов'язані з проживанням та харчуванням, а також пам'ятки, пов'язані з нормальним життям селян за певну плату, що має приносити прибуток власникам таких маєтків. Таким чином, «сільський туризм» належить до відпочинку, організованого з будь-якою метою, у будь-якому вигляді та формі, у сільській місцевості та перебування та відпочинку в будинках селян. Сумська область має кліматичні та географічні передумови для розвитку туризму. Однак оцінка можливостей розвитку сільського зеленого туризму в регіоні респондентами Сумської області є незрозумілою. Однак більшість (61%) вважають, що вони низькі, 24% вважають, що вони середні, і лише 15% вважають, що вони високі. На це можуть впливати різні чинники: по-перше, рівень пізнання; по-друге, фінансово-економічний стан країни, через який більшість мешканців почуваються у відчаї; по-третє, сильні конкуренти, такі як іноземні туристичні країни (Туреччина, Єгипет), Західна Європа). [4] Основну частину потенційних клієнтів домогосподарств в Сумському регіоні складають громадяни з рівнем доходу на душу населення від 250 до 600 доларів США. Виходячи з цих даних має формуватися ціна послуги. Серед мотивів, які впливають на вибір місць і видів розваг, домінують моральні мотиви, а саме культурний і духовний розвиток. Тому необхідно забезпечити культурно-розважальні програми для туристів, які приїжджають на відпочинок в садиби Сумської області. Необхідно запропонувати культурно-розважальну програму. Наприклад, зустріч у національних костюмах, народні гуляння з національними народними піснями та танцями, запропонувати українські національні страви. [1]

Розповідайте історії та легенди про місцевість. Найпопулярнішими послугами серед відпочиваючих є комфортні умови прожи-

вання, вишукана кухня, риболовля, екскурсії, катання на конях та збирання ягід, грибів і трав. Менше потребують човни та велосипеди, народні промисли та полювання, розуміння культури краю.

Сумська область має величезний туристичний і розважальний потенціал. На території є багато туристичних та екскурсійних об'єктів, які користуються великою популярністю серед вітчизняних та іноземних туристів. Громадські заходи в різних населених пунктах мають унікальні дозвіллі, природо-туристичні пакети. Набувають популярності менш поширені види туризму: зелений туризм, піший туризм, велосипедний туризм, сільський туризм тощо.

З погіршенням екологічного стану міст зростає потреба у відновленні та рекреації. Згодом попит поширився на такі види туризму, як сільський зелений туризм. Багато людей хочуть відвідати садиби, спробувати простий сільський спосіб життя, побачити мальовничі краєвиди, скуштувати домашні страви, відпочити тілом і душею. Україна в цілому, тобто Сумська область, має досить високу ресурсну базу для розвитку та вдосконалення аграрного підприємництва. Таким чином, це може збільшити дохід і, відповідно, рівень зайнятості сільського населення[1].

Висновок Результати дослідження можуть бути використані для обґрунтування рішень щодо створення (модернізації) відповідної інфраструктури для надання туристичних послуг в Сумській області, для формування планів соціально-економічного розвитку окремих територій і регіону в цілому, для розробки маркетингових заходів. плани формування та розвитку Сумського регіону як туристичного сприятливий імідж регіону, створення нормативно-правової системи для сприяння розвитку туризму. Потенціал розвитку сільського туризму в Сумському регіону дуже великий. Слід зазначити, що він не може вирішити всіх соціально-економічних проблем, але може сприяти розвитку та збільшенню доходів сільських жителів[3].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Горішевський П., Васильєв В., Зінько Ю. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. - 148 с. URL: https://tourlib.net/books_green/gorishovsky.htm
2. Жаліло Я. А., Коваліська С.В., Филипенко А.О., Химинець В.В., Головка А.А. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідеміологічних ризиків. Інститут стратегічних досліджень. 2020. 29 с. URL:

<https://niss.gov.ua/doslidzhennya/regionalniy-rozvitok/schodo-rozvitku-turizmu-v-ukraini-v-umovakh-pidvischenikh>

3. Ілляшенко С.М., Щербаченко В.О. Аналіз потенціалу ринку туристичних послуг Сумської області. URL:<https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/b81eddf8-5bf8-4522-a174-baf03f01986e/content>
4. Adventure Travel Trade Association. URL:<https://www.adventuretravel.biz/> (дата звернення: 05.11.2023)
5. Education portal Tourism notes. URL: https://tourismnotes.com/adventure-tourism/#google_vignette (дата звернення: 05.11.2023)

В. С. Косик

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

ВПЛИВ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

У статті проаналізовано стан розвитку туристичного бізнесу в Сумській області в умовах військового стану. Розглянуто основні проблеми з котрими стикнувся туристичний бізнес. Встановлено, що перспективи розвитку туризму в області пов'язані, перш за все, з удосконаленням механізму управління туризмом на всіх рівнях.

Ключові слова: туризм, туристична галузь, управління туризмом, суб'єкти туристичного бізнесу

The article analyzes the state of tourism business development in the Sumy region under martial law. The main problems faced by the tourist business are considered. It was established that the prospects for the development of tourism in the region are connected, first of all, with the improvement of the tourism management mechanism at all levels.

Keywords: tourism, tourism industry, tourism management, tourism business entities

Постановка проблеми. Слід зазначити, що розвиток туризму в області за останні роки ускладнювався через вплив ряду зовнішніх і внутрішніх чинників. Світовий туризм перебуває в економічній кризі впродовж останніх років через пандемію коронавірусу та введення воєнного стану в Україні. Проте російське вторгнення в Україну призупинило розвиток туристичного бізнесу в області не повністю. Суб'єкти туристичного бізнесу вимушені були скасувати більшість туристичних подорожей, а сам туризм в області був неможливий. Отже на сьогоднішній день досить актуальним є питання те як привернуть увагу туристів до розвитку туризму в області.

Туристичний бізнес одна з тих галузей економіки, яка постраждала найбільше не тільки від пандемії COVID-19 а й від війни. В цей період можна спостерігати значний спад попиту на послуги туристичних агенцій. Як тільки туристична сфера почала оговтуватися від коронавірусу, повномасштабне вторгнення РФ в Україну знову завдало сильного удару по туристичному бізнесу. Проте в такий складний періоді за таких умов галузь намагається відроджуватися та планувати майбутнє. Вивчаючи питання розвитку регіонального туризму можна виділити проблеми з якими зіткнулася туристичний бізнес: низький рівень туристичної інфраструктури, відсутність програм по залученню іноземних інвесторів, відсутність авторських туристичних маршрутів що можуть привернули увагу великого кола споживачів. Все це сприяє тому, що більшість туристичних фірм займаються відправленням туристів за межі області або за кордон. Війна в Україні вплинула не лише на український туризм, а й на ситуацію в Європі в цілому. Повномасштабне вторгнення Росії посилило і без того високі ціни на нафту та логістику, а також збільшило невизначеність європейців. Це у перші пів року великої війни призвело до перебоїв у подорожах всією Східною Європою. За даними Всесвітньої туристичної організації, кількість авіарейсів через війну в Україні впала найбільше у таких країнах: Молдова (-69%); Словенія (-42%); Латвія (-38%); Фінляндія (-36%); Чехія(-35%).

Потенційні втрати світової туристичної економіки від війни оцінили у 14 млрд доларів. Водночас в Україні надходження від галузі до держбюджету скоротилися у 2022 році на понад 30%. Менше податків у перший рік повномасштабної війни сплатили: Турбази, кемпінги, дитячі табори відпочинку (-57%); Туристичні оператори (-35%); Туристичні агенції (-27%).

За даними Державного агентства розвитку туризму, приріст надходжень на 46% був лише від діяльності пансіонатів та гуртожитків. Це пов'язано з тим, що у 2022 році їх використовували як тимчасовий прихисток для переселенців, які змушені були покинути свої домівки через бойові дії.

У 2023-му році ситуація не стала кращою. У середньому галузь скоротилася на третину у порівнянні до початку 2022-го року: на 29% менше було сплачено податків за перші 3 місяці 23-го року, а також на 34% зменшилась кількість компаній у туристичній галузі[2]

Туристичні потоки у Сумській області суттєво зменшились, але не припинились. Третина туристичних підприємств Сумської області тимчасово або повністю припинила свою діяльність від початку війни. Ще 17,6% потрапили до зони бойових дій або окупації. Майже 16% підприємств перепрофілювали свою діяльність з туристичної на іншу, зокрема волонтерську. Багато туристичних підприємств області продовжили працювати навіть під час бойових дій. Наприклад, готелі надавали свої приміщення для розміщення біженців, готували їжу для українських військово-службовців, надавали місця для складування гуманітарної допомоги тощо. Понад 15% туристичних підприємств зіштовхнулись з дефіцитом працівників, так як велика частина людей виїхала з області під час евакуації і досі не повернулася через нестабільну безпекову ситуацію. Також частина працівників вступила до лав Збройних Сил. Окрім цього, 11,8% роботодавців відзначають проблемою емоційне виснаження та моральну неготовність робітників продовжувати працювати у сфері послуг. На сьогодні туризм в області адаптувався до умов війни і поступово перелаштувався на інші формати [1]. Туристичні фірми стали працювати з іноземними туроператорами. Через ведення активних бойових дій на початку 2022 року значна кількість населення області повинна була покинути територію. Це сприяло тому що більшість потенційних туристів знаходяться за межами країни, фірми стали працювати зі своїми клієнтами за межами держави, пропонуючи їм європейський туристичний продукт. В зв'язку з відсутністю авіаційного транспорту в Україні, перевезення туристів здійснюється виключно автобусами. На сьогодні туристи найчастіше цікавляться оздоровчим відпочинком у санаторіях та іншими схожими опціями, де можна відновити спокій якомога далі від вибухів та повітряних тривог. Зріс запит на подорожі для однієї людини або для родини. Натомість групові тури стали менш популярними. Українці бронюють тури переважно в останній момент адже планувати

Так, Катерина Артюх керівник відділу розвитку напрямків «Join UP!» вважає, що найшвидше відновлюватимуться регіони, що найменше постраждали від війни. Водночас туризм у звільнених містах матиме свої особливості: екскурсійні маршрути потрібно буде прокладати, враховуючи місця пам'яті та трагедій. Ці локації мають стати частиною меморіального туризму, а розміщення будь-яких атракцій на них має бути забороненим.

За результатами проведеного аналізу визначено, що попри російсько-українську війну, яка стала майже руйнівною для туристичного бізнесу, дана галузь економіки продовжує функціонувати та розвиватись, пристосовуючись до нових реалій. Виявлено, що на сучасному етапі туристичні підприємства шукають нові шляхи розвитку та намагаються вийти зокрема на європейський ринок. Для розвитку регіонального туризму потрібно активно просувати туристичний потенціал області, розвивати нові ініціативи та залучати до цього процесу міжнародних партнерів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Рейманн М., Корнус О., Паланг Х., Корнус А. Особливості розвитку туристичної діяльності у Сумській області в умовах війни та перспективи на майбутнє. Наукові записки СумДПУ ім. А.С. Макаренка. Географічні науки. 2023. Вип. 2 (4).
2. Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya>

Н. В. Лимаренко

*Ніжинський державний університет
імені Миколи Гоголя*

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ

В роботі аналізується стан сучасного туризму як важливої складової світової економіки. Окреслено проблеми та перешкоди, які стримують розвиток туристичної галузі в XXI столітті. З'ясовано перспективи розвитку сучасного туризму з урахуванням загроз, які негативно позначаються на даній сфері.

Ключові слова: туризм, подорожі, пандемія, війна, відпочинок.

state of modern tourism as an important component of the world economy is presented. The problems and obstacles that restrain the development of the tourism industry in the 21st century are outlined. The prospects for the development of modern tourism, taking into account the threats that negatively affect this area, have been clarified.

Keywords: tourism, travel, pandemic, war, rest.

Постановка проблеми. Туризм на сьогоднішній день – це найбільш масовий феномен XXI століття, кожна людина прагне подорожувати, відвідати якомога більше місць, а тому туризм проникає в усі сфери життя людей і трансформує навколишній світ. Для будь-якої країни розвиток туристичної галузі виступає невід'ємною частиною формування її конкурентоспроможності,

культурного й соціально-економічного розвитку. До 2019 року спостерігалась тенденція до зростання числа туристів і, як наслідок, розвитку туризму по всьому світу в цілому. Проте, період з 2020 року й донині став справжнім випробовуванням для індустрії туризму. Спочатку Covid-19, який наніс нищівного впливу на досліджувану галузь, а потім і негативні наслідки повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну не могли оминути й сферу туризму. Станом на листопад 2023 року ситуація з Covid-19 вже є контрольованою, проте повномасштабна російсько-українська війна все ще триває й здійснює негативний вплив на всі сфери світової економіки. З огляду на окреслену ситуацію, вкрай важливо дослідити сучасний стан туризму і перспективи його розвитку в таких умовах, через те, що останній є однією з найбільш динамічно-розвинутих галузей економіки на світовому рівні.

Мета роботи полягає у тому, щоб охарактеризувати сучасний стан туризму і визначити перспективи його розвитку.

До 2019 року включно спостерігалась щорічна тенденція до збільшення кількості туристів, що було спричинено тим, що туризм набув особливої актуальності та популярності, з'являлась можливість здійснювати подорожі на будь-який гаманець, Проте, 2020 рік змінив ситуацію повністю. Через поширення пандемії Covid-19, туристична галузь практично припинила свою діяльність у зв'язку з закриттям кордонів та впровадженням карантинних мір. Індустрія туризму та подорожей, яка базується на людській мобільності, сильно постраждала від глобальної пандемії, спричинивши падіння частки у світовому ВВП майже удвічі. У 2021 році туристична галузь як у світі, так і в Україні загалом почала відновлюватись у зв'язку з послабленням пандемії. Наступний 2022 рік прогнозувався як майбутній «рік прориву», проте повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну здійснило вплив на всі галузі світової економіки, завдавши шкоди й сфері туризму.

У травні 2023 року ВООЗ ознаменувало завершення пандемії Covid-19 і станом на листопад 2023 року поширення цього вірусу є контрольованим, а отже вже не несе такого негативного впливу на туристичну галузь.

Проте, повномасштабна російсько-українська війна станом на листопад 2023 року все ще активно триває, здійснюючи негативний

вплив на стан туризму у світі щонайменше чотирма способами: втратою українських туристів; обмеженням використання повітряного простору й авіаліній; більшими витрати на паливо й харчування; зменшенням впевненості мандрівників й зниження рівня доходу останніх [1, с. 237]. Зміст проблеми полягає ще й в тому, що російське суспільство, яке, як відомо, є 15-тимільйонним, стало ізольованим. Більшість цивілізованих демократичних країн світу ввели санкції проти Російської Федерації та її громадян і в'їзд на території країн світу даним особам є забороненим. Щодо самої України, то внаслідок анексії Криму в 2014 році держава втратила один з головних туристичних осередків. Що стосується міст України, то частина з них знаходиться під окупацією, а решта – під постійним бомбардуванням. Туристи не хочуть ризикувати власним життям і тому Одесу, Миколаїв, Херсон, Львів та Київ сьогодні відвідують дуже мало туристів. Окрім російсько-української війни, негативний вплив на сферу туризму має і арабо-ізраїльська війна, яка розпочалась внаслідок агресивного та раптового нападу армією ХАМАСу на Ізраїль. Збройний конфлікт розпочався 7 жовтня 2023 року і триває по сьогодні.

Звичайно, умови, в яких нині розвивається туристична галузь, є доволі складними. Проте, не дивлячись на окреслені вище негативні аспекти, все ж, туристична галузь по трохи відновлюється після глобальної пандемії, про що, зокрема, свідчать показники Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). Так, згідно даних, які наводить UNWTO, ґрунтуючись на дослідженні станом на вересень 2023 року, туризм відновив 84% допандемічного рівня в період січень-липень 2023 року (що на 16% менше, порівняно з 2019 роком) після потужного другого кварталу та початку літнього сезону в Північній півкулі. Попит на подорожі продовжував демонструвати вражаюче стійке відновлення в умовах економічних і геополітичних проблем. Після досягнення 80% у першому кварталі 2023 року кількість міжнародних туристів досягла 85% від допандемічного рівня у другому кварталі 2023 року та 90% у липні 2023 року, що підтримується відкладеним попитом. Приблизно 700 мільйонів туристів здійснили міжнародні подорожі з січня по липень 2023 року, що приблизно на 43% більше, ніж у ті ж місяці 2022 року, але на 16% менше, ніж у 2019 році. Липень був найбільш туристично активним місяцем: 145 мільйонів міжнародних

мандрівників перетнули міжнародні кордони [4]. Розглянемо стан туризму у розрізі регіонів світу:

- Близький Схід показав найкращі результати серед регіонів у січні-липні 2023 року, де кількість прибуттів на 20% перевищила рівень до пандемії. Близький Схід є єдиним регіоном у світі, який перевищив рівень 2019 року за цей період, де кілька напрямків мають надзвичайні результати, серед яких Катар (+95%), Саудівська Аравія (+58%) та Йорданія (+23%);
- Європа, найбільший у світі регіон призначення, досягла 91% рівня до пандемії в січні-липні 2023 року завдяки значному внутрішньорегіональному попиту та подорожам із Сполучених Штатів. У Європі про найбільші туристичні результати за цей період повідомили Албанія (+56% порівняно з 2019 роком), Андорра (+31%), Вірменія (+30%), Ліхтенштейн (+19%) і Сербія (+17%);
- Африка відновила 92% докризових прибуттів за ці сім місяців 2023 року, а Ефіопія (+28%), Танзанія (+19%) і Марокко (+15%) значно перевищили відповідні рівні до пандемії в січні-липні 2023 рік;
- за цей період прибуття в Америку досягло 87% від кількості 2019 року, включаючи прибуття в Сальвадор (+32%), Колумбію (+23%), Домініканську Республіку та Гондурас (обидві +17%);
- туризм демонструє швидке відновлення в Азії та Тихоокеанському регіоні, де кількість прибуттів збільшилась до 61% від допандемічного рівня за цей період (з 54% у першому кварталі 2023 року) після відновлення багатьох напрямків і вихідних ринків на початку цього року. Мальдіви (+8%) і Монголія (+4%) є тими напрямками Азіатсько-Тихоокеанського регіону, які відновили рівень 2019 року;
- за субрегіонами Північна Африка (+8%), Центральна Америка (+2%) і Південна Середземноморська Європа (+1%) перевищили допандемічний рівень у січні-липні 2023 року;
- Північна Європа, Карибський басейн (-5%) і Південна Азія (-7%) наблизилися до рівня 2019 року [4].

За даними UNWTO Tourism Recovery Tracker, міжнародні повітряні ємності та пасажирський попит відновилися приблизно

на 84% від допандемічного рівня у червні 2023 року. За січень-серпень 2023 року кількість бронювань готелів зросла вдвічі, порівняно з аналогічним періодом 2022 року. Глобальні показники заповнюваності закладів розміщення досягли 70% у серпні, трохи перевищивши рівень 66% у серпні 2022 року [3].

Згідно прогнозів UNWTO, очікується, що туризм продовжить відновлюватися до грудня 2023 року завдяки відкладеному попиту та збільшенню повітряного сполучення, хоча й помірнішими темпами після літнього пікового туристичного сезону. Очікується, що повторне відкриття Китаю та інших азіатських ринків продовжить стимулювати подорожі в регіоні та в інші частини світу. Заглядаючи вперед, близько 58% експертів групи UNWTO вважають, що міжнародний туризм не повернеться до рівня 2019 року за результатами 2023 року, при цьому, з них 37% вказують на 2024 рік, а 21% – на 2025 рік чи, навіть, пізніше [4].

Окреслюючи перспективи розвитку туризму, варто зазначити, що складне економічне середовище продовжує лишатися вагомим чинником для ефективного відновлення міжнародного туризму в 2023 році. Постійна інфляція та зростання цін на нафту призвели до підвищення вартості транспорту та розміщення. Поєднання інфляції та підвищення процентних ставок продовжує чинити тиск на сімейні бюджети та рівень довіри, а також збільшує вартість життя. Вказане може вплинути на структуру витрат протягом решти року, коли туристи все більше шукатимуть співвідношення ціни та якості, подорожуючи ближче до дому та здійснюючи коротші поїздки у відповідь на високі ціни та загальні економічні проблеми. Невизначеність, спричинена російською агресією проти України та іншою зростаючою геополітичною напруженістю, а також відновленням випадків Covid-19, також продовжують становити негативні ризики. Тобто, хоча світ і став по трохи відновлюватися від пандемії, але постійно виникають нові загрози, які стоять на заваді до повноцінного відновлення туристичної галузі.

Проте, все ж туризм точно продовжуватиме розвиватись. Тоді як тренди подорожей у 2023 році були продиктовані зняттям Covid-обмежень, поверненням до круїзів, підвищенням популярності індивідуальних подорожей тощо, то у 2024 році почнуть домінувати нові тренди. Зокрема, серед трендів доцільно виділити

те, що відбуватиметься зростання популярності подорожей до місць, де знімалися улюблені телешоу, серіали та фільми. Так, Сицилія стала популярною у 2023 році завдяки успіху хіт-шоу «Білий лотос», Румунія потрапила в тренд після виходу популярного серіалу «Венздей», а мандрівники з'їхалися до столиці Франції, щоб одержати власний досвід «Емілі в Парижі». Наступний тренд, який доцільно зазначити, це те, що у 2024 році мандрівники з обмеженим бюджетом, шукатимуть доступніші альтернативи популярним напрямкам, які є дорожчими та багатолюдними. Також у 2024 році активно будуть відновлюватись поїдки туристів на різноманітні концерти, фестивалі тощо, за якими так скупили останні в умовах обмеженості [2].

Висновки. Отже, не дивлячись на складне економічне, геополітичне та частково екологічне становище у світі, туризм продовжує розвиватись, демонструючи хороші показники у напрямку відновлення до допандемічного рівня.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Машіка Г., Грабар М., Кашка М. Вплив російсько-української війни на розвиток туристичної індустрії країн ЄС. *Причорномоські економічні студії*. 2023. Вип. 79. С. 236-239.
2. Podolskyi E. The main tourism trends for 2024 have been named. DIP. 17.11.2023. URL: <https://dip.org.ua/en/tourism/the-main-tourism-trends-for-2024-have-been-named/> (дата звернення: 19.11.2023)
3. UNWTO Tourism Recovery Tracker. 2023. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-recovery-tracker> (дата звернення: 18.11.2023)
4. World Tourism Barometer. UNWTO. Vol. 21. Issue 3. September 2023. URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-09/UNWTO_Barom23_03_September_EXCERPT.pdf?VersionId=5i4.UT7ZwFAc0OKrufVJ.TE_HAFz4kUU (дата звернення: 18.11.2023)

А. О. Мясус, М. Ю. Троян

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

ПРОБЛЕМИ КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА В ПРОЦЕСІ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Дослідження спрямоване на виявлення та аналіз проблем, які туристичні підприємства можуть зазнавати в процесі використання каналів комунікації для просування своїх турпродуктів. Основний акцент робиться на ідентифікації

труднощів, пов'язаних із вибором ефективних комунікаційних стратегій, взаємодією з аудиторією та використанням сучасних медіа-каналів. Дослідження може слугувати основою для вдосконалення комунікаційних стратегій туристичних підприємств та сприяти їхньому успішнішому позиціонуванню на ринку туризму.

Ключові слова: тур продукт, просування, комунікація, конкуренція, проблема

The study is aimed at identifying and analyzing the problems that tourism enterprises may experience in the process of using communication channels to promote their tourism products. The main emphasis is on the identification of difficulties associated with the choice of effective communication strategies, interaction with the audience and the use of modern media channels. The study can serve as a basis for improving the communication strategies of tourist enterprises and contribute to their more successful positioning on the tourism market.

Keywords: tour product, promotion, communication, competition, problem

Постановка проблеми. В умовах сучасного конкурентного ринкового середовища проблема неефективності каналів комунікації туристичного підприємства зі споживачами постає особливо важливою через широке різноманіття каналів просування туристичного продукту та пошук оптимальних стратегій для успішного його просування.

Мета роботи. Розкрити проблеми каналів комунікації туристичного підприємства, які виникають під час просування туристичного продукту.

Виклад основного матеріалу. У сучасному світі конкуренція в галузі туризму заставляє туристичні підприємства постійно вдосконалювати свої канали комунікації для ефективного просування туристичного продукту. Для досягнення успіху в цьому напрямку, важливо розглянути поточний стан та визначити основні проблеми, з якими стикаються підприємства в цьому процесі.

Отже, канали комунікації – це шляхи передачі інформації між особами чи групами. Це може включати особистий контакт, телефон, письмову пошту, електронну пошту, соціальні мережі та інші засоби [1].

Канали комунікації класифікуються на вербальні (усна або письмова мова) та невербальні (жести, міміка). Також їх можна розділити за типом: офіційні (лекції, документи) та неофіційні (розмови, соціальні мережі). Онлайн-комунікація через електронні засоби також входить у класифікацію [2].

Для успішного просування туристичного продукту важливо використовувати комплексний підхід з використанням соціальних

мереж для залучення аудиторії, веб-сайту для надання деталей та бронювання, контент-маркетингу для створення цікавого образу продукту, електронної пошти для сповіщення клієнтів, а також партнерств з туристичними агентами для розширення покриття. Кожен канал вносить свій внесок у побудову комплексної стратегії та забезпечує широке охоплення цільової аудиторії, сприяючи успіху просування. Важливо враховувати цільову аудиторію та використовувати різноманітні канали для максимального охоплення [4].

Окрім онлайн інструментів, традиційні канали комунікації, такі як реклама у туристичних брошурах, участь у виставках та співпраця з туроператорами, залишаються актуальними для досягнення різноманітності аудиторії. Здійснення ефективного маркетингу в туризмі вимагає грамотного поєднання цифрових та традиційних засобів з метою максимізації впливу та досягнення конкурентних переваг.

В сучасному світі, насиченому інформацією, туристичні підприємства стикаються з низкою викликів у процесі просування своїх туристичних продуктів через різноманітні канали комунікації. Деякі з основних проблем, які виникають у цьому процесі, варто розглянути ближче [3]:

1. Неефективна реклама: Канали комунікації можуть стикатися з проблемою неефективної реклами, коли повідомлення не досягає цільової аудиторії або не викликає достатньої уваги через перенасиченість рекламного простору.
2. Неоднозначність повідомлень: Недоречне формулювання повідомлень або їх неправильне сприйняття може призвести до невірного розуміння турпродукту або послуги, що ускладнює процес прийняття рішення для потенційних клієнтів.
3. Відсутність взаємодії: Якщо канали комунікації не забезпечують можливості взаємодії або задавання питань, це може збільшити ризик невпевненості у клієнтів і зменшити їх зацікавленість.
4. Технічні проблеми: Технічні неполадки, такі як збій в онлайн-системах або низька якість зв'язку, можуть призвести до обмеження доступу клієнтів до інформації про туристичний продукт.

5. Конкуренція на ринку: Збільшення конкуренції у сфері туризму може призвести до перенасиченості рекламного простору і ускладнити виділення туристичного продукту серед інших пропозицій.
6. Зміна поведінки споживачів: Зміни у споживчому підході до туристичних послуг можуть вимагати адаптації каналів комунікації для відповіді на нові потреби та очікування клієнтів.
7. Недостатня інтеграція каналів: Якщо канали комунікації не забезпечують цілісного підходу та не інтегруються ефективно, це може призвести до розбиття повідомлень та втрати консистентності бренду.

Висновки. Отже нами розглянуто важливість вибору каналів комунікації для просування туристичного продукту та виявлено і проаналізовано проблеми, які туристичні підприємства можуть зазнавати в процесі використання каналів комунікації для просування своїх туристичних продуктів. Вирішення цих проблем передбачає не лише адаптацію до змін у споживчому поведінці, але й постійний аналіз ринкових тенденцій та вчасну реакцію на них. Тільки так туристичні підприємства зможуть забезпечити ефективну комунікацію зі своєю аудиторією та успішно просувати свої туристичні продукти в умовах постійних змін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Маркетинг соціальних послуг : навч. посіб. / за ред. В. Г. Воронкової. Київ : Видавничий дім «Професіонал», 2008. 576 с.
2. Правик Ю. М. Маркетинг туризму : підручник. Київ : Знання, 2008. 303 с.
3. Примак Т. О., Костюченко А. М. Маркетингові аспекти просування послуг. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. № 633. С. 585–589.
4. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 351 с.

Є. М. Одінцева, М. Ю.Троян

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

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Розглянуто передумови для підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів. Описано як саме досягти успіху в просуванні турпродукту на ринку України, та які фактори впливають на зниження

кількості туристів і якості самого відпочинку. З'ясовано як соціальні мережі допомагають просувати туристичний продукт на ринку та підвищити його стан та перспективу.

Ключові слова: турпродукт, конкурентоспроможність, соціальні мережі, просування товару, туризм в Україні

The prerequisites for increasing the competitiveness of tourism products are considered. The author describes how to succeed in promoting a tourist product in the Ukrainian market and the factors that affect the decline in the number of tourists and the quality of the vacation itself. The article shows how social networks help to promote a tourist product on the market and improve its status and prospects.

Keywords: tourist product, competitiveness, social networks, product promotion, tourism in Ukraine

Постановка проблеми: Підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів в Україні є аспектом розвитку туризму не лише на внутрішньому ринку, в ї для закордонних споживачів. Наразі Україна має потенціал стати привабливою туристичною країною, але вона ще має кілька викликів і завдань для підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі. У туристичній галузі України існує кілька проблем, які впливають на розвиток та конкурентоспроможність туристичного продукту, але потрібно розвивати потенціал перспективних напрямків для просування туристичного продукту на ринку.

Метою роботи є визначення рівня конкурентоспроможності туристичного продукту на ринку України та умов для його розвитку, а також визначення шляхів потенційного збільшення рівня конкурентоспроможності туристичного продукту.

Виклад основного матеріалу: Туристичний продукт являє собою сукупність товарів та послуг, які створюють та пропонують ринок туристичних послуг для задоволення різноманітних потреб туристів. Він може бути матеріальним (наприклад, готельні номери, транспортні послуги, екскурсії) та нематеріальним (наприклад, історичні пам'ятки, культурні події, гастрономічні враження) [2].

Крім того на розвиток та конкурентоспроможність туристичного продукту на ринку України впливають природні, культурні джерела, що використовуються в туристичному продукті, екскурсійне та розважальне наповнення туристичних продуктів, медична інфраструктура та інфраструктура гостинності.

Природні джерела- це можуть бути природні краси, як гори, моря, озера, ліси, парки, пляжі, джерела мінеральних вод та інші природні об'єкти, які привертають туристів для відпочинку та

рекреації. Культурні джерела – це історичні пам'ятки, музеї, мистецькі галереї, архітектурні артефакти, фольклор та традиції, які пропонують культурні враження та освіту. Екскурсійні та розважальні джерела – це екскурсії, розважальні програми, спортивні події, концерти та інші види розваг. Медична інфраструктура – це інфраструктура, що використовується в медичному та оздоровчому туризмі для лікування, процедур, що відновлюють та спа-програм, які доступні для туристів. Туристичний продукт може бути різноманітним і розробляти його різні галузі туризму та підприємства відповідно до потреби та потреб різних груп туристів. Ефективний туристичний продукт відповідає очікуванням та інтересам туристів і пропонується як для туристів, так і для місцевих господарств.

Внутрішній туризм в Україні має негативну тенденцію. Значні спади відбувались в 2009, 2010 роках що пов'язано зі складною економічною ситуацією та в 2014 році, що пов'язано з анексією українських територій. Загалом, порівняно з 2008 роком, кількість внутрішніх туристів в 2018 році зменшилась на 67,1%, з 1386880 туристів до 456799. 2020 ковідний рік не став виключенням, кількість туристів всюди в світі, а тому числі і в Україні зазнала рекордного падіння. Тож Україна останніми роками імпортує туристичні послуги і кількість українців, що їдуть відпочивати закордон постійно зростає. В туризмі переважання імпорту над експортом має негативний вплив на загальний стан економіки. В країнах, де в переважній більшості приймають туристів, розвиток міжнародного туризму спрямований на збільшення припливу іноземної валюти і створення нових робочих місць. За даними досліджень, загальний внесок туристичної сфери до ВВП нашої держави у 2018 році становив 184,2 млрд. грн., або 5,4% ВВП, прями витрати туристів становили 1,44% ВВП [1; 3].

Конкурентоспроможність туристичного продукту відображає здатність продукту витримувати конкуренцію на ринку. Формування конкурентоспроможності розпочинається з визначення ключових споживчих характеристик, які допомагають проаналізувати можливості реалізації продукту на відповідному ринку. Важливою частиною підвищення конкурентоспроможності туристичної продукції є розробка концепції визначення іміджу компанії. Умови, де попит на туристичні послуги зменшуються, призводять

до загострення конкуренції між підприємствами туризму, як такі туристичні фірми, які надають різноманітні туристичні пропозиції на ринку споживчих послуг, і туристичні оператори, що розробляють нові тури. При цьому прибуток не є випадковим або одноразовим, а він є результатом постійних та обдуманих зусиль туристичних підприємств. Чи досягне підприємство своєї мети, залежить від конкурентоспроможності туристичного продукту, тобто від того, наскільки він більш якісно в порівнянні з іншими підприємствами сфери туризму, і наскільки підприємство готове постійно вдосконалювати свою діяльність. Необхідно проводити регулярний моніторинг результатів діяльності туристичних підприємств, щоб проаналізувати відповідність отриманих результатів попередньо затвердженому плану та закласти основу для подальшого планування розвитку та діяльності підприємства, розробити рекомендації щодо подальшої роботи над збереженням та підвищенням конкурентоспроможності туристичної компанії.

Фактори, що забезпечують зниження конкурентоспроможності туристичних продуктів [2]:

1. Відсутність єдиного механізму державного регулювання в туристичній галузі.
2. Нормативно-правове забезпечення, що не відповідає актуальним тенденціям розвитку туризму.
3. Недостатні інвестиції для розвитку туристичної сфери.
4. Обмежене використання інноваційних технологій.
5. Невідповідність туристичних об'єктів міжнародним стандартам.
6. Відсутність єдиної стратегії для просування туристичного продукту.
7. Недостатній рівень розвитку туристичної, сервісної, соціальної та інформаційної інфраструктури.
8. Недостатнє науково-дослідницьке забезпечення в сфері туризму.
9. Відсутність популяризації внутрішнього туризму.

Все це так чи інакше впливає на наш розвиток в туристичній сфері. Для створення умов для безперервного розвитку туризму в Україні необхідно ввести наступні заходи: Нейтралізувати негативні тенденції в туристичній галузі, поліпшити рівень життя населення, забезпечити збереження унікальності природних та

історико-культурних ресурсів, покращити імідж в сфері туризму, збільшити рівень прозорості на туристичному ринку.

Крім того туристичні інноваційні технології займають провідне місце в удосконаленні та розвитку конкурентоспроможної туристичної діяльності. Вони охоплюють сферу гостинності та перевезень, і не дозволяють автоматизувати надання різних послуг, таких як бронювання авіабілетів, автобусних або залізничних квитків, місць у готелях тощо. Всебічне покращення рекламних механізмів та просування на національний ринок регіональних екскурсійно-туристичних, готельних і транспортних послуг, покращення якості підвищить привабливість туристичної галузі для всієї України та на світовому ринку.

Висновок: Отже, можна зробити висновки що Україна має всі умови для розвитку конкурентоспроможності туристичної галузі. Україна має необхідні ресурси для туризму: природно-оздоровчі ресурси, пам'ятки архітектури, вихід до моря та транспортні сполучення з великою кількістю країн що надає змогу виходу на світовий ринок. А також має великий потенціал розвитку туризму та підвищення конкурентоспроможності галузі на внутрішньому та світовому ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». ДАРТ : веб-сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic> (дата звернення: 12.09.2023).
2. Беспала О.А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні. *Економіка*. 2017. No 6(34). С. 21-28.
3. Куницький О. Як пандемія вплинула на внутрішній туризм в Україні. *DW*. 2021. 31 березня. URL: <https://www.dw.com/uk/yak-pandemii-vplynula-na-vnutrishnii-turyzm-v-ukraini/a-57063848>

А. В. Осадченко, Д. Р. Мозгова

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

ТУРИЗМ ДОБИ ВОЄННОГО ЧАСУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ВІДНОВЛЕННЯ

В статті досліджено проблеми туристичної галузі України в умовах воєнного стану. Проаналізовано особливості розвитку туристичної галузі України у післявоєнний період. Особливе місце приділяється вирішенню проблем та прогнозування перспектив подальшого відновлення туристичного ринку України в післявоєнний період. У результаті дослідження висвітлено основні показники післявоєнного відновлення у туристичній сфері України.

Ключові слова: туризм, війна, туристична сфера, туристичний продукт, післявоєнне відновлення туризму.

The problems of the tourism industry of Ukraine in the conditions of martial law were studied. The peculiarities of the current state of development, problems and forecasting of prospects for the further recovery of the tourism industry in Ukraine in the post-war period are analyzed.

Key words: tourism, war, tourist sphere, tourist product, post-war restoration of tourism.

Постановка проблеми. Широкомасштабна війна, розв'язана РФ проти України, змінила картину світу, зумовила низку ризиків і загроз, спричинила турбулентні процеси в політичному, економічному, безпековому середовищах, наслідки яких нині важко спрогнозувати. Російська агресія поглибила протиріччя сучасного світу, погіршила соціально-економічну ситуацію на регіональному і глобальному рівнях. Зокрема, зростання вартості енергоресурсів, спровокована криза на ринку продуктів харчування спричинили подорожчання споживчих товарів і відповідно масштабний вплив на рівень добробуту громадян багатьох країн світу.

Мета роботи – дослідження проблем туристичної галузі України в умовах війни та аналіз особливостей розвитку туристичної сфери у післявоєнний період.

Виклад основного матеріалу. Туризм, як жодна інша галузь, підвладний впливу неринкових чинників – війн, природних катаклізмів, епідемій. Зокрема на туристичну галузь, яка почала відновлюватися після двох років протипандемічних обмежень, негативно вплинула військова російська агресія, що почалася 24 лютого 2022 року. Незважаючи на складну воєнно-політичну, економічну та демографічну ситуацію в Україні, індустрія туризму

продовжує розвиватися, а після перемоги над ворогом, повинна мати стрімкий розвиток. Для збалансування процесів такого розвитку Україна обрала для себе європейський вектор розвитку, що передбачає також приведення змісту та процесу розвитку туристичного бізнесу до європейських безпечних норм та правил.

О. Роїк та О. Недзвецька [5] зауважують, що для України, яка має потужний потенціал у сфері туризму, сприяння розвитку туризму має бути одним із ключових з метою забезпечення збалансованого розвитку територій в гармонії з природою та охороною природних ресурсів. Реалізація поставленої мети сприятиме: зростанню кількості туристів, які подорожуватимуть Україною, особливо іноземних; підвищенню частки індустрії туризму в структурі ВВП; зростанню обсягу наданих туристичних послуг та створенню нових робочих місць в туризмі і суміжних галузях; розвитку туристичної інфраструктури та створенню сприятливих умов для подальшого розвитку інфраструктури для залучення туристів; підвищенню обізнаності потенційних туристів про туристичні атракції регіонів та України в цілому і покращенню іміджу України у світі; створенню умов для надання туристичних послуг особам з особливими фізичними потребами. Після закінчення війни постане питання відновлення господарської діяльності на зруйнованих та деокупованих територіях, у тому числі, і туризму.

Але найближчим часом області України не матимуть істотних кредитно-фінансових ресурсів для повноцінного відновлення туризму. Як вважає А. Романова, «власне політичне становище в країні визначає всі інші динамічні чинники. Кризи, політична нестабільність, милітаризація економіки, посилення туристичних формальностей, зміни курсу валюти – це наслідки політики, які негативно впливають на туризм та на імідж держави. Туристи не матимуть бажання їхати в країну, де відбуваються активні бойові дії, навіть якщо вони локалізовані в певному регіоні. Неспроможність держави закінчити або тримати під контролем бойові дії на її території негативно змінює імідж країни, а відсутність стратегії держави у сфері створення позитивного туристичного іміджу країни не сприяє розвитку в'їзного туризму» [6]. Подібна ситуація характерна і для внутрішнього туризму областей, в яких хоч і відсутні бойові дії, проте знаходяться близько до лінії розмежу-

вання. Таким чином, підкреслюємо, що майбутнє туристичної індустрії України буде залежати від низки чинників: наскільки довго триватимуть військові дії, масштабів руйнувань інфраструктури та темпів її відновлення, переорієнтації туристичної галузі із виїзного на внутрішній туризм, зокрема, у Західній Україні, стабільності і рівнів доходів населення, використання маркетингових технологій для залучення іноземних туристів через підвищену зацікавленість іноземців до нашої країни, міграційних процесів. Рушійним чинником, перш за все, стане визначення місця і ролі туризму у стратегічних програмах розвитку України і організація процесу контролю за використанням фінансово-кредитних та інших ресурсів. Слід підкреслити, що туристичний потік в Україну можливий лише за умови повної безпеки в країні та визнання такої безпеки міжнародними партнерами. У свою чергу, у післявоєнний період Україна має надалі розвивати ті дестинації, які були популярними до початку воєнної агресії. [5]

Сфера туризму визначається наступними особливостями, що безпосередньо стосуються туристичної інфраструктури: менеджмент туристичного бізнесу більш зосереджений на волонтерстві та перетворенні туристичних хабів на гуманітарні чи волонтерські штаби; на туристичному маршруті повинні бути передбачені бомбосховища чи інші укриття; маршрути біля важливих державних і військових об'єктів мають бути мінімізовані; пляжні та пішохідні тури, особливо на півдні, неможливі через військові дії й наявність мінних полів. У регіонах, що знаходяться у відносному тилу внутрішній туризм поступово стабілізується, тур-фірми організують пізнавальні тури у Львівській, Івано-Франківській, Закарпатській та Тернопільській областях. Це короткотривалі виїзні тури, як правило, для внутрішньо переселених осіб. Відновлюються та стають популярними екскурсійні тури до музеїв та замків [1].

На часі туризм в Україні є дуже обмеженим та складно прогнозованим. Активні воєнні дії, енергетична криза, особливості безпекового характеру подорожей українських та іноземних громадян, а саме: формування туристичних маршрутів з урахуванням наявності бомбосховищ, планування туристичних мандрівок відповідно до дії комендантської години, дотримання заборон в різних регіонах України і т.д., певною мірою ускладнюють, а подекуди унеможливають сам процес функціонування туристич-

тичної галузі. Наразі в ЗМІ можна зустріти чимало оптимістичних прогнозів щодо туристичної індустрії після перемоги в війні.

Передумови для цього дійсно є: ми маємо багато туристичних атракцій, а світ зараз зацікавлений в Україні. Та разом із тим потрібно розуміти, що все ще буде залежати від швидкості відновлення інфраструктури та загального рівня життя в країні. Це вплине як на в'їзний, так і на виїзний туризм. Для його відновлення в післявоєнний період необхідно:

- включити розвиток туризму в програми післявоєнного відновлення;
- вести перемовини зі світовими готельними мережами щодо їх входу в Україну;
- підготувати масштабну маркетингову кампанію для зовнішніх ринків;
- розробити туристичні програми місцями військової слави Збройних сил України;
- відновити зруйновану та пошкоджену туристичну інфраструктуру;
- просувати нестандартні формати туризму;
- відкривати туристичні національні офіси в розвинених країнах світу [2].

Висновки. Отже, сучасний феномен туризму пов'язаний зі здатністю створювати ланцюги доданої вартості та зберігати локальну ідентичність місцевої етнічної групи через створення партнерства та співпраці між представниками різних галузей на одній території. Україна є однією з провідних аграрних країн і, водночас, має величезну історикокультурну спадщину, збережені ремесла, традиції та архітектурні об'єкти, урізноманітнені за регіонами. Представники органів місцевого самоврядування та муніципалітетів, а також представники профільних професійних об'єднань учасників туристичного ринку України потребують додаткових знань та практичних навичок для впровадження сучасних підходів в системі управління туристичною дестинацією. Війна в Україні вже завдала і продовжує завдавати шкоди багатьом сферам, у тому числі серйозні негативні наслідки для туристичної сфери. Світовий досвід переконує, що будь-які руйнування відбуваються. Україна має унікальний шанс відновити свої території прискореними темпами за допомогою чисельних закор-

донних партнерів та між-народних організацій. Одночасно у багатьох українських міст і містечок з'являється шанс спроектувати новий, більш туристично атрактивний образ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5. С. 168–180
2. Корчевська Л. К. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. *Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект* : матеріали Міжнародн. наук.-практ. онлайн-конф. 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337–341.
3. Кулиняк І. Я., Жигало І. І., Ярмола К. М. Туристична галузь в умовах пандемії COVID-19: тенденції та заходи підтримання. *Бізнесінформ*. 2021. № 1. С. 177–184.
4. Ланда В. Війна за ресурси. 2023. Лютий-Березень. URL: <https://subscribe.forbes.ua/archive?year=2023>
5. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. 2022. № 46. С. 11–15.
6. Романова А. А. Управління розвитком туристичної сфери в умовах збройних конфліктів: URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/9-2018/romanova.pdf>

Я. О. Покутня, В. С. Косик

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

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

У статті проаналізовано тенденції розвитку сільського туризму досліджено можливості розвитку сільського туризму на регіональному туристичному ринку. Визначено перспективи розвитку сільського туризму на території Сумської області в умовах повномасштабної війни.

Ключові слова: туризм, туристичні ресурси, сільський туризм, зелений туризм, туристична галузь.

The article analyzes trends in the development of rural tourism, explores the possibilities of rural tourism development in the regional tourism market. The prospects for the development of rural tourism in the territory of the Sumy region in the conditions of a full-scale war have been determined.

Keywords: tourism, tourist resources, rural tourism, green tourism, tourism industry.

Постановка проблеми. Останні роки характеризуються кризою туристичної сфери як на регіональному, так і на національному рівні. Сільський туризм на регіональному рівні сприяє підвищенню економічної безпеки сільських населених пунктів,

диверсифікує сільськогосподарське виробництво та сприяє вирішенню низки важливих завдань. Ураховуючи природо-кліматичні, етно-культурні, екологічні, соціально-економічні чинники розвитку Сумська область має стати одним з лідерів сільського туризму на регіональному туристичному рівні.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Теоретичною основою дослідження є науковий доробок вітчизняних вчених, зокрема: Л.О. Горшкова, І.В. Тищук, М.Й. Рутинський, Т.М. Булах. Праці С.І. Сюткіна, О.Г. Корнус, А.О. Корнус присвячені питанням розвитку сільського (зеленого) туризму у Сумській області.

Мета статті – проаналізувати перспективи розвитку сільського туризму для регіонального туристичного ринку (на прикладі Сумської області).

Виклад основного матеріалу. У контексті даного дослідження актуальною є детермінація ключових понять та термінів дослідження «туризм», «сільський туризм», «зелений туризм».

Законом України «Про туризм» визначено, що *туризм* – «...тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [3]. У Законі України «Про туризм» серед видів туризму виділено сільський та екологічний (зелений) туризм, проте їх офіційне трактування на законодавчому рівні не закріплене.

У проєкті Закону України «Про сільський зелений туризм» (2007 року) ключові терміни даного дослідження вживаються у такому трактуванні: сільській туризм – відпочинковий вид туризму, що передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості (селі); сільській зелений туризм – відпочинковий від сільського туризму, пов'язаний з перебуванням туристів в власному житловому будинку сільського господаря, окремому (гостьовому) будинку або на території особистого селянського (фермерського) господарства; екотуризм – вид сільського туризму, що передбачає відвідування туристами територій, що мають природничу, культурологічну, етнографічну цінність [4]. І. Тищук, яка зазначає, що екотуризм та агротуризм є складовими сільського (зеленого) туризму і відрізняються лише основними цілями використання вільного часу, їхня головна різниця полягає у базових мотивах подорожування [6.]. У дослідженні Т. Булах зазначено, що сільський

зелений туризм передбачає знайомство з місцевим побутом в агрооселях, вивчення народних свят та традицій, участь у фольклорних заходах тощо [1]. М. Рутинський акцентує увагу на зануренні в сільський спосіб життя і знайомляться з місцевими звичаями, господарі в свою чергу надають туристу-відвідувачу повний комплекс якісних туристичних послуг [5]. На рисунку 1 представлено взаємозв'язок між окремими поняттями сільського «зеленого» туризму.

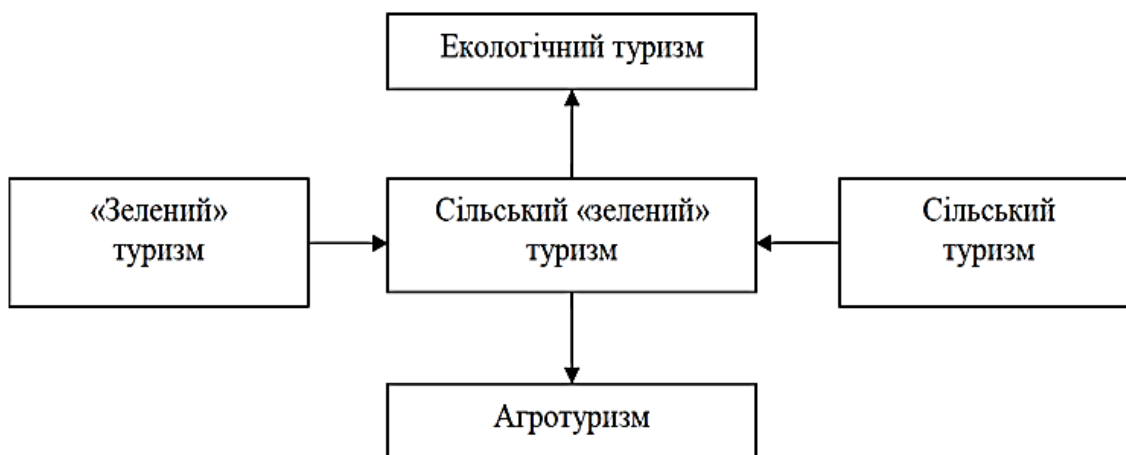


Рис. 1. Взаємозв'язок між окремими поняттями сільського «зеленого» туризму [2]

Активний розвиток сільського (зеленого) туризму у світі розпочався наприкінці ХХ століття (створення European Federation for Farm and Village Tourism). В Україні початок становлення та розвитку сільського туризму пов'язують зі створенням у 1996 році Співки сприяння розвитку сільського туризму.

Ураховуючи актуальність дослідження проаналізуємо перспективи становлення та розвитку сільського туризму для регіонального туристичного ринку (на прикладі Сумської області). Зелений або сільський туризм є одним із пріоритетних у розвитку туристичної галузі Сумщини.

Сільський туризм є одним із пріоритетних у розвитку туристичної галузі Сумщини. На сьогоднішній день в Сумській області сертифіковано 18 зелених садиб у Конотопському, Роменському, Шосткинському районах, які надають послуги у сфері сільського туризму. Низка садиб пропонує цікаві програми до тематичних свят: Івана Купала, Масляна та Різдво. Слід зазначити, що зелених садиб на території Сумщини значно більше, але лише частина з них офіційно декларує свою діяльність, оскільки закони

«Про туризм» та «Про особисте (фермерське) селянське господарство», якими регламентуються послуги у сфері зеленого (сільського) туризму, не зобов'язують їх це робити.

З метою переосмислення ставлення до рідного краю на Сумщині створено туристичний кластер «Посулля», з моменту організації до складу кластеру ввійшло 8 учасників (число учасників постійно збільшується) з Роменського, Охтирського, Сумського районів. Метою цього кластеру є сприяння культурному відродженню та духовному збагаченню українців, всебічному розвитку традицій та звичаїв шляхом координації спільних дій та спільного маркетингу туристичної інфраструктури регіону задля поліпшення екологічного стану, оздоровлення населення, аматорсько-спортивної і просвітницької діяльності. Кластер функціонує як громадська організація, яка об'єднує підприємців, які займаються діяльністю у сфері екотуризму, зокрема сільського (зеленого туризму).

Аналізуючи перспективи розвитку сільського туризму на регіональному туристичному ринку можна зробити наступні **висновки**.

Розвитку сільського зеленого туризму в Сумській області сприяють такі фактори:

- зростаючий попит мешканців українських міст та іноземних туристів на відпочинок в сільській місцевості;
- багаті рекреаційні ресурси досліджуваної території;
- традиційна гостинність сільських жителів та бажання прийняти туристів;
- можливість надання комплексу додаткових послуг з екскурсій, риболовлі, збирання ягід та грибів, катання на конях, тощо.

Перешкодами для розвитку сільського (зеленого) туризму на Сумщині є:

- незадовільний сільський житловий фонд для прийому туристів;
- відсутність транспортної інфраструктури;
- збройна агресія РФ;
- труднощі в володінні іноземною мовою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Булах Т. М. Сільський туризм як перспективний напрям для соціально-економічного розвитку села. Т. М. Булах. Формування ринкових відносин в Україні. 2010. № 11. С. 143–147.
2. Горшкова Л. О. Розвиток сільського «зеленого» туризму як складової частини туристичного комплексу. Л. О. Горшкова. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2020. Т. 31 (70). № 1. С. 115-120.
3. Закон України «Про туризм» 2020 року
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
(дата звернення 08.11.2023)
4. Проект Закону України від 04.03.2021 № 5206, «Про сільський та сільський зелений туризм»
URL: <https://www.kmu.gov.ua/bills/proekt-zakonu-pro-silskiy-ta-silskiy-zeleniy-turizm> (дата звернення 08.11.2023)
5. Рутинський М. Й. Сільський туризм : навч. посіб. М. Й. Рутинський, Ю. В. Зінько. К.: Знання, 2006. 271 с.
6. Тищук І. В. Зелений туризм: сутність та визначення поняття. І. В. Тищук. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі : колективна монографія; за науковою редакцією проф. Волошина І. М. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. С. 114-125.

В. О. Пасічник, В. С. Косик

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

ТЕОРЕТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В статті досліджується негативний вплив сучасної політично-військової ситуації в країні в контексті спаду попиту на здійснення туристичних послуг та відсутності технічної можливості їх реалізації зокрема. Автор розглядає питання екологічної ситуації в країні. Проаналізовано основні перешкоди для нормального функціонування індустрії туризму в Україні. В роботі зазначається, що значна кількість природних ресурсів опинилася під загрозою свого існування внаслідок військових дій та руйнування туристичної інфраструктури.

Ключові слова: туризм, екологічний туризм, війна, бойові дії, туристична галузь.

The article examines the negative impact of the current political and military situation in the country in the context of the decline in demand for the provision of tourist services and the lack of technical possibilities for their implementation, in particular. The author considers the issue of the ecological situation in the country. The main obstacles to the normal functioning of the tourism industry in Ukraine are analyzed. It is noted in the work that a significant amount of natural resources is under threat of existence as a result of military operations and the destruction of tourist infrastructure.

Keywords: tourism, ecological tourism, war, hostilities, tourism industry.

Постановка проблеми. Туризм суттєво впливає на економіку держави та її громадян. Навіть під час військових дій, деякі регіони нашої країни продовжували функціонування туристичної галузі, оскільки важливо було не зупиняти економіку країни для її скорішого відновлення в майбутньому. Тому вважаємо, що потрібно розглядати туризм, не тільки як розважальний сектор, а й як сектор підтримки господарської діяльності держави та громадського суспільства. Поява екологічного туризму – певна відповідь людства на глобальні екологічні проблеми. На сьогоднішній день, екологічний туризм стрімко розвивається і набуває популярності у багатьох країнах. За допомогою екологічного туризму можна взаємозбагатити культури різних народів, покращити умови розвитку внутрішнього туризму і надати країні гарний імідж та конкурентоспроможність.

Мета роботи – дослідження теоретичних особливостей екологічного туризму в Україні внаслідок військових подій.

Виклад основного матеріалу. Сучасні тенденції розвитку туризму в Україні досліджували такі науковці, як: Т. І. Ткаченко, В. І. Цибух, А. М. Близнюк, Л. Г. Богуш, Л. І. Давиденко, В. Ф. Данильчук, В. Ф. Кифяк, Н. Й. Коніщева, М. П. Мальська, Т. М. Ореховська, Ф. Е. Поклонський, І. М. Школа [3].

Категорія «туризм» має декілька підходів до розуміння. Згідно економічної діяльності туризм – це вид використання матеріального та духовного блага, товарів і послуг, що виокремлюються в окрему галузь господарства.

Згідно статистики «туризм» це одна з форм міграції населення, яка не пов'язана з постійною зміною місця проживання. У змінах до Закону України «Про туризм» зазначається, що туризм – це тимчасовий виїзд громадян з місць постійного проживання з різною метою на термін від 1 доби до 1 року, без здійснення оплачуваної діяльності.

Галузь туризм є однією з провідних та найбільш розвинутих галузей економіки. Через свій швидкий темп розвитку він визнаний економічним феноменом століття. Цьому сприяє розширення політичних, економічних, наукових і культурних зв'язків між державами і народами світу. Масовий розвиток туризму дозволяє мільйонам людей розширити свій кругозір, познайомитися з визначними пам'ятками, культурою, традиціями тієї чи іншої країни.

Туризм – одна з рушійних та найбільших галузей економіки світу, яка щорічно поповнює скарбничку багатьох країн чималими дивідендами. Він становить від 40 до 70% ВВП у країнах, що розвиваються та має міцні зв'язки з іншими галузями, що сприяють економічному зростанню регіонів. Туристична індустрія динамічно розвивається у світі. Розвиток екологічного туризму в Україні на початковому етапі, але завдяки існуючим природно-рекреаційним ресурсам країни, цей вид туризму має всі шанси стати одним з основних видів подорожей та створити усі умови покращення соціально-економічного становища населення.

Україна має значний потенціал для розвитку туристичної галузі, оскільки забезпечена унікальними природними рекреаційними ресурсами та має вигідне для розвитку міжнародного туризму геополітичне становище у центрі Європи. Особливості рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристичного-рекреаційного потенціалу України створюють можливості для всебічного задоволення потреб внутрішнього та зовнішнього туризму.

Не можна недооцінювати роль екологічного туризму і в економіці України, оскільки розвиток цієї галузі дозволяє збільшувати доходи місцевих бюджетів та створювати робочі місця, що сприяє вирішенню як економічних, так і соціальних проблем. Кожен регіон України має свій унікальний природно-ресурсний потенціал, який є основою для розвитку екотуризму.

Проте, 24 лютого 2022 року змінило ситуацію із потенційним майбутнім розвитком України, в тому числі екологічного туризму, оскільки наслідки активного ведення бойових дій завдають негативного впливу природі щодня. Повномасштабна війна вплинула на складність фіксування наслідків для навколишнього природного середовища. [2]

За даними Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів, за попередніми підрахунками, станом на 1 березня 2022 року агресор веде бойові дії на території 900 об'єктів природно-заповідного фонду площею 12,6 тис. кв. км, що становить близько третини площі заповідного фонду України.

Під загрозою знищення перебувають близько 200 територій Смарагдової долини площею 2,9 млн га. Смарагдова долина – це мережа природоохоронних територій, створена задля збереження

видів та оселищ, які потребують охорони на загальноєвропейському рівні, але розташовані в країнах, які не є членами ЄС. Усе це середовища для тисяч видів рослин і тварин. Ці території мають важливу роль для захисту біорізноманіття та збереження клімату.

Природа несе значних збитків через постійні бойові дії. При детонації ракет та артилерійських снарядів окислюються навколишні ґрунти, деревина, а також утворюється низка хімічних сполук. Під час вибуху всі речовини проходять повне окиснення, а продукти хімічної реакції вивільняються в атмосферу. В атмосфері оксиди сірки та азоту можуть спричинити кислотні дощі, які змінюють кислотність ґрунту та викликають опіки рослин. Кислотні дощі мають негативний вплив і на організм людини, інших ссавців та птахів, впливаючи на стан слизових тканин та органів дихання.

Після війни ми будемо пожинати плоди бойових дій – руйнування екосистем, забруднення ґрунтів, зменшення біорізноманіття, зростання кількості шкідників у лісах. Крім того, відбудова країни потребуватиме значної кількості природних ресурсів. Також є ризик невиконання Україною вже поставлених кліматичних цілей, адже війна - це внесок у зміну клімату, а відновлення країни неминуче буде супроводжуватись значними викидами парникових газів. [1]

Висновок. Отже, війна стала великою трагедією в житті народу України, окрім того, вона вплинула на світову економіку та світовий ринок туристичних послуг. Проте можна стверджувати, що сфера екологічного туризму в незалежній Україні має перспективу свого розвитку, проте потребує неодмінного втручання та подолання наслідків війни. Природній ландшафт та різноманіття природного середовища України має широке коло потенційних туристичних зон, які наразі уражені постійним впливом активних бойових дій на території держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Слизький А. С. Вплив війни на розвиток туристичної галузі в Україні. *Матеріали Міжнар. Туристичного форуму «Туризм в Україні: виклики та відновлення»*, м. Київ, 21-22 березня 2023 р. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/slyzkyj.htm
2. Нодь О. Аналіз сучасного стану розвитку галузі туризму та курортно-рекреаційної сфери України та її регіонів. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. №5, Том 2. С. 275-280

3. Мацука В. М. Сучасні тенденції та перспективи розвитку туризму в Україні. *Вісник Маріупольського державного університету. Економіка*. Вип.1., с.43-49., 2021. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/macuka3.htm (дата звернення 09.11.2023)

В. В. Ришко, М. Ю. Троян, О. В. Прокопенко

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

ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУМЩИНИ

Розглядається організація та перспективи розвитку туризму Сумщини. Поєднання розвитку туризму та сталого розвитку, огляд туристичного потенціалу Сумщини, організація туристичної інфраструктури, сталість та перспективи розвитку туризму.

Ключові слова: туристичний потенціал, сталість розвитку туризму, туристична інфраструктура, перспективи розвитку туризму.

The organization and prospects for the development of tourism in Sumy region are considered. Combination of tourism development and sustainable development, overview of the tourism potential of Sumy region, organization of tourism infrastructure, sustainability and prospects for tourism development.

Keywords: tourism potential, sustainability of tourism development, tourism infrastructure, prospects for tourism development.

Поєднання розвитку туризму та сталого розвитку є стратегічно важливим для забезпечення економічної стабільності та збереження природних та культурних ресурсів. Сталість та туризм сприяють розвитку місцевої економіки через залучення інвестицій, створення робочих місць та розвиток підприємницької діяльності. Туризм може стати механізмом для збереження та відновлення культурної спадщини, оскільки залучені туристи часто цікавляться традиціями та місцевою культурою.

Метою роботи є дослідження розвитку туризму як не лише економічного, соціального та екологічного, але й комплексно сталого ресурсу для суспільного розвитку Сумщини, забезпечуючи збалансований підхід до економічного, культурного та екологічного зростання.

Виклад основного матеріалу. Сталість туризму передбачає екологічно чисті практики та охорону природи. Правильно організований туризм допомагає зберігати екосистеми та різноманіття видів. Залучення місцевого населення до туристичної

діяльності та економічних переваг туризму сприяє соціальній стабільності та розвитку громад. Проекти туризму можуть включати в себе використання відновлювальних джерел енергії, що сприяє переходу до сталої енергетики. Розвиток туризму може стати підтримкою для творчих та мистецьких ініціатив, що збагачує культурні аспекти регіону. Туристи вносять свої ідеї та досвід у місцеве середовище, сприяючи культурному та інтелектуальному обміну між різними частинами світу. Розвиток туризму часто призводить до покращення інфраструктури, такої як транспортні зв'язки, комунікації та інші об'єкти, що сприяє загальному економічному розвитку. Поєднання сталого розвитку та туризму дозволяє створювати життєздатні громади, які мають економічний, соціальний та екологічний баланс [2].

Туристичним потенціалом Сумщини є:

1. Культурне надбання:

- історичні пам'ятки – багатство історичних пам'яток, таких як старовинні замки, фортеці та археологічні об'єкти, які свідчать про багате минуле регіону;
- музеї – розмаїття музеїв, які висвітлюють різні аспекти історії, мистецтва та культури Сумщини;
- церкви та споруди релігійного значення – унікальні церковні, архітектурні шедеври, що відображають релігійну спадщину регіону;
- архітектурні шедеври – розмаїття архітектурних стилів, включаючи будівлі різних епох та напрямків.

2. Природні резервати:

- унікальні природні об'єкти – заповідники та природні резервати, які об'єднують різноманіття флори та фауни, зокрема унікальні види та екосистеми;
- заповідники – акцент на охорону різноманітних природних ареалів для збереження біорізноманіття;
- екотуризм – можливості для розвитку екотуризму, включаючи екскурсії в природні резервати та спостереження за дикою природою.

3. Ландшафтні особливості:

- різноманітність ландшафтів – відкриті степові простори, ліси, гірські ландшафти та річкові долини, що надають регіону величезну різноманітність;

- екологічний туризм – можливості для розвитку екологічного туризму, включаючи активний відпочинок та взаємодію з природою;
- рекреаційні зони – створення рекреаційних місць для відпочинку та активного способу життя, таких як велосипедні та пішохідні маршрути.

Ці складові роблять Сумщину привабливим напрямком для туризму, об'єднуючи культурні та природні багатства для задоволення різноманітних інтересів відвідувачів.

Організація туристичної інфраструктури полягає в залученні інвестицій для будівництва нових готелів різного рівня комфорту, починаючи від економ-класу та закінчуючи елітними готелями [3]. Сприянні розвитку ресторанної сфери та створення умов для гастротуризму, включаючи підтримку місцевих кухонь та створення унікальних кулінарних пропозицій. Встановлення стандартів обслуговування та комфорту для забезпечення високої якості проживання та харчування для туристів. Інвестування в ремонт та розширення доріг, забезпечення безпеки та комфорту транспортування. Розробка оптимальних туристичних маршрутів та забезпечення ефективних засобів пересування, таких як автобуси, таксі, та розвиток велосипедних маршрутів. Залучення до використання екологічно чистих видів транспорту та підтримка проектів з розвитку громадського транспорту. Розміщення інформаційних центрів у ключових туристичних зонах для надання інформації, мап та допомоги туристам. Розвиток веб-сайтів, мобільних додатків та електронних платформ для надання туристичної інформації та онлайн-бронювань. Організація регулярних тематичних програм та екскурсій для знайомства туристів із культурою та природою регіону. Завдяки такій організації туристичної інфраструктури, Сумщина зможе ефективно використовувати свій потенціал для залучення туристів та забезпечення їм незабутнього досвіду.

Сталість розвитку туризму передбачає екологічну відповідальність, взаємодію з місцевим населенням, збереження культурної спадщини. Запровадження та підтримка проектів, спрямованих на зменшення викидів та використання відновлювальних джерел енергії для готелів та інших об'єктів. Залучення до використання електричних або гібридних транспортних засобів для

трансферів та екскурсій. Впровадження систем утилізації відходів та ресайклінгу в туристичних зонах та готелях. Розвиток та підтримка екотуризму, сприяючи популяризації природних резерватів та екологічно чистих місць для відпочинку. Партнерство з місцевими підприємствами та ремісниками для підтримки їхньої економічної активності. Залучення представників місцевого населення до розробки та реалізації туристичних програм, екскурсій та інших подій. Організація заходів, що сприяють взаєморозумінню та обміну культурним досвідом між туристами та місцевим населенням. Фінансування та проведення програм з реставрації та захисту історичних пам'яток та будівель. Проведення освітніх заходів щодо історії та значення культурних об'єктів для збереження інтересу та поваги до спадщини. Залучення громадськості до процесу визначення пріоритетів у збереженні та використанні культурної спадщини. Отже можна зробити висновок, що сталість в розвитку туризму передбачає поважне та відповідальне ставлення до природи, культурних цінностей та співжиття з місцевим населенням [1, 2].

Перспективи розвитку включають в себе:

1. Тематичні маршрути:

- кулінарні тури – розробка гастротурів, що пропонують відвідувачам смакотури та майстер-класи від місцевих шеф-кухарів;
- культурні експедиції – встановлення тематичних маршрутів, які дозволяють туристам поглибитися в культуру та традиції регіону через відвідування музеїв, фестивалів та історичних місць;
- екологічні пригоди – розвиток природничих маршрутів, які сприяють вивченню та захисту місцевих екосистем.

2. Технологічні інновації:

- використання віртуальної реальності (VR) та розширеної реальності (AR) – створення віртуальних турів та додатків, які забезпечують інтерактивний та захоплюючий туристичний досвід;
- електронні гідни та інтерактивні карти – розробка мобільних додатків, що надають інформацію та навігацію для туристів під час їхнього перебування;

- безпілотні технології – використання дронів для створення аерозйомки та привертання уваги до природної краси та туристичних атракцій.

3. Партнерства та маркетинг:

- співпраця з іншими регіонами – укладання партнерських угод та обмін досвідом з іншими туристичними регіонами для створення комбінованих турів;
- маркетингові стратегії – використання цифрового маркетингу, соціальних мереж та контент-маркетингу для просування туристичних можливостей регіону;
- залучення туристичних агентств – встановлення партнерства та співпраця з туристичними агентствами для активного просування туристичних послуг [4].

Висновки. Туризм стає ключовим фактором економічного розвитку, сприяючи сталому піднесенню регіону. Інвестиції в туристичну галузь призводять до створення нових робочих місць, розвитку підприємництва та зростання обсягів місцевого виробництва і послуг. Туризм не лише приносить прибуток, але й сприяє розкриттю потенціалу регіону та розширенню його привабливості для відвідувачів. Важливо розробити збалансований підхід, що дозволяє розвивати туризм, забезпечуючи при цьому збереження природних ресурсів та культурної спадщини. Впровадження екологічно чистих практик та врахування аспектів сталого розвитку допомагає зберегти екосистеми та унікальні природні об'єкти. Реставрація і збереження історичних пам'яток дозволяє зберегти багатий культурний досвід та спадщину для майбутніх поколінь. Усе це разом визначає туризм як потужний інструмент для сталого розвитку регіону, де економічне благополуччя поєднується з відповідальним ставленням до природи та збереженням культурної ідентичності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Герасимчук З. В., Вахович І. М. Організаційно-економічний механізм формування та реалізації стратегії розвитку регіону : монографія. Луцьк : ЛДТУ, 2002. 248 с.
2. Білорус О. Г., Мацейко Ю. Глобальна перспектива і сталий розвиток : монографія. К. : МАУП, 2005. 492 с.
3. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навчальний посібник. Київ : Атіка, 2006. 264 с.
4. Бондаренко М. П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. *Економічний часопис-XXI*. 2012. №3-4. С. 19-22.

БЕЗПЕКА В ТУРИЗМІ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ВІЙНИ

Публікація розглядає важливість розвитку туризму в Україні як стратегічного напрямку для відновлення економіки та соціокультурного потенціалу після війни. Обговорено ключові виклики безпеки у туризмі, такі як терористичні акти, корупція та вплив конфліктів на інфраструктуру. Запропоновано комплексний підхід до стратегій безпеки, який включає політичні, економічні та соціокультурні аспекти. Також висвітлено важливість підвищення свідомості, поліпшення правового регулювання, міжнародної співпраці, інфраструктурних заходів та туристичного маркетингу. Загальний узгоджений план дій, спрямований на забезпечення безпеки у туризмі, є ключовим для розвитку та покращення іміджу країни.

Ключові слова: туризм, безпека, відновлення, виклики, стратегії.

The publication examines the importance of the development of tourism in Ukraine as a strategic direction for the recovery of the economy and socio-cultural potential after the war. Key security challenges in tourism are discussed, such as acts of terrorism, corruption and the impact of conflict on infrastructure. A comprehensive approach to security strategies is proposed, which includes political, economic and socio-cultural aspects. The importance of raising awareness, improving legal regulation, international cooperation, infrastructure measures and tourism marketing is also highlighted. A general agreed action plan aimed at ensuring safety in tourism is key to the development and improvement of the country's image.

Keywords: tourism, security, recovery, challenges, strategies.

У контексті майбутньої післявоєнної ситуації в Україні, туризм визначається не лише як стратегічний напрямок розвитку економіки, але й як ефективний інструмент відновлення соціального та культурного потенціалу країни. Однак, в умовах нестабільності та геополітичних викликів, безпека у туризмі набуває критичного значення.

Основними викликами для забезпечення безпеки туризму в Україні стають: ризики терористичних актів, регіональна нестабільність, високий рівень корупції та вплив військових конфліктів на інфраструктуру та безпеку територій.

Стратегії безпеки у туризмі в Україні повинні включати комплексний підхід, що охоплює політичні, економічні та соціокультурні аспекти. Зокрема, доцільно розробляти та впроваджувати ефективні заходи безпеки, спрямовані на зменшення ризиків для туристів та створення сприятливого середовища для розвитку туристичної індустрії [1].

Перспективи безпеки у туризмі в Україні полягають у вдосконаленні законодавства, підвищенні професійної кваліфікації працівників галузі, активній комунікації та співпраці з міжнародними партнерами. Забезпечення безпеки у туризмі сприятиме залученню інвестицій, розвитку територій та підвищенню привабливості України для іноземних та внутрішніх туристів.

Для успішної реалізації зазначених стратегій безпеки у туризмі в Україні важливо приділити увагу кільком аспектам. По-перше, високий пріоритет слід надавати підвищенню свідомості та ефективній комунікації. Інформаційна кампанія повинна надавати чітку та достовірну інформацію про потенційні ризики та заходи безпеки, а також взаємодіяти з громадськістю для залучення їх до участі в збереженні безпеки та порядку.

Другим важливим етапом є поліпшення правового регулювання. Розробка та впровадження сучасних правових норм, спрямованих на захист туристів та створення стабільного середовища для туристичного бізнесу, є ключовою складовою успішної стратегії. Це може включати введення законів та стандартів безпеки для туристичних об'єктів та послуг [2].

Міжнародна співпраця також грає важливу роль в забезпеченні безпеки туризму. Україна повинна активно співпрацювати з міжнародними організаціями, сусідніми країнами та туристичними партнерами для обміну досвідом та координації заходів з підвищення безпеки в регіоні.

Крім того, інфраструктурні та технічні заходи грають ключову роль у забезпеченні безпеки туристів. Інвестиції у розвиток інфраструктури та впровадження нових технологій підвищать рівень безпеки та якості обслуговування для подорожуючих.

Не менш важливим є туристичний маркетинг та брендування. Ефективні маркетингові стратегії допоможуть зберегти та підвищити репутацію України як безпечного та привітного туристичного напрямку, що сприятиме привабливості для більшої кількості відвідувачів [3].

Загальний узгоджений план дій, спрямований на забезпечення безпеки у туризмі, не лише сприятиме розвитку туристичної індустрії, але й покращить імідж країни, що має важливе значення в умовах відновлення після війни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Моца А.А., Шевчук С.М., Середа Н.М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. 2022. №.41. С. 1-6.
2. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфлік-тного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1(26). С. 55–68.
3. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337–341.

Л. В. Субботіна, М. Ю. Троян

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

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

В роботі розглянуто поняття ціни, ціноутворення туристичного продукту. Визначено фактори впливу на ціну туристичного продукту, досліджено особливості ціноутворення туристичного продукту.

Ключові слова: туристичний продукт, ціна, ціноутворення туристичного продукту, фактори впливу на ціну.

The paper considers the concept of price, pricing of a tourist product. The factors influencing the price of the tourist product have been determined, the features of the pricing of the tourist product have been studied.

Keywords: tourist product, price, pricing of tourist product, factors influencing the price.

Одним із найважливіших факторів при виборі продукту для споживача є його ціна, тому дуже важливо відповідально та раціонально підійти до ціноутворення нового продукту, тим більше до ціноутворення туристичного продукту. В конкурентному ринковому середовищі ціна це той фактор, що часто визначає вибір споживачів, і тому для кожного туристичного підприємства важливим є чати можливість впливати на ціну свого туристичного продукту.

Метою роботи є дослідження особливостей ціноутворення туристичного продукту.

Ціна – грошовий вираз вартості, кількості грошей, що сплачується за одиницю товару або послуг. Ціна за будь-який товар складається з собівартості і прибутку [1].

Усі ціни поділяються на дві великі групи: виробничі та споживчі. Виробнича ціна - це ціна, за якою реалізується продукція і надаються послуги іншим підприємствам та організаціям. Споживчі ціни на товари і послуги, що реалізуються населенню [1].

Ціноутворення – це процес формування ціни з урахуванням усіх ресурсів і якостей, що включає туристичний продукт, його просування, транспорт, прибуток туроператора тощо.

Необхідними умовами ринкового ціноутворення є:

- економічна самостійність і воля вибору поведінки підприємств як власників;
- комерційна основа відносин суб'єктів господарювання, реалізована за допомогою взаємовигідних договорів і контрактів купівлі-продажу;
- сприяння й захист договірно-контрактних відносин, інших господарських суперечок, що гарантують відшкодування втрат і збитків;
- наявність конкурентного середовища й подолання монополізму, що забезпечують можливість вибору поведінки суб'єктів господарювання, агентів ринку;
- співвідношення попиту та пропозиції на туристичному ринку [1].

Ціна є фактором формування взаємовідносин між продавцями і покупцями, коли за рахунок її зміни продавці намагаються утримати існуючих або залучити нових покупців. Слід розрізняти принципи та види ціноутворення, функції ціни.

Існує два принципи ціноутворення ринковий та адміністративний.

Ринкове ціноутворення базується на різноманітності форм власності, свободі вибору продавців і покупців за відповідної динаміки цін, конкуренції з урахуванням приватних інтересів і відсутності державного регулювання цін. Адміністративне ціноутворення відрізняється від ринкового лише наявністю державного регулювання.

Отже в ринкових умовах основою для встановлення ціни на туристичний продукт є попит, що цей продукт має на ринку. А саме, коли туристична фірма призначає ціну для свого туристичного продукту, то вона має зважати на кількість та якість споживачів, потенційних туристів, що хочуть купити її туристичний продукт.

На ціну туристичного продукту впливає ряд факторів:

- клас обслуговування (ступінь комфортності);
- вид туристичної подорожі (за використовуваними транспортними засобами: авіаційний, залізничний, автобусний і ін.);
- форми обслуговування (груповий або індивідуальний тур);
- кон'юнктура ринку на послуги туризму;
- сезонний характер надання послуг;
- географія розміщення туристичних підприємств тощо.

Головними ціноутворювальними факторами є вартість виробництва послуг і нормативний дохід турфірми; рівень і динаміка конкуруючих цін; співвідношення попиту та пропозиції на туристичні послуги на ринку [2].

Маркетингова тактика ціноутворення - це набір стратегій для покращення швидкої адаптації у разі непередбачених змін у сфері маркетингу, тому для використання на ринку туристичних продуктів існує багато видів методів ціноутворення.

Ціноутворення за методом витрати-плюс, полягає в збільшенні витрат на певний відсоток з метою одержання достатніх доходів [2].

Метод, що бере за основу ціноутворення нормативну рентабельність, пов'язаний з фінансовим аналізом і дозволяє визначити, наскільки ефективна діяльність туристичної фірми стосовно інвестицій.

Для послуг виїзного туризму застосовують метод зворотного ціноутворення, заснований на ринковій ціні турпродукту й запланованого прибутку. Орієнтація на конкретний рівень рентабельності стимулює противитратну діяльність при збереженні високої якості послуг.

Політика «зняття вершків» успішно діє, якщо на ринку йде скорочення пропозиції послуг, а попит не еластичний від підвищення ціни на туристичний продукт. Наприклад, реалізація круїзних турів, таймшерів.

Дискримінаційне ціноутворення вважається дуже гнучким інструментом, що враховує зміну ринкового попиту, цін залежно від часу, місця, виду, продукту та обсягу продаж. Цінова дискримінація за географічною ознакою може бути ефективною на внутрішньому ринку, якщо турфірма зайнята освоєнням регіональних сегментів [3].

Метод ціноутворення - проникнення на ринок практикують компанії при виході на нові сегменти ринку і нові ринки. При цьому встановлюють ціни нижчі від середньоринкових, забезпечуючи нормальну рентабельність за рахунок інших видів діяльності або послуг. Цей метод використовують туроператори при встановленні контактів з новими туристичними центрами в розрахунок на формування стабільних потреб і наступного підвищення цін [3].

Маніпулювання цінами здійснюють турфірми, що отримують серйозну конкуренцію на зовнішньому ринку (як виїзний, так і в'їзний туризм).

Цінова дискримінація за категоріями споживачів існує також для різних ринкових сегментів залежно від готовності і можливості платити ціну. Ціни дискримінуються за місцем, наприклад, коли вартість однакових номерів у готелі різна залежно від виду з вікна. Дискримінація ціни можлива за обсягом, коли дається знижка при наданні готельних номерів туроператорам за умови, що вони повинні підтримувати обіцяний рівень обслуговування туристів. Існує цінова дискримінація за категорією туристів (діти, пенсіонери тощо.) [3].

Висновки. Отже нами розглянуто поняття ціни, ціноутворення туристичного продукту. Визначено фактори впливу на ціну туристичного продукту, досліджено особливості та методи ціноутворення туристичного продукту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ціна, її види та функції. UAEconomic : веб-сайт. URL: <http://www.uaeconomic.com/ulens-180-1.html> (дата звернення: 12.09.2023).
2. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
3. Ivanova, V. The methodology of pricing management at tourism enterprises Marketing and Management of Innovations, 2015. №4. P. 41-48. URL: <https://doi.org/10.21272/mmi.2015.4-04>

СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС КРИЗИ

У тексті розглянуто втрати українського туризму у 2022 році через російську агресію, а також визначено стратегії відновлення та розвитку міжнародного туризму в Україні. Зокрема, акцентовано на безпеці для туристів, оновленні інфраструктури, маркетингових кампаніях та співпраці з міжнародними організаціями.

Ключові слова: туризм, безпека, інфраструктура, маркетинг, стратегії.

The text examines the loss of Ukrainian tourism in 2022 due to Russian aggression, and also defines strategies for the recovery and development of international tourism in Ukraine. In particular, the focus is on safety for tourists, infrastructure renewal, marketing campaigns and cooperation with international organizations.

Keywords: tourism, security, infrastructure, marketing, strategies.

Туризм є однією з найважливіших галузей економіки України, що забезпечує значний приплив валюти до країни, створює робочі місця та сприяє розвитку культури та мистецтва. У 2022 році, у зв'язку з російською агресією, український туризм зазнав значних втрат. Згідно з даними Державної служби статистики України, у 2022 році в Україну в'їхало лише 1,8 мільйона іноземних туристів, що на 80% менше, ніж у 2021 році [1].

Для відновлення та подальшого розвитку міжнародного туризму в Україні необхідно розробити та реалізувати ефективні стратегії. Ці стратегії повинні враховувати як поточну ситуацію, так і перспективи розвитку галузі.

Основними напрямками стратегій відновлення та розвитку міжнародного туризму в Україні є:

1) Безпека. Це найважливіший фактор, який враховують туристи при виборі місця відпочинку. Україна повинна забезпечити безпеку для іноземних туристів, як всередині країни, так і під час перетину кордону.

З метою забезпечення безпеки туристів в Україні, необхідно реалізувати кілька ключових заходів. По-перше, важливо встановити контроль над кордоном для запобігання проникненню в країну терористів та інших осіб, що можуть становити загрозу безпеці.

Далі, для забезпечення безпеки туристів у місцях масового відпочинку та інших районах країни необхідно впровадити ефективну систему патрулювання.

Крім того, важливим кроком буде розробка та впровадження нових стандартів безпеки, охоплюючи як інфраструктуру туризму, так і діяльність туристичних операторів. Це допоможе забезпечити високий рівень безпеки для всіх туристів та зменшити можливі ризики [2].

2) Інфраструктура. Інфраструктура туризму в Україні потребує значних інвестицій. Необхідно оновити та розширити мережу готелів, ресторанів, транспортних засобів та інших об'єктів туристичної інфраструктури.

Для оновлення та розширення інфраструктури туризму в Україні необхідно залучити інвестиції. Це можна зробити за допомогою державної підтримки, співпраці з приватним сектором та міжнародними організаціями.

Сприяти розвитку малого та середнього бізнесу. Це дозволить створити більше робочих місць у сфері туризму та підвищити конкурентоспроможність галузі.

Запровадити нові технології. Це дозволить зробити туристичну інфраструктуру більш ефективною та комфортною для туристів [3].

3) Маркетинг. Необхідно проводити ефективну маркетингову кампанію для просування України як туристичного напрямку. Кампанія повинна бути спрямована на потенційних туристів з різних країн світу.

Для успішного просування України як туристичного напрямку важливо створити єдиний бренд країни. Це сприятиме підвищенню впізнаваності та формуванню позитивного образу України серед потенційних туристів. З метою досягнення цієї мети, важливо розробити ефективні маркетингові кампанії, спрямовані на різні цільові аудиторії, та використовувати різні канали комунікації.

Співпраця з міжнародними туристичними організаціями виступає ключовим елементом успішної стратегії. Це дозволить обмінюватися досвідом та просувати Україну як туристичний напрям на міжнародному рівні. Щоб реалізувати стратегії відновлення та розвитку міжнародного туризму в Україні, важливо створити міжвідомчу комісію. Ця комісія буде відповідати за розробку та реалізацію стратегій.

Для ефективного впровадження стратегій, необхідно розробити дорожню карту, яка визначатиме конкретні заходи та терміни їх виконання. Крім того, важливо залучити до цього процесу представників туристичного бізнесу, громадських організацій та міжнародних установ [4].

Отже відновлення та розвиток міжнародного туризму в Україні становлять складну завдання, для якого важливий комплексний підхід. Ефективна реалізація стратегій повинна враховувати не лише поточну ситуацію, але й перспективи розвитку галузі. Необхідно акцентувати увагу на створенні сприятливого середовища для туристичного бізнесу, покращенні інфраструктури та розробці маркетингових кампаній для привертання іноземних відвідувачів. Крім того, важливо враховувати зміни в глобальних тенденціях та адаптувати стратегії відповідно до змін у світовому туристичному ринку. Всі ці заходи допоможуть Україні впевнено рухатися в напрямку стабільного та сталого розвитку міжнародного туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барвінок Н. В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. 2022. № 3. С. 5-7.
2. Роїк О. Р. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2022. № 46. С. 11-15.
3. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук, Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022 №. 41. С. 1-8.
4. Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1 (26). С. 55-68.

Р. Л. Федіченко, В. М. Зігунов

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

ВІЙСЬКОВИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ ВИД РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Враховуючи досвід країн, які пройшли шлях відновлення після війни, Україна має перспективи відбудовування туристичної сфери та появи і поширення нових видів туризму, пов'язаних з військовими діями та діяльністю мілітарних підрозділів Міноборони України. Для розвитку військового туризму в Україні необхідні нормативно правові відносини у спеціальному законодавстві нашої країни. Врегулювання їх на державному рівні між Міноборони України і

Державним агенством розвитку туризму та туристськими операторами.

Ключові слова: військовий туризм, мілітарі-туризм, проблеми, перспективи, негативи.

Taking into account the experience of countries that have gone through the process of recovery after the war, Ukraine has prospects for restoring the tourism sector and the emergence and spread of new types of tourism related to military operations and the activities of military units of the Ministry of Defense of Ukraine. The development of military tourism in Ukraine requires regulatory relations in the special legislation of our country. To regulate at the state level the legal relations between the Ministry of Defense of Ukraine and the State Agency for Tourism Development and tourism operators.

Keywords: military tourism, military tourism, problems, prospects, negatives.

Постановка проблеми. Україна має важливу військово-історичну спадщину та стикається з необхідністю виявлення та розвитку потенціалу мілітарного туризму. Однак, незважаючи на вище зазначене, все ще існують проблеми, які ускладнюють або гальмують його прогрес в державі. Вивчення стану та перспектив розвитку військового туризму в Україні потребує комплексного підходу до вирішення цих проблем та визначення стратегії сприяння його розквіту в країні. В зв'язку з чим тема мілітарного туризму є актуальною.

Мета роботи: виявити стан та перспективи подальшого розвитку військового туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу. Після здобуття Україною незалежності у 1991 році туристична сфера почала активно розвиватись в країні і могла стати однією з перспективних галузей економіки, але з певних соціально-економічних, глобальних і політично-військових викликів цього не відбулося. Найбільшим з останніх для туристичної сфери виявилось повномасштабне воєнне вторгнення Росії на територію України. На сьогоднішній день, в умовах війни туристська галузь в державі зазнає величезних втрат як в розвитку іноземного туризму, так і регіонального. У до кризовий період в державі почав розвиватись військовий туризм, який за своїм змістом був іноваційним видом туристичної діяльності в туристській галузі країни.

Так, за кордоном збройні сили економічно розвинутих держав світу давно навчилися заробляти кошти на спеціалізованих туристичних турах військового туризму. В Ізраїлі доходи від нього становлять близько 115 мільйонів доларів на рік. У Німеччині ця цифра не відокремлюється із загального туристичного доходу,

проте стійко тримається на рівні 2% від усіх наданих туристичних. У США ця цифра значно скромніша – 45 мільйонів доларів на рік. Однак ці гроші здобуваються виключно на квитках за відвідування військових музеїв, найбільш популярним з яких є Музей стратегічної авіації [6].

В Україні деякі туроператори до періоду глобальних викликів у світі та війни в країні пропонували клієнтам туристські програми – танкові тури, бойові стрільби, прогулянки на міні-субмарині та воєнізований дайвінг тощо. В інтернет джерелах наводяться приклади турів, як покататися на танку та постріляти з нього по мішенях, політати на винищувачі або військово-польові баталії-тури для корпоративних колективів [7].

Туристичні послуги з сегменту військового туризму досить дорогі – катання на танках коштуватиме \$3 тисячі за дві години, а плата за 7 хвилин польоту на винищувачі складе 10 тисяч \$. І охочих платити за таке задоволення досить багато [3].

Деякі туристичні фірми рекламували військовий туризм і були готові працювати в його сегменті, щонайменше до Російсько-української війни (з 2014), також існував і платоспроможний попит на послуги у стилі мілітарі-туризму [7]. Що свідчить про актуальність цього напрямку туристичної діяльності в Україні.

Однак, незважаючи на популярність військового туризму, такого виду туризму немає ні в переліку видів туристичних послуг, ні в законі «Про туризм» [8]. За законодавством, вільний доступ на військові бази Міністерства оборони України цивільним особам заборонено. Військові частини не мають права надавати комерційні послуги, для цього їм потрібен особливий дозвіл Міноборони [3].

Отже, ми дійшли висновку, що деякі сегменти військового туризму мають нелегальний статус.

За результатами проведеного нами аналізу діяльності туроператорів виявилось, що сьогодні ліцензії на цей вид діяльності немає жодна туристична компанія України.

Проведене нами опитування фахівців сфери туристичного бізнесу доводить, що вихід військового туризму у легальний стан діяльності після війни може додати Україні туристичної привабливості, адже іноземці завжди виявляли великий інтерес до військових подій у світі. Тому ми вважаємо, що потрібно створити туристичні програми підтримки військового туризму з боку

держави, які дозволять споживачам легально і без проблем політати на винищувачі або поїздити на танку чи реальну участь туриста в тих чи інших військових навчаннях. Але для розвитку військового туризму в Україні потрібно створити відповідну законодавчу базу.

Висновок. Отже, цілком можливо, що драйвером розвитку військового туризму в країні після війни стане комерційна діяльність Міністерства оборони України у співпраці з Державним агентством розвитку туризму в державі та створення відповідного нормативно-правового поля.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Каднічанський Д., Каднічанська Н. Мілітарний туризм: проблематика термінології та класифікації. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід: матеріали XIV Міжнародної наукової конференції. (Львів, 9 жовтня 2020 р.). Львів, 2020. с. 132-138.
2. Кушнар'єв В., Поліщук О. Мілітарі-туризм як інноваційний напрямок екстремального та пізнавально-розважального туризму. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. 2018. №1. С. 107–118.
3. Мельник А. Нестандартні види туризму. Особливості функціонування військового туризму. Краєзнавство, географія, туризм. 2012. № 16. с. 3–5.
4. Мельник А. Нестандартні види туризму: особливості функціонування військового туризму. Київський збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2011. № 33. С. 350–353.
5. Сардак С. Є., Таран С. В. Потенціал «темного» туризму в країнах Європи. Економіка і суспільство. 2018. № 18. С. 27-34
6. Всесвітня туристична організація URL: <https://www.unwto.org/>
7. Wonders & Holidays URL: <https://wondersholidays.com/uk/holidays/katannya-tanku-kyev/>
8. Закон України «Про туризм» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

Ю. С. Якимович, С. П. Фокін
*Національний авіаційний університет,
м. Київ, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Структура індустрії туризму має свої особливості та визначається комплексною мережею взаємодії різних секторів та гравців, які сприяють наданню та споживанню туристичних послуг.

Ця тема розглядає основні компоненти та взаємозв'язки в індустрії туризму, включаючи туристичні агентства, готелі, транспортну інфраструктуру та інші елементи, які формують загальну структуру та динаміку цієї важливої галузі. Дослідження структури індустрії туризму

сприятиме розумінню ключових факторів, які визначають її ефективність та вплив на глобальну економіку.

Ключові слова: структура туризму, туристичні агентства, готелі, транспортна інфраструктура, гравці на ринку туризму, туристичний бізнес.

The structure of the tourism industry has its own characteristics and determined by a complex network of interaction of various sectors and players that contribute to the provision and consumption of tourism services.

This topic examines the main components and relationships in the tourism industry, including travel agencies, hotels, transport infrastructure and other elements that shape the overall structure and dynamics of this important industry. Studying the structure of the tourism industry will contribute to understanding the key factors that determine its effectiveness and impact on the global economy.

Key words: tourism structure, travel agencies, hotels, transport infrastructure, tourism market players, tourism business.

Індустрія туризму – важлива галузь, що має свої специфічні особливості та визначається складною мережею взаємодії різних компонентів, спрямованих на надання послуг і задоволення потреб подорожуючих.

Структура індустрії туризму є складною та динамічною системою, що об'єднує різноманітні сегменти та гравців. Індустрія туризму є однією з найбільш важливих галузей світової економіки, яка забезпечує подорожі та відпочинок для мільйонів людей.

Розглядаючи структуру цієї галузі, можна спостерігати неабияку динаміку та вплив на глобальний економічний розвиток.

Туристичні агентства та туроператори є ключовими учасниками індустрії туризму. Вони відіграють роль посередників, об'єднуючи та організовуючи турпоїздки для різноманітних груп подорожуючих [1, с.55].

Туристичні агентства та туроператори відіграють вирішальну роль у функціонуванні індустрії туризму, будуючи мости між подорожуючими та різноманітними туристичними послугами.

Їхня робота полягає в організації та забезпеченні подорожей для різноманітних клієнтів, від індивідуальних подорожей до групових екскурсій.

Туристичні агентства діють як посередники між туристами та різними постачальниками послуг. Вони взаємодіють із готелями, авіакомпаніями, транспортними компаніями та іншими партнерами для створення повноцінних туристичних пакетів.

Туроператори розробляють та організовують тури, включаючи розклад перельотів, вибір готелів, транспортні маршрути та розваги. Вони враховують інтереси та потреби різних категорій

туристів, починаючи від родин і закінчуючи корпоративними клієнтами [3, с.22].

Туристичні агентства забезпечують індивідуальні подорожі для тих, хто вибирає самостійні відпустки, а також групові тури для тих, хто віддає перевагу колективному відпочинку. Це дозволяє враховувати різноманітні потреби різних клієнтів.

Готелі та ресторани забезпечують тимчасове проживання та харчування туристів. Разом із зростанням туризму з'являються нові форми гостьового проживання, такі як гостьові будинки та сервіси для підняття комфорту подорожуючих. Сучасні ресторани враховують тенденції, такі як органічні продукти, експерименти зі смаками, стильні інтер'єри та новаторські концепції обслуговування.

Готельний та ресторанний бізнес активно адаптується до змін у смаках та очікуваннях сучасних туристів, надаючи різноманітні та інноваційні послуги для незабутнього туристичного досвіду.

Авіакомпанії, залізниці, автобусні компанії та морські перевізники складають транспортну інфраструктуру, забезпечують зручність та доступність місць призначення.

Транспортна інфраструктура є необхідною складовою структури індустрії туризму, оскільки вона визначає доступність та зручність подорожей до різних місць призначення. Авіакомпанії, залізниці, автобусні компанії та морські перевізники грають ключову роль у забезпеченні транспортних послуг для туристів.

Вони забезпечують швидке та зручне переміщення туристів між країнами та континентами. Їхні рейси дозволяють туристам відкривати нові географічні області та екзотичні напрямки [3, с.68].

Зростання конкуренції між авіакомпаніями сприяє зниженню цін на квитки, що робить авіаперельоти більш доступними для різних категорій туристів.

Авіап перевезення дозволяють туристам значно скорочувати час подорожей, що особливо важливо для тих, хто обмежений часом. Залізничний та автобусний транспорт використовується для регіональних подорожей, забезпечуючи доступність місцевих туристичних атракцій.

Використання залізниць та автобусів може бути більш екологічно ефективним, ніж інші види транспорту, сприяючи сталому туризму. Залізниці можуть також надавати тематичні та

екскурсійні тури, що додає елемент пригоди до подорожей.

Розваги та екскурсії є важливою частиною туристичного досвіду. Місцеві атракції, музеї, театри, спортивні заходи, а також природні резервати відіграють значущу роль у привабленні туристів.

Аеропорти, автобусні та залізничні станції, туристичні інформаційні центри та інші об'єкти створюють туристичну інфраструктуру, забезпечують комфорт та безпеку подорожуючих.

Туристичні організації та асоціації грають роль у розвитку галузі, сприяючи маркетинговим кампаніям, створенню стандартів та участі в навчальних програмах.

Висновок. Отже, структура індустрії туризму представляє собою специфічну, складну та взаємодіючу мережу різних галузей та гравців, що спільно забезпечують та розвивають туристичні послуги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мальська М. П., Антонюк Н. В. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. К.: Знання, 2018. 661 с.
2. Михайліченко Г. І. Організація туристичної індустрії: навчальний посібник. К.: Київський університет, 2018. 308 с.
3. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Видавництво НДУ ім. М. Гоголя, 2019. 336 с.
4. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. 2-ге вид., випр. та допов. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 463 с.
5. Федорченко В. К., Дьорова Т. А. Історія туризму в Україні: Навч. посіб. К.: Знання, 2020. 195 с.

РОЗДІЛ 2

ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ, ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ В ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС

Д. В. Бабенко

*Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»*

В. Г. Бабенко

Київського університету імені Бориса Грінченка

ДЕЩО ПРО ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРИСТВ, ЯКІ ЗДІЙСНЮЮТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Роботу присвячено дослідженню ролі державного регулювання діяльності господарських товариств, які функціонують у сфері туризму. На основі системного аналізу доктринальних джерел встановлено співвідношення понять державного управління і регулювання. Встановлено цілі, які переслідує держава, здійснюючи правовий вплив на суб'єктів туристичної діяльності.

Ключові слова: *господарські товариства, державне управління, державне регулювання, публічно-владні управлінські функції*

The work is devoted to the study of the role of state regulation of the activities of business associations operating in the field of tourism. Based on a systematic analysis of doctrinal sources, the relationship between the concepts of state management and regulation was established. The goals pursued by the state, exerting legal influence on subjects of tourism activity, have been established.

Key words: *business associations, state administration, state regulation, public-authority management functions*

Постановка проблеми. У ході розбудови розвиненої демократичної держави, кожному, хто правомірно знаходиться на теренах України, гарантується свобода пересування. Така вольність (свобода) людини проголошується у статті 33 Конституції, яка кореспондується зі статтею 13 Загальної декларації прав людини від 10 грудня 1948 року. Разом із тим, закріплюючи однією із засад державної політики прагнення та невідворотність курсу до

повноправного членства в Європейському Союзі, між останнім та нашою державою, розширюючи сфери взаємодії, встановлено безвізовий режим, який дозволяє на умовах й/та з урахуванням обмежень, встановлених нормативно-правовими актами, вільно подорожувати визначеним переліком країн.

Вочевидь, для підвищення рівня комфорту і полегшення транскордонного переміщення фізичних осіб – громадян України, на ринку послуг функціонує велика кількість суб'єктів підприємництва, призначенням яких є діяльність у сфері туризму. Такими господарськими організаціями Закон України «Про туризм» у частині 2 статті 5 визначає туристичних агентів і операторів, а також закріплює організаційно-правову форму для них – юридична особа, яка зареєстрована у встановленому законом порядку. Щодо агентів, слід враховувати, що документом [3], окрім однозначності у виборі статусу тільки юридичної особи допускається певною мірою свобода (диспозитивність) при обранні форми функціонування – діяльність згадуваних осіб може здійснюватися також у якості фізичних осіб – підприємців.

Водночас, варто зауважити, що найбільш популярною організаційно-правовою формою туристичних агентів та операторів – юридичних осіб, з огляду на відсутність легальних застережень та/або обмежень, є господарські товариства, з яких найбільш розповсюдженими виступають товариства з обмеженою і додатковою відповідальністю акціонерні товариства. Решта видів таких об'єднань – повні та командитні товариства практично не зустрічаються у досліджуваній сфері. Зрідка дану нішу на ринку займають приватні підприємства (які не є господарськими товариствами).

Мета роботи. Згадані суб'єкти підприємництва, беззаперечно, є об'єктом державного регулювання та управління. Саме тому, дослідження публічно-владного регулювання з боку держави діяльності організацій, які функціонують у сфері туризму, становить значний суспільний, практичний та науковий інтерес, а окреслені питання є недостатньо широко з'ясованими й висвітленими у науковій літературі.

Виклад основного матеріалу. І.П. Голосніченко розглядаючи державне управління, як різновид соціального управління, зауважує, що під окресленим поняттям слід розуміти підзаконну, юридично-владну діяльність органів держави виконавчо-

розпорядчого характеру, що спрямована на реалізацію законів, практичне виконання завдань і функцій держави, за допомогою якої здійснюється організуючий вплив на суспільні відносини у сферах економіки, соціально-культурного і адміністративно-політичного будівництва [2, с. 18–19].

Разом із тим, С.І. Бевз визначає державне регулювання у сфері господарської діяльності як один із напрямів реалізації державної політики, завдань та цілей держави в економічній сфері суспільства, проявом економічної функції держави [1, с. 114, 439].

Вчений Л.В. Прокопеч, досліджуючи державне регулювання підприємництва, визначав його як вплив держави на діяльність суб'єктів підприємницької діяльності, необхідність якого зумовлена цілями економічної політики, спрямованої на досягнення сталого розвитку держави та її регіонів, забезпечення постійного зростання показників, що характеризують рівень добробуту та якості життя населення країни. Попутно, дослідник зауважує, що розвиток підприємництва в Україні перейшов на стадію, коли вдосконалення регуляторної політики визначає подальші його перспективи [5, с. 162–163].

Наукова література не містить однозначного висновку щодо розмежування державного управління і регулювання:

- окремі дослідники розглядають категорії як тотожні або дуже близькі за змістом;
- деякі наукові праці визначають підхід, у якому державне регулювання виступає як одна із функцій державного управління;
- у декотрих джерелах висвітлюється позиція, у відповідності до якої, державне регулювання є однією з форм публічного впливу на економіку.

Ми погоджуємось із систематизованою думкою – якщо державне регулювання розглядається як один із напрямів діяльності держави в цілому, що перебуває у площині теорії держави і права, то і державне регулювання у сфері господарської діяльності у наведеному випадку становить прояв економічної функції держави. Якщо ж аналізувати державне регулювання господарської діяльності з точки зору відносин, які формуються у процесі діяльності органів виконавчої влади щодо реалізації покладених на них завдань і функцій держави, що є предметом регулювання адмі-

ністративного права, то державне регулювання необхідно розглядати як одну із функцій державного управління [1, с. 95–96].

Як зазначають В.К. Колпаков та О.В. Кузьменко, головною метою державного регулювання економіки є реалізація конституційного положення про те, що держава забезпечує її соціальну спрямованість. Виходячи з цього, найважливіші завдання суб'єктів, що реалізують свої управлінські повноваження у сфері економіки (*у тому числі і щодо забезпечення діяльності суб'єктів господарювання, які функціонують у сфері туризму – прим. авторів*), полягають у забезпеченні економічної стабільності, гармонійного розвитку виробництва і соціальної сфери, зміцненні наукового потенціалу, створенні сприятливих умов для ефективного господарювання й оптимальної реалізації як суспільних, так і приватних інтересів [4, с. 346–347].

Розглядаючи питання започаткування функціонування господарських товариств, які діятимуть у сфері туризму, слід враховувати, що юридична особа вважається створеною з моменту її державної реєстрації, тобто, з моменту визнання (засвідчення факту) державою утворення такої організації. Більше того, варто зазначити, що окрім самої реєстраційної процедури, яка відбувається у порядку, встановленому Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань», інші необхідні й обов'язкові процедури за своїм характером і суттю є суто-адміністративними, серед яких, важливе місце займає дозвільна адміністративна послуга – отримання ліцензії.

Обов'язок отримання ліцензії для досліджуваних підприємницьких організацій є імперативним і впливає із пункту 19 частини 1 статті 7 Закону України «Про ліцензування видів господарської діяльності», у відповідності до положень якої ліцензуванню підлягає туроператорська діяльність. На виконання зазначених приписів нормативно-правових актів, для реалізації отримання відповідних дозвільних документів, Кабінетом Міністрів України у Постанові від 11 листопада 2015 року № 991 затверджено «Ліцензійні умови провадження туроператорської діяльності».

Саме тому, за нашим переконанням, державне регулювання господарських товариств, що діють у сфері туризму полягає у правовому (юридично-владному) впливі держави, в особі її

компетентних органів, які здійснюють публічно-владні управлінські функції, на діяльність досліджуваних суб'єктів підприємництва, яка реалізовується в широкому значенні – шляхом виконання завдань й функцій держави, а у вузькому, здійсненні правового забезпечення функціонування туристичних організацій (через затвердження форм здійснення комерційної діяльності, адміністративних послуг чи дозвільних процедур, реалізації податкової та фінансової політики, закріплення інших стандартів та приписів, які регулюють та упорядковують відповідні суспільні відносини), а також контролем за дотриманням законності і вжиттям встановлених законом заходів для припинення правопорушень, захисту прав учасників правовідносин.

Висновки. Здійснюючи державне регулювання й, водночас, встановлюючи «підвищені» вимоги до діяльності юридичних осіб, які діють у сфері туризму шляхом закріплення необхідності останніх відповідати ліцензійним умовам, публічною владою переслідується одна з цілей – підвищення якості надання туристичних послуг урахувавши те, що фізичні особи, які будуть виїжджати за межі державного кордону України перебуватимуть під юрисдикцією іноземних держав, що в свою чергу може збільшувати ризиковість та ускладнення комунікацій між учасниками правовідносин. Серед інших завдань, доцільно виділити захист навколишнього природного середовища, що сприяє реалізації концепції сталого розвитку, дотримання прав і законних інтересів фізичних осіб – громадян України.

З урахуванням зазначеного, можемо констатувати, що шкоре подолання зовнішньої загрози державній та суспільній безпеці сприятиме, як розвитку туризму, так і господарських організацій, які функціонують у зазначеній сфері, а тому, вектор подальших досліджень необхідно спрямувати на поглиблення й удосконалення доктринальних положень щодо адміністративно-правового статусу організацій, які стали предметом цієї роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бевз С. І. Адміністративно-правове регулювання державного управління у сфері господарської діяльності в Україні: дис. ... докт. юрид. наук: 12.00.07 / Нац. авіац. ун-т. Київ, 2020. 422 с.
2. Голосніченко І. П. Адміністративне право України (основні категорії і поняття): посіб. Ірпінь, 1998. 108 с.

3. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. Ст. 24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>. (дата звернення: 15.11.2023)
4. Колпаков В. К., Кузьменко О. В. Адміністративне право України: підручник. К.: Юрінком Інтер, 2003. 544 с.
5. Прокопець Л. В. Механізми державного регулювання підприємницької діяльності: Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2018. № 1-1 (44). С. 162–166.

С. Р.Бойко , Д. Р. Мозгова

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

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Гастрономічний туризм на сьогоднішній день визначається як один із найпопулярніших видів туризму. Цей вид подорожей фокусується на вивченні та насолодженні місцевою кулінарією та культурою харчування конкретного регіону чи країни. В статті проаналізовано стан та перспективи розвитку гастротуризму у світі. Автором досліджено теоретична сутність гастротуризму, особливості розвитку та тенденції сучасного туристичного ринку в сфері гастротуризму. В роботі визначається, що гастро туристи мають можливість випробувати традиційні страви та напої, вивчати методи приготування, а також дізнаватися про історію та секрети місцевої кухні. В дослідженні підкреслюється, що розвиток гастрономічного туризму може позитивно впливати на місцеву економіку, підтримуючи місцевих виробників та господарства, стимулюючи розвиток ресторанного та кулінарного бізнесу.

Ключові слова: *гастрономічний туризм, гастро турист, культура харчування, кулінарний бізнес.*

Gastronomic tourism is nowadays defined as one of the most popular types of tourism. This type of travel focuses on exploring and enjoying the local cuisine and food culture of a particular region or country. The article analyzes the state and prospects of gastrotourism development in the world. The author examines the theoretical essence of gastrotourism, peculiarities of development and trends of the modern tourist market in the field of gastrotourism. The paper determines that gastrotourists have the opportunity to try traditional dishes and drinks, learn cooking methods, and learn about the history and secrets of local cuisine. The study emphasizes that the development of gastronomic tourism can have a positive impact on the local economy by supporting local producers and farms, and stimulating the development of restaurant and culinary businesses.

Keywords: *gastronomic tourism, gastrotourism, food culture, culinary festivals.*

Постановка проблеми. Україна має достатні можливості для розвитку гастрономічного туризму. Проте на сьогодні даний вид туризму в країні знаходиться на початковому етапі становлення.

Мета роботи – визначення поточного стану гастрономічного туризму в Україні та світі, ідентифікація українського гастро-продукту та шляхів його розвитку у східних регіонах, популяризація якого сприятиме створенню туристичної привабливості цих територій для як вітчизняних, так і іноземних туристів.

Виклад основного матеріалу. Щороку по всьому світу з'являються нові гастрономічні тури, які залучають все більшу кількість відпочиваючих. Тому туристичні фірми пропонують клієнтам зануритися в ефективно організовані подорожі з цікавими варіантами та насиченою програмою:

- відвідування національних ресторанів, дегустація оригінальних страв та напоїв;
- участь в гастрономічних фестивалях, участь у приготуванні національних страв;
- місцевих виробництв традиційних продуктів, знайомство з історією та рецептурою національної кулінарії;
- відвідування продукт-спеціалізованих майстер класів, виставок, курсів, вивчення технології приготування певних харчових продуктів та страв з цих продуктів;
- участь у національних святах та обрядах, пов'язаних з гастрономією;
- відвідування дегустаційних залів, дегустація продуктів: вина, сирів, меду, наливок, приготовлених за традиційними рецептами;
- апробація оригінальних технологій харчування з метою лікування та оздоровлення, тощо [1].

Корнілова В.В., Корнілова Н.В. визначають «гастрономічний туризм», який є похідним від терміну «гастрономія» (з грецької γαστήρ – шлунок) – наука, що вивчає зв'язок між харчуванням та культурою й відноситься до галузі соціальних дисциплін.

Тоді як кулінарія (з латинського *culīna* – кухня) – галузь прикладної діяльності, пов'язаної з приготуванням їжі, що включає комплекс технологій, обладнання та рецептів і є частиною гастрономії.[2] Михайлюк О.Л., Хумаров О.А. акцентують увагу на тому, що гастрономічний туризм виступає допоміжним інструментом у пізнанні культурної спадщини країн або регіонів світу, оскільки страви національної кухні є одним із елементів, що відображають спосіб життя, світогляд та традиції різних народів.[3]

Індустрія туризму в розвинених країнах стала важливим соціально-економічним явищем із далекосяжними наслідками. Вплив на економіку та забезпечує високий рівень доходу туристичним підприємствам. У більшості країн у світі сфера туризму є провідною галуззю економіки, яка характеризується швидкими темпами розвитку, сприяє збільшенню валового внутрішнього продукту, вирішує проблеми зайнятості, сприяє розвитку інфраструктури, гарантує високий рівень прибутку на вкладений капітал.

Україна має високий туристично-рекреаційний потенціал: на її території зосереджені унікальні потенціали природно-рекреаційні ресурси, об'єкти національного та світового визнання культурно-історичної спадщини. В багатьох регіонах мають широкий спектр потенційно привабливих туристичних об'єктів і комплексів, які користуються популярністю серед українських та іноземних туристів. Наявність в країні різноманітних туристично-рекреаційних ресурсів дозволяє розвивати практично всі види туризму, в тому числі рекреаційний, культурно-освітній, діловий, активний, лікувальний та екологічний туризм, а також сільський та гастрономічний туризм.

Для кожного регіону країни України характерна гастрономічна особливість, тому національний туризм бізнесу варто звернути більше уваги на новий, але перспективний напрямок туризму. Гастрономічний туризм в Україні незначний. Слід зазначити, що країна багата на кухню історія, традиції та звичаї, багатонаціональні рецепти, втрата потенційних можливостей розвитку цієї діяльності, доходів і конкурентних переваг. Кулінарний потенціал України не обмежується традиційними стравами. Підприємці індустрія туризму має враховувати гастрономічні особливості кожного регіону України та розвиток харчування уподобань населення.

Однак гастрономічний туризм в Україні сьогодні стикається з низкою перешкод включаючи:

- криза через воєнний стан негативно вплинула на весь сектор громадського харчування, що в свою чергу гальмував розвиток гастрономічного туризму, незважаючи на зацікавленість громадян України та інших країн;
- розвиток гастрономічного туризму безпосередньо залежить від платоспроможності населення та умов, цей вплив економічної кризи є негативним;

- відсутність досвіду управління гастрономічним бізнесом, кваліфікованого персоналу в готельному господарстві,

Також обмежують розвиток цього напрямку ентузіасти та ідеологи, зацікавлені в популяризації гастрономічних схем. Оскільки гостротуризм є специфічним видом туризму, гастрономічні тури не мають широкого продажу, т.д

Не кожен турист вирішить поїхати в іншу країну чи регіон лише з метою скуштувати їжу національної кухні. Однак це не заважає багатьом країнам залучати туристів досить оригінальними характеристиками кулінарних прийомів. У всякому разі, оскільки це окремі схеми, це важко мандрівники не обмежені кордонами. Наприклад, індивідуальні дегустаційні програми, які вже зарекомендували себе в інших країнах, може перетворити звичайну подорож на гастрономічну подорож.

Гастрономічний туризм - це подорож країнами і континентами з метою пізнання їх особливостей місцевої кухні, кулінарних традицій, з метою відвідування унікальних страв для відвідувача або деякі продукти

Висновки. В останні роки гастрономічний туризм активно розвивається як повноцінний туристичний напрямок. Він є невід'ємною частиною готельної системи по всьому світу, туристи автоматично стають споживачами. Залучення до чужої культури вимагає чималих зусиль - вивчення мови та політичного устрою, а відмінною рисою гастрономічного туризму є його відкритість і доступність для особистого сприйняття навіть під час короткого візиту в країну. Гостротуризм приваблює групи туристів з різними уподобаннями та дозволяє їм пізнати традиції країни, знайомство з місцевим населенням та культурно-історичною спадщиною. Україна має великий потенціал в розвитку гастрономічного туризму, адже відома не лише культурно-історична спадщина, а й українська кухня. Її територія пропонує широкий вибір страв і національних продуктів, які зацікавлять кожного туриста, які хочуть отримати нові враження та ближче пізнати країну.

Тому Україна має всі шанси стати провідною країною в гастрономічному туризмі. Вибираючи відпочинок, туристи звертають увагу на такий важливий фактор, як харчування і, у зв'язку з цим, гастрономічне різноманіття є конкурентною перевагою України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці НУХТ*. 2012. №45. С.128-132.
2. Корнілова В. В., Корнілова Н. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6112> (дата звернення: 15.11.2023).
3. Михайлюк О. Л., Хумаров О. А. *Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні*. Економічні інновації. 2020. Т. 22, Вип. 2 (75). С. 71-8.

А. О. Глобенко, М. Ю. Троян

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

ПЕРСПЕКТИВИ І НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ КЕЙТЕРИНГУ В СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ

У статті розглядаються основні перспективи та напрямки розвитку кейтерингу в Сумському регіоні. Розкрито основні загрози та можливості ведення кейтерингового бізнесу в межах Сумського регіону. Сформовані основні перспективи для ведення кейтерингового бізнесу в умовах сучасних викликів.

Ключові слова: кейтеринг, кейтерингове обслуговування, готельно-ресторанний бізнес, виїзний кейтеринг.

The article examines the main prospects and directions of development of catering in the Sumy region. The main threats and opportunities of running a catering business within the Sumy region are revealed. The main prospects for running a catering business in the conditions of modern challenges have been formed.

Keywords: catering, catering service, hotel and restaurant business, away catering.

Постановка проблеми. Не дивлячись на ряд проблем що, пов'язані з війною в Україні, ресторанний бізнес виявляє нові тенденції розвитку, орієнтуючись на сучасні виклики, а також умови та вимоги ринку, виключенням не є і громади в межах Сумської області. Для проведення в приклад можливих тенденцій трансформації ресторанного бізнесу під час війни на Сумщині, необхідно провести детальний аналіз розвитку перспективних напрямів цього аспекту, таким на нашу думку є кейтеринг. Адже, а межах області широко поширені різнопрофільні та різностеціалізовані ресторани заклади.

Окремо функціонують підприємства, що спеціалізуються виключно на кейтирингових послугах,, як для туристів так і для громадян Сумського регіону. Тож така концепція цілком може

забезпечувати більшу стабільність в постачанні продуктів, сприяти розвитку місцевого сільського господарства та рибного господарства, а також відповідати на попит споживачів, які цінують місцеву кухню та аутентичний досвід. Це також дозволяє залучити іноземних туристів та познайомити їх з українською гостинністю.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Висвітленням дослідження кейтерингових послуг свого часу займались: Архіпов В. В., Кирніс Н.І., Криворучко О.В., Лепетюха Н. В., Артекова Т. О.

Метою даної статті є аналіз сучасного стану перспектив і напрямків розвитку кейтерингу в Сумському регіоні.

Виклад основного матеріалу. Для прикладу до світової пандемії коронавірусу та повномасштабного вторгнення Сумська область стрімко розвивалася та виходила на новий щабель свого розвитку. До 2022 року Сумська область у сфері готельно-ресторанного сервісу постійно вводила у обіг нові товари та послуги, що дуже швидко входили на новий попит серед жителів регіону. Виключенням не став і розвиток кейтерингу в громадах Сумської області.

Станом на 1 січня 2023 року відповідно до Державної служби статистики України в Сумській області ресторанна сфера мала наступну структуру 43% – кафе, 29% – бари та піцерії, 14% – їдальні, 14% – ресторани [1]. Наразі в межах Сумської області нараховують 174 заклади харчування, серед яких представлені ресторани, кафе, бари та паби. Міста з най більшою кількістю закладів – Суми, Ромни, Шостка, Недригайлів.

Для аналізу сучасного стану розвитку кейтерингового обслуговування замало лише кількісних показників, до них слід додати і якісні, вони відображаються у різносторонньому обґрунтуванні цього процесу. Тож для цього ми виокремили SWOT-аналіз кейтерингового обслуговування в Сумському регіоні, який відображено у таблиці 1.1.

Провівши аналіз особливостей кейтерингового обслуговування у форматі SWOT-аналізу нами було сформовано основні напрямки для розвитку кейтерингового обслуговування туристів в межах Сумського регіону. Тож, на сучасному етапі Сумський регіон зіштовхнувся з рядом проблем, що дещо пригальмували соціально-економічний розвиток регіону, серед них: тимчасове або повне

припинення діяльності деяких підприємств готельно-ресторанного бізнесу (в тому числі і ресторанних підприємств що надавали послуги з кейтерингового обслуговування); потрапляння туристичних об'єктів до зони активних бойових дій та окупаційних процесів; перепрофілювання туристичної діяльності на іншу; втрата працівників через міграційні або мобілізаційні процеси; емоційне виснаження працівників готельно-ресторанної сфери та туристичної діяльності.

Таблиця 1.1

SWOT-аналіз кейтерингового обслуговування в Сумському регіоні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - Наявність природно-рекреаційних ресурсів, що можна використати при стратегуванні розвитку кейтерингового обслуговування; - Наявність готельно-ресторанного комплексу, що можна залучати до кейтерингових послуг; - Наявність конкурентного середовища, серед закладів що надають, або можуть надавати кейтерингове обслуговування; - Розвиток туристичної інфраструктури в межах безпечної зони. 	<ul style="list-style-type: none"> - Наявність громад, які перебувають під щоденними обстрілами з боку країни-агресора, що унеможлиблює ведення на їх території кейтерингового обслуговування; - Недостатній рівень розвитку готельно-ресторанної сфери в порівнянні з іншими регіонами України; - Виокремлення м. Суми – як основного осередку скупчення закладів, що надають або можуть надавати кейтерингові послуги; - Створення депресивних зон у віддалених від міст, де фактично не існує умов для кейтерингового обслуговування; - Слабо розвинена транспортна інфраструктура у деяких громадах Сумської області.

Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - Можливість до створення нового рівня кейтерингового обслуговування, шляхом удосконалення загальноприйнятих стандартів; - Підготовка висококваліфікованих кадрів, що спеціалізуються на кейтерингових шляхом створення додаткових освітніх програм у закладах фахової та вищої освіти; - Можливість залучення іноземних інвесторів, що готові інвестувати в ресторанний бізнес Сумської області. 	<ul style="list-style-type: none"> - розширення лінії вогню на території Сумської області; - збільшення кількості безробітних осіб та як наслідок загострення економічної кризи; - погіршення демографічних показників у Сумській області; - недостатній розвиток готельно-ресторанної сфери у депресивних районах Сумської області.

Для повної стабілізації готельно-ресторанної сфери в межах Сумської області потрібно налагодити стійке фінансування на загально-державному рівні, а також введення інвестиційної діяльності від закордонних інвесторів. Для виживання підприємствам готельно-ресторанного бізнесу України потрібно адаптуватися до щоденних змін і використовувати переваги ситуаційного управління. Розглянути сценарії часткової та повної відсутності електроенергії та газопостачання. Розглянути можливості переобладнання опалювальної системи на використання вугілля, торф'яних брикетів та дров. Можливість закупки і використання для приготування їжі піч-плит на дровах. Також, можливе часткове зниження якості обслуговування [3].

Як згадувалось раніш, для страв у які входять дорогі продукти, пропонується замінити інгредієнти на більш доступні, або внести зміни у позиції меню. У зв'язку з обмеженнями під час повітряної тривоги та відсутністю власного сховища, рекомендується на час воєнного стану зосередитися на доставці. Одним з варіантів виживання є допомога з організації харчування особового складу ЗСУ та їх розміщення. Також, рекомендується зосередити увагу на соціальних і комунікаційних моментах, певних психологічних аспектах, так як зараз для багатьох українців похід у кафе, ресторан чи маленьку кав'ярню – це спосіб відволіктися від страхів і пожити звичайним довоєнним життям [2].

Тож серед основних політичних факторів, що впливають на розвиток кейтерингового обслуговування є: наявність внутрішньо-торгівельної політики серед готельно-ресторанного комплексу; регулювання готельно-ресторанної сфери в умовах війни; загроза тероризму та обстрілів від країни-агресора; нерегульованість корупційних процесів в межах регіону.

До основних економічних факторів ми виокремили: економічна не стабільність через військовий конфлікт; високий рівень інфляційних процесів; зростання безробіття через нестійку економічну ситуацію у Сумській області; відсутність стійкого економічного зростання у внутрішньо-регіональних показниках.

До соціальних факторів ми віднесли: зростання рівня безробіття через економічну кризу; збільшення частки населення в розрізі 55-80 років та як наслідок «старіння нації»; наявність стійких культурних традицій, що передаються з покоління в покоління.

До технологічних факторів ми виокремили: різньосторонній розвиток ІТ-сфери та інновацій в межах Сумського регіону (в цьому аспекті формування центру розвитку м. Суми та його околицях та утворення депресивних районів у віддалених точках Сумщини); відсутність світла, зв'язку та Інтернету у деяких громадах, через постійні обстріли.

Висновок. Для активізації та розвитку кейтерингового обслуговування та території Сумського регіону необхідно: створити новий рівень кейтерингового обслуговування, шляхом удосконалення загальноприйнятих стандартів; сприяти підготовці висококваліфікованих кадрів, що спеціалізуються на кейтерингових послугах шляхом створення додаткових освітніх програм у закладах фахової та вищої освіти; можливість залучення іноземних інвесторів, що готові інвестувати в ресторанний бізнес Сумської області.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Державна служба статистики України. Веб-сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (Дата звернення: 25.05.2023).
2. Історія розвитку кейтерингу на Україні / Н. І. Кирніс // Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України: Матеріали 212 II Всеукраїнської Інтернет-конференції. 17 травня 2017 р. Черкаси, 2017. С. 175-178.
3. Кирніс Н. І. Удосконалення класифікації кейтерингових послуг. Мультидисциплінарні академічні дослідження і глобальні інновації: гуманітарні та соціальні науки: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 28-29 липня, 2016 р.). Київ, 2016. С. 46-49.

В. О. Люлька, Д. Р. Мозгова

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

СУЧАСНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ КОНЦЕПЦІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Дана робота присвячена вивченню та аналізу сучасних підходів до розробки концепції ресторанного бізнесу з орієнтацією на сталий розвиток туризму. У роботі розглядаються ключові аспекти, такі як інтеграція екологічної відповідальності, збереження культурної автентичності та застосування інноваційних технологій для створення унікального гастрономічного досвіду для туристів. Вивчаються приклади успішних практик у сфері ресторанного бізнесу, спрямованих на підтримку сталого розвитку та позитивний вплив на місцеві громади. Робота має на меті визначення ключових засад, які допоможуть

ресторанам стати не лише привабливими для туристів, а й важливими учасниками сталого розвитку туристичної індустрії.

Ключові слова: сталий туризм, стратегія розвитку, концепції, розробка, дослідження концепцій, туризм, ресторанний бізнес.

This work is devoted to the study and analysis of modern approaches to the development of the restaurant business concept with an orientation towards the sustainable development of tourism. The work examines key aspects such as the integration of environmental responsibility, the preservation of cultural authenticity and the application of innovative technologies to create a unique gastronomic experience for tourists. Examples of successful practices in the field of restaurant business aimed at supporting sustainable development and positive impact on local communities are studied. The work aims to identify key principles that will help restaurants become not only attractive to tourists, but also important participants in the sustainable development of the tourism industry.

Keywords: sustainable tourism, development strategy, concepts, development, concept research, tourism, restaurant business.

Постановка проблеми. У сучасному світі туризм стає не лише популярним видом відпочинку, але й ключовим фактором економічного розвитку багатьох регіонів. Однак, разом із зростанням туристичного потоку, зростає і вплив на природні та культурні ресурси. Ресторанний бізнес, який є важливою складовою гастрономічного туризму, повинен розвиватися в узгодженні з принципами сталого розвитку.

Однією з ключових проблем є недостатнє урахування екологічної відповідальності та збереження природних ресурсів у концепціях ресторанного бізнесу. Відсутність уваги до впливу гастрономічного туризму на екосистеми може призвести до екологічного погіршення і втрати природної біорізноманітності.

Другою проблемою є збереження культурної автентичності в гастрономічному просторі. Зростання масового туризму може викликати втрату традиційних кулінарних цінностей та витіснення місцевих кухонь під впливом масових глобальних трендів.

Нарешті, третьою проблемою є потреба у впровадженні інноваційних технологій у ресторанний бізнес для підвищення ефективності та зменшення відходів, а також для поліпшення взаємодії з клієнтами та оптимізації процесів.

Отже, проблема полягає в розробці концепції ресторанного бізнесу, яка б враховувала екологічні, культурні та інноваційні аспекти для забезпечення сталого розвитку туризму та збереження природних та культурних цінностей у контексті зростаючого туристичного попиту.

Мета роботи – дослідження сучасних засад розробки концепцій ресторанного бізнесу для сталого розвитку туризму.

Виклад основного матеріалу. Сучасний розвиток туризму став важливим чинником для економічного піднесення та популяризації різних регіонів. Однак, разом із зростанням туристичного потоку, виникає необхідність адаптації ресторанного бізнесу до принципів сталого розвитку. Розробка концепції ресторанного бізнесу для сталого розвитку туризму включає кілька ключових аспектів, які мають суттєвий вплив на екологію, культуру та інновації. Концепція - це цілісна ідея або стратегічний план, що визначає основні принципи та напрямки розвитку туристичного бізнесу або об'єкта. Поняття концепції ресторану описує загальну ідею або стратегію, яка визначає особливості та унікальність ресторанного бізнесу. Вона охоплює різні аспекти, такі як тематика, стиль, цільова аудиторія, меню, обслуговування та атмосфера [1].

Однією з основних засад розвитку сучасного ресторанного бізнесу є акцент на екологічну відповідальність. Ресторани повинні активно працювати над зменшенням відходів, використанням стійких до екологічного впливу матеріалів та дотриманням принципів енергозбереження. Органічні продукти мають стати стандартом, а використання продуктів з місцевих джерел сприятиме зменшенню вуглецевого сліду.

Ресторани повинні стати платформою для збереження та популяризації місцевих кулінарних традицій. Розвиток співпраці з місцевими фермерами, використання унікальних страв та методів приготування, врахування сезонності у меню – це елементи, які сприяють не лише задоволенню гостей, але й збереженню та розвитку культурної спадщини регіону [2].

Впровадження інноваційних технологій у ресторанний бізнес є важливим етапом для підвищення ефективності та оптимізації процесів. Використання цифрових меню, системи управління запасами та енергоефективне обладнання допоможуть зменшити витрати та сприятимуть сталому розвитку [3].

Ресторани повинні взяти на себе роль освітників щодо сталого споживання та екологічної відповідальності. Проведення майстер-класів, лекцій чи впровадження програм лояльності для клієнтів, які обирають сталі практики, може стати не лише засобом освіти, але й стратегією залучення нового клієнтського стрижня.

Концепція ресторанного бізнесу має велику важливість для туризму, оскільки вона впливає на різноманітні аспекти туристичного досвіду та сталого розвитку. Ось деякі ключові аспекти важливості концепції ресторанного бізнесу для туризму:

Таблиця 1.1

Ключові аспекти важливості концепції ресторанного бізнесу для туризму

<i>Поняття</i>	<i>Характеристика</i>
Привабливість місцевої культури	Ресторани, які відображають та популяризують місцеві традиції та кулінарію, стають ключовим елементом культурного туризму.
Гастрономічний досвід	Унікальні страви та кулінарні враження стають частиною туристичного досвіду, приваблюючи гостей до регіону.
Привертання сталої аудиторії	Туристи, які цінують сталі та екологічно відповідальні практики, обирають ресторани, які дотримуються концепцій сталого розвитку.
Позитивний вплив на місцеві громади	Ресторани, що співпрацюють з місцевими постачальниками та підтримують місцеву економіку, забезпечують сталість у розвитку місцевих громад.
Популярність серед туристів	Ресторани з унікальним характером, меню та гастрономічними інноваціями стають привабливими точками для туристів.
Сприяння туристичному розвитку	Розкриття нових гастрономічних можливостей може стати додатковим стимулом для туристичного потоку.
Збереження та популяризація традицій	Ресторани є платформою для збереження та популяризації місцевих традицій, що є важливим для привертання туристів.
Співпраця з іншими туристичними цілями	Ресторани можуть співпрацювати з іншими туристичними об'єктами для створення комплексного та цікавого досвіду.
Формування гастрономічного образу регіону	Ресторани сприяють створенню унікального образу регіону через його кулінарні особливості.
Туристична пам'ять	Гастрономічні враження можуть залишити довготривалі пам'яті та стати ключовим моментом у туристичному досвіді.

Усі ці аспекти роблять концепцію ресторанного бізнесу не лише важливою для туристичної галузі, але і важливою для розвитку і приваблення туристів до певного регіону чи міста.

Аналіз ринку ресторанного господарства в Україні є надзвичайно важливим для розуміння його поточного стану, тенденцій розвитку та визначення перспектив.

Тому доцільно розглянути забезпечення населення України мережею закладів ресторанного бізнесу.

Таблиця 1.2

**Забезпечення населення України мережею закладів
ресторанного господарства на 1 січня 2020 року
у розрізі областей [4]**

№	Область	Кількість закладів, од.	Населення, осіб	Забезпеченість од./10 тис. ос
1	Вінницька область	1895	1 529 123	12,39
2	Волинська область	1114	1 027 397	10,84
3	Дніпропетровська область	3267	3 142 035	10,40
4	Донецька область	2623	4 100 280	6,40
5	Житомирська область	1253	1 195 495	10,48
6	Закарпатська область	3133	1 250 129	25,06
7	Запорізька область	2008	1 666 515	12,05
8	Івано-Франківська область	3146	1 361 109	23,11
9	Київська область	4943	4 750 710	25,45
10	Кіровоградська область	1029	920 128	11,19
11	Луганська область	1244	2 121 322	5,87
12	Львівська область	3957	2 497 750	15,84
13	Миколаївська область	1185	1 108 394	10,69
14	Одеська область	4084	2 368 107	17,25
15	Полтавська область	2343	1 371 529	17,08
16	Рівненська область	1388	1 148 456	12,09
17	Сумська область	1722	1 053 452	16,34
18	Тернопільська область	844	1 030 562	8,19
19	Харківська область	4058	2 633 834	15,41
20	Херсонська область	1395	1 016 707	13,72
21	Хмельницька область	2913	1 243 787	23,42
22	Черкаська область	1663	1 178 266	14,11
23	Чернівецька область	1125	896 566	12,55
24	Чернігівська область	1118	976701	11,45
Разом		63329	41 588 354	15,23

За даними таблиці визначено, що в середньому на 10 тис. жителів України припадає 15 закладів ресторанного господарства. Водночас у Закарпатській, Івано-Франківській, Київській, Одеській, Полтавській, Сумській та Хмельницькій областях показник перевищує середній по Україні, але все ще не досягає середньоєвропейського рівня – 32 об'єкти на 10 тис. населення. Привабливість туристичних зон з можливістю відвідування цікавих місць підвищує можливість отримати нові враження від

відвідування ресторанів нового формату, з оригінальним меню та розважальною програмою.

Висновки. Ресторанний бізнес в Україні є актуальним і перспективним напрямом розвитку. Зміна способу життя, зростання рівня життя, зміна стереотипів харчування та збільшення туристичного потоку сприяють популярності ресторанів. Особливістю українського ресторанного бізнесу є велике різноманіття кухонь, які відображають багатогранність національної культури. Українські ресторани можуть пропонувати як традиційну українську кухню, так і міжнародні та екзотичні страви. Важливою особливістю розвитку ресторанного бізнесу в Україні є рост популярності гастрономічного туризму, коли туристи активно відвідують ресторани для спроби українських страв та отримання аутентичного гастрономічного досвіду. Ресторанний бізнес в Україні має великий потенціал для розвитку, залучення туристів, просування національної культури та розширення власної клієнтської бази.

СПИСОК ВИКОРАСТОНОЇ ДЖЕРЕЛ

1. Івашина Л. П. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу як складника індустрії гостинності. Економіка і суспільство. 2018.
2. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства.. Навч. пос. К.: Центр учбової літератури; Фірма «Інкос», 2007.
3. П'ятницька Г. Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. 465 с
4. Звіти Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звернення 03.07.2023)

Я. М. Нусейр, М. Ю. Троян

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

ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ ТА ЄВРОПІ

Розглянуто стан роботи закладів громадського харчування в Україні та Європі. Досліджено розвиток ресторанів Сумської області у порівнянні з Грецією та їх перспективи. Висвітлено шляхи підвищення туристичної привабливості закладів області.

Ключові слова : *заклад громадського харчування, ресторан, розвиток.*

The state of operation of catering establishments in Ukraine and Europe is considered. The development of restaurants in the Sumy region in comparison with Greece and their prospects are studied. Ways to increase the tourist attractiveness of regional institutions are highlighted.

Keywords: catering establishment, restaurant, development.

В даний час успішними є ті заклади громадського харчування, які змінюють організацію діяльності, покращують якість продукції, рівень обслуговування, борються за утримання постійних клієнтів та заохочення нових, знаходять вигідні сегменти і докладають зусиль аби вдовольнити потреби клієнтів. Діяльність ресторанного бізнесу на пряму впливає на рівень економіки, тому метою роботи є дослідження економічних аспектів ринку, стан роботи підприємств харчування України у порівнянні з Європою. Дослідженням цієї теми займалися такі науковці, як: В. В. Архіпов, Мальська М. П, Балацька Н.Ю та інші.

Можливість відкрити ресторан з відносно невеликими капітальними затратами заохочує все більшу кількість інвесторів, посилюючи боротьбу та загострюючи можливість розширення діяльності.

Ресторанний ринок Європи є одним із найбільш розвинутих, але і Україна останніми роками тримає позиції на ринку послуг. Так як економічна та політична ситуація в Україні не завжди стабільна показники розвитку громадського харчування постійно змінюються. Не зважаючи на це, підприємства впроваджують різні заходи для утримання бізнесу на ринку. Серед таких заходів є: покращення якості продукції; покращення сервісу з урахуванням стандартів Європи; розширення асортименту продукції; впровадження нових додаткових послуг в системі обслуговування; освоєння нових рецептів приготування їжі; поява на ринку закладів швидкого обслуговування.

Останніми роками жителі європейських країн почали усе частіше відвідувати заклади харчування. 2020 рік дещо змінив цю тенденцію, але бажання людей відвідувати трендові ресторани з цікавою кухнею та концепцією так і не змінилось.

У європейській галузі громадського харчування переважно домінують ресторани з повним обслуговуванням (FSR), за якими йдуть кафе та бари. Ринок обумовлений кількома факторами, зокрема зростанням ринку онлайн-доставки їжі, зростанням туризму та кількості іммігрантів у регіоні. У 2020 році європейські

стартапи харчових технологій отримали загальну інвестицію в 2,95 мільярда доларів США, що становить понад 94% зростання з 2015 року та приголомшливі 1200% з 2013 року. Серед ключових гравців цього ринку Deliveroo, Just Eat, Uber Eats, GrubHub, і Glovo. Сегмент ресторанів із повним набором послуг у Швейцарії мав CAGR 1,45% за вартістю протягом періоду дослідження, що пояснюється збільшенням наявного доходу та зростанням туризму в регіоні. У Північній Європі середня вартість онлайн-доставки їжі зросла на 17% з 2019 по 2022 рік, з 23,53 до 27,54 доларів США. Подібним чином у Південній Європі за той самий період середня вартість замовлення зросла на 14,85% з 22,22 до 25,52 доларів США [1].

У список «Найкращий ресторан світу 2023», спонсором якого є S.Pellegrino & Acqua Panna увійшло 50 найкращих ресторанів, серед яких 1 місце посів ресторан Central в Лімі, тут відвідувачі можуть насолодитися подорожжю 15 різними перуанськими екосистемами, кожна страва в меню відображає походження її інгредієнтів [2].

Україна також тримає свої позиції на гарному рівні. Не зважаючи на проблеми останніх років : пандемія, зниження економічного рівня, війна, ринок ресторанного бізнесу не зупиняє свою роботу. З'являються нові заклади не тільки на території України, а і за кордоном. Деякі з них були відкриті в різних куточках Європи раніше, а деякі відкрились у період війни. Серед них 14 закладів : «StockPot» - Латвія, «Ресторан Борщ» - Литва, «Lviv Bistro», «Żytomyr.Bar», «Kozacka Chatka» - Польща, «Borshtch 'n' Tears» - Велика Британія та інші [3].

Сумська область у своєму списку має 174 заклади харчування – ресторани, кафе, бари та паби. Найбільше їх в м. Суми та м. Ромни, а найменша кількість – в м. Шостка [4]. На ринку області представлені заклади з різноманітними видами кухні та різними концепціями. Багато закладів області дотримуються новітніх тенденцій тим самим покращуючи свою роботу і залучаючи більшу кількість відвідувачів.

Якщо порівнювати ресторанний ринок Греції, то можна побачити, що тут наявна велика кількість ресторанів та кафе з різними концепціями, але більший акцент спрямований на національній кухні. Все це зумовлено тим, що туристи, які приїжджають до Греції бажають скуштувати саме страви національної кухні. Також основним з чинників роботи є те, що якість продуктів з яких виго-

товляють страви на високому рівні та атмосфера при перебуванні в закладі нагадує домашню.

Греція – це один із популярних туристичних напрямів, тому і кількість туристів значно перевищує ніж в Україні. Якщо порівнювати Україну з Грецією, то Греція за рейтингом розвитку туризму займає 25 місце у світі, з загальним балом 4.5 з 7. Це на 53 сходинок вище, аніж Україна [5].

З 2018 по 2023 рік розмір ринку операторів ресторанів і продуктів харчування на винос у Греції зростав у середньому на 1,9% на рік. Станом на 2023 рік у Греції налічувалося 45 836 операторів ресторанів і продуктів харчування на винос, що на 2,8% більше, ніж у 2022 році [6]. Це означає що бізнес розвивається.

До списку найкращих ресторанів увійшли : ресторани Афін : Matsuhisa, Tudor Hall – був у списку найкращих ресторанів Греції 5 років поспіль, Lithos – таверна, перетворена на оригінальний ресторан, Funky Gourmet – мішленівський ресторан із гастрономічно креативною грецькою кухнею, Spondi – має 2 зірки Мішлен, Orizontes – розташований на найвищій вершині Афін – Лікавіті, Aegli Zappiou – спокійний і тихий ресторан, ідеально розташований у тихому місці в садах Zappiou; Ambrosia в Ліндос – ресторан високого класу; La Maison в Санторіні; Varoulko в Піреас [7].

Отже, ресторани досягають успіху, тим що пропонують широкий вибір страв за доступними цінами та зручним розташуванням. Ринок громадського харчування зазнає змін: постійно збільшується список послуг, створюються нові меню, одночасно стає популярним відвідувати ресторани та покращується якість.

Різницею між українським та європейськими ринками є те, що наші заклади фокусуються на інтер'єрі, тоді як європейці більше приділяють увагу кухні, ніж інтер'єру. Ще одним є те, що в Україні ідея про відкриття ресторану приходиться тим людям, у яких є гроші і в період коли вони відкрили заклад зовсім не слідкують за його роботою, в Європі навпаки ж хазяїн ресторану завжди в своєму закладі і піклується про нього.

Греція – один із популярних напрямків в туризмі, так як люди їдуть сюди за пляжним відпочинком та за якістю продуктів, тому і туризм тут більше розвинутий, ніж в Україні. Україна не здає своїх позицій та показує, що навіть коли в країні хаос ресторанний бізнес продовжує розвиватись. Українським закладам є до чого рости, бо в їх роботі є мінуси які суттєво впливають на розвиток. Для

налагодження роботи закладів громадського харчування в Україні та області необхідно створити та реалізувати програму розвитку туризму в цілому, внести зміни в роботі закладів внідривши новітні тренди, вдосконалити якість використаної продукції, посилити маркетингову діяльність, ввести діджиталізацію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Europe Food Service Market SIZE & SHARE ANALYSIS - GROWTH TRENDS & FORECASTS UP TO 2029. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/europe-foodservice-market>
2. The World's 50 Best Restaurants 2023: the list in pictures. URL: <https://www.theworlds50best.com/stories/News/the-worlds-50-best-restaurants-2023-the-list-in-pictures.html>
3. Ресторани української кухні за кордоном: 14 закладів у різних країнах світу. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/1270/restorani-ukrainskoi-kuxni-za-kordonom-14-zakladiv-u-riznix-krainax-svitu>
4. Де поїсти. URL: <https://visit.sumy.ua/eatdrink/>
5. Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition. URL: <https://www.weforum.org/publications/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019/#economy=GRC>
6. Restaurants & Takeaway Food Operators in Greece - Industry Statistics 2008–2026. URL: <https://www.ibisworld.com/greece/industry-statistics/restaurants-takeaway-food-operators/3420/>
7. 10 Restaurants In Greece That Are All About Classy Interiors & Delicious Cuisines. URL: <https://traveltriangle.com/blog/restaurants-in-greece/>

В. О. Соцький, А. Г. Кізюк

*Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету*

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ

У роботі розглянуто процеси стратегічного управління діяльністю. Виділено основні елементи стратегії розвитку підприємства. Розглянуто підходи до стратегічного планування управлінської діяльності в сфері туризму як на державному рівні, так і на рівні туристичної організації.

Ключові слова: *стратегічне планування, ринкова позиція підприємства, якість управління, мотивація персоналу, управлінська діяльність.*

The process of strategic management of activities is considered in the work. The main elements of the company's development strategy are highlighted. Approaches to strategic planning of management activities in the field of tourism both at the state level and at the level of a tourist organization are considered.

Keywords: *strategic planning, market position of enterprise, quality of management, staff motivation, management activity.*

Постановка проблеми. Актуальність теми викликана тим, що стратегічне планування є невід'ємною частиною управління підприємства, від якого залежить успішне функціонування підприємства в умовах ринкової економіки. У сучасній швидко мінливій економічній ситуації неможливо досягти позитивних результатів без планування своїх дій і прогнозування наслідків.

Мета даної роботи - вивчення теоретичних підходів до формування системи стратегічного планування та управління на туристичному підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегічне планування – це одна з функцій менеджменту, яка представляє собою процес вибору цілей підприємства і способів їх досягнення [1].

Суть стратегічного планування полягає не стільки в довгостроковому часовому горизонті планування, скільки в передбаченні змін внутрішнього і зовнішнього середовища планованого об'єкта і адаптації процесу розробки до них [2].

Теорії і практиці стратегічного планування приділяється велика увага в західній літературі, але, на жаль, в нашій країні довгий час не приділяли цій проблемі належної уваги.

Загальна методологія стратегічного планування як і будь-якої науки – це органічна єдність глобального світогляду, загальних методологічних принципів, загальнонаукових методів пізнання і конкретної методології.

Об'єктом стратегічного планування туристичних підприємств є діяльність, спрямована на отримання комерційного ефекту.

Стратегічне планування відрізняється від довгострокового, а саме:

- різне розуміння ролі зовнішнього фактору;
- вивчення навколишнього середовища компанії і ринку.

Стратегічне планування діяльності туристичної компанії включає в себе:

- стратегію, що реалізується в комплексі розвитку туристичного підприємства і виконання поставлених цілей;
- слабкі і сильні сторони розвитку компанії при зміні навколишнього середовища;
- ризики, з якими постійно стикаються туристичні підприємства;

- врахування прогнозів і пропозицій, відображених у стратегічному плануванні;
- відображення взаємозв'язку між господарською, фінансовою та інвестиційною діяльністю;
- оцінка диверсифікації, що виникає в результаті злиття і поглинань інших підприємств.

Звичайно, кожне туристичне підприємство, може конкретизувати процес стратегічного планування, шляхом скорочення або збільшення його етапів.

Стратегічне планування забезпечує основу для прийняття управлінських рішень і реалізації функцій підприємства. Динамічний процес стратегічного планування – це фундамент, на якому будуються всі функції управління. Не скориставшись перевагами стратегічного планування, бізнес і окремі співробітники будуть позбавлені чіткого способу оцінки цілей і напрямків їх реалізації. Процес стратегічного планування забезпечує основу для управління підприємством. Проектуючи ці положення на реалії ситуації в нашій країні, можна відзначити, що стратегічне планування стає все більш актуальним для підприємств, які вступають в жорстку конкуренцію як між собою, так і з іноземними корпораціями.

Стратегічне планування – це сукупність процедур і рішень, за допомогою яких розробляється стратегія підприємства для забезпечення досягнення цілей підприємства. Логіка цього визначення полягає в наступному: діяльність апарату управління і прийняті на його основі рішення формують стратегію функціонування підприємства, що дозволяє підприємству досягати поставлених цілей (рис. 1):

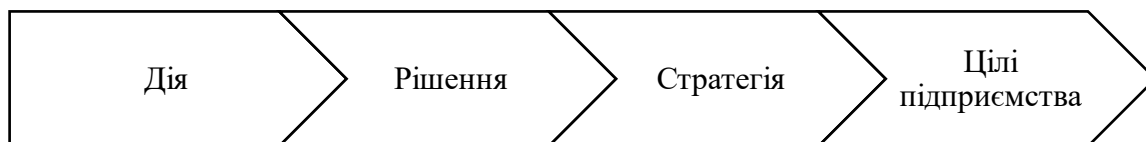


Рис. 1 – Логіка стратегічного планування управлінської діяльності

Процес стратегічного планування – це інструменти, за допомогою яких обґрунтовуються управлінські рішення в сфері господарської діяльності. Найважливішим завданням стратегічного планування є забезпечення нововведень, необхідних для життєдіяльності підприємства.

Основною перевагою стратегічного планування є більший ступінь обґрунтованості планових показників, більша ймовірність

реалізації запланованих сценаріїв розвитку подій.

Особливості стратегічного планування виражаються в наступному: стратегічне планування повинно доповнюватися поточним плануванням; стратегічні плани розробляються на засіданнях вищого керівництва фірми щорічно; річна деталізація стратегічного плану здійснюється одночасно з розробкою річного фінансового плану (бюджету);

Механізм стратегічного планування є невід'ємним елементом системи планування підприємства і являє собою комплекс, що складається з п'яти взаємопов'язаних підсистем.

Ефективне стратегічне планування безпосередньо впливає на конкурентоспроможність продукції підприємств, дає можливість адаптуватися до постійно мінливого ринкового середовища, що доводить необхідність і доцільність розробки стратегічного планування як найважливішої функції управління підприємством [3, с.78].

В основі стратегічного планування туристичного бізнесу лежить його використання на мікрорівні.

Стратегічне планування спирається на людський потенціал як основу організації, орієнтує виробництво на потреби споживачів, дозволяє своєчасно вносити зміни в саму організацію, а також досягати конкурентних переваг, що в кінцевому підсумку дозволяє організації вижити і досягти поставлених цілей в довгостроковій перспективі.

Більшість організацій планують свою діяльність і діють виходячи з припущення, що їх оточення або взагалі не зміниться, або буде схильне до якісних змін. В цьому випадку складається план конкретних дій на довгострокову перспективу на основі рішень, прийнятих в далекому минулому. Таке довгострокове бачення не повинно обмежуватися екстраполяцією статус-кво і *modus operandi* на багато років вперед. Найчастіше розробка планів розвитку обмежується аналізом внутрішніх можливостей і ресурсів. Однак організація – це відкрита система, яка схильна до значних впливів з боку зовнішніх факторів і свого середовища. Головною перешкодою на шляху розробки та реалізації нових стратегій є сучасні виклики. Часто вони не дозволяють реалізувати відмінні стратегічні плани.

Стратегічне планування хоч і має явні переваги, але має ряд недоліків і обмежень в його застосуванні, а також не має,

однак, як і інші види управління, універсальності застосування в різних ситуаціях. Недоліки стратегічного управління полягають в наступному:

1. Стратегічне планування не може дати точної картини майбутнього. Він лише дає бажаний якісний опис того, як повинна виглядати організація в майбутньому.
2. Стратегічне планування немає чітко визначеного набору процедур і схем їх реалізації. Стратегічне планування – це скоріше певна філософія управління, що представляє собою симбіоз інтуїції, професіоналізму і творчості, що забезпечує взаємозв'язок організації і навколишнього середовища, її оновлення, а також активне залучення всіх співробітників до реалізації завдань організації.
3. Великі часові та організаційні витрати необхідні для реалізації процесу стратегічного управління в організації. Це пов'язано з необхідністю створення і реалізації гнучкого стратегічного плану, здатного адаптуватися до змін як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі організації.
4. Наростають негативні наслідки стратегічних помилок.
5. Найважливішою складовою стратегічного планування є реалізація стратегії, тоді як в більшості випадків основна увага приділяється стратегічному плануванню. Тому особливе значення має створення організаційної структури, що дозволяє реалізовувати стратегічні плани.

Таким чином, стратегічне планування – це нечітко визначений курс дій або конкретний план роботи. Стратегічне планування – це концепція функціонування, розвитку і виживання організації в умовах нестабільного і мінливого зовнішнього середовища, яка заснована на застосуванні найсучасніших методів управління.

Висновки. Таким чином, в умовах ринкової економіки стратегічне планування сприяє: використанню конкурентних переваг підприємства; виявленню «точок зростання», розвиток яких принесе найбільший ефект підприємству; концентрації інвестиційних ресурсів у пріоритетних сферах; прагненню використовувати сучасні технології планування.

Основними завданнями при визначенні вихідної точки формування стратегії є вибір ключових напрямків і їх узгодження з іншими аспектами управління в організації (маркетинг, фінанси, поточний менеджмент тощо).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бурик А. Ф. Планування діяльності підприємства: навч. посібн. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 260 с.
2. Титаренко Л. М., Рябокінь Є. О. Підприємництво у сфері туризму в умовах глобальних трансформацій. *Ефективна економіка*. 2021. № 9. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/9_2021/96.pdf (дата звернення 12.03.2023).
3. Трохимець О. І., Шелеметьева Т. В. Практика стратегічного планування в системі управління розвитком туризму в Україні. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2018. № 4. С. 70-78. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2018_4_11 (дата звернення 12.03.2023).
4. Удовиця О. Ф., Шекера С. С. Причини та профілактика управлінських конфліктів у сфері діяльності керівників вітчизняних підприємств туристичного бізнесу. *Географія та туризм*. 2020. Вип. 60. С. 26–32. URL: <http://www.geolgt.com.ua/images/stories/zbirnik/vipusk60/v604.pdf> (дата звернення 13.03.2023).

Г. П. Щука

*Закарпатський угорський інститут
ім. Ференца Ракоці II*

АНАЛІЗ ПРОПОЗИЦІЇ ЗАКАРПАТСЬКОЇ КУХНІ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА М. УЖГОРОД ТА ОКОЛИЦЬ

Наявність гастрономічної інфраструктури є обов'язковою умовою відновлення, збереження та популяризації традиційної кухні та успішного розвитку гастрономічного туризму в дестинації. Важливо, щоб автентична кухня була якомога краще представлена в місцевих закладах ресторанного господарства. Представлено детальний аналіз гастрономічної пропозиції закладів, які розташовані в м. Ужгород та його околицях.

Ключові слова: *закарпатська кухня, гастрономічний туризм Закарпаття, автентична традиційна кухня*

The availability of gastronomic infrastructure is a prerequisite for the restoration, preservation and popularization of traditional cuisine and the successful development of gastronomic tourism in the destination. It is important that authentic cuisine is presented as best as possible in local restaurants. A detailed analysis of the gastronomic offer of establishments located in the city of Uzhhorod and its surroundings is presented.

Keywords: *Transcarpathian cuisine, gastronomic tourism of Transcarpathia, authentic traditional cuisine*

Повоєнне відновлення вітчизняного туризму науковці пов'язують з розвитком його спеціалізованих (нішевих) видів, серед яких – гастрономічний туризм. Закарпаття традиційно розглядалося як регіон, який має значний потенціал для розвитку даного виду туризму та певний досвід його організації.

Незважаючи на те, що закарпатська кухня користується популярністю серед вітчизняних туристів, а методи її просування вважалися одними з найкращих на туристичному ринку країни ще до посилення російської воєнної агресії, залишаються актуальними питання щодо повноти її представлення в меню закладів ресторанного господарства та нарікання туристів на обмеженість такої пропозиції.

Тому метою даної роботи є аналіз пропозиції автентичної кухні в ресторанах м. Ужгород.

Відразу визначимося з основними поняттями дослідження. *Автентична традиційна кухня* – оригінальний, порівняно з іншими, але звичний для даної місцевості, характер харчування: набір страв та рецептів їхнього приготування. Традиційними ми вважаємо страви, які готуються не менш, ніж трьома поколіннями місцевих жителів.

До речі, для внесення страви в «Ковчег смаку» – онлайн-каталог продуктів, які перебувають під загрозою зникнення і є частиною культури і традицій усього світу, достатньо, щоб ця страва готувалася в даній місцевості останні 30 років. Такого терміну досить, щоб вона вважалася традиційною. Отже, три покоління місцевих жителів – це більш, ніж достатній термін для того, щоб визначити страву як традиційну для даної місцевості.

Закарпатська кухня утворилася в результаті синергії гастрономічних традицій угорців, українців (а саме: гуцулів, лемків, бойків, русинів), словаків, румунів, німців, чехів, поляків, євреїв, ромів та інших народностей, національностей та етнічних груп, які заселяли цю територію. Очевидно, що протягом віків запозичені страви були «одомашнені» за рахунок використання місцевих продуктів і перетворилися на автентичну кухню Закарпаття.

Для аналізу пропозиції закарпатської кухні в ресторанах м. Ужгорода було відібрано заклади за наступними критеріями:

- закарпатська кухня;
- місцева кухня;
- кращі ресторани Ужгорода.

В результаті було відібрано 34 заклади, 22 з яких мали в меню страви закарпатської кухні (інші 12 наразі не працюють, або не мають в меню страв закарпатської кухні). Результати аналізу представлено в таблиці 1.

**Аналіз пропозиції закарпатської кухні в ресторанах
м. Ужгород та околиць**

№ з/п	Назва закладу	Позиціонування закладу	Адреса / сайт	Закарпатські страви в меню
1	Деца у нотаря	Місцева кухня, своєрідний музей народного гумору	м. Ужгород, вул. Гагаріна, 98 https://deca.uz.ua/	Шовдарь, бограч на олії, суп верховинський, борщ, лоці печене, цігань-печеня, буженина по-верховинськи; м'ясо по-полонинськи; кремзлики, банош з шкварками і бринзою; рис по-мадярськи
2	Ужгородський замок	Страви угор., закарпат., деякі елементи франц. кухні, безліч страв європ. класики	Ужгород, вул. Капітульна, 33 https://uzhgorodcastle.com/	Банош з бринзою, рокот крумплі, угорський бограч, холасле, бульйон по-закарпатськи з локшиною, лоці печене, крученики по-закарпатськи з білими грибами, паприкаш з сомом по-угорськи
3	Кактус	Європейська, українська кухня	Ужгород, вул. Корзо, 7 https://www.instagram.com/kaktus_krop_/	Йовкої боб-гуляш в хлібі, холасле, бограч, грибова поливка з локшиною, риба по-ужгородськи
4	Паб «Корзо 10»	Найкраще крафтове пиво - 16 видів	Ужгород, в. Корзо, 10 https://www.instagram.com/stories/highlights/17892101300878911/	Деруни, банош, палачінти, рулька, борщ, бограч, грибна юшка, поливка
5	Вертеп	Угорська, українська кухня	Ужгород, в. Корзо, 13 https://www.facebook.com/pages/%D0%92%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B5%D0%BF/129001213963800	Бограч в хлібі, поливка грибна, лоці печене, деруни по-гуцульськи, закарпатський делікатес, човлент, сигидинський гуляш з кнедликами, крученик з шинкою та сиром
6	Липа	Різноманітна кухня	м.Ужгород, Набережна Незалежності, 9 https://lypa-uzh.choiceqr.com/	Червоний борщ з шовдарем, бограч, банош з шкварками та бринзою

7	Honey	Смачні страви європ., укр. та домаш. кухні	м. Ужгород, вул. Капушанська, 61 https://honey.uz.ua/	Бограч, бульйон курячий з локшиною, банош з шкварками, деруни зі сметаною
8	Dublin Irish Restaurant & Pub	Смачні страви укр. та європ. кухонь	Ужгород, Сторожниця, вул. Сонячна 1А https://dublinpub.com.u/	Бограч, верховинський крем-суп, кремзлики по-гуцульськи, лоці печене
9	Грант	Ресторан сучасної європейської кухні	Ужгород, Собранецька, 44 https://www.facebook.com/profile.php?id=100063817832399&ref=page_internal	Токан з лисичками, класичний токан, крумплі із салом і бринзою, гриби в сметані, кийзлики всякі з сметаною, грибами, лечо та м'ясом, галушки з капустою
10	Роза і русин	Смачні страви української, закарпатської, європейської та одеської кухонь, морепродукти	м. Ужгород, парк Боздошський https://roza-i-rusyn.com.ua/	Тарілка перечинських сирів; тарілка закарпатської м'ясної нарізки (шовдар, пікниця, сало паприкаш), бограч, голаслей, борщ на узварі, поливка, грибна юшка, банош з білими грибами та шовдарем, вечеря русина (смажена картопля з пікницею, копченим салом та цибулею), картопля печена з салом та бринзею; штрудель
11	Татош	Модернізована закарпатська кухня	м. Ужгород, Оноківці, вул. Тимірязєва, 27 https://tatosh-menu.com.ua/	Бограч-левеш, бануш, кремзлик, токан, галушки, страпачки
12	Банош (Готель-ранчо «Золота гора»)	Ресторан закарпатської кухні	Ужгород, с. Барвінок, Урочище «Золотая гора» https://www.zolota-gora.com/	Бограч, бульйон, банош з бринзою та салом, банош з білими грибами, банош з картоплею, лоці печене
13	Кафе-їдальня «Палітра смаків»	Страви домашньої закарпатської кухня	пр. Свободи, 52 https://www.instagram.com/p/alitrasmakiv/	Бограч, суп квасолевий по-верховинськи, шніцель по-ужгородськи, млинці по-мукачівські в соусі, рис-по-закарпатськи
14	Pub House	1-ий закарпат. пивний ресторан	вул. Минайська, 16 https://pubhouse.uz.ua/	Банош по-гуцульськи, деруни із курячим бедром, кремзлики з телятиною, бограч

15	Колиба (готель «Камелот»)	Автентичний рес- торан з традиційною закарпатською кухнею	Ужгородський р-н, с.Кам'яниця, вул. Ужанська, 28 https://hotel-kamelot.com.ua/	Салат бетярський, банош, богач по-гуцульськи, кремзлик з грибовою підливою, телятина по-верховинськи, струг по-закарпатськи, палачінти з яфінами, печеня в глечик по-гуцульськи
16	Угорський двір	Страви австро- угорської, української та міжнародної кухні	вул. Капітульна, 24 https://www.instagram.com/ugorskiy.dvir/	Рокот-крумплі; холасле; боб-гуляш; банош, млинці по-хортобадськи, голубці по-угорськи, лоці печене, цигань-печене, сегединський гуляш з кнедликками, папрікаш; нокедлі, страпачки; кнедлі, папрікаш; галушка по-шомлойськи
17	Корчма Комітат	Ресторан-винарня	вул. Жупанатська, 3 https://www.instagram.com/komitat.uzh/	Банош зі шкварками та бринзою, бограч, гомбовці
18	Гостинний двір Чарда	Різноманіття традиційних страв	Ужгород, Сторожниця вул. Перемоги, 101, https://charda.com.ua/	Банош, бограч, картопля по-верховинськи, гомбовці з фермерського сиру
19	Michelle's restaurant	Ексклюзивні страви нац. кухні	Игнатишин строй, 25 https://www.instagram.com/michelles_travel_house/	Деруни по-гуцульськи, хліб кукурудзяний, закарпатська пательня з ковбасою, млинці з грибною підливою, банош
20	Малий Уж	Різноманітна кухня	Ужгород, вул. Корзо, 17 https://malyy-uzh1.ps.me/	Бограч, бульйон з домашнею локшиною, банош, деруни
21	Альфельд, винний бар	Класична винарня та автентична кухня	Ужгород, вул. Капітульна, 14 https://wine-bar-352.business.site/	Боб-гуляш з оленини, левеш, йокаї боб-гуляш з свинини, сегединський гуляш з кнедлями, банош, стейк з мангалиці, картопля печена з бринзою та салом, закарпатське м'ясне асорті, фрич закарпатський
22	Quadrum	Відкрита кухня, вишукані страви	Ужгород, вул.О. Кобилянської, 15 https://www.instagram.com/quadrum.resto/	Банош, шертеш-шонкаш, бограч, кремзлики
23	Кілікія	Вишуканий та атмосферний заклад	Ужгород, вул. Дитяча, 1г https://kilikia.in.ua/uk	Банош, лоці печене, баранина по-гуцульськи

Якщо проаналізувати зібрану інформацію, стає очевидним, що більшість закладів, не позиціонуючи себе як ресторан закарпатської кухні, має в меню хоча б кілька місцевих страв. Здебільшого цей перелік незначний. Найбільш популярними залишаються бограч, банош, кремзлики.

Очевидно, що такий асортимент не може сформувати повне враження про багатство місцевої кухні. Страви закарпатської кухні позиціонуються в ряді випадків як страви угорської або української кухні. Наскільки витримуються традиційні рецепти, сказати неможливо. Більшість ресторанів, щоб забезпечити більшу цільову аудиторію, поєднує пропозицію закарпатської кухні з кухнями інших народів світу.

Отже, незважаючи на те, що дві третини з проаналізованих меню містить закарпатські страви, їхній перелік не дає можливості зробити висновок про достатній рівень позиціонування автентичної кухні в рестораних закладах Ужгорода та околиць: лише 9 (39%) закладів вказують, що пропонують страви закарпатської, місцевої чи домашньої кухні; перелік цих страв обмежується кількома позиціями. Очевидно, що така пропозиція не може в повній мірі задовольнити зростаючі очікування гастрономічних туристів.

О. А. Юркевич, Д. Р. Мозгова

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

НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ

В статті акцентується увага на тому, що ресторани швидкого харчування є важливою складовою сучасної гастрономічної культури та глобального господарства. Протягом останніх років в даній сфері спостерігаються великі зміни у підходах до сервісного обслуговування клієнтів. Автором розглядаються нові тенденції в галузі ресторанів швидкого харчування та їх вплив на туристичний бізнес. В роботі проведено аналіз таких тенденцій сучасного ресторанного господарства як: здорове харчування, вегетаріанство, харчові технології, екологія, спеціалізація і культурна автентичність, і маркетинг.

Ключові слова: ресторани швидкого харчування, туристичний бізнес, ресторанний сервіс, туризм.

This work emphasizes that fast food restaurants are an important component of modern gastronomic culture and global economy. In recent years, this field has seen major changes in approaches to customer service. This article examines new trends in the fast food industry and their impact on the tourism business. The author touches on such important trends as: healthy eating, vegetarianism, food technology, ecology, specialization and cultural authenticity, and marketing.

Keywords: *fast food restaurants, tourist business, restaurant service, tourism.*

Постановка проблеми. Ресторани швидкого харчування на сьогоднішній день є важливою складовою культури та господарства будь-якої розвинутої країни. Через це ринок вимагає постійного вдосконалення сервісного обслуговування через підвищення вибагливості споживачів та постійно зростаючої конкуренції в даній галузі

Приклад нових тенденцій в діяльності ресторанів швидкого харчування, які розгляне автор: зростання попиту на здорове харчування, вегетаріанська їжа, технологічні виклики, екологічна відповідальність, спеціалізація та культурна автентичність, конкурентка боротьба та маркетинг.

Мета роботи – розглянути нові тенденції в діяльності ресторанів швидкого харчування.

Виклад основного матеріалу. Сучасні тенденції в діяльності ресторанів швидкого харчування – це актуальна тема, яка відображає ключові зміни та розвиток в галузі ресторанів швидкого харчування в сучасному світі. На сьогоднішній день можна виділити 5 основних тенденцій в цій галузі: здорове харчування, вегетаріанська та веганська альтернативи, технологічні інновації, екологічна відповідальність, спеціалізація та культурна автентичність, і маркетинг та соціальні мережі [2].

Тенденція ринку до тяжіння у вектор здорового харчування є високо-популярною в нашій країні, оскільки ресторани швидкого харчування відзначають збільшення попиту на здорові та низькокалорійні страви. Вони впроваджують більше опцій з низьким вмістом солі, цукру та трансжирів у своєму меню: овочі, фрукти, супи та інші здорові компоненти стають більш доступними в закладах швидкого харчування. Поряд зі здоровим харчуванням стоять вегетаріанські та веганські альтернативи – вони розширюють меню ресторанів швидкого харчування за допомогою рослинних опцій та м'ясних аналогів. Наприклад рослинна їжа та альтернативні білки, такі як бургери на основі рослин, стають популярними в ресторанах швидкого харчування, також останнім

часом стає популярним горох, який кладуть майже у всі страви [1].

Наступна тенденція, яка також активно розвивається на сьогоднішній день – це впровадження технологічних інновацій, вони включають в себе технології для автоматизації процесів замовлення та доставки, інтерактивні технології, які допомагають полегшити процес замовлення і забезпечити зручність для клієнтів, а також покращення ефективності управління господарством та обслуговування клієнтів. Деякі ресторани швидкого харчування впроваджують роботів для приготування їжі та обслуговування клієнтів. Зростання популярності мобільних додатків і платформ для замовлення їжі сприяє розвитку онлайн-замовлень та доставки для ресторанів швидкого харчування, а це підводить до такої глобальної теми як екологічна відповідальність, тому що поки що не всі ресторани швидкого харчування перешли на екологічну упаковку своєї продукції.

Екологічна відповідальність включає в себе скорочення використаних пластикових матеріалів та впровадження неодноразової упаковки для зменшення впливу на довкілля, відмова від целофанових пакетів і пластикових пляшок та інше. Вже багато країн і міст впроваджують постійну заборону або часткове обмеження на використання одноразового пластику, що вимагає від ресторанів швидкого харчування знаходити більш сталі та екологічно-дружні альтернативи упаковці посуду.

Спеціалізація та культурна автентичність – це тенденція, яка дозволяє деяким ресторанам швидкого харчування виділятися на фоні конкурентів в цій сфері, вони готують та спеціалізуються на конкретних кухнях або стравах, які представляють певну культуру.

А маркетинг та соціальні мережі в свою чергу забезпечують і відповідають за просування, рекламних кампаній та активну присутність у соціальних мережах закладів швидкого харчування, для того щоб привертати увагу клієнтів та розвивати свій бренд [2].

Висновки. Підсумовуючи усе вищезазначене, можна зробити висновок, що ресторани швидкого харчування швидко та активно адаптуються до сучасних тенденцій і вимог споживачів, розвиваючи свої бізнес-моделі та меню, використовуючи нові технології та роблячи акцент на відповідальності. Ці зміни створюють нові можливості для галузі ресторанів швидкого харчування та сприяють її подальшому розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства у світі та Україні. Pidru4niki. URL: <https://pidru4niki.com/1501092252897/turizm/suchasni-tendentsiyi-rozvitku-restorannogo-gospodarstva-sviti-ukrayini> (дата звернення: 02.11.2023).
2. Сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні | Kursak.com - здаємо разом!. База якісних дипломних робіт, курсових, рефератів. URL: <https://www.kursak.com/suchasnyj-stan-ta-tendentsiji-rozvytku-restorannoho-hospodarstva/> (дата звернення: 02.11.2023).
3. Тенденції сучасного ресторанного бізнесу. Meal Time. Доставка замороженої їжі в Києві та по всій Україні. URL: <https://mealtime.com.ua/blog/golovni-trendi-u-restorannomu-biznesi> (дата звернення: 02.11.2023).

M. F. Hashimov

State University of Trade and Economics

THE PERSPECTIVES OF MANAGEMENT DIGITALIZATION IN TOURISM INDUSTRY

У роботі досліджується використання цифрових технологій в управлінні туризмом - це не просто тренд, а важлива стратегія зростання. Розглядаються виклики та можливості в данній сфері а також розповідається про те, як цифрові інструменти трансформують враження туристів від DESTINATION, стимулюють економічний розвиток і змінюють роботу туристичної галузі.

Ключові слова: *діджиталізація, управління, туризм, трансформація, цифровий менеджмент, цифрові інструменти.*

This report explores how using digital technology in tourism management is more than just a trend; it's a crucial strategy for growth. It looks at the challenges and opportunities this brings and talks about how digital tools are transforming the way tourists experience destinations, boosting economic development, and reshaping how the tourism industry operates.

Key words: *digitalization, management, tourism, transformation, digital management, digital tools.*

In the ever-evolving realm of the tourism industry, the integration of digital technologies into management practices has transcended the realm of innovation; it has become an indispensable component for organizations seeking not only survival but sustainable growth. This report briefly states the wide range of perspectives surrounding management digitalization in the tourism sector. It examines the challenges, untapped opportunities, and the profound transformative potential of this technological metamorphosis.

Beyond being a technological trend, the digitization of management processes emerges as a strategic imperative for modern day tourism entities. Ranging from the complex details of reservations to the intricacies of customer relationship management and operational logistics, embracing digitalization transcends efficiency gains and cost reductions. It constitutes a paradigm shift, fostering adaptability in the face of rapidly changing consumer behaviors [3]. This shift isn't merely about upgrading systems; it's a recalibration of organizational DNA, laying the foundation for agile, customer-centric approaches that propel sustained growth in the digital era.

Amidst the significant benefits of management digitalization lie formidable challenges. The integration with existing systems demands meticulous planning, with considerations for data security and ensuring a seamless transition taking center stage. However, these challenges aren't roadblocks but rather gateways to innovation, improved service ecosystems, and the creation of novel revenue streams via technological insights [1]. By strategically addressing these challenges, organizations not only overcome obstacles but emerge as leaders, pioneering the charge in the evolving digital landscape.

In the digital age, tourism management transcends traditional paradigms, ushering in a new era of personalized and immersive experiences. Augmented reality, mobile applications, and data analytics redefine the contours of visitor engagement. Mobile applications, for instance, become not mere tools but companions, offering real-time updates, personalized recommendations, and interactive guides. This transformation extends beyond transactional interactions; it forges lasting connections with tech-savvy travelers. The destination-customer relationship evolves into a dynamic, reciprocal engagement, enriching the overall tourist experience and fostering a profound connection between destinations and visitors.

Management digitalization acts as a catalytic force, extending its transformative influence beyond operational efficiency to broader economic development within the tourism industry. Leveraging digital tools optimizes resource allocation, enhances competitiveness, and contributes to the overall growth of the sector. The inherent outcome is the creation of job opportunities, particularly in technology-related roles, fostering economic development in regions that wholeheartedly embrace and invest in digital initiatives. This isn't just a revolution in operational

efficiency; it's a stimulus for economic prosperity, positioning digitally adept destinations at the forefront of global tourism [2].

The integration of digital strategies necessitates a holistic approach, transcending mere technological adoption. Artificial intelligence fuels predictive analytics, cloud-based solutions enable scalable operations, and mobile applications redefine customer experiences. Collaboration with technology providers becomes a cornerstone, as does fostering a culture of continuous learning within organizations. These strategies not only streamline operations but position organizations as pioneers, shaping the trajectory of the ever-evolving digital landscape. The roadmap to success involves not just adopting digital tools but crafting a narrative of innovation and adaptability in a digitally-driven world.

In conclusion, the perspectives on management digitalization in the tourism industry illuminate its transformative potential. Far beyond the adoption of technology, this shift represents a strategic realignment of operational practices to meet and exceed the expectations of the modern traveler. Navigating this digital transformation demands not only a proactive and collaborative approach from industry stakeholders but a holistic understanding that management practices must evolve in tandem with technological advancements to unlock the full potential of the tourism sector.

REFERENCES

1. Barile, S., Ciasullo, M.V., Troisi, O. and Sarno, D. (2017), «The role of technology and institutions in tourism service ecosystems: Findings from a case study» TQM J, Vol. 29 No. 6, pp. 811-833
2. Gretzel, U. (2022). «The Smart DMO: A new step in the digital transformation of destination management organizations». *European Journal of Tourism Research* 30, 3002.
3. Maria Teresa Cuomo, Debora Tortora, Pantea Foroudi, Alex Giordano, Giuseppe Festa, Gerardino Metallo (2021), «Digital transformation and tourist experience co-design: Big social data for planning cultural tourism», *Technological Forecasting and Social Change*, Volume 162, 120345, ISSN 0040-1625.

РОЗДІЛ 3

ІНОВАЦІЇ В ТУРИСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Ю. О. Бережна, Я. О. Покутня, М. Ю. Троян

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

АНАЛІЗ ГАЛУЗІ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В роботі проведено аналіз галузі медичного туризму в Україні. Визначено поняття медичного туризму, місце України як країни, що приймає іноземних туристів пацієнтів, досліджено ринок медичного туризму в Україні, найбільш популярні послуги медичного туризму в Україні, наведено розподіл туристичних потоків за видами популярних медичних послуг в Україні, проаналізовано головні переваги лікування в Україні.

Ключові слова: *медичний туризм, оздоровлення, послуги медичного туризму.*

The paper analyzes the field of medical tourism in Ukraine. The concept of medical tourism is defined, the place of Ukraine as a country that receives foreign tourist patients, the market of medical tourism in Ukraine, the most popular medical tourism services in Ukraine, the distribution of tourist flows by types of popular medical services in Ukraine is given, the main advantages of treatment in Ukraine are analyzed.

Keywords: *medical tourism, health improvement, medical tourism services.*

Сучасна економічна ситуація в високорозвинених країнах світу призводить до того, що пацієнти з цих країн надають перевагу лікуванню в інших країнах. Однією з таких країн є й Україна, як країна, що приймає в'їзні потоки медичних туристів. На сьогодні вона вже зайняла певну нішу на ринку. За ціновою політикою та послугами українські клініки конкурують насамперед із клініками країн Прибалтики (Литви, Латвії, Естонії). Проте ринку медичного туризму притаманні постійні зміни, і для досягнення успіху, необхідно здійснювати його постійний моніторинг і аналіз галузі.

Відповідно до ст.4. Закону України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР до міжнародного туризму належить в'їзний туризм – подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території [1]. Залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів чи інших ознак виділяють такий вид туризму, як лікувально-оздоровчий.

До України на сьогодні найбільша кількість пацієнтів прибуває з країн Європи, арабських країн, Ізраїлю та Китаю (рис. 1) [2].

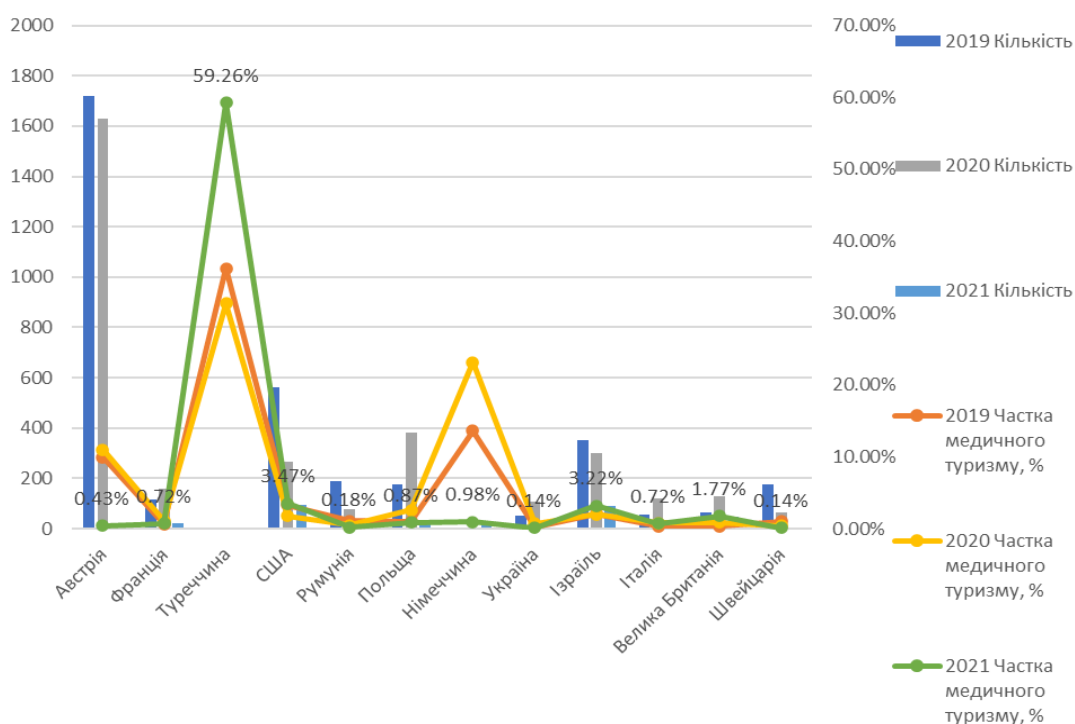


Рис. 1. Місце України на ринку медичного туризму 2019-2021 рр. [2]

У зв'язку з військовими діями в Україні та відсутністю авіасполучення між Україною та іншими країнами світу, лікарні, які орієнтовані переважно на зарубіжних пацієнтів, зараз змушені здійснювати термінове перепрофілювання.

До України медичні туристи приїжджають для отримання медичних послуг в таких галузях медицини, як репродуктивні технології; застосування в лікувальних процесах стовбурових клітин; стоматологія; естетична медицина тощо.

Ринок медичного туризму в Україні розвинений переважно у великих містах та туристичних дестинаціях з унікальними природними ресурсами; більшість спеціалізованих медичних центрів розташовані в Києві, Харкові, Львові, Одесі та Дніпрі. У Західній Україні цей ринок активний на курортах Торкавець, Моршин, Східниця та Буковель.

Центри медичного туризму в Україні умовно поділяються на два типи:

- спеціалізовані медичні центри;
- курортні медичні заклади, в тому числі готелі оздоровчого спрямування Resort and SPA.

Для першого типу характерне розміщення у великих містах. Важливою складовою таких комплексів є наявність постійних клієнтів. Тому велике значення надається репутації медичного закладу, підбору медичних програм та правильному позиціонуванню на ринку. До того ж тут намагаються утримати клієнта, пропонуючи клубні карти або знижки.

Для другого типу характерне розміщення у туристичних регіонах із розвиненим зеленим чи оздоровчим туризмом. Як і вся індустрія медичного туризму, курортні медичні центри шукають шляхів задовольнити бажання мандрівників. Тому тут можуть пропонувати різноманітні процедури, включаючи «родзинки», що властиві регіону (наприклад, грязьові процедури або радонові ванни). На відміну від спеціалізованих медичних центрів, відвідування яких є цілеспрямованим, в курортних центрах оздоровчі та лікувальні процедури йдуть як додаток до проживання, тому деякі послуги можуть входити у вартість (відвідування лазні або сауни). До того ж таким центрам простіше залучити клієнтів: пропонуючи безкоштовну сауну, існує велика ймовірність, що клієнт додатково захоче купити масаж або пілінг. Також, люди у поїзді охоче витрачають гроші на додаткові Wellness та SPA-послуги.

Найбільш популярними та затребуваними послугами, які можуть отримати українці чи іноземні громадяни в Україні, є [1]:

- репродуктивна медицина;
- стоматологія;
- офтальмологія;
- кардіологія;
- естетична медицина;
- косметологія;
- пластична хірургія;
- санаторно-курортне лікування;
- клітинна інженерія;
- можливість використання банку пуповинної крові;
- лікування безпліддя (рис. 2).

Головними перевагами лікування в Україні є [1]:

- Ціни на послуги значно нижчі від цін в інших європейських країнах;
- Наявність сучасного обладнання, що повністю відповідає всім світовим стандартам;

- Наявність висококваліфікованих спеціалістів; Наявність комфортних санаторіїв та оздоровчих курортів для лікування та рекреації;
- Психотерапевтична підтримка;
- Розвинена готельна та туристична інфраструктури;
- Наявність мінеральних джерел та лікувальних грязей;
- Різноманітність історичних пам'яток;
- Гостинність та високий рівень сервісу.

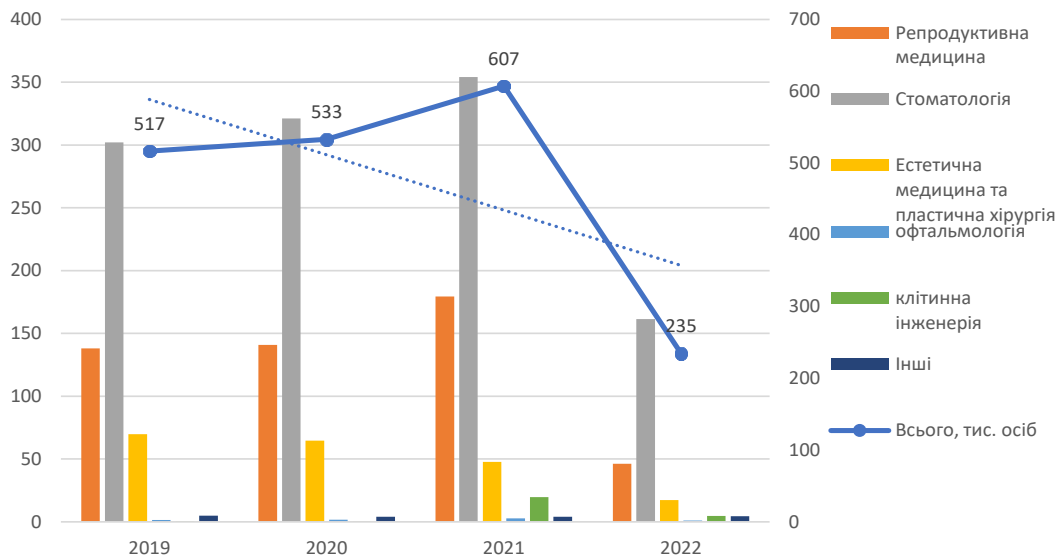


Рис. 2. Розподіл туристичних потоків за видами популярних медичних послуг в Україні, тис. осіб [1]

Протягом 2021 року, за даними Української асоціації медичного туризму [3], більше 65 000 іноземних пацієнтів відвідали Україну з метою отримання медичних послуг. Середній чек становив 2,8 тис. дол. США на одну особу, що свідчить про високу прибутковість медичного туризму. А оскільки з них було сплачено податки, вигода для держави очевидна. Оскільки одним з етапів медичної реформи в Україні є переведення лікарень на самоокупність, тому для них вигідним стає залучення на лікування саме іноземних пацієнтів. В умовах грамотного керівництва великі державні лікарні зможуть конкурувати з приватним сектором за медичних туристів.

Таким чином, медичний туризм в Україні має всі передумови для активного розвитку. З'являються нові цікаві тенденції, що стосуються як в'їзного, і виїзного медичного туризму. Наша країна залишається перспективним регіоном для розвитку галузі охорони здоров'я.

В роботі проведено аналіз галузі медичного туризму в Україні. Визначено поняття медичного туризму, місце України як країни, що приймає іноземних туристів пацієнтів, досліджено ринок медичного туризму в Україні, найбільш популярні послуги медичного туризму в Україні, наведено розподіл туристичних потоків за видами популярних медичних послуг в Україні, проаналізовано головні переваги лікування в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М. Сучасні тенденції та шляхи подальшого розвитку ринку медичного туризму в Україні. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2022. № 15. С. 81–92. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-15-09>
2. Calderwood L. U., Soshkin M. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Geneva : World Economic Forum's, 2019. URL: https://report-files.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf
3. Exploring Health Tourism – Executive Summary. Madrid : World Tourism Organization and European Travel Commission, UNWTO, 2021. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420308>

Д. І. Єфремов, А. Г. Кізюк

*Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету*

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНА

У роботі досліджено різні підходи до тлумачення поняття «інновації у сфері туризму». З'ясовано основні особливості та завдання інноваційної діяльності. Проаналізовано приклади новітніх комп'ютерних технологій, які використовуються в туристичних послугах. Окреслено стан та перспективи розвитку інноваційних технологій в Україні.

Ключові слова: *інновації у сфері туризму, інноваційна діяльність, туристичні послуги, електронний туризм, інноваційний потенціал.*

The article explores various approaches to interpreting the concept of «innovations in tourism». It elucidates the main features and objectives of innovative activities. Examples of cutting-edge computer technologies used in tourism services are analyzed. The current state and prospects of innovative technology development in Ukraine are outlined.

Key words: *innovations in tourism, innovative activity, tourist services, electronic tourism, innovative potential.*

Постановка проблеми. Початок ХХІ століття визначається загальним розвитком галузі туризму та гостинності в контексті глобалізації світової економіки та міжнародних відносин. Особлива

увага приділяється переосмисленню поточних підходів до соціальної комунікації у готельно-ресторанному та туристичному бізнесі. Інновації в туризмі пов'язані з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, які займають важливе місце у всіх суспільних сферах. Їх використання сприяє позитивній трансформації туристичних послуг і конкурентоспроможності туристичних підприємств. З кожним роком зростає роль інноваційних технологій у туризмі, що актуалізує вивчення сучасних тенденцій використання інноваційних технологій у цій сфері.

Мета статті полягає у дослідженні ролі інновацій для туристичної галузі, прикладів їх використання в іноземних державах та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні.

Інновації стають одним із найважливіших елементів сучасного суспільства та мінливим глобальним характером бізнесу. Однією з головних причин того, що інноваціям приділяють стільки уваги, є те, що компанії стають успішними та мають змогу досягти конкурентної переваги на основі цих інноваційних продуктів, процесів чи послуг [1, с. 98]

В сучасному динамічному суспільстві сприяння інноваційній діяльності у всіх секторах економіки є надзвичайно важливим. Туризм виступає галуззю світової економіки, яка характеризується стабільністю та постійно розвивається, де інновації визначають пріоритетним напрямком росту бізнесу, забезпечуючи привертання клієнтів. Інновації та нові технології становлять невід'ємну складову конкурентоспроможності туристичних підприємств і ефективний інструмент для підняття маркетингових зусиль, пов'язаних з продуктами та послугами у галузі туристичної індустрії.

За словами К. Бриль: «Інновації в туризмі слід розглядати як системні заходи, що мають якісну новизну, що й приводять до позитивних зрушень, що забезпечують стійке функціонування й розвиток галузі в регіоні. Так ідея створення й реалізація туристичних проектів, що навіть не приносять спочатку істотного прибутку, може дати поштовх розвитку туризму й тим самим активно сприяти створенню додаткових робочих місць і зростання доходів населення» [2, с. 60].

У рамках загального поняття «інновація» в туризмі, ці інновації розглядаються як якісно нові туристичні продукти, послуги чи будь-які інші кінцеві результати інноваційної діяльності туристичних

підприємств, які дозволяють задовольняти змінні потреби туристів та досягати максимального впливу. Беручи до уваги особливості туризму, важливо відзначити, що результати, отримані внаслідок впровадження інновацій в діяльність туристичних підприємств, повинні охоплювати не лише економічні аспекти, такі як збільшення прибутку та рентабельності, але й соціальні аспекти, включаючи підвищення культурного та освітнього рівня місцевого населення, а також екологічні аспекти, такі як відновлення архітектурних пам'яток і збереження природних ресурсів.

Т. Зубехіна, Н. Ольхова-Марчук та ін. розглядають інновації в туризмі як «системні заходи, що мають якісну новизну та зумовлюють позитивні зрушення, результатом яких має стати забезпечення стійкого функціонування й розвитку туристичного підприємства» [4, с. 182-183]. За їхньою думкою, інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нових продуктів або модифікацію існуючих, покращення транспортних, готельних та інших послуг, дослідження нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій та застосування сучасних методів організаційно-управлінської діяльності.

На сучасному етапі туризм можна розглядати не лише як окремий бізнес, що має великі перспективи та високу прибутковість, але й як інтегровану галузь послуг, яка активно розвивається за допомогою сучасних інформаційних технологій.

Наразі для вирішення різноманітних завдань та підвищення якості послуг в галузі туризму пропонується використовувати значну кількість передових комп'ютерних технологій. До прикладу, глобальні системи комп'ютерного бронювання, смарт-карти, інтегровані комунікаційні мережі, мультимедійні системи, інформаційні системи управління та інше, спрямовані на розвиток ринку туристичних послуг та туристичної інфраструктури, сприяючи глобальному розвитку гостинності. Особливо важко уявити на сучасному етапі просування (розповсюдження, продаж) туристичних послуг без інформаційних технологій. «Так, у рекламі туристичних послуг найбільшого поширення набула пряма розсилка (direct-mail) туристичної інформації по електронній пошті.

В останні роки більшість туристичних підприємств створюють свої власні сайти в Інтернеті. В інших країнах світу вже існують електронні туристичні офіси, наприклад турбюро «експедитора»

фірми Microsoft, що дають змогу будь-якому власнику кредитної картки придбати тур, забронювати місце на літак або в готелі, придбати квитки на видовищні заходи і замовити напрокат автомобіль у будь-якій точці Земної кулі», – зауважує А. Глебова [3, с. 230-231]. Музеї та міста розробляють свої власні веб-сайти та віртуальні тури, сприяючи покращенню доступу до туристичних об'єктів та вирішенню різних актуальних проблем.

Туристичні компанії активно використовують переваги Інтернету для формування своїх туристичних продуктів, інформування споживачів, проведення рекламних заходів, створення позитивного іміджу компанії, впровадження нових видів туристичних послуг тощо. В сучасних умовах відвідування онлайн-музеїв набуло особливої актуальності. Авторський колектив Т. Зубехіна, Н. Ольхова-Марчук та ін. зазначають: «На сьогодні можливо за допомогою мережі Інтернет відвідати Національний музей Тараса Шевченка в Києві, Лувр у Парижі, Ермітаж у Санкт-Петербурзі, Метрополітен-музей у Нью-Йорку та ін. Сьогодні поширеними є віртуальні 3D-тури, які дають змогу побувати в різних куточках світу, не виходячи з дому. Серед основних переваг 3D-турів для туристів можна виділити: економію часу та коштів; можливість попереднього ознайомлення з пропонованими туристичними об'єктами чи послугами та ін» [4, с. 183].

Зв'язок з потенційними споживачами онлайн радикально змінив спосіб доступу та закупівлі туристичних послуг і продуктів. Технологічні досягнення відкрили нові можливості для організацій відпочинку та туризму. Як зауважує О. Боднарук: «Сьогодні мова йде не просто про те, щоб мати оновлений веб-сайт із інформацією про нього, але ми перейшли на інший рівень, завдяки якому туристичні напрямки, організації та компанії використовують соціальні мережі та електронний туризм для просування, реклами, демонстрації та, більш за все, для того, щоб споживачі були в курсі будь-якої оновленої інформації за секунди» [1, с. 101].

Важливо відзначити, що поточний стан туристичної індустрії в Україні формується під впливом конкретних чинників, таких як застаріла матеріально-технічна база, недостатність проживальних місць, обмежений розвиток окремих елементів туристичної інфраструктури, невирішені логістичні проблеми, початковий розвиток мережі закладів харчування та розважальної індустрії,

незадовільний стан багатьох архітектурних, історичних та культурних пам'яток, недоліки в організації рекреаційних зон та відсутність кваліфікованих фахівців у сфері туризму, серед інших чинників.

Крім того, далекосяжний вплив масштабної війни на території України значно загострює ці проблеми, негативно впливаючи на туристичний сектор.

Україна наразі знаходиться в процесі формування своєї політики інноваційного розвитку і позиціонує себе як інноватор, який розвивається. Інноваційний потенціал полягає в здатності системи до змін, удосконалення та прогресу, відкриваючи можливість для значущого економічного зростання.

На думку Н. Й. Шуптар-Пориваєва, О. Р. Губанова та ін.: «Більшість інновацій в Україні виникає в тих галузях господарства, які мають відповідне фінансування (наприклад, авіабудування, озброєння та агропромисловий комплекс). Але останніми роками глобалізація та науково-технічний прогрес посилили конкуренцію та відкрили нові ринки, які надають можливості для інноваційного розвитку товарів і послуг, зокрема у сфері туризму» [5, с. 92].

Туристична індустрія, традиційно лідер у дослідженні та впровадженні нових технологій, знаходиться перед посиленою потребою в інноваційних процесах в умовах сучасної кризи. Досягнення більш комфортного, швидкого та високоякісного обслуговування в секторі туризму вимагає посиленої уваги до інновацій.

Висновки. У сучасному світі перспективи розвитку туристичного бізнесу тісно пов'язані із впровадженням інноваційних технологій. Активне використання інформаційних технологій в сфері туризму не лише оптимізує операції, але й впливає на конкурентоспроможність підприємств.

Таким чином, інновації, спрямовані на формування пропозиції відпочинку в межах країни та закордонних подорожей, а також цифровізація різних видів туристичних послуг, знаходяться у процесі адаптації до сучасних реалій туристичного ринку і прогнозується, що вони стануть рушійною силою відновлення місцевої туристичної галузі найближчим часом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Боднарук О. В. Використання інноваційних маркетингових технологій в туристичній індустрії. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2019. № 37. С. 97–104. URL:

- https://journals.uran.ua/ves_pstu/article/view/187943 (дата звернення: 13.11.2023).
2. Бриль К. Г. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Інноваційні технології в туризмі» для студентів всіх форм навчання спеціальності. 242 «Туризм». Чернігів: ЧНТУ, 2017. с. 59-64.
 3. Глебова А. О. Інформаційно-інноваційні технології в процесах туристичного обслуговування. *Глобальні та національні проблеми економіки. Електронне наукове фахове видання*. 2016. № 13. С. 230-235. URL: <http://global-national.in.ua/archive/13-2016/48.pdf> (дата звернення: 12.11.2023).
 4. Зубехіна Т., Ольхова-Марчук Н., Кушнір В. Сучасні тенденції застосування інноваційних технологій у туристичній сфері. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2021. Том 4 № 2. С. 181–188. URL: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.** (дата звернення: 10.11.2023).
 5. Шуптар-Порываєва Н. Й., Губанова О. Р., Попова М. О., Андрущенко О. С. Перспективи інноваційного розвитку туристичної сфери в Україні в умовах коронавірусної кризи. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2020. Вип. 6. С. 90-96. URL: [https://ird.gov.ua/sep/sep20206\(146\)/sep20206\(146\)_090_Shuptar-PoryvayevaN,HubanovaO,PopovaM,AndrushchenkoO.pdf](https://ird.gov.ua/sep/sep20206(146)/sep20206(146)_090_Shuptar-PoryvayevaN,HubanovaO,PopovaM,AndrushchenkoO.pdf) (дата звернення: 15.11.2023).

Є. Ю. Коваль, Д. Р. Мозгова

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

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

У роботі описані теоретичні засади організації віртуального туризму в Україні. Актуальність проведеного дослідження підкреслюється тим, що на сьогоднішній день на світовому туристичному ринку виникла необхідність працювати відповідно сучасним інформаційним та інноваційним процесам, одним із яких є поява віртуального туризму. Звернено увагу на туристичні агентства і компанії, які використовують віртуальні тури як інструмент маркетингу. Автором були визначені проблеми і виклики з якими стикається фізичний туризм і окреслені перспективи розвитку віртуального туризму.

Ключові слова: *віртуальний туризм, віртуальні тури, туризм, туристична діяльність.*

The paper describes the theoretical foundations of the organization of virtual tourism in Ukraine. The relevance of the study is emphasized by the fact that today the world tourism market has a need to work in accordance with modern information and innovation processes, one of which is the emergence of virtual tourism. Attention is drawn to travel agencies and companies that use virtual tours as a marketing tool. The author also identified problems and challenges faced by physical tourism and identified prospects for the development of virtual tourism.

Keywords: *virtual tourism, virtual tours, tourism, tourist activity.*

Постановка проблеми. Розробка та імплементація новітніх інформаційних технологій у світі відзначилась на всіх сферах економіки, в тому числі на туристичному секторі. На сьогоднішній день туристична сфера представляє собою світову IT-мережу, де співпрацюють авіаперевізники, мережі готелів та багато атракційних туристичних об'єктів. Завдяки широкому розгалуженню Інтернет мереж, туризм змінив свого споживача з реального на віртуальний. Віртуальна реальність в туризмі є одним із найбільш перспективних інструментів демонстрації всіх туристичних об'єктів, курортів, готелів, музеїв, архітектурних та культурних пам'яток історії.

Мета роботи – дослідити потенціал віртуального туризму в Україні, виклики і загрози, які потенційно існують на ринку віртуального туризму, проаналізувати перспективи подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Україна має великий потенціал для віртуального туризму завдяки своїй багатогранній культурі, історичним пам'яткам та природним пейзажам. Деякі організації та стартапи вже розробляють віртуальні тури по визначених місцях в Україні. Це дозволяє відвідувачам насолоджуватися красою Карпат, дивуватися архітектурою Львова або досліджувати історичні місця Києва.

Туризм – тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання з оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою чи іншою метою без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування [2].

Туризм проявляється як форма суспільного споживання специфічних благ, послуг та товарів, що об'єктивно розвинулась унаслідок соціологізації відтворювальної функції, утворивши галузь діяльності зі створення цього специфічного продукту та організації його споживання, яка за кінцевим призначенням та характером діяльності належить до споживчих галузей господарства.

Таким чином, туризм – це сфера людської діяльності, пов'язана з подорожами та мандрівками людей, що виконує ряд функцій політичного, економічного, культурного характеру, які виявляються як на рівні окремої особистості, так і на рівні суспільства в цілому. Для того, щоб сформулювати повне визначення поняття «туризм», необхідно розглянути багатоаспектність туризму і його взаємодію з

іншими видами діяльності [2]. Відсутність єдиних визначень утрудняє вивчення туризму як учбової дисципліни. Вивчення туризму з наукової точки зору з недавніх пір привернуло увагу учених багатьох областей знань.

Віртуальний туризм надає можливість людям, які не можуть фізично відвідати певні місця, побачити їх зсередини і відчувати атмосферу [3]. Він також може бути корисним для тих, хто планує майбутні фізичні подорожі, оскільки він дозволяє попередньо ознайомитися з місцем та визначити свої пріоритети.

Віртуальний туризм – це форма туризму, в якій люди можуть відвідати різні місця та досліджувати нові середовища за допомогою віртуальних технологій. Він надає можливість віртуально подорожувати, не виходячи з дому або місця перебування, за допомогою комп'ютерів, смартфонів, планшетів або спеціальних пристроїв, таких як віртуальна реальність або доповнена реальність.

На даний момент можна простежити декілька загальних тенденцій щодо розвитку віртуального туризму в Україні. Загалом, спостерігався загальний зріст інтересу до туризму, який став підставою для розвитку віртуальних турів. Туристи почали більше відкривати свою власну країну і виявляти інтерес до відомих і менш відомих місць [1]. Зі зростанням доступу до Інтернету та розвитком віртуальної реальності, віртуальні тури стали більш доступними та захоплюючими. Розвиток сучасних технологій дозволяє створювати якісний віртуальний контент для туристів.

Туристичні агентства та компанії в Україні почали використовувати віртуальні тури як ефективний інструмент маркетингу для привертання туристів. Вони створюють віртуальні тури для рекламування регіонів, готелів та атракціонів [1].

Варто також зазначити, що пандемія значно обмежила можливість фізичного подорожування, що змусило багатьох людей шукати альтернативні способи подорожей. Віртуальний туризм став одним із способів задоволення подорожньої жаги під час карантину [2].

Для розвитку віртуального туризму важливо мати високоякісну інфраструктуру для створення та розповсюдження віртуального контенту. Розвиток цієї інфраструктури в Україні може сприяти подальшому зростанню віртуального туризму.

За останні роки віртуальний туризм отримав певну популярність в Україні, і його розвиток може продовжуватися за умови підтримки з боку туристичних організацій, регіональних влад та технологічних компаній. Доцільно слід продовжувати досліджувати цю галузь для виявлення нових можливостей та викликів, які може принести віртуальний туризм в Україні [4].

Розвиток віртуального туризму в Україні створює нові можливості для просування туристичного потенціалу країни, підвищення туристичного інтересу та розширення аудиторії.

Водночас, варто зазначити, що розвитком віртуального туризму в Україні займаються різні групи і організації. Багато туристичних агентств і компаній в Україні включили віртуальні тури в свої послуги [4]. Вони створюють віртуальний контент для просування туристичних об'єктів та привертання клієнтів.

Крім цього, деякі регіональні влади та організації, що пропагують туризм в різних регіонах України, активно працюють над створенням віртуальних турів для привертання туристів [5]. Технологічні стартапи і компанії, які спеціалізуються на віртуальній реальності, архітектурній візуалізації та розробці віртуальних інтерактивних платформ, активно займаються розробкою віртуальних турів в Україні.

Музеї, історичні об'єкти та інші культурні установи в Україні почали створювати віртуальні тури, які дають можливість відвідувачам дізнатися більше про їхню історію та експозиції в онлайн-режимі [1].

Вищі навчальні заклади та дослідницькі інститути можуть також бути задіяні в розвитку віртуального туризму через дослідження та розробку технологій, пов'язаних з віртуальною реальністю.

В Україні існують спільноти та індивідуальні фахівці, які зацікавлені у розвитку віртуального туризму. Вони можуть волонтерити або співпрацювати з різними проектами.

Висновки. Отже, розвиток віртуального туризму в Україні є актуальним і перспективним напрямком, і він залежить від активності та співпраці всіх цих груп і організацій. Крім цього, варто зазначити, що розвиток віртуального туризму в Україні залежить від багатьох факторів, які треба враховувати під час дослідження перспектив розвитку українського туристичного ринку.

Віртуальні екскурсії можуть допомогти зберегти та представити культурну спадщину та історичні об'єкти для майбутніх поколінь. Віртуальні екскурсії можуть вплинути на галузь туризму, оскільки деякі подорожні можуть обирати віртуальні подорожі як альтернативу фізичному туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Давидова О. Г. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. (Серія «Економіка»). 2015. № 7 (172). С. 65-69.
2. Дичковський С. І. Інкорпорація віртуальних практик в систему віртуального туризму. *Культура і сучасність*. 2019. № 2. С. 16-24.
3. Козубова Н. В. Туристичні послуги як об'єкт ринкових відносин в Україні. *Інноваційна економіка*. 2014. № 2. С. 137-143.
4. Манько А. В., Орлик О. В. Інструменти та механізми віртуального туризму. *Інформаційні технології в економіці і управлінні : зб. наук. студ. праць*. Одеса: ОНЕУ, 2019. Вип. 1. С. 119-125.
5. Шамлікашвілі В. А. Віртуальний туризм як новий вид туризму. *Креативна економіка*. 2014. № 10 (94). С. 128-138.

К. В. Колесникова

Природний заповідник «Дніпровсько-Орільський»

ПЕРСПЕКТИВА ВПРОВАДЖЕННЯ ОНЛАЙН-ЕКСКУРСІЙ ЯК ФОРМИ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОЛОГІЧНОЇ ОСВІТНЬО-ВИХОВНОЇ РОБОТИ В ПРИРОДНОМУ ЗАПОВІДНИКУ «ДНІПРОВСЬКО-ОРІЛЬСЬКИЙ»

З початком повномасштабного вторгнення екскурсійна діяльність у природному заповіднику «Дніпровсько-Орільський» не проводиться, в зв'язку із заборонаю перебування у лісах відповідно до розпорядження Дніпропетровської ОВА (від 25 березня 2022 року № 81/0/527-22) та розпорядженням керівника установи із-за неможливості забезпечити укриття для екскурсантів під час повітряної тривоги. За 2023 рік співробітниками еколого-освітнього сектору проведено ряд онлайн-екскурсій для здобувачів закладів освіти регіону. Вважаємо, що впровадження онлайн-екскурсій як форми діяльності екологічної освітньо-виховної роботи є перспективним та важливим напрямком екскурсійної діяльності в природному заповіднику «Дніпровсько-Орільський».

Ключові слова: еколого-освітня робота, екскурсія, природний заповідник, екологічна стежка.

Since the beginning of the full-scale invasion, excursion activities in the Dniprovsko-Orilskyi Nature Reserve have not been conducted due to the ban on staying in the forests in accordance with the order of the Dnipro Regional Military Administration (March 25, 2022, No. 81/0/527-22) and the order of the head of the institution due to the inability to provide shelter for tourists during air raid alerts. In 2023, employees of the environmental and educational sector conducted a number of

online excursions for students of educational institutions in the region. We believe that the introduction of online excursions as a form of environmental educational work is a promising and important area of excursion activity in the Dnipro-Orillia Nature Reserve.

Keywords: *environmental education, excursion, nature reserve, ecological trail.*

Відповідно до Закону України «Про природно-заповідний фонд України» природні заповідники – це природоохоронні, науково-дослідні установи загальнодержавного значення, основними завданнями яких, окрім збереження природних комплексів та проведення наукових досліджень, є поширення екологічних знань та ведення екологічної виховної та освітньої діяльності [2, ст. 16].

Природний заповідник «Дніпровсько-Орільський» є важливою природоохоронною територією територія заплав річок Дніпра та Орілі, з їх численними протоками, озерами та островами. Заповідник відіграє надзвичайно важливу роль як єдиний в умовах північної частини степового Придніпров'я осередок, де охороняється добре збережений комплекс долинно-терасового ландшафту р. Дніпро з типовим і в той же час специфічним поєднанням лісових, лучних, водних, болотних та піщаних рослинних угруповань. Заповідник є частиною Смарагдової мережі, а частина території заповідника є Рамсарським угіддям - водно-болотне угіддя міжнародного значення.

Основними напрямками екологічної освітньо-виховної роботи природного заповідника «Дніпровсько-Орільський» є проведення освітньо-виховних заходів та надання нових знань, які формують основи відповідального ставлення до природи. Заповідник здійснює екологічну освітньо-виховну роботу за допомогою різних форм діяльності – створення та організація діяльності музею природи та візит-центру, підготовка власних екологічних освітньо-виховних матеріалів (буклетів, листівок тощо), підготовка еколого-просвітніх дописів для соціальних мереж та сайту заповідника, організація екологічних освітньо-виховних екскурсій, співпраця із закладами освіти, громадськими організаціями та іншими установами [3, р. 2].

Важливою формою пізнання природи є екскурсія. Головною метою екскурсійної діяльності є надання можливості екскурсантам безпосередньо зануритися у світ дикої природи, отримати нову інформацію, нові враження [1, с.1].

В заповіднику, наразі, діють дві екологічні стежки та 1 стежка запроектована (розроблено екологічний паспорт, але апробацію

стежка не пройшла із-за початку повномасштабного вторгнення). Зазвичай екскурсії проводяться з квітня по жовтень.

З початку повномасштабного вторгнення екскурсійна діяльність на території заповідника не проводиться, в зв'язку із заборонаю перебування у лісах (Заборонено відвідувати ліси Дніпропетровської області розпорядженням ОВА від 25 березня 2022 року № 81/0/527-22) та заборонаю розпорядженням керівника установи із-за неможливості забезпечити укриття для екскурсантів під час повітряної тривоги.

Метою даної роботи є обґрунтування необхідності впровадження нової для заповідника форми діяльності екологічної освітньо-виховної роботи – онлайн-екскурсії.

Під час повномасштабного вторгнення співробітники еколого-освітнього сектору та науково-дослідного відділу проводять онлайн-заняття із школярами та студентами, в тому числі і онлайн-екскурсії. За період воєнного стану ми зрозуміли, що онлайн-екскурсії користуються попитом серед навчальних закладів. Завдяки застосуванню ілюстрованих презентацій, наповнених не лише світлинами, а і відеоматеріалами, що робить процес пізнання навколишнього світу, його предметів і явищ та процес знайомства з особливостями природи більш наочним. При застосуванні методу асоціацій, елементів гри, такі екскурсії викликають цікавість, а ми отримуємо багато позитивних відгуків від дітей, вчителів і навіть від батьків, які часто також перебувають вдома і присутні на заняттях своїх дітей.

Наразі заповідник знайшов партнера для проведення зйомок в заповіднику за допомогою квадрокоптера на основних екскурсійних зупинках екологічної стежки «По заплавах луках». Відео-матеріали ввійдуть до презентації онлайн-екскурсії, яка триватиме 1-1,5 години.

Такі зйомки ми плануємо здійснювати кожного сезону. Ми вважаємо, що онлайн-екскурсія – це перспективний вид екскурсійної діяльності не лише в воєнний період. Онлайн-екскурсія навіть в мирний час, на нашу думку, буде користуватися попитом, адже є люди яким фізично важко проходити маршрутом. Також, можливо, вдасться зацікавити жителів віддалених населених пунктів Дніпропетровщини та інших областей України. Також вважаємо, що не втратить актуальність онлайн-екскурсії взимку.

Адже в мирний час в зимовий період екскурсії не проводяться, але саме взимку проходять зимові обліки копитних – гарно видно самих тварин, їх тропи, лежанки, порії та інші сліди їх життєдіяльності на білому тлі снігового покриву.

Вважаємо, що впровадження онлайн-екскурсії як форми діяльності екологічної освітньо-виховної роботи є перспективним та важливим напрямком екскурсійної діяльності в природному заповіднику «Дніпровсько-Орільський».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Janka Majherova, Hedviga Palasthy, Viola Gazdikova. Virtual Excursion in Secondary Education. *Conference: 2014 IEEE 12th International Conference on Emerging eLearning Technologies and Applications (ICETA)*. DOI:10.1109/ICETA.2014.7107602
2. Закон України «Про природно-заповідний фонд України». Відомості Верховної Ради України. 1992. № 34, ст. 502.
3. Положення про екологічну освітньо-виховну роботу установ природно-заповідного фонду: Наказ Міністерства екології та природних ресурсів України від 26.10.2015 р. № 399.

Д. А. Люта

Запорізький національний університет

ЕЛЕКТРОННА ОПЛАТА ПОСЛУГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ МЕТОД РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Сучасні умови ведення ресторанного бізнесу вимагають від підприємств переходити на якісно нові рівні здійснення діяльності й обслуговування клієнтів. Враховуючи складні економічні умови й зростаючу конкуренцію, традиційні методи ведення бізнесу більш не можуть гарантувати зростання обсягів прибутковості, а іноді не спроможні навіть й забезпечити збереження діяльності підприємств на вже досягнутому рівні. Такі обставини стимулюють вітчизняних представників ресторанного бізнесу аналізувати сучасні світові тенденції та запроваджувати у власну діяльність новітні методи й підходи у веденні господарської діяльності. У цьому контексті, одним з дієвих напрямків трансформації бізнес-процесів є діджиталізація, спрямована на переведення частини процесів у цифрове середовище.

Ключові слова: *сфера гостинності, ресторанний бізнес, електронна оплата послуг, інноваційні методи обслуговування.*

Modern conditions of restaurant business require enterprises to move to qualitatively new levels of activity and customer service. Given the difficult economic conditions and growing competition, traditional methods of doing business can no longer guarantee the growth of profitability, and sometimes they are not even able to ensure the preservation of the activity of enterprises at the level already achieved. Such circumstances stimulate domestic representatives of the restaurant business to analyze

modern world trends and introduce the latest methods and approaches in conducting economic activity into their own activities. In this context, one of the effective directions of transformation of business processes is digitization, aimed at transferring part of the processes into a digital environment.

Keywords: *the field of hospitality, restaurant business, electronic payment of services, innovative methods of service.*

На сьогодні можливість оплати ресторанних послуг як за допомогою готівкових коштів, так і шляхом безготівкового розрахунку у межах банківського сервісу «Інтернет-банкінг» із застосування банківської платіжної картки вже стало звичним явищем.

Відповідна можливість ґрунтується на законодавчих вимогах, відповідно до вимог статті 2 Закону України від 06 липня 1995 року № 265/95 ВР «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» [1].

При цьому під розрахунковим документом розуміється документ встановленої форми та змісту (касовий чек, товарний чек, видатковий чек, розрахункова квитанція, проїзний документ тощо) [2].

Банківський сервіс «Інтернет-банкінг» представляє собою програмний комплекс, що надає змогу контролювати стан банківських рахунків та здійснювати банківські операції без відвідування установи банку в режимі 24 години на добу з будь-якої точки світу, де є доступ до мережі Інтернет [3].

Наразі оплата ресторанних послуг у межах банківського сервісу «Інтернет-банкінг» може здійснюватись споживачем як з фізично наявною пластиковою банківською картою (шляхом фізичного прикладання/проведення банківської карти та зчитування її даних платіжним терміналом), так і безконтактно – смартфоном. Така опція забезпечується майже всіма сучасними закладами ресторанного бізнесу. Багато хто з відвідувачів можуть йти до закладу із одним лише смартфоном у руках [4; 5].

Для контакту смартфона та платіжного терміналу застосовується система Near Field Communication (скорочено – «NFC»). Вона допомагає обмінюватися даними на дистанції, що не перевищує 10 см. Потрібно прикласти 2 апарати один до одного, виконати 1-2 нескладні дії (залежить від системи розрахунку, що використовується), і електронний платіж буде здійснений [6].

Водночас з вже звичайним для споживача зручним сервісом безготівкового безконтактного розрахунку банки продовжують розробляти й пропонувати споживачу нові можливості. Для

безконтактної оплати зараз розроблено безліч систем і додатків, тому кожен може обирати будь-який зручний для себе.

Так, близько року назад monobank запустив новий швидкий та зручний спосіб розрахунку у закладах харчування та барах під назвою «Shake to Pay». Слоган даної пропозиції – «Їж, труси, плати» [7].

Відповідно до зазначеного нового способу споживачу більше не потрібно чекати на рахунок та просити офіціанта принести термінал, щоб потім здійснювати кілька транзакцій – «кухня», «бар», «чайові». Споживач може зробити все це, зчитати телефоном розміщений на столику QR-код або просто потрусити телефоном з відкритим додатком monobank, вибрати заклад і ввести номер свого столу. Весь процес займає менше хвилини, при цьому рахунок збережеться в деталях транзакції.

Крім того, у разі інтеграції «Shake to Pay» з програмним забезпеченням закладу це також дозволить споживачу отримувати та закривати рахунки закладу, налаштовувати розподіл коштів за категоріями страв і напоїв, розподіляти чайові та нотифікувати персонал закладу.

В другому розділі було охарактеризовано інноваційні моделі та методи розвитку ресторанного бізнесу. Виявлено, що до найбільш популярних і дієвих інноваційних способів розвитку ресторанного сервісу відносять: QR-кодування та інші шляхи надання споживачу цифрової інформації, дистанційні канали комунікації зі споживачем, дистанційний обмін інформацією між працівниками закладу, електронна оплата ресторанних послуг, система доставки їжі. Характеристика кожного зі способів дала змогу виявити їхні сильні та слабкі сторони, а також переконала у дієвості та актуальності подібних новітніх тенденцій у розвитку ресторанного сервісу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Cornell University's School of Hotel Administration. URL: <https://sha.cornell.edu>.
2. Найкращі програми для пошуку ресторанів. URL: <http://surl.li/mtoap>.
3. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 6 липня 1995 р. № 265/95-вр. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80>.
4. Cobanoglu C., Yang W., Shatskikh A., Agarwal A. Are consumers ready for mobile payment? An examination of consumer acceptance of mobile payment technology in restaurant industry. URL: <https://digitalcommons.fiu.edu/>

hospitalityreview/vol31/iss4/6.

5. Cheung C., Fang C., Wang Y. Consumer behavior and mobile payment: An empirical study of the restaurant industry. URL: <http://surl.li/mtobk>.
6. Esfahani S.S., Ozturk A.B. The influence of individual differences on NFC-based mobile payment adoption in the restaurant industry. URL: <http://surl.li/mtobs>.
7. Їж, труси, плати – швидкий спосіб розрахунку в ресторанах. URL: <http://surl.li/mtocf>.

М. К. Паво, Л. Г. Бойко

*Університет імені Альфреда Нобеля,
м. Дніпро*

ВПЛИВ ІНДУСТРІЇ РОЗВАГ НА РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

У данній публікації розглянуто вплив сучасної індустрії розваг на туризм, де цифрові технології визначають нові стандарти споживання та формують туристичний досвід. Інноваційні технології, такі як віртуальна реальність та штучний інтелект, сприяють плануванню та бронюванню подорожей, розширюють можливості маршрутів і впливають на маркетинг у туризмі. Публікація також звертає увагу на етичні та безпекові аспекти використання технологій у туризмі.

Ключові слова: *цифрові технології, інновації, туризм, віртуальна реальність, маркетинг.*

This publication examines the impact of the modern entertainment industry on tourism, where digital technologies set new consumption standards and shape the tourist experience. Innovative technologies, such as virtual reality and artificial intelligence, contribute to travel planning and booking, expand route possibilities, and influence tourism marketing. The publication also highlights ethical and safety aspects of technology use in tourism.

Keywords: *digital technologies, innovation, tourism, virtual reality, marketing.*

Сучасна індустрія розваг на сьогоднішній день визначає нові стандарти споживання в суспільстві. Її вплив на різні сфери життя, зокрема туризм, стає невід'ємною складовою формування туристичного досвіду. Однією з ключових тенденцій цього впливу є зростання популярності цифрових розваг, таких як віртуальна реальність, ігри з розширеною реальністю та потокове мультимедійне споживання [1].

Ці цифрові технології неухильно впливають на вибір туристів і формування їхньої мотивації подорожувати. Відчуття унікальності та неповторності подорожі стає ще більш актуальним завдяки віртуальним та розширеним реальностям, які дозволяють туристам зануритися в новий світ емоцій та вражень.

Ще однією ключовою аспектом сучасної туристичної індустрії є використання інноваційних технологій та інформаційних систем. Ці технології виконують ключову роль у вдосконаленні якості подорожей, розваг та наданні індивідуалізованого обслуговування. Зокрема, впровадження цифрових інструментів, таких як мобільні додатки, розумні технології, системи штучного інтелекту та блокчейн, значно полегшує процес планування, бронювання та пошуку розваг для туриста.

Зокрема, інновації в технологіях дозволяють створювати персоналізовані маршрути, враховуючи індивідуальні вподобання та інтереси туристів. Також вони сприяють розвитку концепції «умного туризму», що передбачає використання сучасних технологій для створення ефективних та сталої туристичної інфраструктури.

У контексті висування нових вимог щодо якості та унікальності туристичного продукту, інноваційні технології дозволяють розширювати межі та створювати неповторні туристичні враження. Інтерактивні витвори мистецтва, використання доповненої реальності для історичних екскурсій та інші форми цифрового контенту доповнюють традиційні види туристичних розваг, роблячи подорожі більш захопливими та запам'ятовуваними [2].

У зв'язку зі зростанням популярності сучасних розваг, таких як стрімінгові платформи, відеоігри та соціальні мережі, туристична індустрія виявляє схильність до адаптації під змінюючіться смаки та очікування клієнтів. Важливим елементом впровадження інновацій у сфері туризму є здатність адаптуватися до швидкозмінюючого технологічного середовища та розуміння цифрового способу життя сучасного туриста.

Відзначаючи динаміку сучасної туристичної індустрії, слід відзначити, що вплив цифрових розваг на туризм також розширює можливості маркетингу та реклами. Соціальні мережі, блоги та відео-контент стають суттєвим інструментом для просування туристичних напрямків та об'єктів. Інфлюенсер-маркетинг і онлайн-рецензії вирішують питання вибору місць для подорожей для багатьох туристів.

Застосування віртуальної реальності в туризмі також дозволяє потенційним туристам отримати передпроектний перегляд місць, які вони планують відвідати. Це допомагає у подоланні геогра-

фічних та культурних бар'єрів та може вплинути на рішення щодо вибору туристичного напрямку.

Однак разом із всією цією інноваційною активністю важливо враховувати етичні та безпекові аспекти. Зростання залежності від технологій може викликати проблеми щодо конфіденційності та безпеки особистих даних туристів. Також, необхідно вирішувати питання доступності технологій для всіх категорій туристів, щоб забезпечити інклюзивність та рівний доступ до туристичних можливостей [3].

Усі ці аспекти вказують на те, що сучасна туристична індустрія переживає період інтенсивних змін, де інновації та технології грають ключову роль у формуванні та зміні туристичного досвіду. Взаємодія між розвагами та туризмом відкриває нові можливості для розвитку галузі та забезпечення туристам неповторних і захопливих пригод.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондаренко С.М., Герасименко К.М., Аналіз тенденцій розвитку ринку розваг та відпочинку. Інфраструктура ринку. 2020. № 48. С. 94-98.
2. Зубехіна Т., Ольхова-Марчук Н., Кушнір В. Сучасні тенденції застосування інноваційних технологій у туристичній сфері. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2021. № 4. С. 181–188.
3. Гнідіна В. Особливості та тенденції розвитку індустрії розваг в Україні. Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання : Збірник тез Всеукраїнської студентської науково-технічної конференції, 25–26 квітня 2017 р. Тернопіль : ТНТУ, 2017. № 2. С. 37–38.

І. А. Романюк

Криворізький державний педагогічний університет

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто вплив цифрових інновацій на конкурентоспроможність туристичних підприємств в Україні. Зазначено конкретні приклади використання цифрових технологій, таких як мобільні додатки, онлайн-платформи для бронювання, соціальні мережі, віртуальна реальність та онлайн-сервіси транспорту, в контексті поліпшення туристичного досвіду та залучення нових клієнтів. Аргументовано, що інтеграція цих технологій стає ключовим елементом стратегії розвитку та успіху в українській туристичній галузі. Висвітлено як позитивні аспекти, так і виклики, що супроводжують цей технологічний розвиток.

Ключові слова: Цифрові інновації, туристичні підприємства, конкурентоспроможність, технологічний розвиток.

The article considers the impact of digital innovations on the competitiveness of tourism enterprises in Ukraine. Specific examples of the use of digital technologies, such as mobile applications, online booking platforms, social networks, virtual reality and online transportation services, in the context of improving the tourist experience and attracting new customers are indicated. It is argued that the integration of these technologies is becoming a key element of the development strategy and success in the Ukrainian tourism industry. Both positive aspects and challenges accompanying this technological development are highlighted.

Keywords: Digital innovations, tourism enterprises, competitiveness, technological development.

Сучасний світ перетинається з безпрецедентним розвитком цифрових технологій, що революціонізують різні галузі економіки. У контексті туристичної індустрії цей технологічний прорив стає визначальним фактором в підвищенні конкурентоспроможності. Однією з ключових переваг використання цифрових технологій є підвищення рівня зручності для туристів. Сучасні мобільні додатки, онлайн-платформи та інші цифрові інструменти дозволяють подорожуючим легко планувати свої маршрути, бронювати готелі, знаходити ресторани та взагалі забезпечувати комфортний туристичний досвід. Це не лише забезпечує клієнтам більш швидкий та ефективний доступ до інформації, але і дозволяє туристичним підприємствам ефективно просувати свої послуги [1, с. 126]. Деякі українські туристичні компанії розробили мобільні додатки, які допомагають подорожникам планувати маршрути, знаходити цікаві місця та здійснювати бронювання. Наприклад, додатки, які надають інформацію про історію пам'яток, рекомендації щодо ресторанів та готелів. Українські готелі та ресторани активно використовують онлайн-платформи для бронювання, такі як Booking.com, Airbnb та інші. Це дозволяє їм привертати більше міжнародних туристів і підвищувати свою конкурентоспроможність.

Цифрові інновації стали критичним інструментом в управлінні маркетинговими стратегіями туристичних компаній. Соціальні мережі, віртуальна реальність та інші цифрові платформи дозволяють підприємствам створювати ефективні кампанії з просування, привертати увагу та взаємодіяти з аудиторією. Особливо важливою стає можливість створення персоналізованих пропозицій для кожного клієнта, що сприяє підвищенню лояльності та конкурентоспроможності на ринку. Туристичні агентства та

готелі в Україні активно використовують соціальні мережі для маркетингу та залучення нових клієнтів. Створення привабливих фотографій та відео, розміщення їх у Інтернеті сприяє підвищенню інтересу до туристичних об'єктів та послуг.

Важливим аспектом впливу цифрових інновацій є їхня роль у зборі та аналізі даних. Технології штучного інтелекту та аналітика дозволяють туристичним компаніям зрозуміти поведінку своїх клієнтів, адаптувати послуги до їхніх потреб та прогнозувати тенденції ринку. Це дозволяє підприємствам бути гнучкими та швидко реагувати на зміни в попиті, що є ключовим елементом в конкурентному середовищі [2, с. 200]. Наступним суттєвим аспектом в контексті впливу цифрових інновацій є здатність туристичних підприємств до удосконалення своїх операцій та забезпечення ефективного управління ресурсами. Використання систем управління гостьовими відгуками, автоматизація процесів бронювання та інші цифрові інструменти дозволяють підприємствам оптимізувати свою роботу, зменшуючи витрати та підвищуючи продуктивність.

Паралельно з цим, цифрові технології стають інструментом для підвищення безпеки та забезпечення комфортної подорожі для клієнтів. Від систем безконтактного розрахунку до використання розпізнавання обличчя для ідентифікації та безпеки, технології вносять інновації, що сприяють покращенню загального враження від подорожі. Однак, на шляху до цифрового трансформування, підприємствам також доводиться стикатися з викликами, такими як кібербезпека та захист особистих даних. Забезпечення безпеки онлайн-транзакцій та захист особистої інформації клієнтів стає надзвичайно важливою складовою успіху у цифровому світі. Цифрові інновації не просто модний тренд, але необхідна умова для виживання та розвитку туристичних підприємств у сучасному світі [3-4]. Ті, хто успішно інтегрує ці технології в свою діяльність, отримують значущі переваги в плані конкурентоспроможності, задоволення клієнтів та ефективного управління. Таким чином, інвестиції у цифрові інновації стають ключовим елементом стратегії розвитку та успіху у туристичній галузі.

Напрямки цифрових інновацій в туристичній сфері продовжують розширюватися, забезпечуючи нові можливості для підприємств. Розробка віртуальної реальності та розширеної реаль-

ності відкриває нові горизонти для туристичного маркетингу, дозволяючи клієнтам зазирати в свої майбутні подорожі ще до того, як вони відправляться в подорож фізично. Це не лише створює унікальний іммерсивний досвід, але також допомагає підприємствам привертати увагу до своїх унікальних пропозицій. Деякі регіони в Україні використовують технологію віртуальної реальності для привертання уваги до своїх туристичних атракцій. Це може бути віртуальні тури чи інтерактивні презентації, що дозволяють подорожникам зазирнути в атмосферу місця з власного комп'ютера чи смартфона.

Зрозуміло, що цифрові технології не є панацеєю, і для їх успішного впровадження необхідна якісна стратегія та відповідальний підхід. Компанії повинні бути готові до постійних змін, адаптації до нових технологій та навчання свого персоналу. Також важливо враховувати різноманітність потреб та очікувань різних сегментів аудиторії. Отже, цифрові інновації у туризмі визначають новий стандарт ефективності та конкурентоспроможності. Це відкриває нові можливості для залучення клієнтів, оптимізації бізнес-процесів та створення унікального та персоналізованого досвіду для подорожуючих. Тільки ті, хто буде активно впроваджувати ці технології та гнучко адаптуватися до змін, зможуть залишатися попереду у конкурентній боротьбі в туристичній індустрії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Севідова І.О., Мандич О.В., Квятко Т.М., Бабко Н.М., Романюк І.А. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ, 2020. 200 с.
2. Мандич О.В. Удосконалення рекламних та маркетингових продуктів для розвитку підприємств сільського зеленого туризму. *Боголібські читання: матер. І Всеукр. конф., 18 вересня 2020 р., Переяслав* : ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», 2020. С. 200-201.
3. Квятко Т.М., Мандич О.В., Севідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.
4. Romaniuk I.A. The main aspects of innovation and investment activities of the enterprises of rural tourism. Innovative tools for socio-economic systems' development: monograph. Ed. by O. Mandych, A. Ostenda. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Technicznej w Katowicach, 2019. С. 240-246.

ІННОВАЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ: ЗНАЧЕННЯ ТА ВПЛИВ

В роботі дається визначення інноваціям. Аналізується місце інновацій в міжнародному туризмі, їх значення та вплив на цю сферу. Крім цього в даній роботі розглядаються приклади інновацій в міжнародному туризмі. В кінці роботи приводяться деякий перелік проблем використання інновацій в міжнародному туризмі, а також шляхи їх вирішення.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, туризм, міжнародний туризм, туристична галузь.

Innovations are defined in the work. The place of innovations in international tourism, their importance and impact on this sphere is analyzed. In addition, this work examines examples of innovations in international tourism. At the end of the work, a list of problems of using innovations in international tourism, as well as ways to solve them, is presented.

Key words: innovations, innovative activity, tourism, international tourism, tourism industry.

Постановка проблеми. В останні роки туризм не тільки займає одне з ключових місць в економічному житті кожної країни світу, вважається особливо прибутковим і швидко розвивається у сфері економічної діяльності, але також має особливе значення, зокрема для слаборозвинених країн, оскільки це один із засобів, що сприяє економічному зростанню.

Крім того, сьогодні у людей все більше виникає потреба в активному відпочинку, отриманні нових емоцій та вражень. У них все частіше виникає бажання відволіктися від повсякденної метушні і дізнатися багато нового для себе. Тому, з кожним роком збільшується кількість поїздок до різних країн і все більше розвивається міжнародний туризм, який відіграє величезну роль у сучасному світі.

В даний час на розвиток туризму впливає багато різноманітних факторів: природно-географічних, економічних, соціальних, транспорт, зв'язок, інформаційні технології, а також інновації.

Мета даної роботи – розглянути значення інновацій та їх вплив на міжнародний туризм.

Виклад основного матеріалу. Саме зараз, в епоху високих технологій, велика увага приділяється інноваціям і побудові

інноваційного світу. Сьогодні можна сказати, що використовувати у своїй діяльності інновації, або іншими словами, «науково-технічну творчість» означає «йти в ногу з часом», десь навіть випереджаючи тих, хто ще не застосував у своїй роботі нові технології та методи.

Визначення «інновація» походить від латинського слова «novato», що означає «оновлення», і префікса «in», що буквально перекладається як «у напрямку».

Термін «інновація» вперше використав на початку ХХ століття відомий економіст Йозеф Шумпетер як зміни з метою впровадження та використання нових видів споживчих товарів, нових засобів виробництва та транспорту, ринків і форм організації промисловості. Нині в науковій літературі існує досить багато визначень інновацій.

У найбільш абстрактному вигляді визначення інновації дав англійський професор В.Р. Спенсер: інновація – це щось абсолютно нове в конкретній ситуації, що може бути використано, коли ми це усвідомили. Незважаючи на свою абстрактність, це визначення включає три важливі складові:

- інновація – це нове явище для людей, які мають відношення до цього явища;
- інновація – це нове явище, усвідомлене людиною;
- інновація – це нове явище, яке можна використовувати безпосередньо [4].

Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність», інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери. Інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [3].

Інновація – це не будь-яке нововведення, а лише те, за допомогою якого вдалося значно підвищити ефективність процесу або якісно поліпшити продукт.

Ключовою характеристикою інновації є її практична цінність та економічна вигода. Тобто інновації приносять прибуток

комерційним організаціям. Це дозволяє пережити кризу, підвищити якість роботи або збільшити вартість вдосконаленого продукту.

Туристичні підприємства все більше беруть участь у створенні нових технологій і впровадженні інноваційних продуктів для отримання вигоди. Інновації у сфері туризму спрямовані на створення нового продукту, нових підходів до маркетингової діяльності, а також застосування нових методів управління з використанням ІТ-технологій. Впровадження інновацій сприятиме підвищенню конкурентоспроможності туристичних підприємств. А створення нових видів туризму та перспективи розвитку стимулюватимуть зростання споживчого попиту на ринку туристичних послуг.

Поява сучасних засобів інформації та комунікації справила глибокий вплив на суспільне виробництво та життя людей. Сьогодні сучасну туристичну діяльність і роботу туристичних компаній неможливо уявити без Інтернету, оскільки підбір турів, бронювання, пошук готелів і купівля квитків вже на 90% здійснюються з його допомогою [5, с. 19].

Наприклад, в іспанських готелях оператора «Novotel» будуть віртуальні консьєржі, які дозволять відвідувачам отримувати всю необхідну інформацію, а також користуватися різноманітними послугами. Кібернетичними консьєржами стануть дисплеї, встановлені в холах готелів, за допомогою яких гості зможуть виходити в Інтернет, отримувати інформацію про погоду, транспорт і найближчі визначні пам'ятки тощо. Цей приклад демонструє вплив інновацій на ринок праці.

У німецькому місті Магдебург успішно реалізується проект мешканців міста з кількома готелями «Мої гості сплять краще»: для членів сімей та друзів, що приїжджають, городяни бронюють готель з великими знижками.

Кінотуризм – організація екскурсійних турів місцями зйомок відомих фільмів. Даний вид відпочинку набув великої популярності в 2000-х роках за кордоном. Наприклад, після виходу фільму «Код Да Вінчі» французький Лувр відвідали рекордну кількість людей. Турфірми розробляють маршрути кількома країнами, складають карти, рейтинги турів за популярністю фільмів та ін.

Онлайн-реєстрація в аеропортах. Зараз для нас це вже здається нормою, але ще нещодавно ніхто не знав про це, доки американська

компанія «Alaska Airlines» не почала застосовувати цю технологію.

Екологічний туризм. Цей порівняно новий вид відпочинку передбачає проживання туристів у приватному будинку у сільській місцевості, в оточенні природи. Господарями таких будинків створюються усі необхідні умови для прийому відпочиваючих. Є різні види екотуризму: історичний, науковий, поїздки до незайманих та важкодоступних місць. Екологічний туризм активно розвивається в Азії (Лаос, Індія), Південній Америці (Перу, Еквадор), Африці (Кенія) та інших країнах.

Науковий музей NEMO – чудовий приклад туристичної інновації у вигляді створення незвичайних пам'яток. Будівля після кількох років реконструкції набула сучасного вигляду та приваблює багатьох любителів науки та інформаційних технологій.

Віртуальні музеї. Відвідування експозицій відомих музеїв через Інтернет. Найчастіше це реально існуючі музеї з розробленими інтерактивними можливостями, які дозволяють без особистого візиту пересуватися залами, дивитися тривимірні зображення, вивчати інформацію про експонати. Наприклад – музей Ван Гога в Амстердамі, музеї Ватикану та багато інших [1].

Внаслідок колосальних втрат від COVID-19 туристична галузь, перш за все, потребує інновацій. Запроваджені більшістю країн під час епідемії обмеження на міжнародне пересування громадян радикально скоротили туристичні потоки і, відповідно, заповнюваність готелів по всьому світу. У такій кризовій ситуації особливо постраждали туроператорські та турагентські компанії, а також різноманітні заклади розміщення.

На момент поширення COVID-19 стан туристичної галузі характеризувався як вкрай нестабільний і критичний. Повсюдно було призупинено міжнародне авіасполучення, більшість країн закрили свої кордони для іноземних громадян, через що уповільнився розвиток міжнародного туризму.

Для стабілізації ситуації на ринку туризму та готельного господарства необхідно розробляти та впроваджувати інноваційні рішення на всіх рівнях управління економікою.

Інноваційні рішення, які використовуються для зменшення впливу негативних наслідків пандемії та пом'якшення кризової ситуації в індустрії туризму та гостинності, полягають у наступних напрямках:

- вихід на нові ринки;
- створення нового туристично-готельного продукту (послуги);
- впровадження інноваційних цифрових технологій;
- інноваційні рішення у сфері маркетингу та просування туристичних і готельних послуг і туристичних дестинацій;
- організаційні зміни в структурі підприємства індустрії туризму та гостинності;
- інновації в управлінні персоналом підприємств індустрії туризму та гостинності;
- зміни в системі управління туристичним і готельним бізнесом [2].

Висновки. Таким чином, розвиток інноваційних технологій в туристичній діяльності є перспективним. У багатьох країнах туризм є основним доходом бізнесу. Окрім прямих фінансових надходжень, міжнародний туризм приносить багато позитивних переваг – він сприяє:

- оздоровленню людей;
- збереженню пам'яток історико-культурної спадщини;
- контактам між громадянами різних країн.

Для багатьох людей міжнародний туризм дає можливість працювати та жити гідно.

Перспективним напрямом подальших досліджень є розробка прикладних напрямів інноваційної діяльності для туристичних підприємств з урахуванням особливостей інноваційної діяльності у туризмі, принципів застосування інновацій, сучасних форм інновацій, потенційних напрямів інновації та за ідентифікації факторів впливу на інноваційну активність в міжнародному туризмі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Влащенко Н. М., Тонкошкур М. В. Інноваційні технології в туризмі: навч. посібн. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 214 с.
2. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності: навч. посібн. Київ: Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.
3. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 р. №40-IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 02.11.2023).
4. Романів П. В. Управління інноваційним розвитком туризму: навч. посіб. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 198 с.
5. Сардак С. Е. Саркісян А. С. Інноваційні аспекти розвитку міжнародного туризму. *Економічний простір*. 2018. № 138. С. 18-28. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/317> (дата звернення: 01.11.2023).

КЕМПІНГОВИЙ ТУРИЗМ ЯК НОВИЙ НАПРЯМ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

У роботі досліджено новий напрям кемпінгу на туристичному ринку. В результаті дослідження виявлено сутність та причини популярності кемпінгового відпочинку, ідентифікуються потенційні локації в Україні. Автор розглядає економічні та екологічні вигоди, а також активні види відпочинку на туристичному ринку України. Робота підкреслює соціокультурний вплив та визначає перспективи розвитку кемпінгового туризму в Україні, та потенціал його розвитку на національному туристичному ринку.

Ключові слова: кемпінг, активний туризм, внутрішній туризм, скаутинг, туристичний ринок

The paper explores the new direction of camping in the tourism market. The study reveals the essence and reasons for the popularity of camping, identifies potential locations in Ukraine. The author examines the economic and environmental benefits, as well as active types of recreation in the Ukrainian tourism market. The paper emphasizes the socio-cultural impact and identifies the prospects for the development of camping tourism in Ukraine and the potential for its development in the national tourism market.

Key words. camping, active tourism, domestic tourism, scouting, tourism market

Постановка проблеми. Малодоступність кемпінгу в Україні для широкого кола туристів. Непопулярність цього виду туризму. Ключовою проблемою є відсутність інфраструктури для кемпінгу. Відсутність чіткої підтримки від держави та стимулювання соціальних та економічних аспектів кемпінгового туризму ставить під загрозу його потенціал для залучення інвестицій.

Мета роботи. Мета цієї роботи полягає в аналізі існуючих труднощів, які гальмують розвиток кемпінгу в Україні. Розгляд потенційних локацій для кемпінгу та маршрутів до них. Визначення взаємодії кемпінгового туризму з культурними та соціальними аспектами суспільства.

Виклад основного матеріалу. Кемпінг представляє собою спосіб провести час на природі, включаючи ночівлю поза домом, будь то у наметі чи спеціально обладнаному автомобілі. У ідеалі, кемпінг – це організована територія, де можна прибути автомобілем, залишивши його на майданчику кемпінгу, а опціонально встановити намет поруч, часто неподалік від транспортного засобу, або мати окремі зони для паркування та розгортання наметів. Місцезнаходження повинне бути за межами міста, неподалік від

природних крас або просто в живописному оточенні. Також, на території кемпінгу повинні бути зручності, такі як місця для вогнища, душа, туалета, а також спеціально обладнані місця для сміття та його вивезення. Іноді доступна повноцінна кухня та можливість зарядити електронні пристрої. Крім того, існують кемпінги з системою безпеки. Загалом, кемпінги можуть бути як безкоштовними, надаючи просто місця для наметів, так і платними, де надаються всі вищезазначені зручності.

У галузі світового туризму існує різноманіття критеріїв для класифікації кемпінгів. Загалом, існує десять видів сучасних кемпінгів, які, хоч і схожі між собою, виявляють власні властивості. Отже нижче розглянеми види кемпінгів [1].

Перший вид – наметове містечко, наметовий кемпінг. Це найпростіший вид, який базується на встановленні намету в природні місцевості, де туристи проводять більшу частину свого часу. В Україні такі кемпінги, зазвичай, розташовані на узбережжі морів. Прикладом можуть слугувати наметові містечка «Гармонія», «Фаворит», «Лагуна», «Сосновий бір».

Другий вид – туристичний похід. Головною відмінністю є те, що туристи знаходяться в постійному русі, лише зупиняючись на ночівлю в найбільш зручному місці. Такі подорожі являють собою організовані походи без посередників. Туристи постійно знаходяться в русі, що дає можливість познайомитись з місцевим поселенням, з природою, а також, відвідати більшу кількість цікавих місць. Головною особливістю є рюкзак зі стандартним набором екіпіровки.

Третій вид – кемпінг для тих, хто намагається «вижити». Завдання туриста – знайти їжу, захиститися від нападу хижих звірів, знайти вихід до цивілізації.

Четвертий тип кемпінгу – подієвий, який представляє собою тимчасовий наметовий табір, що діє під час якихось фестивалів, свят, подій, заходів. Наприклад, кемпінг зона на території фестивалю «Atlas Weekend» у Києві.

П'ятий вид – кемпінг для подорожуючих на авто-будинках. Плюсом такого засобу є те, що турист більш мобільний, може зупинитися будь-де, де це дозволено.

Шостий – кемпінг-курорт, який розташований поблизу природних ресурсів, які мають лікувальні якості.

Сьомий вид – кемпінг-реконструкція. Такий тип полягає в тому, щоб реконструювати історичну або будь-яку подію життя. Наприклад, наметове містечко воїнів громадянської війни, хрестових походів.

Восьмий тип схожий на туристичний похід, називається «кемпінг-пригоди». Головною метою є пригоди. Вдень турист подорожує природою, вночі - відпочиває в наметі.

Дев'ятий тип – кемпінг для велосипедистів. Це новий, але швидко зростаючий тип. Основою є велосипед та легкий намет.

Десятий вид цієї класифікації є тематичний, схожий на кемпінг-реконструкцію, але базується на тому, що в одному місці збираються люди зі схожими інтересами, які можуть варіюватися від біології (пошук рослин) та до кіноіндустрії.

Поширеною є класифікація за способом організації. В цьому випадку кемпінги поділяються на:

Облаштовані та офіційно зареєстровані. Сюди приїжджають на своїх автобудинках, зі своїми наметам. Тут пропонують ряд послуг: санітарні вузли, душ, воду, електроенергію, організований вивіз сміття. Зазвичай, існують списки таких кемпінгових зон або вони зазначені на картах (Google maps).

Самостійна організація кемпінгової зони, частіше називають «дикий» відпочинок. Такий вид відпочинку поширений в Україні на Кінбурнській, Тендрівській косах та Джарилгач.

Приклад облаштованих локацій для кемпінгу в Україні: Кемпінги Київської області. «Рибальський стан». Найближчий до столиці кемпінг знаходиться на березі Київського моря. Київське водосховище – це не тільки романтика, сосновий ліс і пісочний пляж, але й багата інфраструктура. Прибережна територія обладнана альтанками, є майданчик для волейболу та футболу, туалети, душові кабінки, парковка (в тому числі для водного транспорту), зона Wi-Fi, а також продуктовий і рибний магазини та кафе. Територія закрита. Для постояльців є місця, де можна поставити намет, а також дерев'яні будиночки. Доступна оренда банана, гідроциклів і прогулянкового катера. Якщо є бажання можливо порибалити. Розташування: кемпінг розташовується за 20 кілометрів від Вишгорода в сторону села Ровжі. **«Кемпінг №1 Київ»** Цей кемпінг знаходиться в межах міста, на території Національного комплексу «Експоцентр України». Велика територія на 300 місць

для автобудинків, наметове містечко, електроживлення, заправка чистою водою, туалети та душові, міні-кухня, Wi-Fi та навіть відкритий басейн – в розпорядженні відпочивальників. Розташування: м. Київ, вул. Ак. Заболотного, 11

Кемпінг в Карпатах. Кемп-табір «Рив'єра» на річці Чорний Черемош. Табір надає можливість зупинитися як в дерев'яному котеджі (місткість кожного – до 12 осіб), так і в наметі на вулиці. Гірські пейзажі, чисте повітря та дзюрчання річки додадуть романтики вашій ночівлі. На території є невеличкий дитячий майданчик і волейбольне поле. Звичайно ж, на цій базі відпочинку також передбачені численні послуги: рафтинг, квадроцикли та інші розваги, можна замовити тур. Розташування: Івано-Франківська область, село Ільці Верховинського району. **«Кемпінг під Маковиці»** Велика зелена територія (більше 1 гектара), 7 наметів, літній душ, доступ до електромережі, подушка і матрац, санвузол, альтанка, мангал – все це надає кемпінг в Яремче, який знаходиться прямо біля підніжжя гори Маковиця. Холодна вода подається безперебійно, з приводу гарячої необхідно домовлятися. Дрова для мангала платні. З мінусів: найближчі кафе та магазин знаходяться на відстані двох кілометрів від наметового містечка. Проте всього в кілометрі від нього – знаменитий водоспад Пробій. Розташування: Івано-Франківська область, Яремче. [1].

Це не повний перелік облаштованих кемпінгів в цих областях, також існували місця на узбережжях Чорного та Азовського морів.

Висновки. Кемпінг в Україні перспективний вид туризму, який має різноманітні можливості для різних категорій туристів. Підкреслення економічного потенціалу кемпінгового туризму для розвитку регіональних галузей. Зазначення важливості розташування кемпінгів в привабливих місцях. В цілому, кемпінг може сприяти розвитку туризму в країні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Наодинці з природою: кемпінгові табори України. Doba. веб-сайт.
URL: <https://doba.ua/ukr/blog/naodintsi-z-prirodoyu-kempingovi-tabori-ukraini.html> (дата звернення: 19.10.2023)
2. Кемпінг:комфортний відпочинок. веб-сайт.
URL: <https://www.gorgany.com/pro/camping/> (дата звернення: 08.11.2023)

РОЗДІЛ 4

СПОРТИВНИЙ, РЕКРЕАЦІЙНИЙ, ПРИГОДНИЦЬКИЙ ТУРИЗМ

Є. В. Андросов, В. М. Зігунов

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

ПЕРЕДУМОВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В тезах визначені основні особливості та сучасні тенденції в галузі активного туризму, передумови та перспективи його розвитку та внеску в розбудову регіонів України.

Ключові слова. *Активний туризм, ринок активного туризму, маркетингові заходи, інвестиції.*

Abstract. The theses outline the main features and current trends in the field of adventure tourism, prerequisites, and prospects for its development, as well as its contribution to the development of regions in Ukraine.

Keywords: *adventure tourism, adventure tourism market, marketing measures, investments.*

Активний туризм стає все більш популярним серед українських та міжнародних туристів, забезпечуючи не тільки новий підхід до відпочинку, але й впливаючи на сам спосіб подорожей. Активний туризм – це форма туризму, яка передбачає активну участь туристів у фізичних та пригодницьких виданнях під час подорожі. Ця форма туризму часто включає в себе заняття різноманітними спортивними та пригодницькими видами, такими як велосипедний, гірськолижний спорт, каякінг, альпінізм, пішохідний, гірський туризм, спелеологія тощо. Активний туризм спрямований на тих, хто шукає не лише відпочинок, а й фізичну активність, йде на виклик та взаємодію з природою та оточуючим середовищем.

У складні часи військових подій в Україні змінюється сприйняття відпочинку, де активний туризм витісняє традиційний відпочинок, зростає інтерес до здорового способу життя та екологічної свідомості. Екстремальні види активного туризму, такі

як гірський, велосипедний туризм, альпінізм тощо, формують привабливість активного відпочинку для туристів. Одним з основних мориваторів для обрання активного виду туризму відіграє взаємодія людини з навколишнім середовищем. Зростання популярності активного туризму в Україні та світі визначається комплексом чинників, які включають зміни в споживацьких уподобаннях, збільшення інтересу до здоров'язбережувальних технологій [2]. Цей тренд має значущий вплив на глобальний туристичний ринок та вимагає уваги від туристичної індустрії України у вигляді нової стратегії розвитку активного туризму. Природні та культурні ресурси України виступають ключовими факторами у розвитку активного туризму. Їх вдале використання, збереження та підтримка сприятимуть не лише розвитку туристичної галузі, але й зміцненню ідентичності країни та сприянню сталому розвитку регіонів [3].

Початковий активний туризм розпочався з середини ХХ століття у вигляді пішохідного туризму, який передбачав основним чином піші походи з подоланням великих відстаней пішки, взявши з собою необхідні ресурси для самостійного пересування. Період зростання популярності альпінізму та скелелазіння в горах, це середина ХХ - початку ХХІ століття, призвело до розвитку гірського, а надалі і пригодницького туризму, такого як рафтинг, каякінг та інші види екстремальних пригод. На даний час безпека та комунікація під час активного туризму неможлива без мобільних додатків та використання сучасних технологій для покращення навігації. Зростає інтерес до сталого туризму, нестандартних форм активного відпочинку та ризиків в Україні та регіонах [1]. Привабливість країни для туристів, які шукають активний та пригодницький відпочинок, включає в себе різноманітні аспекти, які можна врахувати при оцінці потенціалу активного туризму в країні: природні ресурси; інфраструктура для активного відпочинку; розвиток екстремальних видів спорту в регіоні; культурно-історичний контекст; забезпечення належного рівня безпеки для туристів, які займаються активним відпочинком; якість та ефективність маркетингових кампаній для привертання туристів, які цікавляться активним відпочинком; ландшафтні та екологічні аспекти; готельна база та послуги; транспортна доступність; законодавча та регуляторна база.

Загальна оцінка потенціалу активного туризму в країні вимагає комплексного підходу та співпраці між урядовими органами, місцевими громадами та приватним сектором.

Ринок активного туризму в Україні стикається з рядом проблем та викликів, які впливають на його розвиток. Ось деякі з них: 1. Інфраструктурні обмеження: багато регіонів України не мають достатньої туристичної інфраструктури для задоволення потреб активних туристів. Відсутність шляхів, кемпінгів, альпіністських баз, веломаршрутів тощо може обмежувати можливості для активного відпочинку. 2. Відсутність фінансування: багато проектів з розвитку активного туризму стикаються з відсутністю фінансування. Це може обмежувати можливості створення нових маршрутів, організацію заходів та покращення інфраструктури. 3. Екологічні питання: розвиток активного туризму може призводити до екологічних проблем, таких як забруднення природи, незаконне будівництво на захищених територіях, порушення екосистем і т.д. Ефективне управління екологічними питаннями є важливим завданням для сталого розвитку активного туризму. 4. Низька обізнаність: відсутність інформації про можливості активного туризму в Україні та відсутність просування можуть обмежувати інтерес туристів до цього виду відпочинку. 5. Бюрократичні труднощі: процес отримання необхідних дозволів для організації та розвитку туристичних проектів може бути складним та тривалим через бюрократичні обмеження. 6. Безпека: деякі регіони можуть бути нестабільними з погляду політичної, соціальної, військової ситуації, що може впливати на безпеку туристів. 7. Недостатня реклама: активний туризм не завжди отримує достатню рекламу в порівнянні з іншими видами туризму, такими як культурний туризм або пляжний відпочинок. Для подолання цих викликів важливо встановлення ефективної співпраці між державними органами, бізнесом, та громадськими організаціями для створення сприятливого середовища для розвитку активного туризму в Україні.

Загальними тенденціями та факторами, які можуть впливати на ріст та розвиток активного туризму в Україні може стати:

1. Збільшення інтересу до природних ресурсів: зростає увага до екології та природних ресурсів може стимулювати попит на активний туризм, такий як піший, гірський, велосипедний туризм, альпінізм, сплави річками тощо.

2. Розвиток інфраструктури: інвестиції у розвиток туристичної інфраструктури, включаючи стежки для піших та велосипедних маршрутів, кемпінги, гірськолижні курорти тощо, можуть підтримати розвиток активного туризму [4].
3. Культурний туризм: збільшення інтересу до культурної спадщини може призвести до зростання туристичного попиту на піші екскурсії та інші види активного відпочинку, пов'язані із вивченням історії та традицій різних регіонів України.
4. Активізація спортивних подій: проведення різноманітних спортивних заходів, таких як марафони, триатлони, гірські змагання, може залучити увагу активних туристів.
5. Підтримка від держави та громадських організацій: заохочення урядом та громадськими організаціями розвитку активного туризму, включаючи створення нових маршрутів та програм, може стати додатковим каталізатором для його росту. Ці фактори можуть змінюватися в залежності від економічних, соціальних та політичних умов в країні. Розвиток активного туризму в Україні може бути обумовлений великою кількістю чинників, і важливо враховувати всі аспекти цього питання при формуванні прогнозів.

Висновки. На основі проведеного аналізу можна зробити кілька висновків щодо розвитку ринку активного туризму в Україні.

1. Ринок активного туризму в Україні має великий потенціал, оскільки країна має природні ресурси, гірські масиви, річки та озера, що робить її привабливою для прихильників активного відпочинку.
2. Інфраструктура та сервіс: однак, існуюча інфраструктура для активного туризму в Україні може бути покращена. Необхідно інвестувати в розвиток туризму, обладнання для екстремальних видів спорту та інші сервіси, які зроблять подорожі більш комфортними та безпечними.
3. Маркетинг та реклама: Важливим елементом розвитку ринку є активна маркетингова кампанія як в регіонах, в Україні, так і за її межами. Промоція активного туризму через соціальні мережі, спеціалізовані заходи та партнерства може значно збільшити популярність цього виду відпочинку.
4. Навчання та безпека: Розвиток системи навчання та безпеки для туристів є критичним аспектом. Необхідно створити програми навчання для гідів та туристів, а також забезпечити належний контроль за дотриманням стандартів безпеки під час активних подорожей.
5. Співпраця з місцевими громадами: Розвиток активного туризму

повинен бути інтегрованим зусиллям з місцевими громадами. Співпраця з ними допоможе створити стійкий та взаємовигідний розвиток для всіх сторін.

Рекомендації для подальшого розвитку ринку активного туризму в Україні: 1. Створення національної стратегії: Потрібна розробка національної стратегії розвитку активного туризму, яка включатиме в себе плани інфраструктурного розвитку, маркетингові кампанії та програми навчання. 2. Інвестиції в інфраструктуру: Необхідно залучати інвестиції для поліпшення та розширення інфраструктури для активного туризму, зокрема в гірських регіонах та на водоймах. 3. Створення освітніх програм: Розробка та впровадження освітніх програм для туристів та гідів, які надають інформацію про безпеку, правила поведінки в природі та інші аспекти активного туризму. 4. Маркетинг та просування: Посилення маркетингових кампаній в інтернеті, соціальних мережах, а також у спеціалізованих туристичних заходах та ярмарках. 5. Взаємодія з громадами. Зазначені рекомендації, якщо вони будуть реалізовані, можуть сприяти значному розвитку ринку активного туризму в Україні та зробити його більш конкурентоспроможним на міжнародній арені.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Корнус А. О., Удовиченко І. В., Леонтєва Г. Г., Удовиченко В. В., Корнус О. Г. Географія Сумської області: природа, населення, господарство. Суми: ФОП Наталуха А. С., 2010. 184 с.
2. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території. Монографія. Львів: Новий Світ-2000, 2012. 176 с.
3. Нога А. С., Зігунов В. М. Розвиток регіонального туризму на Сумщині. *Стан і перспективи сучасного туризму: матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції (5–6 грудня 2019 р., м. Суми)*. Суми: ФОП Цьома С. П., 2019. С. 30 – 36
4. Туристичний бізнес в Україні – проблеми та перспективи. URL: <https://eopac.org.ua/turystychnyj-biznes-v-ukrayini-problemy-taperspektyvy/>

ВПЛИВ ФІЗИЧНОЇ ТА ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ НА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ВИСТУПУ КОМАНДИ В СПОРТИВНИХ ЗМАГАННЯХ

В тезах визначено вплив фізичної та психологічної підготовки на результативність виступу команди в спортивних змаганнях, включаючи міжособистісні стосунки, взаємодію спортсменів під час змагань, формування спортивної мотивації, наполегливості, впевненості у досягненні мети.

Ключові слова: спортивні змагання, фізична підготовка, психологічна підготовка, психологічна готовність і підготовленість спортсмена.

he abstract outlines the influence of physical and psychological preparation on the performance of a sports team in competitions, encompassing interpersonal relationships, athletes' interaction during competitions, the formation of sports motivation, perseverance, and confidence in achieving goals.

Key-words: Sports competitions, physical preparation, psychological preparation, psychological readiness and athlete preparedness.

Підготовка спортсменів до змагань у командних видах спорту має свої особливості, оскільки вона включає в себе не лише індивідуальні навички кожного спортсмена, а й взаємодію та координацію всієї команди. Можна виділити деякі ключові аспекти підготовки до командних змагань:

- Командна взаємодія – це комунікація, психологічна сумісність.
- Тактика та стратегія проходження дистанцій змагань та походів.
- Фізична підготовка загальна та спеціальна в залежності від виду змагань та походів з різними кліматичними умовами та різним рельєфом.
- Робота над індивідуальними навичками, що дозволяють кожному члену команди надавати вагомий внесок під час змагань та походів.
- Стратегічна заміна – можливість мати у резерві підготовлених спортсменів, готових замінити вибувших.

Загальна успішність команди залежить від гармонійної роботи усіх її членів. Тренування команди включає в себе не лише підвищення фізичної форми та навичок, але і формування внутрішньої динаміки та співпраці між спортсменами [1].

Фізична та психологічна підготовка є ключовими аспектами підготовки спортсменів високого класу. Головною задачею психологічної підготовки є формування і закріплення відносин які складають основу спортивного характеру, які створюються під впливом зовнішніх чинників зі сторони тренера, осіб, які оточують спортсмена, так і під впливом внутрішньої самоорганізації, тобто в процесі самовиховання спортсмена [4].

Психологічна підготовки спортсмена зумовлює розвиток психічних якостей, необхідних для досягнення високого рівня спортивного вдосконалення, психологічної стійкості і готовності до змагань, що сприяє ефективному проведенню інших видів підготовки: загальнофізичної, спеціальної фізичної, теоретичної, тактичної, технічної, а також є умовою успішного виступу на змаганнях.

Є декілька рівнів психологічної підготовки: психофізіологічний; психологічний; соціально-психологічний. Психологічна підготовка спортсмена дає змогу виявити саме ті його властивості та якості, які забезпечують здатність ефективно виконувати спортивну діяльність.

Психологічна підготовка – це також і педагогічний процес, успішність якого залежить від цілого ряду загальних дидактичних принципів: свідомості та активності, систематичності і послідовності, доступності, індивідуальності та поступовості [4].

Успіхи у командних видах спорту, в тому числі і туристських, прямо залежать від досягнутого рівня взаємодії спортсменів, взаємовиручки, взаємної відповідальності. Особливе піклування тренера та спортсменів – оптимальні міжособистісні стосунки. Міжособистісні стосунки – це взаємозв'язки між людьми, які переживаються суб'єктивно, проявляються в характері та способах їх взаємного впливу в процесі сумісної діяльності й у спілкуванні, які виникають унаслідок сприймання інших людей та оцінок їх поведінки, надій, неусвідомлюваних мотивів тощо. Міжособистісні стосунки виступають як основа формування психологічного клімату в колективі. Сумісність – це передумова безконфліктного спілкування, яка забезпечує узгодженість сумісної діяльності і задоволеність її результатами. Кращою перевіркою сумісності є різні обмеження засобів, часу, простору, кількості учасників, які потрібні для сумісного вирішення завдання на змаганнях і особливо під час багатоденних спортивних походів [2].

Очевидним є і те, що побудова психологічної підготовки, яка спрямована на динаміку командної діяльності, потрібна не тільки в командних видах спорту, оскільки переважна більшість спортивних змагань в індивідуальних видах також має командний залік. Хоча спортсмени не зустрічаються безпосередньо один з одним, проте завдяки підрахунку зайнятих місць, набраних очок тощо, проводиться визначення командної першості. Відомо немало спортсменів, які суттєво покращують свої результати в особистому заліку при виступі за команду.

Дуже часто тренування проводяться за схемою максимального наближення до умов змагань. Моделювання – це дослідження психічних процесів та станів за допомогою їх реальних (фізичних) або ідеальних моделей.

Для тренера дуже важливо розрізнити поняття «підготовленість спортсмена до змагань» та «готовність спортсмена до змагання», які близькі за змістом, але не тотожні. Підготовленість спортсмена до змагальної діяльності передбачає високий рівень розвитку функціональних систем організму, регуляторних функцій нервової системи та його психіки, сформованості фізичних і рухових якостей, що забезпечують ефективність специфічної рухової діяльності. А під готовністю до змагань розуміють такий стан спортсмена в конкретний, необхідний проміжок часу, який може сприяти або перешкоджати цілісному прояву його підготовленості, а саме, продуктивному прояву всіх можливостей спортсмена в конкретних змаганнях. Готовність до змагання варто розглядати як стан спортсмена в даний момент часу, що сприяє реалізації його підготовленості і можливостей у конкретному змаганні [1].

Чим вищий досягнутий рівень стану психічної готовності спортсмена, тим стабільнішим та стійкішим стає він від змагання до змагання (за умови його загальної готовності до змагань).. Готовність спортсмена до змагань – це його інтегральна характеристика, яка включає наявність наступних загальних компонентів: - спеціальна готовність; - функціональна готовність; - психологічна готовність; - морально-ідейна готовність.

Конкретизуючи зміст вищеназваних загальних компонентів спеціальної готовності, вказує на необхідність оволодіння спортсменами сімома базовими психологічними стратегіями, від володіння якими залежить досягнення готовності та, як наслідок,

успіх у спорті: стратегія уявлень глядачів, за допомогою яких спортсмен може подумки порівнювати власну самооцінку та його оцінювання іншими; стратегія постановки цілей – здатність та уміння планувати та здійснювати віддалені та проміжні цілі; стратегія ситуативного управління – вміння постійно аналізувати власні успіхи та невдачі, використовуючи висновки для подальшого набуття досвіду та самовдосконалення; стратегія переключення – здатність здійснювати «безболісний» перехід з одного психічного стану в інший відповідно до вимог умов діяльності; стратегія впливу – вміння застосовувати технології впливів психологічного тиску на супротивника; стратегія мети – вміння відволікатися від власних суб'єктивних переживань та станів і бачити себе наче збоку, очима інших людей, об'єктивно аналізуючи позитивні та негативні сторони своїх проявів у спорті; комунікаційна стратегія – вміння ефективно взаємодіяти з оточуючими спортсмена людьми (тренером, керівниками клубу, глядачами, товаришами по команді та супротивниками), адекватно використовувати їхню думку щодо позитивних або негативних рис характеру особистості спортсмена, недоліків у тренувальній та змагальній діяльності для подальшого самовдосконалення [3].

Висновки: 1. Психологічна підготовка здійснюється завжди в поєднанні з іншими видами підготовки спортсмена: фізичною, технічною, тактичною, інтегральною. Особливу роль вона відіграє в тому випадку, коли спортсмени мають однаковий рівень за всіма видами підготовки. 2. Фізична та психологічна підготовка є складним і тривалим процесом, який включає загальну та спеціальну підготовку. Кожен із цих видів спрямований на підготовку до визначеного виду діяльності в спорті, що зумовлює їх конкретну мету, зміст та специфіку організації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вознюк Т. В. Основи теорії та методики спортивного тренування. Вінниця: ФОП Корзун Д. Ю., 2016. 240 с.
2. Демчишин А. П., Ковцун В. І., Калька Г. Г. Рухова активність – нагальна потреба дитячого організму. Здоровий спосіб життя : зб. матеріалів III Міжрегіон. (I міської) наук.-практ. конф. Львів, 2004. С. 23–24.
3. Костюкевич В. М. Теорія і методика спортивної підготовки у запитаннях і відповідях: Навчально-методичний посібник. Вінниця: Планер, 2016. 159 с.
4. Психологія фізичного виховання та спорту : навчально-методичний посібник / І. В. Іваній, В. М. Сергієнко. Суми: ФОП Цьома С.П., 2016. 204 с.

ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТУРИСТСЬКИХ ДЕСТИНАЦІЙ ЗАСОБАМИ ПРИГОДНИЦЬКОГО ТУРИЗМУ

Аналізуються ключові аспекти, такі як розвиток унікальної туристичної пропозиції, брендинг, інфраструктура, місцеві спільноти, сталий розвиток, безпека та маркетинг. Акцентується увага на важливості сталого та відповідального підходу до пригодницького туризму. Проаналізовано можливості України для розвитку пригодницького туризму. Визначено, що країна має значні природні ресурси, які можна використовувати для створення різноманітних маршрутів для любителів пригод.

Ключові слова: *пригодницький туризм, позиціонування, туристична пропозиція, сталий розвиток, маркетинг та брендинг.*

Key aspects such as the development of a unique tourism offer, branding, infrastructure, local communities, sustainable development, security and marketing are analyzed. Emphasis is placed on the importance of a sustainable and responsible approach to adventure tourism. The possibilities of Ukraine for the development of adventure tourism have been analyzed. It has been determined that the country has significant natural resources that can be used to create a variety of itineraries for adventure enthusiasts.

Keywords: *adventure tourism, positioning, tourist offer, sustainable development, marketing and branding.*

У сучасному світі туризму, де конкуренція між дестинаціями стає все більш інтенсивною, актуальність позиціонування туристичних місць за допомогою пригодницького туризму набуває особливої актуальності. Це обумовлено зростаючим попитом на унікальні та автентичні подорожі, які б запропонували не тільки нові емоції та враження, але й сталий розвиток місцевих територій. Пригодницький туризм, який передбачає активний відпочинок з елементами ризику, дозволяє дестинаціям виділитися на тлі інших, пропонуючи незабутні враження та особистісне зростання.

Крім того, позиціонування засобами пригодницького туризму не лише залучає цільову аудиторію, але й сприяє розвитку місцевої економіки, збереженню культурної спадщини та природних ресурсів, що є ключовим у контексті глобальних екологічних та соціальних викликів.

Відповідно до визначень Асоціації Пригодницького Туризму [1], пригодницький туризм є видом туристичної активності, який охоплює фізичне заняття, культурний обмін або активності,

здійснені у природному середовищі. Мюллер та Клівер вказують на те, що особливістю пригодницького туризму є його потенціал надавати високий рівень сенсорної стимуляції, що зазвичай досягається через включення фізично вимогливих та дослідницьких елементів в туристичний досвід. У 1995 році, Канадська Комісія з Туризму описала пригодницький туризм як активний відпочинок на відкритому повітрі, який проходить у незвичайних, екзотичних, віддалених або дикій природі, часто включає нетрадиційні способи подорожування та зазвичай пов'язаний з різними рівнями фізичної активності.

Згідно з поглядами Сунг та інших дослідників [2], пригодницький туризм можна описати як комплекс явищ і відносин, що виникають з активної взаємодії між туристичною діяльністю з елементами пригоди та природним оточенням, зазвичай далеко від звичного середовища проживання туриста. Ця діяльність включає в себе елементи ризику, і успіх такого туризму залежить від участі, настрою та організації туристичного досвіду. Організація Об'єднаних Націй з питань туризму (UNWTO) вказує, що пригодницький туризм може бути як внутрішнім, так і міжнародним, і вимагає перебування поза домом хоча б на одну ніч, але загалом не повинен перевищувати одного року.

Пригодницький туризм набирає обертів по всьому світу, особливо у країнах з високо розвиненою туристичною інфраструктурою, таких як США, Канада, Нова Зеландія, Австралія та європейські нації. Ці регіони володіють численними природними парками, гірськими хребтами та великими водними басейнами, що лягають в основу ідеальних умов для пригодницьких подорожей.

Водночас, важливою проблемою для цього сектора є його потенційний вплив на природне середовище. Більшість країн, де активно розвивається пригодницький туризм, впровадили системи регулювань та правил для захисту національних парків та інших природних територій. Контроль за чисельністю туристів та обмеження їхніх активностей є звичними заходами для мінімізації негативного впливу на екосистеми. Наприклад, встановлені ліміти відвідувачів та типів дозволених активностей у деяких національних парках, а туристи мусять дотримуватися правил, які забезпечують збереження природи, запобігають забрудненню та включають заборону відкритого вогню та інші подібні заходи.

Пригодницький туризм в Америці та Європі пропонує активності на свіжому повітрі, включно з екстремальними видами спорту. Завдяки багатству природних ресурсів, від національних парків до гірських вершин, відвідувачі мають унікальну можливість для екстремальних пригод та спостереження за дикою природою. Проте, для збереження природи та безпеки туристів, існують спеціальні правила та обмеження. Туристичні оператори мають отримати відповідні сертифікати та дозволи, а для деяких видів діяльності встановлені вікові та фізичні обмеження.

Для пригодницького туризму в Європі та Азії існують обмеження, направлені на збереження екосистем та безпеку мандрівників. Європейські національні парки та заповідники регулюють доступність деяких територій і діяльностей, таких як риболовля чи збирання рослин. Гімалаї в Азії пропонують широкий спектр активностей від альпінізму до трекінгу, а Тибет і Індонезія відомі своїми унікальними культурами та природними чудесами. Австралія з її багатими ландшафтами також є привабливим напрямком для пригод, від джунглів до морських узбережь. Відвідувачам важливо ознайомитися з місцевими правилами і рекомендаціями для забезпечення безпеки та належного страхування [3].

У світі також існує декілька організацій, які займаються питаннями розвитку пригодницького туризму та його впливу на довкілля. Одна з таких організацій - Міжнародний союз охорони природи (IUCN), який співпрацює з урядами та організаціями з метою збереження біорізноманіття та розвитку екотуризму

В Україні пригодницький туризм розвивається досить швидко, особливо в Карпатах та на Прикарпатті, де мандрівники можуть насолоджуватися гірськими пейзажами та водними ресурсами. Популярність набирають тури на квадроциклах та джипах у степах та лісах. Завдяки багатій природній спадщині, Україна має всі шанси стати провідною країною для активного відпочинку.

Позиціонування України як дестинації для пригодницького туризму активно здійснюється через різноманіття активностей в Карпатах, від гірськолижного спорту до каякінгу. Гуцульщина вабить мандрівників можливостями піших походів та кінних прогулянок, а Національний природний парк «Синевир» та Білогірський національний природний парк пропонують широкий спектр велосипедних та піших маршрутів.

Окрім цього, Кам'янець-Подільський та Острови на Приазовському узбережжі пропонують унікальні можливості для скелелазіння та водних видів спорту. Узбережжя Чорного моря в Одеській області та Дунайський біосферний заповідник запрошують на каное-спорт та рибальство [4].

В Україні існують різні організації, які займаються розвитком екотуризму та пригодницького туризму. Наприклад, Українська асоціація пригодницького туризму та екології (УАПТЕ) допомагає в організації туристичних маршрутів, надає інформацію про природу та історію різних місцевостей, та працює над збереженням природних об'єктів та зменшенням негативного впливу туризму на довкілля.

На нашу думку, ефективна стратегія позиціонування туристичних дестинацій в Україні через пригодницький туризм повинна включати в себе кілька ключових пропозицій. По-перше, важливо розробити унікальну туристичну пропозицію, яка б акцентувала на різноманітності пригодницьких маршрутів, включаючи гірськолижні траси Карпат, каное і рафтинг на бурхливих річках, а також культурний туризм в регіонах з багатою історією та традиціями. По-друге, створення ефективної брендової стратегії та маркетингової кампанії, що відображає унікальний характер українського пригодницького туризму, є вирішальним для залучення міжнародних та місцевих туристів.

Розвиток інфраструктури, який включає модернізацію транспортних засобів, покращення туристичних шляхів та забезпечення безпеки на маршрутах, відіграє критичну роль у підвищенні доступності пригодницьких зон. Також важливим аспектом є залучення місцевих спільнот, які можуть надавати унікальні туристичні послуги, такі як гіді, організація екскурсій та кулінарні майстер-класи, тим самим сприяючи сталому розвитку регіону.

Забезпечення сталості та відповідального підходу до пригодницького туризму, включно з охороною природних ресурсів та культурної спадщини, має стати невід'ємною частиною загальної стратегії. Це передбачає впровадження екологічних стандартів для туристичних операторів та освітніх програм для туристів щодо принципів екотуризму.

Безпека є пріоритетним напрямком, що вимагає чітких процедур і стандартів для усіх видів пригодницької діяльності, а

також створення ефективних систем швидкого реагування на екстрені випадки. Враховуючи все вищезазначене, Україна має всі можливості для створення успішного образу в галузі пригодницького туризму, використовуючи свої неповторні

Отже, позиціонування туристичних дестинацій засобами пригодницького туризму є стратегічно важливим засобом для залучення туристів та підвищення туристичної привабливості регіону. Україна, з її багатими природними ресурсами та культурною різноманітністю, має великий потенціал для розвитку цього сегменту туризму. Ключовими аспектами ефективного позиціонування є розробка унікальних туристичних пропозицій, створення сильного бренду, розвиток інфраструктури, залучення місцевих спільнот, впровадження стандартів сталого розвитку та забезпечення безпеки.

Враховуючи зростаючий світовий інтерес до пригодницького туризму, Україна може використати свої природні ландшафти та культурні особливості для просування як національного, так і міжнародного туризму. Створення інтегрованих маркетингових кампаній та співпраця з туристичними операторами може допомогти в позиціонуванні України як привабливого напрямку для пригодницького туризму, забезпечуючи при цьому сталий розвиток і збереження унікальної природи та культури країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Adventure Travel Trade Association.URL:[https://
https://www.adventuretravel.biz/](https://https://www.adventuretravel.biz/) (дата звернення: 05.11.2023)
2. 2.Education portal Tourism notes URL: https://tourismnotes.com/adventure-tourism/#google_vignette (дата звернення: 05.11.2023)
3. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. К.: Знання, 2011. 334 с.
4. Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень: монографія / Г. О. Горіна, С. Р. Бабушко, Л. В. Безкоровайна, Г. А. Богатирьова та ін.; наук. ред. Г. О. Горіна. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2021. 135 с. URL: <http://elibrary.donnuet.edu.ua/2254/> (дата звернення: 05.11.2023)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

У роботі досліджено проблеми розвитку туризму в Україні. Особливу увагу автором питанню шляхів вирішення даної проблематики. В роботі розглядається еволюція розвитку рекреаційного туризму в Україні. Актуальність теми дослідження визначається відсутністю достатніх інвестицій в туристичну сферу країни, наявністю екологічних проблем та дією воєнного стану.

Ключові слова: рекреація, туризм, туристичний розвиток, рекреаційний туризм, рекреаційні ресурси.

The article examines the problems of tourism development in Ukraine. The author pays special attention to the issue of ways to solve this problem. The paper examines the evolution of recreational tourism in Ukraine. The relevance of the research topic is determined by the lack of sufficient investment in the tourism sector of the country, the presence of environmental problems and the effect of martial law.

Keywords: recreation, tourism, tourism development, recreational tourism, recreational resources.

Постановка проблеми. За останні роки галузь туризму стала важливим соціальним, і політичним явищем яке має великий вплив на економіку багатьох країн. Усього п'ятдесят років тому назад міжнародні подорожі здійснювали лише 25 мільйонів людей з усієї планети. Сьогодні кількість подорожуючих становить близько 1 мільярда 230 мільйонів. Зараз туризм можна назвати однією з найприбутковіших сфер. Близько 10% глобального ВВП припадає на туризм. Для порівняння: сільське господарство становить 4% від глобального ВВП. Загалом видів і підвидів туризму на сьогодні доволі багато. Але найбільш масовим видом туризму є рекреаційний туризм (на нього припадає до 70% всіх туристичних поїздок у світі). Одними з найбільш відвідуваних країн світу є Франція, Іспанія та Туреччина. Як бачимо, Україна, на жаль, в цьому списку не фігурує. Залучити туристів Україна зможе лише за умови комплексної розбудови туристичної інфраструктури та розвитком існуючих транспортних систем [1].

Мета роботи – виявити та дослідити актуальні проблеми та перспективи розвитку рекреаційного туризму в Україні. Обізначити про першочергові проблеми у курортній сфері та знайти шляхи їх подолання.

Виклад основного матеріалу. Загальновідомо, що рекреація та туризм є одним з найприбутковіших видів бізнесу в сучасному світі. У країнах, які надають пріоритет розвитку рекреації та туризму, цей сектор послуг зростає більш швидкими темпами та стає не тільки все більш важливою частиною національної економіки, а й основним джерелом надходжень до державної скарбниці. Як основна мета подорожі, туристичні ресурси мають вирішальне значення для розвитку міжнародного та внутрішнього туризму. У цьому контексті туристичні ресурси визначають найважливіші економічні показники туризму, такі як: кількість туристів, ціни на послуги, сезонний розподіл і тривалість перебування. З точки зору туристично-рекреаційного потенціалу Україна має всі можливості стати туристичною дестинацією світового рівня, адже значну частину природного потенціалу складають: рекреаційні ландшафти (лісові, приморські, гірські), оздоровчі ресурси (мінеральні води та лікувальні грязі), природно-заповідні об'єкти (національні природні та регіональні ландшафтні парки, біосферні заповідники, парки-пам'ятки та ін.), території історико-куль-турного призначення (пам'ятки архітектури та містобудування, історико-архітектурні заповідники) тощо [2].

Багаті природні, кліматичні, культурні, історичні та етнографічні ресурси України створюють необхідні передумови для розвитку різних видів туризму. Більшість регіонів України мають туристичні ресурси, які належать до цих трьох груп, що дає можливість виходити на туристичний ринок з привабливими туристичними продуктами.

Рекреаційні ресурси – сукупність природно-технічних, природних, соціально-економічних комплексів та їх елементів, що сприяють відновленню та розвитку духовних та фізичних сил людини, її працездатності.

Рекреація – відновлення чи відтворення фізичних і духовних сил, витрачених людиною в процесі життєдіяльності; рекреація включає різноманітні види діяльності у вільний час, спрямовані на відновлення сил і задоволення широкого кола особистих і соціальних потреб та запитів.

Це унікальний ресурс для майбутнього розвитку туризму, рекреації та курортів і є найбільш збереженою частиною природного середовища.

Освоєні та потенційні рекреаційні території України (за винятком радіоактивних територій) займають 12,8% території країни. Мінеральні ресурси різного складу зустрічаються майже на всій території України. Найбільше ресурсів мають Карпати, особливо Закарпатська та Львівська області. Також є численні родовища в Луганській, Дніпропетровській, Полтавській, Хмельницькій, Черкаській, Київській та Донецькій областях. Не менш важливу роль у розвитку рекреації в Україні відіграють історико-культурні ресурси. До історико-культурних ресурсів належать пам'ятки культури, історії, архітектури, археології та етнографії, які важливим засобом задоволення пізнавальних та культурно-рекреаційних потреб [2].

Загальна кількість архітектурних та історичних пам'яток в Україні становить 48 690; їхня цінність і кількість значно варіюється від регіону до регіону. Областями з найбільшою кількістю архітектурних та історичних пам'яток, що охороняються державою та церквами, є Львівська (3 934), Київська (2 886) та Чернігівська (2 859). Найцінніші культурно-історичні ресурси знаходяться в Київській, Львівській, Тернопільській, Полтавській, Чернігівській областях та в Криму.

Найважливішим фактором ефективного використання рекреаційних ресурсів є розвиток туристичної інфраструктури. До неї належать готелі, мотелі, будинки відпочинку, гуртожитки, санаторії, заклади харчування, транспорт, розважальні заклади та туристичні об'єкти. Слід зазначити, що станом на початок 2009 року в Україні налічувалося 1258 готельних закладів. За формою власності 40 відсотків належать державі та місцевим органам влади, 57 відсотків - колективній власності та 3 відсотки - приватній власності. Рекреаційні заклади в Україні також характеризуються наявністю 33,04 санаторіїв і будинків відпочинку різних галузей і форм власності. Серед них 487 санаторіїв, 357 пансіонатів та інших закладів відпочинку (2015 рік), 235 санаторіїв, 38 будинків відпочинку, 68 баз відпочинку та 104 інші заклади.

Природньо - рекреаційні ресурси - природні та природно-технічні геосистеми, тіла, явища природи, які мають комфортні властивості для рекреаційної діяльності та можуть бути використані для її організації впродовж певного часу. Напрямок рекреаційної діяльності визначається рекреаційними і соціальними

потребами суспільства, загальною культурою населення. Він пов'язаний з обсягом і характером відрізків вільного часу і потребує для реалізації особливих властивостей простору. Рекреаційна діяльність – невід'ємна частина сучасного способу життя. Залучаючи у сферу цієї діяльності природні об'єкти, культурні комплекси, технічні системи та інші складові рекреаційного потенціалу, людина знаходить або формує, а суспільство розвиває особливі територіальні рекреаційні системи.

Одним з найважливіших факторів бальнеологічного відпочинку є наявність природних вод. Згідно з існуючими класифікаціями, їх можна розділити на 8 основних бальнеологічних груп. Води, що містять вуглекислі, сірководневі, залізисті, мис'яковисті, йодо-бромні, радонові, борні, слабомінералізовані води з високим вмістом органічних речовин. В Україні знайдені та досліджені майже всі мінеральні води. Найбільша кількість мінеральних джерел зосереджена на заході України, особливо в Закарпатській області. Джерела є також в Івано-Франківській, Харківській, Житомирській, Хмельницькій, Київській, Черкаській, Донецькій та Запорізькій областях. Окремі джерела стоять за формуванням таких відомих курортів, як Кумільник, Турскавець, Моршин та Немирів [2].

Основними проблемами даної галузі є, по -перше, відсутність достатніх інвестицій та зацікавленості держави, по-друге, екологічні проблеми і по-третє – війна, яка наразі є найголовнішою проблемою. Однак недостатньо мати інфраструктуру, призначену для туризму; її ключові елементи повинні не лише виконувати рекреаційну функцію, але й слугувати важливим чинником покращення загального соціально-економічного життя країни. Транспортні системи відіграють важливу роль у рекреаційній інфраструктурі. Це включає транзитні перевезення, організацію залізничного сполучення, розвиток автомобільних доріг, повітряного, морського та річкового транспорту.

Україні необхідно розвивати мережу автомобільних доріг, залізниць, аеропортів, морських і річкових портів. Повітряний, автомобільний, залізничний та річковий транспорт може забезпечити туристичний рух і звільнити місце для різних транспортних потужностей.

Під час воєнного стану закордонні подорожі, ймовірно, стали набагато менш популярними, ніж раніше. У перший місяць ситуація була нестабільною, і багато людей виїжджали закордон у пошуках порятунку. Однак поступово стало зрозуміло, що війна триватиме довго, і люди повинні були адаптуватися до нової реальності. З наближенням літніх місяців, традиційно пікового сезону для подорожей, попит знову почав зростати. Однак, падіння існуючих бронювань у порівнянні з попереднім роком всеодно є величезним. Також знизився рівень надходжень до бюджету. Руйнування туристичної інфраструктури внаслідок повномасштабної війни далось взнаки. Купівельна спроможність населення також знижується, як і потреба в подорожах для задоволення базових потреб. Але незважаючи на це, люди все одно намагаються відпочивати.

У першому кварталі цього року податкові надходження від готелів, туристичних об'єктів та кемпінгів зросли у 10 регіонах України. Найбільше зростання відбулося у Чернівецькій області, де туристичні оператори сплатили 5,1 мільйона гривень податків. Це на 98 відсотків більше, ніж за аналогічний період 2022 року.

Західні регіони України є одними з найкращих в плані туризму. Готелі та кемпінги Львівської області сплатили 3,4 млн грн податків, що на 17% більше. Заклади розміщення у Львівській області сплатили 60,4 мільйона гривень податків, а в Житомирській області - 2,2 мільйона гривень. Це на 16% більше, ніж минулого року в обох областях відповідно [3].

Висновки. Підсумовуючи, можна зробити наступні висновки: Україна має всі передумови для того, щоб стати однією з провідних рекреаційно-туристичних країн світу, адже ми маємо чудові кліматичні, культурні ресурси, природні поклади, ландшафти, пам'ятки та цікаву історію пов'язану з ними. Але аналіз сучасного стану рекреаційної сфери в країні показує, що ефективність її діяльності стримується низкою невирішених проблем. На деякі можна вплинути, наприклад на відсутність з боку держави достатніх інвестицій. Можна також вплинути на екологічні проблеми, а саме зробити більше законів про збереження та відновлення екології, залучати більше волонтерів для допомоги очищення навколишнього середовища та ін. Вирішивши кожен крок за кроком ми зможемо досягнути великого розвитку у сфері туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Планета мандрівників»: глобальний туризм у сучасному світі.
URL: <https://hromadske.ua/posts/turyzm-v-suchasnomu-sviti> (дата звернення 17.10.2023).
2. Іванух І., Данилишин Б. Природно-ресурсний потенціал України і шляхи підвищення його використання Економіка України. 2008. №1. С. 36-38.
3. Внутрішній туризм. З початку війни понад 45% українців подорожували країною : журнал Forbes Ukraine.
URL: <https://forbes.ua/news/vnutrishniy-turizm-z-pochatku-viyni-ponad-45-ukraintsiv-podorozhuvali-krainoyu-08092023-15885>. (дата звернення 17.10.23.)

В. Ю. Венедіктов, Д. Р. Мозгова

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

ГЛЕМПІНГ: ПОНЯТТЯ, ВИДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

У статті досліджується міжнародна практика та стан і розвиток концепції глемпінгу в Україні. В дослідженні підкреслюється, що для забезпечення стабільності індустрії гостинності необхідно створити необхідні умови для ефективної діяльності її закладів та організацій. Систематизація зарубіжного досвіду та погляд крізь призму вітчизняної дійсності дозволили зробити висновок, що для успішного впровадження поняття глемпінг в готельну індустрію України необхідно включити термін «глемпінг» до національних нормативних документів.

Ключові слова: *глемпінг, кемпінг, туризм, відпочинок.*

The article examines international practice and the state and development of the concept of glamping in Ukraine. The study emphasizes that in order to ensure the stability of the hospitality industry, it is necessary to create the necessary conditions for the effective operation of its establishments and organizations. The systematization of foreign experience and a look through the prism of domestic reality allowed us to conclude that for the successful introduction of the concept of glamping in the hotel industry of Ukraine, it is necessary to include the term «glamping» in national regulatory documents.

Keywords: *glamping, camping, tourism, recreation.*

Постановка проблеми. На сьогоднішній день туристична галузь пропонує багато інноваційних змін стосовно засобів розміщення в номерах готелів, хостелів, кемпінгів і т.д., вони відрізняються розмірами, дизайном, розташуванням і спектром послуг. Все частіше можна зустріти інформацію про автоматизацію готельних комплексів для забезпечення комфортних умов проживання. Однією із нових тенденцій на сучасному туристичному ринку у сфері засобів розміщення є глемпінг. Такий вид розміщення перед-

бачає готельні зручності в польових умовах: намети або будиночки з продуманим інтер'єром і наповненням, кафе, зону барбекю або ресторан авторської кухні, а також організовані активності.

Аналіз останніх досліджень. Питання, пов'язані з розробкою нових моделей готельних продуктів, таких як глемпінг, досліджував Давиденко І.В у своїй рообті «Глемпінг як нова перспективна форма організації екотуризму». Науковець стверджує, що впровадження глемпінгу дозволить вирішити цю проблему комфортного відпочинку споживачів у гармонії з природою природні заповідники в Україні створюють нові економічні можливості за рахунок туризму [2].

Мета роботи – дослідити глемпінг як один із напрямків туризму в Україні. Визначення сучасного стану, проблем та перспектив глемпінг-туризму.

Виклад основного матеріалу. Перші спогади про повноцінний відпочинок на природі з'явилися в XVI столітті, коли королі Англії та Шотландії будували розкішні намети з таким же обладнанням, як і в палацах. У 1920-х роках заможні американці та англійці почали подорожувати до Африки. Це мандрівники, які звикли до комфорту та зручності. Живуть у таборі з ванною, гарними ліжками і багато шампанського. З 2010 року це явище почало поширюватися світом, слово глемпінг включено до Оксфордського словника англійської мови (2016). Завдяки поєднанню двох слів «гламурний» і «кемпінг» англійською означає гарний кемпінг. Термін «глемпінг» народився ще в середньовіччі прототип. Глемпінг можна вважати німецьким поселенням під час подорожей царі будували не тільки наметові містечка, а й в еликі королівські намети з гарним оздобленням. Активне використання терміну «глемпінг» почалося у Великобританії в 2005 році. А в 2016 році його додали до Оксфордського словника [1].

Спочатку це вважалося незвичним така розвага, яку можуть собі дозволити заможні туристи відвідування віддалених природних куточків країни, де живуть не в наметах, а в маленькій капсулі, з високим рівнем обслуговування та харчування. Туристу щоб поїхати в привабливі табори, довелося витратити чимало грошей. Якщо раніше не багато мандрівників могли собі дозволити даний вид відпочинку, то зараз він вже набув широкого поширення у Великобританії, США та Австралії.

Глемпінг може бути повністю автономним, але повинен мати

електрику, опалення, гарячий душ, туалет, зручне ліжко та інтернет, тому що деякі люди не готові відмовитись від гаджетів. На сучасному етапі розвитку туризму у світі екологічний туризм є одним із пріоритетних напрямків сталого розвитку територій. Екологічний туризм в Україні знаходиться на початковому етапі свого розвитку, але завдяки наявним природно-рекреаційним ресурсам країни цей вид туризму має всі шанси стати одним із основних видів подорожей і створити всі умови для покращення соціально-економічне становище населення. Останній бум глемпінгу в усьому світі стався після періоду карантину, цим людям набридло сидіти вдома.

Природа та глемпінг стали кращим варіантом для багатьох мандрівників. В Україні активно розвиваються різноманітні варіанти активного екологічного відпочинку. Такий вид відпочинку може забезпечити комфорт, не обмежуючи гостей їхніми особливими потребами. Глемпінг можна визначити як організований відпочинок на природі, використовується як особливий тип закладу розміщення, розташований на контрольованій території, де відчувається комфорт готелю, номери та послуги [3].

Переваги організації глемпінгу:

- *Більше цільової аудиторії.* Це веселе і захоплююче суспільство з активними людьми. Глемпінг також є веселою та креативною концепцією для різних подієвих заходів: свята, весілля, дні народження
- *Організація вільного часу.* Глемпи – тимчасові конструкції, тому для місця їх розміщення не потрібно спеціальні дозволи. Тим часом шукати гарні майданчики не потрібно: глемпи можна розміщувати на схилах та навіть на висоті до 4 метрів над рівнем моря.
- *Екологічність.* Глемпінг повністю відповідає екологічним стандартам. Виготовляється з використанням сучасних і безпечних інженерних методів технології. Попит на цю продукцію сьогодні дуже високий.
- *Фінансові переваги.* Організація та управління глемпінгом не вимагає великої кількості працівників співробітників Це може бути свого роду сімейний бізнес. Більш того, це не обов'язково великі капіталовкладення. Важливо почати з покупки двох-трьох наметів. За попередніми підрахунками,

вже 60% земельної власності і тільки на сезон, глемпи окупляться через 2-3 роки.

- *Гарні умови для розвитку.* В Україні красива і різноманітна природа. Наприклад, глемпінг можна організувати влітку на морському узбережжі, вздовж річок і озер. Поза сезоном «переїхати» в ліс, гори.
- *Локації.* Точка розміщення глемпінгу має важливе значення. Можна обирати різні місця принаймні кожного сезону. Завдяки популярності туристичного району немає ризику помилитися. Глемпінг – це новий туристичний бізнес, заснований на новій концепції гостинності [4].

Висновки. Підсумовуючи усе вищезазначене, можна стверджувати, що глемпінг є перспективним напрямком на Сумщині, оскільки Сумська область має великий потенціал у цій сфері. В майбутньому Україну очікує глемпінг-бум у виляді класичних наметових турів зі звичною формою комфорту та оренда будинків біля різноманітних розважальних закладів. Поява нових місць для глемпінгу в багатьох районах призведе до здешевлення послуг і тому популярність глемпінгу серед широких верств населення є спрогнозованою тенденцією. Якщо коротко, то можна додати, що глемпінг в Україні – це гарна передумова для здійсненн успішного бізнесу. Завдяки красі та різноманітності української природи можна з однаковим успіхом відкривати як у ближніх, так і в далеких куточках країни. Нова хвиля дозволить залучати багатих туристів без будівництва п'ятизіркових готелів та їхньої бази.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко В. О. Глемпінг – новий тренд індустрії гостинності. Таврійський науковий вісник. Серія : Економіка. 2021. Випуск 8. URL: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/176/173> (дата звернення: 26.11.2023).
2. Давиденко І. В. Глемпінг як перспективна форма розвитку екотуризму. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. Вип. 26. С. 10–13.
3. Zruchno.Travel. URL: <https://zruchno.travel/News/New/6101?lang=ua> (дата звернення: 26.11.2023).
4. Покоłodна М. М., Полчанінова І. Л., Рябев А. А. Глемпінг як перспективний різновид туризму та готельного бізнесу. Бізнес Інформ. 2021. № 6. С. 157–169.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГІРСЬКОЛИЖНОГО ТУРИЗМУ

У статті розглядаються питання розвитку гірськолижного туризму в Україні та світі. Розкриваються історичні аспекти розвитку гірськолижного туризму, географічні регіони, особливості інфраструктури для гірськолижного туризму, етапи створення гірськолижного туру. Визначено сучасні проблеми розвитку гірськолижного туризму в Україні.

Ключові слова: гірськолижний туризм, регіон, туристична інфраструктура.

The article deals with the development of ski tourism in Ukraine and the world. The historical aspects of the development of ski tourism, geographical regions, features of the infrastructure for ski tourism, stages of creating a ski tour are revealed. Modern problems of the development of ski tourism in Ukraine are identified.

Key words: ski tourism, region, tourist infrastructure.

Постановка проблеми. Гірськолижний туризм сьогодні – це не просто катання на лижах у гірській місцевості. На сучасному етапі розвитку гірськолижний туризм є досить динамічною діяльністю, яка розвивається відповідно до зростаючого попиту, як одна із класичних форм рекреації, відпочинку та фізичного оздоровлення населення [1]. На світовому рівні він є не лише престижним, а й дає змогу цікаво, винахідливо та корисно для здоров'я проводити вільний час [2].

Стан та перспективи розвитку гірськолижного туризму в Україні розглядались у працях П. О. Масляка [4], В. І. Капаціла [2, Ю. Л. Дехтяр, С. В. Качала [1], В. В. Падус [6] та інших. Разом з тим, аналізу стану та перспектив розвитку гірськолижного туризму в Україні в науковій літературі досить мало, що викликає науковий інтерес до дослідження даної проблематики.

Мета роботи – дослідити сучасні тенденції розвитку гірськолижного туризму.

Виклад основного матеріалу. Гірськолижний туризм почав розвиватися не так давно. Аналіз історії гірськолижного туризму дозволяє зробити висновок про те, що це досить молода галузь туризму – від першопроходців-піонерів Джона «Снігоступа»

Томпсона, який в 1855 році доставляв пошту через крутий східний виступ Сьєрра-Невади до сучасних спеціальних видів масового відпочинку гірськолижників із забезпеченням необхідного комфорту.

Географія сучасного гірськолижного туризму охоплює популярні у світі країни для лижного і гірськолижного відпочинку – Австрія, Андорра, Франція, Швейцарія, Болгарія, Італія, Словаччина, Туреччина, Фінляндія, Швеція, Норвегія. Також популярними гірськолижними курортами є курорти Канади та Сполучених Штатів Америки. Набувають популярності гірськолижні напрямки до Румунії, Чехії, Словенії, Іспанії, Ізраїлю, Індії, Японії [4].

Серед найбільш освоєних і популярних гірськолижних курортів Європи є Альпійський регіон. Тут розміщені найдавніші гірськолижні траси з найбільш розвиненою туристичною інфраструктурою для гірськолижного відпочинку. Розвитку міжнародного туризму в Альпійському регіоні сприяє його вигідне транспортно-географічне положення та зручна транспортна доступність. Це приваблює іноземних туристів до європейських країн [5].

Найбільш популярним місцем розвитку гірськолижного туризму в Україні є Українські Карпати. Карпатський регіон – одне з небагатьох місць в Європі, що має потенціал для розвитку зимових видів відпочинку та приваблює туристів. Серед найбільш популярних місць – Буковель, Славське, Драгобрат, гори Красія (Закарпаття), Вишків та інші. Популярністю також користуються Яблуниця, Ворохта, Шешори, Тюдів, Ізвоаре, Могоша [3].

Інфраструктура Карпатського регіону характеризується наявністю гірськолижних витягів, облаштованих гірськолижних трас, придатних для катання на лижах і сноубордах, розрахованих як на початківців та дітей, так і на любителів та професіоналів. Розвиток гірськолижної галузі сприяє розвитку туризму в цілому, а також створенню додаткових послуг для відпочиваючих, зокрема – пунктів прокату гірськолижного та туристичного спорядження, пунктів громадського харчування, організації дозвілля та активного відпочинку для туристів [1; 2; 6].

Сучасні тенденції розвитку гірськолижного туризму в Україні мають певні складності, обтяжені воєнними діями в державі. Воєнний стан зменшив кількість туристів в Україну, що негативно позначилося на туристичному бізнесі. Прослідковується також

проблема глобального потепління, що призводить до нестачі або відсутності снігу. Це також позначається на тривалості гірськолижного сезону. Все це вимагає від туристичної сфери України бути готовою до сучасних викликів для налагодження комплексної системи організації сучасних туристичних послуг в гірськолижному туризмі.

По створенню турпродукту гірськолижний туризм відноситься до капіталомістких і трудомістких видів туризму, оскільки до програми відпочинку включаються додаткові заходи з лікувально-оздоровчого, рекреаційного, спортивного туризму, анімаційні заходи тощо.

Робота туроператора включає планування та побудову маршруту, розміщення туристів, їх трансфер, розрахунок калькуляції, робота з партнерами. Розробка програми гірськолижного туру поділяється на декілька етапів. На першому розробляється концептуальна програма, яка містить основну інформацію про маршрут і перелік заходів. Другий етап передбачає складення графіка програми відпочинку з розбивкою по днях і годинах. Заздалегідь досить важко визначити конкретні графіки роботи гірських лижних трас, години катання, передбачити погодні умови. Третій етап – калькуляція витрат.

Висновки. Гірськолижний туризм є перспективною галуззю, яка постійно розвивається у світі. Україна має значний потенціал для розвитку гірськолижного туризму. Основними проблемами сучасного розвитку гірськолижного туризму в Україні є воєнний стан, що перешкоджає розбудові туристичної інфраструктури та відвідуванні країни туристами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дехтяр Ю. Л., Качала С. В. Вдосконалення інфраструктури туристичного комплексу Славське. *Індустрія туризму і гостинності: досвід, проблеми, перспективи*: матеріали Міжнародної наук.-практ. конференції (м. Суми 18 – 19 квітня 2019 р. Суми: ФОП Цьома С. П., 2019. С. 126 – 130.
2. Капаціла В. І. Розвиток гірськолижного туризму у Західному регіоні України. Реалізація здорового способу життя – сучасні підходи: наук. моногр. / за заг. ред. М. Лук'янченка, В. Куриш [та ін.]. Дрогобич, 2009. С. 177–182.
3. Карпатський центр розвитку туризму URL: http://ruralcarpathians.com/uk/girskolyzhnyj_turyzm.html
4. Масляк П. О. Рекреаційна географія: навч. посіб. К.: Знання, 2008. 343 с.
5. Патійчук В., Прокопчук В. Особливості розвитку гірськолижного туризму в Альпійському туристично-рекреаційному регіоні. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки* URL:

6. Подус В. В. Особливості правового регулювання гірськолижного туризму в Україні. Стант і перспективи сучасного туризму. Суми: ФОП Цьома С.П., 2018. С. 124 – 129.

О. А. Воеводіна, В. М. Зігунов

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

СУТНІСТЬ ВІЙСЬКОВО-ШТУРМОВОЇ ПІДГОТОВКИ МОЛОДІ ЗАСОБАМИ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ

У статті висвітлюється сутність військово-штурмової підготовки молоді – майбутніх співробітників підрозділів спеціального призначення та правоохоронних органів. Надаються пропозиції щодо побудови системи військово-штурмової підготовки, визначаються її структура та рівні підготовки. Визначаються види спортивного туризму і споріднених з ним видів спорту як фундаментальної основи для здійснення військово-штурмової підготовки.

Ключові слова: *військово-штурмова підготовка, підрозділ спеціального призначення.*

The article highlights the essence of military assault training of young people – future employees of special forces and law enforcement agencies. Proposals for building a system of military assault training are given, its structure and levels of training are determined. The types of sports tourism and related sports as a fundamental basis for the implementation of military assault training are determined.

Keywords: *military assault training, special purpose unit.*

Постановка проблеми. В умовах сучасного військового стану в нашій державі діяльність підрозділів спеціального призначення Збройних сил України та правоохоронних органів стає все більш актуальною при виконанні спеціальних військових операцій в умовах забудованої території міст, а також у гірській, залісеній місцевості, при подоланні водних акваторій та інших різноманітних природних перешкод. Для вирішення військових завдань спецпризначенням необхідні професійні компетенції зі спеціалізованої військово-штурмової підготовки. Відтак, виникає питання щодо набуття необхідних знань, умінь, навичок у сфері спеціальної тактичної підготовки і, зокрема, вивчення сутності та особливостей організації процесу військово-штурмової підготовки.

Питаннями сутності спеціальної тактичної підготовки, як важливої складової висотно-штурмової діяльності співробітників підрозділів спеціального призначення та шляхів її формування

досліджувались у наукових працях Т. В. Ведмідь, В. М. Зігунова [1], О. С. Кулинич [5; 6].

Мета роботи – виявити сутність та шляхи організації військово-штурмової підготовки молоді засобами спортивного туризму як інструменту багаторічної системи військово-прикладної підготовки.

Виклад основного матеріалу. Позитивний результат від проведення спеціальних штурмових операцій залежить від рівня професійної військово-штурмової підготовленості, особистого досвіду, технічно-тактичної готовності співробітників підрозділів спеціального призначення, їх вміння досконало володіти спеціальним обладнанням, спорядженням, необхідними засобами та прийомами для здійснення військових дій.

Аналіз інформаційних джерел свідчить, що на даний час в професійній військовій і правоохоронній освіті є певні напрацювання з військово-штурмової підготовки, а саме: в Збройних силах України прийнято Доктрину «Гірської підготовки Збройних сил України» [3]; в Національній гвардії України впроваджена Інструкції з висотної підготовки у процес навчання спеціальних підрозділів [7]. У Військовій Академії (м. Одеса) в навчальний процес підготовки майбутніх офіцерів Збройних сил України впроваджено навчальну дисципліну «Висотна штурмова підготовка» у форматі курсової підготовки [2], а також зазначена навчальна дисципліна впроваджена в освітній простір державних університетів Міністерства внутрішніх справ України. Здебільшого, система професійної військово-штурмової підготовки співробітників підрозділів спеціального призначення має формат курсової підготовки, а не багаторічної спеціалізованої освітньої системи.

На жаль, на сьогодні відсутня система громадської військово-прикладної підготовки молоді, яка б могла бути початковою ланкою у підготовці молоді до служби у штурмових підрозділах спеціального призначення та в правоохоронних органах. Тому в сучасних умовах військових дій в Україні, актуальним аспектом постає питання формування цілісної громадської системи військово-штурмової підготовки молоді, як підготовчого етапу до служби у підрозділах спеціального призначення Збройних сил України, в правоохоронних органах, застосовуючи технології видів спортивного туризму та споріднених з ним видів спорту.

На сьогодні в Україні постає необхідність створення цілісної системи військово-прикладної підготовки молоді до служби у підрозділах ЗСУ.

Проведений аналіз змісту видів спорту з метою їх військово-прикладної спрямованості на отримання спортсменами компетенцій з військово-штурмової діяльності показав, що до таких видів спорту відносяться види спортивного туризму (гірський, пішохідний, водний, спелеологічний, лижний, комбінований) та споріднені види спорту за технологією пересування у природному середовищі (альпінізм, скелелазіння, водний слалом, спортивне орієнтування) [4].

Вивчаючи зміст спортивної діяльності у видах спортивного туризму та у споріднених видах спорту слід хазначити, що такі види спортивного туризму як гірський, спелеологічний, комбінований, а також такі види спорту як альпінізм, скелелазіння, гірськолижний туризм, спортивне орієнтування можуть виступати базовою основою у формуванні висотно-штурмової та гірсько-штурмової підготовки. Спортивний водний туризм, гребний слалом – є основою для формування водно-штурмової підготовки.

Відтак, визначаємо наступні складові структури військово-штурмової підготовки:

- висотно-штурмова підготовка;
- гірсько-штурмова підготовка;
- водно-штурмової підготовка.

Військово-штурмову підготовку визначаємо як багаторічну систему спеціальної підготовки фахівців, що забезпечує якісне виконання оперативно-бойових завдань у важкодоступних місцях промислових об'єктів, житлових будинків, у гірській місцевості, при подоланні водних перешкод.

Освітня багаторічна система військово-штурмової підготовки може будуватись на трьох рівнях:

- громадському – Федерації спортивного туризму, альпінізму і скелелазіння, гребного слалому, гірськолижного спорту тощо;
- професійному – заклади вищої освіти різного спрямування (впровадження в освітній процес навчальних дисциплін з відповідних видів спорту), а також заклади військової та правоохоронної освіти (впровадження навчальних дисцип-

лін з відповідних видів військово-штурмової підготовки);

- спеціалізованому – у підрозділах спеціального призначення ЗСУ та в правоохоронних органах країни (спеціалізовані навчально-тренувальні програми для військово-штурмових груп).

Військово-штурмова підготовка повинна починатися з чіткого засвоєння базових технологій видів спортивного туризму і споріднених видів спорту при формуванні у співробітників підрозділів спеціального призначення компетентностей висотно-штурмової, гірсько-штурмової та водно-штурмової підготовки.

Роль спортивного туризму та споріднених видів спорту у військово-штурмовій підготовці молоді, готової до служби у військово-штурмових підрозділах спеціального призначення дуже значна. Загальна підготовленість фахівців визначається успішністю цільової профільної практико-орієнтованої військово-прикладної підготовки.

Висновки. Отже, військово-штурмова підготовка – це система спеціальної тактичної підготовки, спрямованої на формування у молоді компетентностей щодо виконання оперативно-бойових завдань у важкодоступних зонах міської інфраструктури, у гірській місцевості, при подоланні водних перешкод.

На даний час у нашій державі необхідно розробити систему військово-прикладної підготовки, необхідної для застосування її у підготовці молоді до служби у військово-штурмових підрозділах Збройних силах України та правоохоронних органах. Зазначена підготовка повинна мати системний підхід та концептуальну основу функціонування.

Використання видів спортивного туризму та споріднених видів спорту є базовою основою у військово-прикладній підготовці, які можуть стати драйвером у створенні на рівні держави багаторівневої системи даної підготовки.

Технології діяльності у видах спортивного туризму та споріднених видах спорту стимулюють молодь до військової служби у військово-штурмових підрозділах спеціального призначення, розвивають фізичні, моральні та спеціальні тактико-технічні якості та мотивують їх до захисту держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ведмідь Т. В., Зігунов В. М. Теоретичні засади висотно-штурмової підготовки підрозділів спеціального призначення. *Стан і перспективи сучасного туризму*: зб.матеріалів VII Всеукраїнської науково-практичної конференції. Суми: ФОП Цьома С. П., 2021. С. 129 – 133.
2. Військова Академія (м. Одеса). URL: <https://oduv.edu.ua/news/binarne-zanyattya-z-navchalnoyi-distiplini-visotno-shturmovo-pidgotovka-na-bazi-vijskovoyi-akademiyi-m-odesa/>
3. Доктрина «Гірської підготовки Збройних Сил України». URL: <https://sprotyvg7.com.ua/wp-content/uploads/2022/04/%d0%92%d0%9a%d0%9f-7-0016603.01 %d0%94%d0%be%d0%ba%d1%82%d1%80%d0%b8%d0%bd%d0%b0-%d0%b3%d1%96%d1%80%d1%81%d1%8c%d0%ba %d0%be%d1%96%cc%88-%d0%bf%d1%96%d0%b4%d0%b3%d0%be%d1%82%d0%be%d0%b2%d0%ba%d0%b8-%d0%97%d0%a1%d0%a3.pdf>
4. Зігунов В. М. Військово-прикладне значення видів спортивного туризму. *Молодий вчений*. Херсон, 2018. С. 18 – 22.
5. Кулинич О. С., Зігунов В. М. Альпіністська підготовка у військових підрозділах спеціальних призначень. *Стан та перспективи сучасного туризму*: зб. матеріалів V Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. Суми: ФОП Цьома С. П., 2019. С. 141 – 145.
6. Кулинич О. С., Зігунов В. М. Гірська підготовка співробітників підрозділів спеціального призначення. *Індустрія туризму та гостинності: досвід, проблеми, перспективи*: зб.матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції. Суми: ФОП Цьома С. П., 2021. С. 180 – 184.
7. Наказ МВД України № 565 від 30.06.2016 р. «Про затвердження Інструкції з висотної підготовки підрозділів Національної гвардії України. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/RE29173.html

О. О. Голубченко, І. С. Зігунова

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

ЗНАЧЕННЯ СПОРТИВНИХ ІВЕНТІВ У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

У роботі визначено роль спортивних івентів для розвитку туристичних дестинацій. Наведено приклади успішного розвитку туризму в регіонах світу та в Україні за допомогою спортивних подій. Охарактеризовані чинники, які сприяють розвитку туризму засобами спортивних івентів.

Ключові слова: спортивний івент, туристична дестинація, чинники розвитку.

The paper defines the role of sports events in the development of tourist destinations. Examples of successful development of tourism in the regions of the world and in Ukraine with the help of sporting events are given. The factors that contribute to the development of tourism through sports events are characterized.

Keywords: sports event, tourist destination, development factors.

Спортивні івенти відіграють значну роль у розвитку туристичних дестинацій. Вони не лише залучають велику кількість відвідувачів, але й мають потенціал значно впливати на економічний та соціальний добробут місцевостей, де вони проводяться. Цей вплив поширюється на різні аспекти – від безпосереднього збільшення доходу від туризму до довготривалих змін у сприйнятті регіону як привабливої дестинації.

Мета роботи – розкрити значення спортивних івентів у розвитку туристичних дестинацій.

Основною мотивацією в івент-туризмі є відвідування певної події. Івентивний туризм дуже різноманітний, який включає в себе заходи культурного, музичного, спортивного, етнографічного характеру та інших [5]. Спортивні події відносяться до спеціальних івентів. У сучасному світі спортивні івенти впливають на формування туристських потоків до місць їх проведення. Масштабні міжнародні спортивні заходи формують імідж території, сприяють її привабливості [1].

Найбільшими подіями такого типу, як спортивні івенти, є літні Олімпійські ігри та чемпіонати світу. Однак менші міжнародні спортивні події можуть мати подібний вплив у меншому масштабі, часто з меншим фінансовим ризиком. Наприклад, Чемпіонат світу зі спортивного орієнтування 2021 року в Шотландії залучив 6000 відвідувачів із додатковими витратами понад 9 мільйонів фунтів.

Основними чинниками, що впливають на розвиток туристичних дестинацій через спортивні івенти, є маркетингова атрактивність івентів, економічний вплив, соціально-культурні аспекти, інфраструктурні зміни та екологічний вплив.

Маркетингова атрактивність спортивних івентів є ключовим фактором, що визначає їхню здатність залучати туристів. Важливим елементом тут є брендування івенту, яке включає в себе розробку унікального та привабливого образу, що відображає особливості самого заходу та регіону, де він проводиться. Ефективні маркетингові стратегії та активна рекламна кампанія дозволяють не лише збільшити відвідуваність самого івенту, але й підвищити загальну привабливість дестинації. Це може включати в себе використання цифрових медіа, соціальних мереж, а також традиційних рекламних платформ для залучення потенційних туристів.

Використання спортивних івентів сприяє значному підвищенню впізнаваності території, формує бренд країни, сприяє туристичному розвитку держави в цілому. Економічний вплив спортивних івентів на туристичні дестинації також може бути значним. Відвідувачі, які приїждять на подібні заходи, здійснюють прямі фінансові вкладення в місцеву економіку через витрати на проживання, харчування, транспорт та інші послуги. Лідерами у використанні спортивних івентів для розвитку туристичної галузі є США, Італія, Франція, Південна Корея та Велика Британія.

На жаль, український івент-маркетинг розвивається значно повільніше, ніж світовий [3]. Проте деякі заходи організовуються на території нашої держави. Наприклад, проведення футбольного чемпіонату «Євро – 2012» в Україні значно покращив імідж держави на світовому туристичному ринку.

Розвиток спортивних івентів в Україні загальмували світова пандемія COVID – 2019 та тривалий військовий стан. Наприклад, статистика змін проведення івент-заходів в Україні за 2022 рік свідчить, що 48% заходів було відмінено, 8% – перенесено в онлайн формат, 44% – перенесено на іншу дату.

Розвиток та модернізація інфраструктури – ще один важливий економічний ефект, пов'язаний із проведенням спортивних івентів. З метою забезпечення успішного проведення заходів та комфортного перебування відвідувачів, часто здійснюється оновлення транспортної інфраструктури, розбудова готельних комплексів, ресторанів та інших об'єктів обслуговування. Це не лише підвищує якість послуг, які надаються туристам, але й сприяє загальному розвитку регіону, підвищуючи його конкурентоспроможність як туристичної дестинації.

Наприклад, проведення футбольного чемпіонату «Євро – 2012» в Україні спонукало до зведення нових готелів, ресторанів, вдосконалення транспортної інфраструктури, зокрема – будівництво нового терміналу «D» в аеропорту Бориспіль, який було відкрито 28 травня 2012 року [2]. Організатори XXXIII Літніх Олімпійських ігор 2024 року, які відбудуться в Парижі також вдосконалюють туристичну і загальноміську інфраструктуру міста, покращуючи його привабливість [4].

Крім того, івенти сприяють створенню робочих місць та збільшенню доходів бізнесів, що обслуговують івент-заходи.

Важливим аспектом є також довгостроковий економічний ефект, пов'язаний із зростанням репутації дестинації як привабливого місця для відпочинку та бізнесу. Це може призвести до збільшення інвестицій у регіон, розвитку інфраструктури та зростанню туристичного потоку в майбутньому.

Соціально-культурний вплив спортивних івентів також є важливим. Спортивні заходи сприяють зміцненню нації, самоідентичності населення, створюючи відчуття гордості та єдності серед місцевих жителів. Це також гарна можливість для демонстрації культурних традицій і особливостей регіону, що допомагає зберегти та популяризувати місцеву культурну спадщину. Додатково, спортивні івенти сприяють культурному обміну між жителями та відвідувачами, покращуючи міжкультурне розуміння та співпрацю. Такий обмін може мати позитивний вплив на соціальну співпрацю та міжнародне сприйняття регіону [1; 5].

Висновки. Спортивні івенти відіграють важливе значення для розвитку туристичних дестинацій. Успішний розвиток туризму на основі проведення спортивних заходів демонструють різні регіони світу. Досвід зарубіжних країн у цій сфері є корисним для України. Його необхідно впроваджувати для розвитку туризму в повоєнний період, враховуючи також інші сприятливі чинники.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондар А., Петренко І., Дундун Чень. Організація спортивних івентів в сучасних умовах. *«Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова». Серія 15. Науково-педагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт)*. 2024. №1(173). С. 14 – 18. URL: <https://spppc.com.ua/index.php/journal/article/view/1620>.
2. Бориспіль (аеропорт). URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/ Бориспіль_\(аеропорт\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Бориспіль_(аеропорт))
3. Гончарук Н., Бачинська О. Сучасний стан та перспективи розвитку event-туризму в Україні. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/25681/2/FMZKP_2018v2_Goncharuk_N-Modern_state_and_development_12-14.pdf
4. Літні Олімпійські ігри 2024. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Літні_Олімпійські_ігри_2024
5. Ткаченко Т., Дупляк Т., Забалдіна Ю. Івент-індустрія та туризм у світовій економіці. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2020/04/06.p>

В. Є. Душка, І. С. Зігунова, Д. Р. Мозгова

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

СКАУТИНГ ЯК СПОСІБ ТУРИСТИЧНОГО ВИХОВАННЯ АКТИВНОЇ МОЛОДІ

У статті розглядаються питання туристичного виховання активної молоді через діяльність скаутських громадських організацій. Їх діяльність органічно пов'язана з скаутським методом виховного впливу на особистість. Особливе місце приділяється питанням розвитку внутрішнього туризму, що розкриває потенціал національно-патріотичного виховання в місцевих умовах становлення особистості, як дієвої сили єдиної великої спільноти. У роботі досліджено невід'ємний зв'язок особистого зростання скаутів та розвиток організації у процесі туристичного виховання. Автор доводить перспективне значення поєднання туризму і скаутингу.

Ключові слова: скаутинг, туризм, туристичне виховання, внутрішній туризм, громадська організація, активний туризм.

The article examines the issues of tourism education of active youth through the activities of scout public organizations. Their activities are organically connected with the Scout method of educational influence on the personality. A special place is given to the issue of the development of domestic tourism, which reveals the potential of national-patriotic education in the local conditions of personality development, as an effective force of a single large community. The study examines the essential connection between personal growth of scouts and the development of the organization through tourist education. The author argues for the promising significance of combining tourism and scouting.

Keywords: scouting, tourism, tourist education, domestic tourism, public organization, active tourism.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день туризм відіграє важливу роль у процесі всебічного розвитку та становленні особистості, її самоусвідомленні, формуванні лідерських якостей та компетентностей. Важливим аспектом є напрацювання психологічних навичок саме за сприянням активного туризму як інструменту виховання.

В нинішніх умовах актуальним є питання самовиховання та практичного опанування навичок самовдосконалення через різноманітні види громадських організацій, об'єднань, у статутних документах яких комплексно втілюється напрямки виховання в процесі туристичної діяльності. Історичний досвід скаутських організації свідчить про те, що скаутський метод виховання безпосередньо пов'язаний та органічно поєднаний зі змістом туристичної роботи, а саме на засадах внутрішнього туризму.

Мета роботи. Дослідити виховний потенціал туризму в системі діяльності скаутських організацій, різновікових груп та інших об'єднань Сумщини в аспектах розвитку внутрішнього туризму.

Виклад основного матеріалу. Різноманітні напрямки виховання особистості реалізуються комплексними формами виховної діяльності. Саме вони вирішують проблеми та завдання, здійснюючи означену мету.

Скаутський метод пов'язаний з різновіковими малими групами, практиками на природі, особистісним зростанням та постійним зв'язком з соціальним оточенням. Всі ці складові повністю відповідають методиці вихованню особистості в процесі туристичної діяльності. Жодна інша організація не вирішує проблеми виховання особистості таким методом. Скаутські організації формують дієве середовище – табори, експедиції, різноманітні мандрівки, та реалізують соціальні проекти в процесі туристичного життя наповненого змістом скаутської програми. Досвід такої діяльності найбільш ефективно використовується скаутами через зростання організації, розширення її можливостей, ефективною спеціалізації членів організації, їх здібностей та творчого потенціалу.

Різновіковий підхід у системі діяльності скаутських організацій дозволяє тривалу участь кожної особистості в процесі самовдосконалення, самовиховання та зростання власних можливостей. У скаутів системність виховної діяльності проявляється у формуванні внутрішнього середовища, вишкіл якого пройшли батьки, родини, волонтери і помічники з самого першого етапу, а саме від молодшого школяра до дорослої людини, що свідомо береться за справу. Скаутські організації з особливою увагою ставляться до стійких традицій випробуваних часом, які значно підвищують ефективність позитивного впливу на особистість. Традиції породжують творчість, дисципліну та педагогічний зміст контактів неформального спілкування і взаємодії.

Туристичне виховання ефективно реалізується в умовах системної діяльності громадських організацій (скаутських), що органічно включені в їхні Статути та Програми.

Молодіжна програма є серцем (основою) скаутингу. Це сприяє цілісному розвитку та розширенню можливостей молоді для досягнення свого найвищого потенціалу. Розширюючи можливості людей через особистісне зростання, Молодіжна програма розглядає

шість аспектів розвитку молоді людини – соціальний, фізичний, інтелектуальний, характерний, емоційний і духовний – через можливості для навчання та досвід [4].

Позитивне ставлення оточення до історичної ролі скаутингу у вирішенні проблем місцевих громад уособлюється у підтримці фінансових, організаційних та іміджевих потенціалів скаутів. Їхнім організаціям притаманна мультиплікативна діяльність за соціальними проектами, громадськими акціями тощо. Скаутські організації приймають активну участь та доєднуються до різноманітних рухів, конференції, спілок, діяльність яких, не протирічить скаутському Статуту та Програмі. У структурі діяльності скаутських організацій закладено добротність, допомога, поширення емпатії у стосунках, активна громадянська позиція.

Можна зробити висновок, що виховання у процесі туристичної діяльності має всі підстави вважати скаутинг найбільш ефективним виховним середовищем реалізації відповідних цілей та завдань.

Ефект туристичного виховання проявляється не стільки в особистих навичках, а у більшій мірі у якостях самої особистості, та беззаперечно є головним у туристичному вихованні.

Практика туристичної діяльності формує не тільки вміння та навички, що необхідні в автономних умовах перебування, але й великий за обсягом пізнавальний інтерес, мотивацію до вивчення історії, фольклору, географії, астрономії, психології спілкування тощо.

Навчальний інтерес та пізнавальна мотивація надовго зберігають орієнтованість скаутських груп на туристичну діяльність. Саме такий підхід є джерелом постійних стимулів до самоосвіти, досліджень, спостережень, що і є синонімами у змістовному перекладі слова «скаут». Без цієї важливої складової туристична діяльність втрачає свій освітній сенс та має тенденцію до самовідсторонення від проблем суспільства. Скаутинг – це спосіб активізації туристичної діяльності молоді. У скаутингу значна увага приділяється формуванню у дітей та молоді туристичної активності, валеологічної та екологічної культури, професійній підготовці, розвитку лідерських якостей [1].

Особливо важливим є значення скаутських організацій у розвитку внутрішнього туризму. Дослідницька діяльність скаутів має на меті розробку нових маршрутів, розкриття їхнього

історичного та культурного потенціалів. Виховання на певному місцевому підґрунті, відкриває цікаві місця малої Батьківщини. Це формує почуття патріотизму та громадянську позицію. Історичний аналіз доводить, що діяльності громадських організацій похідних від скаутських, та власне скаутських на наших теренах прослідковується в місцях де вони вперше з'явилися, а саме це території західноукраїнських земель. Ще на початку ХХ сторіччя там утворюються перші подібні організації (пластові, краєзнавчі, туристичні та ін.). За свідченнями дослідників М. В. Тонкошкура та В. В. Абрамова метою «...була організація туристських походів, а також тимчасових і постійних туристських таборів, де молодь могла здобути навички фізичного і військового виховання, підвищувати свою національну свідомість» [2].

Скаутські організації надають перевагу таким напрямком розвитку особистості:

- Самостійність. Розробка маршрутів, формування цільових груп, обрання лідерів та інструкторів закладені у Програмі скаутського виховання. Відповідно це основа будь-якої творчої діяльності.
- Відповідальність – це прояв особистої зацікавленості у результатах справ організації, вболівання за її позитивний розвиток та перспективи зростання.
- Взаємодопомога. Діяльність завжди пов'язана з творчістю, що вимагає формувати стосунки високого рівня спрямовані на взаємопідтримку, об'єктивне оцінювання особистості та відповідність її можливостей і бажань. Саме тому, скаутські організації приділяють особистості головну роль, а практика туристичного життя дає об'єктивну оцінку успіхами у цій справі.

Скаутський метод ґрунтується саме на різновіковій системі взаємодії. Більшість скаутів, що отримали знання та опанували рівень інструктора, старшого скаута, спеціаліста за певним напрямком легко займають позиції лідера, організатора, керівника, тому виховання в процесі туристичної діяльності у цьому випадку відбувається на творчому, особистісному віковому рівні, на мові спілкування, що за віком найближче зрозуміла у скаутському середовищі.

Підсумком туристичного виховання є екологічне мислення, тобто послідовні спроби організовувати діяльність з найменшими

негативними впливами на навколишнє середовище. У скаутів це головний закон взаємодії з природою. Всі заходи скаутських організацій відбуваються за простим правилом: «Після нас повинно стати краще ніж було до нас».

Туристична діяльність пов'язана з вирішенням великої кількості завдань, що виникають як необхідність подолання проблем розвитку колективу, особистості в процесі долаття труднощів, маршрутів, узагальнення досвіду та вирішенні конфліктів, тому діяльність є послідовністю перспектив, формувати які націлена практика туристичного життя.

За півтора десятиріччя розвитку скаутського руху на Сумщині область вийшла на ведучі позиції з організації наметових таборів для дітей і молоді, реалізації соціальних проектів з розвитку внутрішнього туризму з змістовним патріотичним виховним потенціалом, проведення наукових і краєзнавчих, дослідницьких експедицій для дітей, підлітків і молоді, організації спортивних таборів з залученням оздоровчого потенціалу природного оточення, тренувальних зборів юних рятівників, що активно брали участь у Всеукраїнських змаганнях тощо. Треба відзначити позитивний розвиток зав'язків з різними неприбутковими громадськими організаціями, благодійними фондами, рухами, об'єднаннями.

Вишкіл активної молоді в процесі туристичного виховання з залученням скаутських організацій формує сталий та позитивний досвід розвитку громадянського суспільства. Свідченням зворотнього позитивного зв'язку є розвиток самих громадських організацій, їх виховних можливостей і впливу на оточення.

Оцінка діяльності громадських організацій здійснюється через соціальні проекти, якими громади вирішують проблеми власного розвитку. У сучасному світі основу розвитку складає комерція, яка об'єднує спонсорську, грантову та проектну складові успіху. Туристична діяльність найбільш чутлива до ставлення суспільства, тому громадські організації широко використовують практику формування ресурсів діяльності саме таким чином.

Туристична діяльність та її розвиток безпосередньо пов'язані з засобами формування цільових груп, які є головним змістом соціальних проектів. Саме скаутські організації вирішують проблеми формування цільових груп, як поширення масовості туризму у всіх вікових категоріях: діти, підлітки, юнацтво, волонтери, батьки,

вчителі тощо. Тому туристична діяльність приваблює місцеві громади з метою вирішення проблем молодіжного середовища, родинного спілкування, різновікового впливу досвіду. Окрім цього, внутрішній туризм поповнюється відкриттям значної кількості історичних подій, культурних пам'яток, видатних осіб рідного краю. Це значно впливає на патріотичне ставлення до країни.

Туристичне виховання здійснює важливу соціально-економічну функцію, розвиваючи систему соціальних послуг, вдосконалюючи зв'язки соціальних груп, цілеспрямовано використовуючи кошти бюджету, спонсорів та гранти.

Проблеми внутрішнього туризму пов'язані з необізнаністю місцевого населення щодо привабливості своєї малої Батьківщини. Іноді дивовижні місця пов'язані з історією, культурою знаходиться зовсім поруч. Скаутська організація у програмі діяльності визначає краєзнавство як важливий напрямок розвитку організації, це об'єднує, надихає, спрямовує на інші міжрегіональні контакти. Сучасна краєзнавчо-туристична робота вдало втілює психолого-педагогічні та організаційні аспекти роботи дитячих організацій [3].

Висновки. Враховуючи все вищезазначене, можна зробити висновок, що діяльність скаутських організацій та інших громадських об'єднань – невичерпний потенціал системного, ефективного туристичного виховання, розвиток громадського суспільства в якому, найбільш дієво проявляється самоорганізація, самовдосконалення та самореалізація особистості.

Великого значення набуває внутрішній туризм, який окрім економічних та рейтингових здобутків виховує уважне ставлення до місцевих проблем як системи діяльності громадського суспільства, коли громадські організації свідомо беруть на себе вирішення цих проблем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Скаутинг – освіта для життя. *Уманський національний університет садівництва*: веб-сайт. URL: <https://tourism.udau.edu.ua/ua/novini1/skauting-osvita-dlya-zhittya.html> (дата звернення: 27.04.2023).
2. Тонкошкур М. В., Абрамов В. В. Організація туризму: конспект лекцій. Харків, 2015. 104 с.
3. Юрченко А. О. Особливості туристсько-краєзнавчої роботи у дитячих організаціях: комплексний підхід. Збірник наукових праць національної академії державної прикордонної служби України. Сер. Педагогічні науки 2019. №1(16), С. 429.

4. Scout Youth Programme. *World organization of scout movement*: веб-сайт. URL: <https://www.scout.org/who-we-are/scout-movement/scout-youth-programme> (дата звернення: 27.04.2023).

Л. Г. Євдокимова, В. Г. Бабенко, Є. М. Корж

Київської університет імені Бориса Грінченка

ЗАГАЛЬНА ОСОБИСТА БЕЗПЕКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ ЗАХОДІВ

Сучасний туризм у кожному випадку вимагає чіткого забезпечення й обов'язкового дотримання заходів не тільки індивідуальної, особистої чи колективної безпеки в цілому, а й свідомого розуміння складних процесів та наслідків їх нехтування, недотримання, порушення чи ігнорування взагалі.

Попередньо з'ясовано, що у кожної людини внутрішньо вже є розвинені відчуття уникнення небезпеки, самозбереження, неабиякого потягу й прагнення до фізичного і психологічного виживання в екстремальних чи загрозливих ситуаціях.

Ключові слова: *виживання, туризм, індивідуальна, особиста і колективна безпека, заходи безпеки.*

Modern tourism in each case requires a clear provision and mandatory observance of measures not only for individual, personal or collective safety in general, but also a conscious understanding of complex processes and the consequences of their neglect, non-observance, violation or ignoring in general.

It has been previously established that each person already has a developed sense of avoiding danger, self-preservation, a strong drive and desire for physical and psychological survival in extreme or threatening situations.

Key words: *survival, tourism, individual, personal and collective safety, safety measures.*

Постановка проблеми й мета роботи. Загальновідомо, що залежно від поставлених, запланованих, виконуваних завдань та мети, туризм може мати дуже різноманітну й розгалужену структуру свого, як видового, так і підвидового чи, навіть, успішного виникнення та існування зовсім окремих, нових форм, видів чи підвидів для пошуку й задоволення індивідуального дозвілля туристичного характеру. Наприклад: дитячий, молодіжний, сімейний, спортивний, лижний, гірський, екологічний (зелений), пізнавальний, дослідницький, релігійний, оздоровчий, лікувальний, рекреаційний, реабілітаційний, піший, транспортний, автомобільний, водний, підводний, річний, морський, залізничний, діловий, мисливський, рибальський, комерційний та багато-багато інших видів та підвидів туризму в цілому.

Беручи до уваги й не дивлячись на таке велике і розгалужене розмаїття туризму, навіть згаданий вище неповний перелік, у кожному випадку вимагає чіткого забезпечення й обов'язкового дотримання заходів не тільки індивідуальної, особистої чи колективної безпеки в цілому, а й свідомого розуміння процесів та наслідків їх нехтування, недотримання, порушення чи ігнорування взагалі.

Виклад основного матеріалу. У статті 1 «Визначення термінів» чинного Закону України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР «Про туризм» зазначено, що:

- туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає;
- турист – це особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін.

У той же час, у статті 13 «Безпека в галузі туризму» того ж Закону України «Про туризм» зазначено, що *безпека в галузі туризму – це сукупність факторів, що характеризують соціальний, економічний, правовий та інший стан забезпечення прав і законних інтересів громадян, юридичних осіб та держави в галузі туризму.*

Там само також передбачено, що органи державної влади та органи місцевого самоврядування, їх посадові особи в межах своїх повноважень повинні вживати відповідних заходів, спрямованих на дотримання, виконання і забезпечення відповідних рівнів безпеки, а безпосередньо саме надання необхідної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайних ситуаціях в межах усієї території України, здійснюється спеціалізованими державними, комунальними та приватними службами, а також рятувальними командами, загонами чи підрозділами, що утворюються або формуються відповідно до існуючого законодавства. Слід зазначити, що як організація таких підрозділів, так і порядок здійснення рятувальних заходів визначаються Кабінетом Міністрів України.

Наряду з тим, у згаданому вище Законі доволі часто зустрічається словосполучення «Особиста безпека». Проте, самих визначень, тлумачень або роз'яснення дефініцій «особиста безпека»

або «індивідуальна безпека» у тексті Закону України «Про туризм» немає взагалі, хоча в цьому й спостерігається їх нагальна потреба та необхідність.

Із курсу навчальної дисципліни «Безпека життєдіяльності» нам відомо, що безпека – це відсутність загрози життєво важливим інтересам людини: життю, здоров'ю, добробуту [5, с. 18-36, 54-86]. Вона залежить і належить до елементарних базових людських потреб і благ: поки людина не почуватиметься безпечно й комфортно, до тих пір вона не може належним чином думати про всі необхідності іншого рівня – соціальні, матеріальні й духовні тощо [1, с. 11-38].

Водночас, усім загальновідомо, що той психологічний шок та психоемоційний стан, у якому опиняється людина, що вирішила корисно й активно відпочити, провести своє дозвілля чи відпочинок у власне задоволення, тільки на перший погляд – раптово або начебто зненацька, опиняється в складних екстремальних ситуаціях, дуже близьких до небезпечних чи, іноді навіть, загрозливих для життя і здоров'я не тільки самих бажаючих організовано відпочити, а й тієї переважної більшості людей, що братимуть безпосередню участь у непростих процесах забезпечення їх дозвілля, поточної особистої безпеки і порятунку [4, с. 3-48].

Саме тому, левову частку часу, яка відводиться на загальну підготовку до будь-якого туристичного туру або вояжу, буде доцільним присвятити попередньому плануванню. Необхідно заздалегідь продумати всі деталі мандрівки, майно та обладнання, зробити розрахунки, скласти кошторис витрат, урахувати специфіку перебування в тому чи іншому регіоні, місцевості, настрої місцевого населення, ознайомитись із можливими маршрутами, засобами й способами пересування, а також твердо пам'ятати, що все повинно готуватись та підбиратись під ті умови, в яких ви будете знаходитись чи перебувати тривалий час.

Насамперед, увесь вищезазначений негатив трапляється саме тоді, коли відпочиваючі самі собі створюють передумови щодо непрямой організації та виникнення проблем, небезпек чи загроз різного характеру нехтуючи, при цьому, заходами, вимогами, правилами, інструкціями, ігноруючи вербальні попередження та застереження гідів, гідів-перекладачів, інструкторів, провідників, екскурсоводів, а також не готові бачити, розпізнавати й серйозно

сприймати інформацію попереджувального звукового чи візуального характеру (оголошення, попередження, застереження, таблички, вказівники, дошки об'яв, стенди, табло, термометри...) тощо.

Водночас, не дивлячись на те, що зазвичай у кожної людини внутрішньо вже є закладені, достатньо розвинені й вже частково сформовані відчуття попередження, запобігання чи уникнення небезпеки, існує вірогідність щодо індивідуального само збереження, неабиякого потягу й прагнення до фізичного (тілесного) і психологічного виживання в екстремальних чи загрозливих ситуаціях [3, с. 108-154]. У цих випадках необхідно завжди знати й уміти як [2, с. 8-56]:

- аналізувати, визначати й контролювати свій стан, місце-знаходження, обстановку і середовище, у якому ви опинилися;
- здійснювати порядок надання першої чи домедичної допомоги тим, хто цього негайно потребує;
- провести ревізію й надалі економно витратити існуючі наявні матеріальні ресурси життєзабезпечення (вода, продукти харчування, медикаменти, засоби обігріву) й електроенергії (для успішного підтримання працездатності та експлуатації засобів комунікації та освітлення);
- налагоджувати швидкий і доступний побут, а також сприяти відновленню сил та функцій організму для подальшої боротьби за виживання.

Отже, як тільки позитивно вирішиться переважна більшість із окреслених вище завдань оповіщення, комунікації, сигналізації та забезпечення [1, с. 25-56], доцільно або й одночасно, разом із проведенням цих робіт, буде попередньо правильно визначитись із прийняттям рішення відносно того, чи залишатися на місці й чекати, що нам нададуть допомогу, спасуть чи самотійно, особливо не віддаляючись далеко від місця організації нашої стоянки, табору або перебування, провести рекогносцирувальні або розвідувальні заходи [4, с. 34-56], якщо дозволяє здоров'я й ресурси, щодо здійснення спроб самотійного і безпечного вирішення цієї ситуації.

Висновки. Ураховуючи викладене вище, можна сміливо зазначити, що чинний Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР «Про туризм» потребує внесення суттєвих змін, доповнень або доопрацювання в частині статей та розділів, що

стосуються як «Безпеки в галузі туризму», так і «Безпеки туризму» в цілому.

Подальші наші дослідження будуть спрямовані на вивчення питань «індивідуальної», «особистої» та «колективної безпеки», а також на розробку відповідних методичних пропозицій та рекомендацій із цих напрямів діяльності в туризмі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Башавець Н.А. Культура здоров'язбереження у питаннях і відповідях: навч. посіб. Одеса: вид. Букаєв В.В., 2010. 272 с.
2. Васильєв А.С., Бабенко В.Г., Будаг'янець Г.М., Янко І.В. Безпека персоналу ОВС під час службових заходів: навч. метод. посіб. Київ: ГШ МВС України, 2008. 84 с.
3. Екстремальна психологія: підручник / за заг. ред. проф. О.В. Тімченка. Київ: Август Трейд, 2007. 502 с.
4. Остапович В.П., Бабенко В.Г., Кириєнко Л.А. Психологічна та фізична готовність особистості до дій в екстремальних ситуаціях: практичний посібник / за ред. д.ю.н., проф. В.О. Криволапчука. Київ: ДНДІ МВС України, 2016. 86 с.
5. Ярошевська В.М. Безпека життєдіяльності: підручник. Київ: ВД Професіонал, 2004. 560 с.

Р. Є.Зайченко, В. М.Зігунов

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

ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ СУПРОВОДУ НА КОМЕРЦІЙНИХ МАРШРУТАХ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Тези розглядають актуальні питання в сфері активного відпочинку в Україні, зокрема зазначається, що будь-який вид активного відпочинку потребує супроводу та керівництва туристичною групою на всіх етапах подорожі. Робота визначає актуальність розгляду цих питань у контексті розвитку туризму в Україні та може слугувати основою для подальших досліджень у сфері активного відпочинку та туризму.

Ключові слова: безпека, похід, трекінг, хайкінг, супровід.

This review examines current issues in the field of active recreation in Ukraine, in particular, it is noted that any type of active recreation requires accompanying and guiding a tourist group at all stages of the trip. The work considers the relevance of consideration of these issues in the context of the development of tourism in Ukraine and can serve as a basis for further research in the field of active recreation and tourism.

Keywords: safety, hiking, trekking, hiking, escort.

Постановка проблеми. Активний відпочинок стає все більш доступним, охоплюючи практично кожного, хто цікавиться створенням та отриманням високоякісного туристичного продукту. Розвиток та популяризація різноманітних форм активного туризму в Україні визначають необхідність вирішення ключових питань, пов'язаних із комерційними туристичними походами.

В Україні багато підприємців починають впроваджувати такі види активного відпочинку як хайкінг, треккінг, каякінг, рафтинг тощо. Будь-який вид активного відпочинку потребує супроводу з боку організаторів подорожі отримувача туристичних послуг (туриста) на всьому етапі подорожі. На сьогоднішній день в українських підприємців, які надають туристичні послуги у вигляді комерційних походів постає ряд питань:

- хто має право здійснювати супровід та керівництво комерційною групою туристів у поході;
- яким документом зазначені та ким затверджені вимоги до кандидата на посаду керівника комерційної групи туристів в поході.

З точки зору безпеки, у споживачів комерційних туристичних походів, постає питання: яким чином можна впевнитись, що керівник туристичної групи має достатньо знань і вмінь, щодо виконання своїх обов'язків гіда-провідника.

Вклад у розвиток безпеки туристських походів зробили вітчизняні вчені: В. М. Зігунов, В. В. Абрамов, О. Я. Булашев, О. В. Колотуха та інші. Слід зауважити, що напрацювання передбачені науковими працями вищезазначених вчених, лягли в систему підготовки керівників груп, які займаються видами спортивного туризму. Їх напрацюваннями також користуються гіди-провідники, які були керівниками категорійних походів.

Розуміння даного питання допоможе виокремити проблемні аспекти, які виникають в наступних питаннях: хто має право обіймати посаду гіда, інструктора, провідника комерційної групи туристів у поході; які вимоги до кандидата на таку посаду, як називається така посада, якими документами може бути підтверджена кваліфікація керівника комерційної групи туристів у поході. З погляду безпеки учасників комерційних туристичних походів стає актуальним питання про забезпечення високого рівня компетентності та кваліфікації керівників таких груп. Вирішення

цього аспекту вимагає розробки чітких стандартів та процедур для оцінки знань та навичок керівників груп комерційних походів, а також механізмів їх постійного підвищення кваліфікації.

На даний час, виникає нагальна потреба у встановленні державними органами стандартів та критеріїв для осіб, які здійснюють супровід та керівництво комерційними туристичними групами в поході.

Метою роботи є аналіз нормативно-правових засад діяльності фахівців супроводу на комерційних маршрутах активного туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу. З огляду на міжнародну практику слід зауважити, що у 1965 році була заснована Міжнародна федерація асоціацій гірських гідів (IFMGA), засновниками якої стали такі країни як Італія, Франція, Швейцарія та Австрія. Напрямки діяльності організації передбачають розробку однакових стандартів та правил для роботи гірських гідів, встановлення вимог до підготовки та відповідної сертифікації, а також створення умов для безперешкодної роботи за межами своїх країн.

З огляду на вітчизняну практику, слід наголосити, що завдяки діяльності Федерації спортивного туризму України розроблено та імплементовано велику кількість документів, якими регулюються вимоги щодо проведення спортивних походів, вимог до учасників спортивних походів, вимог до здобуття права бути керівником спортивних груп тощо.

Так, відповідно до Наказу Міністерства молоді та спорту за № 497/25274 від 14 травня 2014 р. встановлюються вимоги до керівників туристських спортивних походів, та права керівників туристських груп [1]. Слід зауважити, що у вимогах до керівників спортивних груп ключовим словом є «Спортивних». Більшість комерційних видів походів в Україні за своєю сутністю не підпадають під класифікацію спортивних походів. Необхідно наголосити, що комерційні туристські фірми працюють в Україні, опираючись на туристсько-спортивний досвід керівників спортивних походів. Але все ж таки, питання щодо вимог до керівника не спортивних груп в поході залишається відкритим.

Досліджуючи питання регулювання діяльності комерційних походів слід звернути увагу на Закон України «Про Туризм» (надалі

– Закон), яким регулюється значний спектр суспільних відносин в сфері туризму. Закон визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Закон встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України [2].

Законом встановлюються визначення таких понять як туризм, турист, туристичний продукт тощо [2].

Так абз. 4, ч.2, ст. 5 Закону України «Про Туризм» передбачено, що суб'єкти туристичної діяльності є гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування [2].

З вищевказаного можемо зробити висновок, що Законом визначений перелік суб'єктів туристичної діяльності, але під надане визначення підлягає діяльність осіб щодо супроводу комерційних туристичних груп.

Абз. 6, ч.2, ст. 5 Закон України «Про Туризм» зазначається, що перелік посад фахівців туристичного супроводу та кваліфікаційні вимоги до них визначаються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, за погодженням із центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері трудових відносин [2].

Слід наголосити, що є достатня кількість підзаконних нормативних актів, міжнародних державних стандартів, але всі вони лише доповняють різні сфери діяльності суб'єктів, що надають комерційні послуги у сфері туризму, в частині піших походів. Так слід зазначити наступні Держані стандарти України: ДСТУ ISO 21101:2016 (ISO 21101:2014, IDT) «Туризм пригодницький. Системи менеджменту безпеки. Вимоги», ДСТУ 7450:2013 «Туристичні

послуги. Знаки туристичні активного туризму. Класифікація, опис і правила застосування» та інші.

Нажаль, станом на сьогодні, втратив свою чинність наказ Державної туристичної адміністрації України від 24 вересня 2004 року № 83 «Про затвердження Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцям туристичного супроводу». Даним положення затверджувався порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцям туристичного супроводу, Кваліфікаційні вимоги до екскурсоводів та Кваліфікаційні вимоги до гідів-перекладачів [3].

Висновки. Виходячи з вищевикладеного, можемо зробити висновок, що на даний час документи, якими мають бути встановлені конкретні вимоги щодо кваліфікації, знань, вмінь фахівців супроводу туристів на комерційних маршрутах з активного туризму відсутні. Необхідно поновити нормативно-правову базу з цього питання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Наказ Міністерства молоді та спорту «Про затвердження Кваліфікаційних норм та вимог Єдиної спортивної класифікації України з неолімпійських видів спорту»: Наказ від 14 травня 2014 № 497/25274. Законодавство України, ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0497-14#Text>(дата звернення: 14.11.2023).
2. Закон України «Про туризм»: Закон від 15.09.2023 № 324/95-ВР, Законодавство України ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95_%D0%B2%D1%80/ed20230401#Text (дата звернення: 14.11.2023).
3. Наказ Державної туристичної адміністрації України «Про затвердження Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцям туристичного супроводу» від 24 вересня 2004 року № 83 Законодавство України, ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1344-04#Text> (дата звернення: 14.11.2023).

ЗАСТОСУВАННЯ СКАНДИНАВСЬКОЇ ХОДЬБИ В РЕКРЕАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ОСІБ З ПОРУШЕННЯМ ЗОРОВОГО АНАЛІЗАТОРУ

В даній роботі йдеться про доцільність застосування скандинавської ходьби в рекреаційній діяльності осіб з порушенням зорового аналізатору на санаторно-курортному етапі лікування. Стаття висвітлює користь цього виду активності для організму в цілому.

Ключові слова: Скандинавська ходьба, особа з порушеннями зору, фізичне виховання.

This paper addresses the appropriateness of incorporating Nordic walking into the recreational activities of individuals with impaired visual function during the sanatorium and resort stage of treatment. The article highlights the benefits of this type of activity for the overall well-being of the organism.

Keywords: Nordic walking, visually impaired person, physical education.

Постановка проблеми. Сучасні виклики якості життя ставлять перед суспільством важливе завдання – соціалізація і підвищення рівня самостійності усіх верст населення, не винятком є і особи з порушенням зорового аналізатора.

Проблема не тільки залучення осіб з інвалідністю до активному способі життя, а й у їх самостійності, бажанні та здатності правильно ставити цілі та досягати їх.

Один із способів покращення якості життя людей з вадами зору може бути застосування скандинавської ходьби [2].

Метою проведеного дослідження є наукове обґрунтування доцільності використання скандинавської ходьби для осіб із порушенням зорового аналізатора.

Завдання дослідження включає апробацію та перевірку ефективності застосування скандинавської ходьби для слабозорих і незрячих осіб.

Викладення основного матеріалу. Скандинавська ходьба виявляє позитивний вплив на розвиток просторового орієнтування та сприяє відновленню фізіологічно правильно патерну ходьби.

Щоб перевірити доцільність застосування скандинавської ходьби в рамках реабілітаційного процесу, було здійснено, протягом 2020 та 2023 рр. було здійснено 8 заїздів: 3 літніх, 2 осінніх та 3

весняний (8 заїзди, тривалістю по 2 тижня); на базі Західного реабілітаційно-спортивного центру Національного комітету спорту інвалідів України (ЗРСЦ НКСІУ) (с. Яворів Турківського району Львівської області).

Всього в дослідженні прийняло участь 154 осіб (з них тотально незрячі – 78 осіб, з залишковим зором – 76; жінок було – 94, чоловіків – 60; I групу інвалідності мало 131 особи, II групу – 23; віковий діапазон: 22 особи (17–21 р.), 76 осіб (22–35 р.), 56 осіб (36–55 р.) [1].

Перед початком тренування ми індивідуально налаштували палиці для скандинавської ходьби, враховуючи особисті особливості кожного учасника. Перше заняття було присвячене вивченню техніки користування палицями під час скандинавської ходьби та правильної техніки ходьби з ними.

Під час цього заняття, крім розминки та заминки, особлива увага приділялася правильній техніці ходьби [3].

Ми використовували розроблену програму аеробного тренування, що базується на рівномірному та інтервальному методах, включаючи циклічні вправи (кроки скандинавської ходьби). Програма включає три частини: розминка, основна частина та заключна розминка.

План занять зі скандинавськими палками:

- 1) Перед початком тренування здійснювалась розминка, яка передбачала розігрів віх груп м'язів, та суглобів, та підготовку до подальшого навантаження.
- 2) Основна частина складається з двох частин:
 - a. Перша частина: застосовуємо інтервальний метод циклічного тренування (Проходимо 2 хв. в повільному темпі, потім 1 хв. в швидкому темпі (1 коло). Повторюємо таке тренування 4 – 5 кіл);
 - b. Друга частина: в ній застосовуємо рівномірний та безперервний метод циклічного тренування (Йдемо 30 хв. стандартною технікою скандинавської ходьби, в середньому темпі);
- 3) Заминка включала комплекс вправ на розтягнення всіх груп м'язів. Особлива увага приділялась тим м'язам, які найбільше задіяні під час тренування.

Спочатку заняття зі скандинавської ходьби реалізовувались на рівній місцевості, після чого ми збільшували навантаження, прокладаючи маршрут по поверхні з більшим кутом підйому. Проводилося відпрацювання практичних навиків по руху в залежності від того, по якому рельєфу ми пресувалися. Наприклад, якщо рух здійснювався із гори, то палиці виставляли трішки перед собою і корпус трішки відводився назад, а якщо на гору – то навпаки. Кожне заняття тривало 60 хвилин, і загалом проведено 10 [1].



Рис. 1

Фрагмент заняття скандинавською ходьбою

Також проходили заняття зі скандинавськими палицями в приміщенні задля покращання координації.

На рис. 1 показано приклад типових помилок на перших заняттях зі скандинавської ходьби.

Тотально незрячим та особам з незначним залишком зору пересуватися на лижах допомагав гайд. Він був попереду або з боку від учасника та говорив команди, які необхідно було йому виконувати.

Динаміку досліджуваних показників представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

Динаміка досліджуваних показників

Показники	Вихідні показники	Контрольні показники	Відносна різниця, %	p
	$x \pm S$	$x \pm S$		
Проба Штанге, сек	42,6±47,4	43,9±48,1	2,9	≥0,05
Проба Генча, сек	26,4±27,6	26,2±27,7	0,8	≥0,05
Стійкість (права нога), сек	41,7±108,3	65,8±114,2	36,6	≤0,05
Стійкість (ліва нога), сек	52,8±97,2	76,6±103,4	31,1	≤0,05
Швидкість, кількість рухів ногами за 30 сек	20,1±8,1	21,5±12,5	6,5	≥0,05
Загальна витривалість, сек	32,8±32,2	44,1±75,9	26,3	≤0,05

Висновки. Враховуючи динаміку досліджуваних показників, можна стверджувати, що скандинавська ходьба покращує діяльність серцево-судинної системи, збільшує показники витривалості

та швидкості, та покращує координацію осіб з порушенням зорового аналізатора. На точність вимірюваних результатів може впливати паралельна діяльність та рухова активність яка виконується впродовж заїзду окрім скандинавської ходьби.

Перспектива подальших досліджень у цьому напрямку: цей напрям впроваджувати в програму фізичної терапії для військовослужбовців які втратили зір на санаторно-курортному етапі лікування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. FREEDOM. Менеджмент падіння слабозорих та незрячих осіб засобами фізичної терапії та ерготерапії: наук. робота: 227. СумДПУ ім. А. С. Макаренка. Суми, 2021. 45 с.
2. Ліндберг О. Скандинавська ходьба і джоггінг проти хвороб. Практичний курс природного руху. 2014. 160 с.
3. Світ наукових досліджень. Випуск 23: матеріали Міжнародної мультидисциплінарної наукової інтернет-конференції (м. Тернопіль, Україна, м. Ополе, Польща, 24 – 25 жовтня 2023 р.) / за ред. О. Патряк. ГО «Наукова спільнота», WSZIA w Opolu. Тернопіль: ФОП Шпак В.Б., 2023. URL: <https://sci.ldubgd.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12011/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%A1%D0%B2%D1%96%D1%82%20%D0%BD%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%85%20%D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%96%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D1%8C.%20%D0%92%D0%B8%D0%BF%D1%83%D1%81%D0%BA%2023.pdf#page=186>.

І. Л. Мельник, В. В. Гагач

Національний університет харчових технологій

ТУРИСТИЧНІ МАРШРУТИ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті розкрито туристський потенціал Волинської області як туристичної дестинації пізнавального, рекреаційного, гастрономічного, активного та екологічного туризму. Визначені туристичні маршрути Волинської області, привабливі для внутрішнього та іноземного туриста.

Ключові слова: рекреаційно-туристичні ресурси, туристичний потенціал, туристичний маршрут, Волинська область.

The article reveals the tourist potential of the Volyn region as a tourist destination of ethnic, cognitive, recreational, active, and ecological tourism. The main tourist routes of the Volyn region, attractive for domestic and foreign tourists, have been determined.

Keywords: recreational and tourist resources, tourist potential, tourist route, Volyn region.

Постановка проблеми. Специалізацію туристичної дестинації визначають ключові рекреаційно-туристичні ресурси та туристичні можливості території, наприклад, природні рекреаційні зони, пляжні зони, зони для активного відпочинку, території, які відомі своєю історико-культурною спадщиною, міста та селища тощо. *Туристичні маршрути* території, як основні елементи якісної туристичної пропозиції, знайомлять з найвизначнішими атракціями та об'єктами, які сприяють ефективному економіко-екологічному використанню потенціалу регіону.

Мета роботи – дослідження особливостей використання туристичного потенціалу Волинської області через розроблену мережу туристичних маршрутів.

Виклад основного матеріалу. Волинь вважається одним із найстаріших регіонів України, а перші згадки про неї зустрічаються ще у літописах IX-XI століття, зокрема, у «Повісті минулих літ» й у «Іпатіївському літописі» [1]. Відповідно на території Волинської області можна побачити пам'ятки середньовічної оборонної архітектури – замки та монастирі (найвідоміші – Замок Любарта (Луцький замок), Любомльський замок, Зимненський монастир), а також пам'ятки мистецтва та археології. Історико-культурні заповідники в Луцьку та Володимирі-Волинському, створені для збереження стану історичних об'єктів, їх дослідження, а також відродження традицій.

Кліматичні умови регіону, великі приміські ліси, водойми, запаси торф'яних лікувальних грязей та відомі джерела мінеральної води сприяють розвитку рекреації. Сьогодні на Волині налічується 209 об'єктів природно-заповідного фонду, в тому числі Шацький природний національний парк, 74 заказники (5 державного значення), 107 пам'яток природи (3 державного значення), 22 заповідні урочища, 5 парків – пам'яток садово-паркового мистецтва місцевого значення, а також Ботанічний сад Волинського державного університету імені Лесі Українки [2].

До основних екскурсійних об'єктів, з якими асоціюється Волинська область, за дослідженнями [2] належать: місто Луцьк, Замок Радзивиллів в Олиці, Шацькі озера, Музей у селі Рокині, Pole битви під Берестечком, місто Володимир, Природний парк «Припять-Стохід», Музей-садиба Лесі Українки, Природний парк «Цуманська пуца», Екопарк «АМІЛА». Проте, аналізуючи 3D-тури

порталу «Волинь унікальна» [1], які створені для сприяння та розширення можливостей мандрівок по регіону, можемо розширити перелік туристичних об'єктів, додавши Луцькі підземелля, Колегіальний костел Святої Трійці (Олика), заказник «Воротнів».

Волинська область має природні, історичні та соціально-культурні об'єкти, які стимулюють до подорожей та здатні задовольнити потреби у відновленні та розвитку фізичних, емоційних та інтелектуальних сил туриста, тому туристичні маршрути регіону за метою подорожі повинні відповідати пізнавальним, релігійним та рекреаційним цілям.

Пізнавальні маршрути, сформовані навколо історичних пам'яток та об'єктів культури, знайомлять з локальними традиціями, легендами, звичаями, а також способом життя регіону, та сьогодні переважно представлені турами вихідного дня. Зокрема, пізнавальні маршрути Волинської області запрошують відвідати місто Луцьк (Луцький Замок, підземелля, Старе місто, музеї: художній, Волинської ікони, краєзнавчий, Луцького братства, сучасного мистецтва Корсаків, зоопарк) та місто Володимир-Волинський (Луцьк – Затурці (музей В. Липинського) – Зимне (монастир) – Володимир-Волинський (заповідник Древній Володимир) – Устилуг (музей І. Стравінського). Окреме місце у структурі пропозиції займають пізнавальні маршрути, які об'єднують об'єкти Волинської та сусідньої Рівненської області. Наприклад, маршрути до міста Дубно: «Маршрут замково-козацький. З поля битви – на бал» (місто Дубно – село Пляшева), «Маршрут замково-фортифікаційний. Хто-хто в підземеллях живе?» (місто Дубно – Тараканів), «Маршрут дубенсько-замковий. Там, де жили князі» (місто Дубно); або культурологічний маршрут «Маршрут дипломатичний. Саміт по-середньовічному» (місто Луцьк – Пересопниця, або навпаки). Підсилює туристичний потенціал і маршрут з відвідуванням двох обласних центрів – «Маршрут підземно-наземний. Лабіринтами Рівного й Луцька».

Під час пізнавальних турів туристи знайомляться і з релігійними об'єктами, однак для духовного відпочинку розроблено спеціалізований продукт – локальні релігійні маршрути, зокрема: «Маршрут першохристиянський. Найдревніший монастир» (село Зимне). Також з міста Луцьк організовано маршрути до святинь

національного значення, зокрема, до Почаївської Лаври («Маршрут семимонастирський. Молитися й любити»).

Рекреаційні маршрути «Маршрут озерний. Милій Світязь» (село Світязь), «Маршрут мальовничий. Своя Швейцарія» (село Губків) краєзнавчими пам'ятками та об'єктами природно-заповідного фонду Волинської області, забезпечують контрольоване і планове їх відвідування туристами. Сьогодні ці маршрути виконують не тільки рекреаційну функцію, адже через вивчення та охорону природних комплексів відбувається оцінка впливу антропогенної діяльності на стан природного середовища, тобто дані маршрути є спеціалізованими рекреаційно-екологічними стежками. Окреме місце у структурі пропозиції належить екологічним стежкам національними природними парками України, наприклад, «Лісова пісня» та «Світязянка» на території Шацького національного природного парку.

Знайомство з локальними традиціями місцевої кухні популяризувало гастрономічні тури. Тур за маршрутом «Луцьк – Баїв – Берестечко – Брани – Павлівка – Старий Порицьк» передбачає відвідування Музею меду, знайомство з роботою заводу з виробництва пива та екосироварні.

Комплексні туристичні маршрути Волинської області об'єднують пізнавальний, рекреаційний, гастрономічний, екологічний та активний відпочинок, запрошуючи відвідати національні природні парки, пропонуючи сплави на човнах та байдарках, катання на велосипедах, катання на позашляховиках, а також риболовлю і гастрономія (маршрути Луцьк – Шацьк – Світязь, Луцьк – Оконськ – Любешів – Сваловичі).

Для залучення активних туристів розроблено веломаршрути, розраховані на початківців та велосипедистів із середнім рівнем підготовки [3]: «Долиною річки Серна» (долина річки Серна), «Околицями Боратина» (долина річки Стир – село Боратин), «До Кульчинських крутосхилів» (долина річки Стир – Ківерцівщина).

Висновки. Розвиток внутрішнього туризму в регіонах України, які не мають суттєвих обмежень на здійснення туристичної діяльності під час війни, свідчить про значні можливості для подальшого розвитку та удосконалення туристичних маршрутів у Волинській області. Більшість розглянутих маршрутів є автобусними лінійними маршрутами, вихідною точкою яких є

обласний центр, що має розвинену туристичну інфраструктуру. Подальшої уваги потребує вивчення потенціалу місцевих агроосель, крафтових виробників, в тому числі харчової продукції, для розширення комплексних маршрутів, покращення механізмів співпраці громад з приватним бізнесом для розбудови туризму у регіоні.

Поєднання ресурсів Волинської області сприяє розвитку пізнавального, рекреаційного, гастрономічного, активного та екологічного туризму, що знаходить відображення у пропозиції пішохідних, автобусних та велосипедних туристичних маршрутів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Волинь унікальна. URL: <https://tourism.volyn.ua> (дата звернення: 17.11.2023).
2. Лисюк Т., Терещук О., Білецький Ю. Туристичні подорожі у Волинській області: особливості організації в умовах сучасних викликів. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 54. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-5>
3. Центр національно-патріотичного виховання, туризму і краєзнавства учнівської молоді Волинської обласної ради. *Центр національно-патріотичного виховання, туризму і краєзнавства учнівської молоді Волинської обласної ради*. URL: <https://cnpvtk.volyn.ua> (дата звернення: 17.11.2023)

О. І. Сумцов, В. М. Зігунов

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

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ АЛЬПІНИЗМУ ТА СКЕЛЕЛАЗІННЯ У СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ

У статті розкриті особливості розвитку альпінізму та скелелазіння в Сумському регіоні на сучасному етапі. Висвітлено ресурсні можливості для занять зазначеними видами спорту, аспекти діяльності регіональної федерації та музею альпінізму, набуття досвіду гірських сходжень спортсменами, окреслені перспективи подальшого розвитку.

Ключові слова: альпінізм, скелелазіння, скеледром, гірські сходження, регіон.

The article reveals the features of the development of mountaineering and rock climbing in the Sumy region at the current stage. Resource opportunities for practicing the specified sports, aspects of the activities of the regional federation and the mountaineering museum, the acquisition of mountain climbing experience by athletes, and the prospects for further development are outlined.

Key words: alpinism, rock climbing, climbing wall, mountain climbing, region.

Постановка проблеми. Упродовж десятиліть в Сумському регіоні розвиваються такі види спорту як альпінізм та скелелазіння. У своєму арсеналі сумські альпіністи та скелелазни мають досягнення як українського так і світового рівня. Але в реаліях сьогодення альпінізм та скелелазіння на Сумщині зазнали змін. Змінилися та обмежилися можливості займатися цими видами спорту, використовуючи природні ресурси як України так і світу.

Наразі у альпіністів Сумського регіону немає можливості для регулярних поїздок до різних гірських систем світу, таких як Альпи, Памір, Гімалаї тощо. Скелелазіння, як окремий вид спорту та як один із напрямків підготовки альпіністів, перебуває дещо в кращому становищі, проте також має проблеми розвитку. Відсутність мінімальної державної підтримки дається взнаки на розвиток та залучення професійних кадрів для роботи з молоддю у зазначених видах спорту.

Мета роботи – охарактеризувати особливості для занять альпінізмом та скелелазінням у Сумському регіоні та визначити перспективи їх розвитку.

Виклад основного матеріалу. Сумщина є регіоном на теренах України, у якому відсутні гірські системи, які необхідні як ресурс для занять альпінізмом та скелелазінням. Але сумські альпіністи та скелелазни беруть участь у спортивних заходах всеукраїнського та міжнародного масштабу.

На сьогодні на Сумщині функціонує Федерація альпінізму та скелелазіння Сумської області під керівництвом майстра спорту, з почесним званням «Снігового барса» Федора Петровича Мітюхіна.

Упродовж 60 років існує дитячий клуб туристів-альпіністів при Сумському Палаці дітей та юнацтва, під керівництвом кандидата в майстри спорту, інструктора альпінізму, відмінника освіти, заслуженого вчителя України Віри Андріївни Паненко. Також при дитячому Палаці функціонує музей історії альпінізму під керівництвом методиста відділу туризму, кандидата у майстри спорту, інструктора зі спортивного туризму, відмінника освіти України Валентини Іванівни Андросової.

У вихованні підростаючого покоління відіграє важливу роль музей альпінізму, до якого активно проводяться екскурсії школярів та студентів. Тут зібрано понад 7,5 тисяч експонатів та висвітлені основні історичні події від часу, коли зародився світовий альпінізм

до сучасних досягнень альпіністів як України так і видатних досягнень сумських альпіністів. Серед експонатів є доволі унікальні, такі як камінь з найвищої вершини на планеті – Евересту. Також представлено спорядження, з яким ходили перші альпіністи на вершини.

Окрасою розділу «Вершини снігових барсів» є сумські альпіністи, які мають звання «Снігові барси», яких в регіоні на сьогодні п'ять [3]. Неофіційний титул «Сніговий барс» присвоюється за підкорення всіх п'яти семи тисячників території СНД, а саме: дві вершини в горах Тянь-Шаню – пік Перемоги (7439 м) та пік Хан-Тенгри (7010 м); три вершини на Памірі – Пік Ісмаїла Сомоні (7495 м), пік Абу Алі ібн Сіно (7134 м), пік Євгенії Корженевської (7105 м). Для багатьох екскурсантів таке відвідування музею могло б стати першим знайомством зі світом гір. Проведення екскурсій для школярів та студентів більш ширше популяризує гірські види спорту, зокрема альпінізм та скелелазіння.

Наразі в місті Суми функціонує скелелазний стенд – скеледром, збудований силами ентузіастів та активістів, на якому тренуються та беруть участь у змаганнях юні скелелазники. Проведення івентів до дня міста та реклама в соціальних мережах наразі вже приносить користь і скелелазіння набирає популярності серед жителів міста. Скелелазіння всебічно формує особистість, дарує корисні навички, такі як: логічне мислення, швидкість прийняття рішень, спритність, увагу, рішучість, самостійність та відвагу [4].

Наявність скеледрому в місті Суми має великий потенціал. Це значно розширює можливості та підвищує туристичні можливості області. Проведення національних та міжнародних змагань могли б мати позитивний вплив на інфраструктуру міста та сприяти збільшенню туристів до регіону із залученням фінансів. Наразі скелелазіння є олімпійським видом спорту, тож наявність сучасного тренажера дозволило б тренувати та виховувати майбутніх олімпійських чемпіонів, що в майбутньому могли б представляти Сумщину на міжнародній арені.

Один із потенційних напрямків є досвід відкриття в Україні комерційної «Школи альпінізму» для бажаючих зануритись у світ гір та пригод [2]. Приклади успішного функціонування такого напрямку є в містах України, таких як Київ та Дніпро. Дана школа – прекрасний варіант в короткі терміни отримати базові знання з

альпінізму, ознайомитися з діями груп горосходжувачів на різних скельних маршрутах, маршрутах мультіпітчі, альпіністських скельних маршрутах. Тут навчають, як безпечно поводитися на гірському рельєфі, як організувати безпечні ночівлі та багато іншої корисної інформації [5].

В Україні потенційними районами для проведення заходів з альпінізму і скелелазіння можуть бути Денеші, Буцький каньйон, Карпатський регіон. Карпати є чудовим полігоном для набуття та відпрацювання навичок пересування по гірському рельєфу, по снігу, щодо організації бівуаку [6]. Сумські спортсмени використовують можливість отримати практичні знання, вміння та навички, виїжджаючи в Карпати для сходжень на найвищі вершини України – Говерлу, Петрос та інші.

При проведенні альпіністських заходів, потрібно також проводити навчання з надання першої медичної допомоги, в рамках підготовки до гірських сходжень. Ці знання також будуть доречними в реаліях сьогодення.

Проведення заходів з альпінізму та скелелазіння можна комбінувати з різними видами туризму. Наприклад, запропонувати бажаючим спробувати унікальний турпродукт на теренах Сумської області, який включатиме заняття на скеледромі, відвідування музею альпінізму, потім сплав на байдарках з ночівлею в наметах та самостійною організацією бівака.

Високкокваліфіковані і досвідчені спортсмени-альпіністи Сумщини мають неодноразові звершення, тому для реалізації майбутніх проектів даний вид спорту має потужних професіоналів, що дозволить досягти певних результатів при активному початку роботи по розвитку альпінізму.

Щодо перспектив можна зазначити, що розвитку альпінізму та скелелазіння в Сумському регіоні сприятиме створення системи підготовки скелелазів та альпіністів, починаючи зі школи до навчання у вищих навчальних закладах [1], з використанням як українського так і закордонного досвіду. Створення комерційної «Школи альпінізму» для всіх бажаючих може потужно популяризувати дані види спорту в регіоні серед населення [2].

Висновки. Сумщина має багаторічні традиції та наявний потенціал для розвитку альпінізму і скелелазіння в регіоні. Перспективою для розвитку даних видів спорту є можливість

створення Школи з альпінізму для всіх бажаючих на базі федерації альпінізму та скелелазіння, що дало б поштовх для подальшого розвитку активних занять у природному середовищі. Широке висвітлення роботи федерації та музею альпінізму в соціальних мережах дозволить зацікавити нових туристів відвідати Сумщину з різних регіонів України та з-за кордону.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Київська міська державна адміністрація URL: <https://don.kyivcity.gov.ua/content/realizovani-proekty-2019.html?PrintVersion>
2. KULUAR – походи в гори. Сходження. Трекінг. URL: <https://kuliarpohod.com/ua/routes/skalna-shkola-v-korostyshevi/>
3. Клуб туристів-альпіністів Сумського палацу дітей та юнацтва. URL: <http://www.abalakovets.sumy.ua/node/264>
4. Скеледром Рельєф. URL: <https://shkolyar.org.ua/club/sumy/skeledrom-relyef-sumy.html>
5. Mountain World. URL: <https://mountainworld.com.ua/tours/karpaty/>
6. Mountain World. URL: <https://mountainworld.com.ua/>

О. Г Цимбал, Д. Р. Мозгова

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

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто тенденції розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні. Визначено потенціал розвитку ринку лікувально-оздоровчого туризму в Україні. Як підтвердження дослідження, наведено статистичні дані. Виділено основні тенденції та напрямки туристичного попиту. Досліджено поняття цільової аудиторії закладів оздоровчого туризму. Зроблено прогноз розвитку оздоровчого туризму в Україні. Автор бачить значні перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в нашій державі.

Ключові слова: *оздоровчий туризм, рекреаційний туризм, лікувально-оздоровчий туризм, медичний туризм, спортивний туризм, договір надання послуг з оздоровчого туризму.*

The article examines the trends in the development of health tourism in Ukraine. The development potential of the medical tourism market in Ukraine has been determined. As a confirmation of the research, statistical data are provided. The main trends and directions of tourist demand are highlighted. The concept of the target audience of health tourism establishments has been studied. A forecast of the development of health tourism in Ukraine has been made. The author sees significant prospects for the development of health tourism in our country.

Keywords: *health tourism, recreational tourism, medical and health tourism, medical tourism, sports tourism, contract for the provision of health tourism services.*

Постановка проблеми. Лікувальний туризм у світі розвивається випереджаючими темпами. Він є грошово ємним типом туризму і має як економічне, а й соціальне значення, оскільки сприяє поліпшенню здоров'я населення. Саме цей досвід наразі є дуже важливим та актуальним для нашої держави.

Мета роботи: дослідити стан та перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу. Характерною рисою сучасного світового ринку туризму є прискорення його глобалізації та посилення міжнародної конкуренції. Ця тенденція об'єктивно мотивуватиме до розвитку та зміцнення впливу розвинених туристичних регіонів, і послаблюватиме позиції тих країн, де туризм не перетворився на домінуючий сектор економіки, не має необхідної підтримки влади та розвивається переважно стихійно. Для України, що має в своєму розпорядженні виняткові рекреаційно-туристичними ресурси, але не встигла розвинути та об'єднати всі основні ланки індустрії туризму в єдиний ланцюг, загроза перетворитися на аутсайдера у світовому туристичному процесі може стати більш ніж очевидною.

Варто зазначити, що на тлі масового захоплення здоровим способом життя туристи все частіше цураються звичного пляжного відпочинку на користь оздоровчих програм.

Більшість санаторіїв знаходяться в регіонах, які мають унікальні мінеральні ресурси та клімат. Мінус ринку в тому, що санаторні комплекси представлені переважно старими, побудованими ще за радянських часів, будинками. Тому аудиторію таких здравниць можна охарактеризувати так:

- невибагливі до умов проживання та комфорту
- мають середній дохід
- потребують оздоровлення
- жителі міст, які хочуть змінити обстановку.
- любителі тривалого відпочинку (лікування у санаторії рекомендується проводити не менше 10 днів).
- хочуть відпочити на морі.

Виходячи з перерахованих вище характеристик, основна аудиторія санаторіїв – це люди, старші 50 років і сім'ї з дітьми.

Для людей понад 50 років, або пенсіонерів, які не мають високого прибутку для відпочинку в дорогих готелях або SPA

комплексах, характерний недорогий тривалий відпочинок у санаторіях. Для них це буде найкращим проведенням часу в літній сезон. До того ж, ця категорія населення найчастіше має проблеми зі здоров'ям.

Україна поки що не належить до світових лідерів розвитку курортно-оздоровчого туризму. За даними статистики, обсяг наданих туристичних послуг у 2021 році становив 0,75% ВВП України, у тому числі іноземним туристам – 0,09% ВВП України, туристам, які виїжджали за кордон – 0,49% ВВП України. Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного збору та інших обов'язкових платежів) у 2021 році склав 4937716 тис. грн, або 0,46% ВВП [1; 3, с. 203]. Надходження валюти від надання туристичних послуг нерезидентам України склало 70,96 млн. дол. США проти витрат резидентів України, які склали 214,32 млн. дол. США (туристи, які виїжджали за кордон) [3, с. 92; 4].

Чисельність туристів, які були обслужені у 2021 році зменшилась порівняно з 2020 роком, з 2290097 осіб до 2280757 осіб, в основному за рахунок осіб, охоплених внутрішнім туризмом у зв'язку з світовою пандемією (чисельність таких туристів, зменшилась за досліджуваний період з 1 094170 до 649 299 осіб).

У той час, збільшилася чисельність іноземних туристів із 282 287 осіб до 335 835 осіб. Збільшилась і чисельність громадян України, які виїжджали за кордон, з 913 640 осіб до 1295 623 осіб. Частка іноземних туристів, які відвідали Україну у 2021 році з метою дозвілля, відпочинку, спортивно-оздоровчого туризму у загальній кількості іноземних туристів становила 69,5%, з метою лікування – 12,9%. Частка громадян України, які виїжджали за кордон з метою дозвілля, відпочинку, спортивно-оздоровчого туризму загалом українських туристів становила 93,8%, з метою лікування – 0,1%. З наведених статистичних даних випливає, що виїзний туризм перевищував в'їзний на 74% [3, с. 77].

На сьогоднішній день в Україні діють два державні стандарти на послуги розміщення – ДСТУ4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» та ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Кошти розміщення». Зазначимо, перш за все, курортні засоби розміщення повинні розташовуватись у безпечній зоні. На сьогоднішній день в Україні функціонують 197 готелів, що мають дійсне свідоцтво, інакше – певну кількість зірок. Серед них 36 готелів відповідають категорії «п'ять зірок».

На нашу думку, в майбутньому розвиток ринку перебуватиме під впливом таких факторів:

- Спрямованість державної стратегії розвитку туризму та оздоровлення. Велика частка санаторіїв України – державна власність. Виділення розвитку оздоровчого туризму серед пріоритетів держави сприятиме збільшенню інвестицій у галузь та зростанню видатків з держбюджету.
- Ревальвація чи девальвація національної валюти. Ослаблення національної валюти, зробить закордонні курорти дорожчими для українців та вигіднішим внутрішнім туризмом. За такого розвитку подій очікується зростання потоку іноземних туристів.
- Найнижчий рівень популярності внутрішнього відпочинку серед різних цінових сегментів. Внутрішній оздоровчий туризм виграє у низькому ціновому діапазоні, тоді як у середньому ціновому діапазоні виграють варіанти відпочинку закордоном. Обмеження у пересуванні для чоловіків у 2024 році підвищать попит на місцевий туризм, у тому числі оздоровчий.
- Зниження купівельної спроможності. Для українців відпочинок не є першочерговою статтею витрат на тлі оплати за комунальні послуги, харчування та інші щоденні витрати. У рамках нерухомості купівельна спроможність українців знаходиться на дуже низькому рівні, щоб дозволити купити собі будинок або ділянку. Більшість українців зможуть витратитися на відпочинок, ніж на купівлю будинку чи ділянки.
- Промислове забруднення. Санаторій позиціонується як місце, яке знаходиться в екологічно чистому регіоні. Тому, у разі промислового забруднення вод та повітря, попит на відпочинок суттєво знизиться.
- Все більше людей матимуть потребу в реабілітації, як постраждали від нападу росії на Україну.

Проведені дослідження потенціалу ринку лікувально-оздоровчого туризму в Україні та динаміка в'їзного туризму переконують у необхідності розробки маркетингової стратегії розвитку курортних територій, регіональних програм системного розвитку та підтримки рекреаційних підприємств валеологічного типу, підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг. Стратегія розвитку курортів України буде більш ефективною та за

рахунок формування на міжрегіональному рівні стратегічних альянсів регіональної влади та туроператорів, підприємств гостинності. У зв'язку з цим цікавий досвід ринкових трансформацій на курортах Болгарії. Розглядаючи стратегію розвитку курортів у Болгарії, слід зазначити, що у країні було створено Союз бальнеології та СПА туризму (БСБСПА). В організацію входять 21 об'єкт розміщення категорії 4-5* в різних містах країни і кілька туроператорів, серед яких «Альма-тур», «КІТТ», «Солвекс», Sunlight travel. Союз позиціонує Болгарію на міжнародному ринку не тільки як пляжний, але і як бальнео-, спа- та веллнес- напрямок, щоб забезпечити цілорічний турпотік. З метою залучення інвестицій, українським рекреаційним підприємствам, слід враховувати досвід фахівців з європейських країн щодо впровадження методів експрес-оцінки результатів економічної діяльності підприємств санаторно-курортної сфери [1, с. 55].

Висновки. Таким чином, комплексний підхід до формування сучасного ринку лікувально-оздоровчого туризму в Україні диктує необхідність удосконалення нормативно-правової бази, яка регулює правовідносини у сфері модернізації санаторно-курортного комплексу регіонів, системи оподаткування, вирішення питань власності, системи державного регулювання та підтримки туристичної діяльності. Для цього необхідне коригування національної системи сертифікації курортно-оздоровчих послуг та категоризації санаторіїв як засобів розміщення з урахуванням процесів інтеграції України до міжнародного турринку. А також розробка організаційно-правового механізму впровадження міжнародних та національних стандартів туристично-рекреаційного обслуговування, врегулювання питань землекористування на пляжах Азово-Чорноморського узбережжя, системних заходів з управління береговою морською зоною, формування реєстрів курортних та екскурсійних об'єктів, природних лікувальних ресурсів; проведення експертних досліджень стану екологічної обстановки на курортних територіях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Заваріка Г. М. Суспільно-географічний вимір постконфліктного розвитку туризму на прикладі східних територій України: монографія, Сєвєродонецьк: СНУ ім. Даля, 2019. 376 с.
2. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Паньків Н. М. Лікувально-оздоровчий туризм. Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2017. С. 191 – 210.

3. Інтернет-проект «Санаторії та курорти України». URL: <http://www.sanikur.com> (дата звернення: 22.10.2023).
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 22.10.2023).
5. Туристична діяльність в Україні у 2020 році. *Статистичний бюлетень*. Київ: Державна служба статистики України. 2021.

О. К. Чумак, В. М. Зігунов

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

НАПРЯМИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ

В праці розглядається сутність активного туризму та його видів. висвітлюється зазначаються аспекти впливу туристичного потенціалу сумської області щодо розвитку активного туризму. визначаються пріоритетами стратегічного розвитку активного туризму на Сумщині.

Ключові слова. активний туризм, спортивний туризм, вид туризму, напрями, стратегія, розвиток.

The work examines the essence of active tourism and its types. aspects of the influence of the tourist potential of the Sumy region on the development of active tourism are highlighted. are determined by the priorities of the strategic development of active tourism in Sumy Oblast.

Keywords. active tourism, sports tourism, type of tourism, directions, strategy, development.

Постановка проблеми. Сьогодні галузь туризму в багатьох країнах світу є важливою складовою соціально-економічного потенціалу країн та регіонів. Активний туризм - це подорожі у природному середовищі з використанням активних засобів переміщення, які створюються для задоволення потреб туристів у їх рекреації та туристсько-спортивному вдосконаленню людини.

Україна має величезний потенціал щодо розвитку внутрішнього туризму особливо в сфері активного туризму і потребує зараз під час воєнного положення країни розробки стратегічних засад розвитку видів активного туризму на національному та регіональному рівнях.

Розвиток активного туризму в Сумській області може сприяти розвитку туристичного бізнесу, підвищенню туристичної привабливості регіону та покращенню якості життя жителів територіальних громад. та зростанню місцевої економіки, залученню інвестицій та створенню нових робочих місць територіальних громадах ре-

гіону, а також буде позитивно вплинути на імідж територіальної громади як туристичного напрямку та сприятиме популяризації здорового способу життя.

Від так, дослідження стратегічних засад розвитку активного туризму Сумської області є актуальним і має велике значення для подальшого розвитку місцевого туризму в регіоні.

Питаннями форм, видів активного туризму, технологій пересування у природному середовищі та організації туристсько-спортивної діяльності приділялось багато уваги збоку сучасних науковців та практиків, серед яких можна визначити: В. В. Абрамова [1], О. Я. Булашева [2], В. М. Зігунова [3], О. В. Колотуха [4] та інших.

Мета роботи – виявити пріоритетами стратегічного розвитку активного туризму на Сумщині

Виклад основного матеріалу. Активний туризм сьогодні розвивається на межі спорту і активного дозвілля в природному середовищі, він сприяє розвитку внутрішнього туризму шляхом пропаганди відносно дешевого і одночасно ефективного відпочинку, що в умовах невисоких матеріальних доходів значної частини населення країни надає йому соціально-пріоритетного значення для відповідних державних, громадських та комерційних організацій [6].

Досліджуючи праці науковців В. В. Абрамова [1], О. Я. Булашев [2], В. М. Зігунова [3], І. С. Зігунової [3] та нормативно-правову літературу з приводу тлумачення сутності терміну активний туризм, доходимо висновку, що активний туризм – це види подорожей у природному середовищу, які характеризуються активним способом пересування по маршруту туру, тобто з витратою відповідних фізичних зусиль туриста. В даний час до видів активного туризму відносять пішохідний, лижний, водний, велосипедний, гірський, кінний, автмототуризм і спелеотуризм, які спираються на організаційно-правові норми видів і напрямів спортивного туризму та інших видів спорту, діяльність яких відбувається у природному середовищі.

Спортивний туризм – вид активної рекреаційно-туристської діяльності, яка здійснюється в природному середовищі, і полягає у проходженні туристських спортивних маршрутів з подоланням різноманітних перешкод (перевалів, вершин, порогів, каньйонів, печер тощо) різними засобами пересування із використанням

спеціальних технічних прийомів і спорядження [5].

Спортивний туризм включає в себе змагання за програмою «маршрути» (туристські спортивні походи), які передбачають подолання категорійних за трудністю перешкод у природному середовищі [5].

Отже, на основі сутності видів спортивного туризму визначимо сутність змісту видів активного туризму наступним чином тобто:

- велосипедний туризм – це подорожі метою якого є подолання у природному середовищі на велосипеду туристських маршрутів;
- пішохідний туризм (хайкінг, треккінг) – це подорожі метою яких є подолання пішки певного маршруту вказаний проміжок часу.
- спелеотуризм – це подорожі з метою відвідування і вивчення мандрівниками печер;
- водний туризм – це сплави-подорожі по річкам і морський акваторіями з використанням різних плавзасобів таких як каяк, рафт, катамаран, сап тощо.
- лижний туризм – це подорожі які передбачають проходження туристських маршрутів на лижах;
- гірський туризм – це подорожі, сутність яких полягає у подоланні гірського маршруту з використанням спеціального спорядження;
- кінний туризм – це подорожі, сутність яких полягає у подорожуванні верхи на конях по туристичним маршрутам.
- автомобільний туризм – це подорожі з використанням автомобільного засобу пересування по туристському маршруту.
- пригодницький туризм – це подорожі, сутність яких полягає у пересування в природному середовищі по маршруту певним ризиком для життя туриста.
- екстремальний туризм – це подорожі, сутність яких пов'язані з надмірним ризиком для життя туриста.
- комбінований туризм – це подорожі, сутність яких пов'язані зі створенням комбінованого маршруту з де яких та їх подоланні.

Сьогодні на території Сумської області знаходиться велика туристських ресурсів для розвитку видів активного туризму, а саме: наявність великої кількості територій рекреаційного призначення,

привабливі природні умови, мережу об'єктів природно-заповідного фонду та унікальні туристично-екскурсійних локації.

Зазначимо, що Сумська область має потужний туристський потенціал для розвитку видів активного туризму (водного, велосипедного, пішохідного, лижного та пригодницького), але для їх сталого розвитку потрібно створити чітку загальну регіональну стратегію та відповідні стратегії в територіальних громадах.

Отже, основними пріоритетами стратегічними розвитку сталого активного туризму повинно стати формування необхідної нормативно-правової бази сталого розвитку на території регіону магнітів з водного, велосипедного, пішохідного, лижного і пригодницького туризму та туристичних продуктів з подієвого активного туризму (фестивалів, змагань з видів спортивного туризму і споріднених видів спорту). А також інфраструктури для розвитку вище зазначених видів активного туризму та облаштування місць масового відпочинку у природному середовищі для популяризації здорового образу життя сегментами видів активного туризму.

Розробка і проведення рекламних та pr-кампаній у в регіональній та місцевій пресі, на радіо і телебаченні з метою формування іміджу територіальної громади, як локації активного туризму, а саме розробка і розповсюдження рекламно-інформаційних матеріалів, створення туристсько-рекреаційних сайтів і порталів в мережі інтернет та промо-роліки з метою формування іміджу Сумської області як локації активного туризму.

Отже, пріоритетами стратегічного розвитку активного туризму на Сумщині повинні стати наступні напрями:

- створення стратегії та цільових програм сталого розвитку активного туризму на території Сумської області і відповідно в територіальних громадах регіону;
- визначення джерела фінансування та створення бюджетів для реалізації стратегії та цільових програм з розвитку активного туризму в Сумській області і на територіях територіальних громад;
- розробка та впровадження маршрутів з видів активного туризму на територіях територіальних громад та на природно-заповідного фону сумської області;

- розробка та впровадження маркування маршрутів з видів активного туризму на територіях територіальних громад та на природно-заповідного фону сумської області;
- визначення маркетингових інструментів і відповідно розробка загальної маркетингових стратегій у територій громадах регіону як локацій активного туризму;
- розробка та встановлення на території області для інформаційних стендів та рекламних банерів для популяризації маршрутів з активного туризму;
- створення концепції та стратегії створення і розвитку кемпінгів та маршрутах видів активного туризму;
- створення системи навчання, атестації та переатестації інструкторів оздоровчо-спортивного туризму;
- впровадження мобільних додатків та онлайн-сервісів які полегшать доступ до інформації про регіональні маршрути з видів активного туризму.
- створення інформаційно-довідкової системи по забезпеченню безпеки туристів, які подорожують по території області;
- створення регіональної мережі туристично-інформаційних центрів.

Аналізуючи стан нормативно-правової бази і напрацювання практиків туристичного бізнесу та науковців Сумської області визначимо стратегічні магніти розвитку видів активного туризму на території сумській області:

- водні подорожі – подорожі на різних плавальних засобах річкам Сумщини;
- велосипедні подорожі – подорожі по розроблених і обладнаних вело маршрутах територіальних громад;
- пішохідні подорожі (хайкінг, скандинавська ходьба, треккінг) - подорожі по обладнаних стежках в природно-заповідних зонах області;
- пригодницькі авто-мото подорожі – подорожі на квадроциклах і позашляховиках по територіях громад Сумщини;
- подієві заходи з видів активного туризму – фестивалі, змагання з видів спортивного туризму та споріднених видів спорту (спортивне орієнтування, гребний слалом, штучне скелелазіння тощо);

- лижні подорожі – подорожі по розробленими і впровадженими лижними маршрутами по території громад Сумщини,
- гірськолижний відпочинок – створення скі-центр тобто центрів активного відпочинку на основі використання технологій пересування у природному середовищі гірських лиж і сноубордів на територіях територіальних громад регіону.

Висновки. Отже, метою активного туризму є оздоровлення і відновлення духовних і фізичних сил туриста за допомогою зміни видів активної діяльності з використанням різних засобів переміщення у природному середовищі, дозованого руху по маршруту подорожі, раціонального харчування, нервового розвантаження та підвищення адаптації до незвичних умов подорожі, а також вдосконалення особистої туристсько-спортивної підготовки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В. В. Спортивний туризм: підруч. Харків: ХНАМГ, 2011. 367 с.
2. Булашев О. Я. Теорія і методика спортивного туризму. Харків. ХАФК, 2007. 230 с.
3. Зігунов В. М., Зігунова І. С., Міщенко О. О. Організаційно-методичні основи спортивного туризму. Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2018, 2010. 436 с.
4. Зігунова І. С. Проблеми та перспективи організації комбінованих рекреаційних турів у Сумському регіоні. URL: <http://repository.sspu.edu.ua/handle/123456789/11616>
5. Правила спортивних змагань зі спортивного туризму. Затверджено Міністерством молоді та спорту України. 15.04.2021 №11/5.3/21. Київ. 2021. 60 с.
6. Колотуха О. В. Спортивні рекреаційно-туристські ресурси України. К.: ФСТУ, 2006. 208с.

НАШІ АВТОРИ

Андросов Євген Васильович, аспірант спеціальності 051 Економіка, Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

Андросова Валентина Іванівна, методист Сумського Палацу дітей та юнацтва, керівник Народного музею альпінізму, керівник гуртка, заступник голови Сумської обласної федерації спортивного туризму

Бабенко Вадим Григорович, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри спорту та фітнесу Київського університету імені Бориса Грінченка

Бабенко Дмитро Вадимович, аспірант кафедри інформаційного, господарського та адміністративного права Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Багрій Мар'яна Василівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Ґжицького

Батаріна Яна Сергіївна, студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм, Сумського державного педагогічного університету імені А. С.Макаренка

Бейдик Олександр Олексійович, доктор географічних наук, професор, професор кафедри географії та туризму, Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького

Бержна Юлія Олексіївна, магістранка 2-го курсу спеціальності 242 Туризм, Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

Бойко Любов Григорівна, доцент кафедри менеджменту, Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро

Бойко Софія Романівна, студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

Босяченко Дар'я Миколаївна, студентка 1-го курсу спеціальності 242 Туризм і рекреація Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

Вакал Валерія Олегівна, студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

Венедиктов Владислав Юрійович, магістрант 2-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

- Вербицький Олексій Олександрович**, магістр 1-го курсу спеціальності 242 Туризм і рекреація Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Воеводіна Олександра Андріївна**, студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Гагач Вікторія Вадимівна**, магістранка 2-го курсу спеціальності 242 Туризм Національного університету харчових технологій
- Гашімов Мікаель Фахраддінович**, аспірант, Державного Торгово-Економічного Університету, м. Київ
- Гертель Анна Ярославівна**, магістранка 1-го курсу Вінницького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету
- Глобенко Анастасія Олександрівна**, магістранка 2-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Голубченко Олег Олександрович**, магістрант 2-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Гришко Світлана Вікторівна**, кандидат географічних наук, доцент, завідувач кафедри географії та туризму, Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького
- Дарчик Максим Анатолійович**, аспірант Київського національного університету імені Тараса Шевченка
- Душка Вадим Євгенович**, магістрант 2-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Євдокимова Лілія Григорівна**, старший викладач кафедри спорту та фітнесу Київського університету імені Бориса Грінченка
- Єфремов Дмитро Іванович**, магістрант 1-го курсу Вінницького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету
- Зайченко Роман Євгенович**, магістрант 1-го курсу спеціальності 242 Туризм і рекреація Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Зігунов Василь Миколайович**, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного університету імені А. С. Макаренка, голова Сумської обласної федерації спортивного туризму
- Зігунова Інна Сергіївна**, кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу, Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

- Зігунов Роман Васильович**, аспірант Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Лькова Анастасія Іванівна**, студентка 4-го курсу спеціальності 014 Фізична культура Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Кізюн Алла Григорівна**, кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Вінницького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету
- Кириченко Едуард Володимирович**, магістрант 1-го курсу спеціальності 227 Терапія та реабілітація Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Ключко Людмила Василівна**, кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри соціально-економічної географії і регіоналознавства імені Костянтина Немця, Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
- Коваль Євген Юрійович**, магістрант 2-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Ковалюк Олена Федосіївна**, магістранка 2-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Колдовський Станіслав Олександрович**, студент 3-го курсу з спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Колесникова Катерина Вадимівна**, кандидат біологічних наук, доцент, завідувачка еколого-освітнього сектору, природного заповідника «Дніпровсько-Орільський»
- Корж Євген Миколайович**, старший викладач Київського університету імені Бориса Грінченка
- Косик Вікторія Сергіївна**, викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу, аспірант Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Ксенофонтова Марина Миколаївна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Лимаренко Наталія Володимирівна**, заступник директора з навчально-виховної роботи Бригінцівської гімназії Чернігівської області
- Люлька Вадим Олександрович**, магістрант 2-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

- Люта Дарина Анатоліївна**, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Запорізького національного університету
- Максак Яна Юріївна**, студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Мельник Ірина Леонідівна**, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу, Національного університету харчових технологій
- Мозгова Даря Ростиславівна**, кандидат економічних наук старший викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Мяус Аліна Олексіївна**, студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Нусейр Ясмін Мухаммед**, магістрантка 2-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Одінцова Єлизавета Максимівна**, студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Осадченко Андрій Валерійович**, магістрант 2-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Паво Михайло Карлович**, магістрант 2-го курсу спеціальності 242 Туризм Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро
- Пасічник Валерія Олегівна**, студентка 2-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Покутня Яна Олексіївна**, студентка 3-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Прокопенко Ольга Володимирівна**, доктор економічних наук, професор кафедри бізнес-економіки і адміністрування, Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Ришко Владислав Васильович**, магістрант 1-го курсу спеціальності 242 Туризм і рекреація Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Романюк Ірина Анатоліївна**, доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та економіки Криворізького державного педагогічного університету
- Смирнов Ігор Георгійович**, доктор географічних наук, професор, професоркафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка

- Собова Аліна Олександрівна**, магістранка 1-го курсу Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро
- Соцький Владислав Олексійович**, магістрант 1-го курсу Вінницького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету
- Субботіна Лада Володимирівна**, студентка 3-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Сумцов Олександр Іванович**, магістрант 2-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Троян Марія Юрійвна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Тульчинська Анжеліка Ігорівна**, магістрантка Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро
- Федіченко Роман Леонідович**, студент 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Фефелов Віталій Олегович**, магістрант 1-го курсу Вінницького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету
- Фокін Сергій Павлович**, кандидат педагогічних наук, доцент Національного авіаційного університету, м. Київ
- Цимбал Ольга Григорівна**, студентка 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка
- Цуп Таїсія Олександрівна**, студентка 1-го курсу спеціальності 242 Туризм і рекреація Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка
- Чумак Оксана Константинівна**, магістранка 2-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Щука Галина Петрівна**, доктор педагогічних наук, професор Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II
- Юркевич Олександр Андрійович**, студент 4-го курсу спеціальності 242 Туризм Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
- Якимович Юлія Сергіївна**, магістранка 2-го курсу спеціальності 242 Туризм Національного авіаційного університету, м. Київ

Наукове видання

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ

Матеріали

*IX Міжнародної науково-практичної конференції
молодих вчених*

29 – 30 листопада 2023 року

*Відповідальність за грамотність,
автентичність цитат, правильність фіктивів та посилань,
достовірність матеріалів несуть автори публікацій.
Передрук та відтворення опублікованих статей будь-яким
способом дозволяється лише при посиланні на матеріали
конференції «Стан та перспективи сучасного туризму».*

Відповідальний за випуск: *І. С. Зігунова*
Комп'ютерна верстка *С. П. Цьома*

Підп. до друку 20.12.2023.
Формат 60x84/16. Гарнітура Cambria.
Папір офсетний. Друк офсетний. Ум. друк. арк. 13,72.
Ум. фарб.-відб. 13,72. Обл.-вид. арк. 12,42.
Тираж 100 пр. Вид. № 25

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.