Міністерство освіти і науки України
Поліський національний університет
Кафедра економіки, підприємництва та туризму

МАТЕРІАЛИ

ІІ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції

«ТУРИЗМ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА НАЦІОНАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ»

15-16 червня 2023

Житомир 2023

Міністерство освіти і науки України
Поліський національний університет
Кафедра економіки, підприємництва та туризму

МАТЕРІАЛИ

II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції

«ТУРИЗМ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА НАЦІОНАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ»

15-16 червня 2023

Житомир 2023

УДК 379.85
Т87

Рекомендовано до друку вченою радою
Поліського національного університету
(протокол № 12 від червня 2023 року)

Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети : матеріали ІІ Всеукр. наук.-практ. інтернет-конференція (м. Житомир, 15-16 червня 2023 р.). Житомир : Поліський національний університет, 2023. 143с.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Голова:
Скидан О.В. ректор Поліського національного університету, д.е.н., проф.
Заступник голови: проректор з наукової роботи та інноваційного розвитку
Романчук Л.Д. Поліського національного університету, д.с.-г. н., проф
Члени організаційного комітету:
Балджи М.Д. професор кафедри підприємництво та туризм Одеського національного морського університету, д.е.н., проф.;
Валінкевич Н.В. завідувача кафедри економіки, підприємництва та туризму Поліського національного університету, д.е.н., проф.;
Гринько Т.В. декан факультету економіки Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, д.е.н., проф.;
Куцмус Н.М. директор НІІ менеджменту, бізнесу та права Поліського національного університету, д.е.н., проф.;
Ляшевич А.В. завідувач сектору туризму та охорони культурної спадщини управління культури та туризму ЖОДА;
Мазур В.С. доцент кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу ННІ міжнародних відносин ім. Б.Д. Гаврилишина Західноукраїнського національного університету, к.е.н., доц.;
Опалов О.А. декан факультету економіки та менеджменту Поліського національного університету, к.е.н., доц.;
Студінський В.А. директор Науково-дослідного навчального центру «ПринцепС», д.і.н., проф.;
Титова О.М. директор Центру пам'яткознавства Національної Академії наук України і УТОПІК, д.і.н., проф.;
Ткачук В.І. професор кафедри економіки, підприємництва та туризму Поліського національного університету, д.е.н., проф.
Відповідальний секретар:
Тищенко С.В. доцент кафедри економіки, підприємництва та туризму, к.е.н., доц.
Чернишова Т.М. доцент кафедри економіки, підприємництва та туризму, к.е.н., доц.
Секретар:
Мутасова С. А. завідувач навчальної лабораторії кафедри економіки, підприємництва та туризму;

Матеріали подаються у авторській редакції.

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть авторипублікацій.

©Автори статей, 2023
Поліський національний університет, 2023

ЗМІСТ

Секція 1. ТУРИЗМ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ ТА ПРВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ВЛІНКЕВИЧ Н.В., КУШНІРУК А.С. Особливості розвитку наукового туризму в Україні…… 8

ТИЩЕНКО С.В., ОСТРОВСЬКА Д.В. Подієвий туризм, як ключовий спосіб зміцнення економічного розвитку Житомирської області…… 11

КОВАЛЕНКО О.В. Аналіз сучасного стану підготовки кадрів сфери туризму та індустрії гостинності в Україні.. 14

ШМИГЕЛЬ О.Є., ШАРОВА Г.І. Актуальні проблеми та тенденції розвитку законодавства у сфері туристської діяльності…….. 17

ВЛІНКЕВИЧ Н.В., КЛЕЧЕНКО В.І. Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці…… 21

ЧЕРНИШОВА Т.М. Перспективи створення та розвитку авторських турів на ринку туристичних послуг……... 24

ТИЩЕНКО С.В., НИКОЛИШИН І.Р. Розробка туру вихідного дня для молоді в Львівській області 27

МАХОРИН Г.Л., СУЛІМЕНКО О.Г. Економічні і соціальні пріоритети внутрішнього туризму в Україні як бажаний напрям державної політики……. 30

Секція 2 МАРКЕТИНГ І МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

ПУГАЧОВА А.С., ШУЛЯР Д.В. Маркетингові інструменти для просування туристичних дестинацій …….. 33

ТИЩЕНКО С.В., БАЙОВСЬКА М.Ю. Формування попиту на готельні послуги в Житомирській області……... 36

ОПАЛОВ О.А., КУЛЕШНИК К.В. Підвищення ефективності маркетингу і менеджменту у сфері туристичних та готельно-ресторанних послуг в сучасних умовах…… 38

СКИДАН О.В., ЧМИРУК Т.І. Аналіз складу та структури персоналу готелю «Україна»……. 42

ЧЕРНИШОВА Т.М., ТКАЧУК М.А. Удосконалення якості послуг готельного підприємства «Hilton Kyiv 5*»….. 45
ВЛІНКЕВИЧ Н.В., КАРБІВСЬКА В.П. Особливості управління підприємствами ресторанного господарства 51
ЧЕРНИШОВА Т.М., ДЕМЧЕНКО М.С. Маркетинг в сфері музейних послуг…….. 54
ВЛІНКЕВИЧ Н.В., ПАПІРОВИЙ Д.К. Особливості управління персоналом в готелі «VILLA «ЗАТИШНА» 56

Секція 3 ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИИЙ ПОТЕНЦІАЛ КРАЇН ТА РЕГІОНІВ

ТИЩЕНКО С.В., ЛЕВЧЕНКО О.С. Напрями забезпечення туристично-рекреаційного використання лісових ландшафтів Полісся…….. 61
КАЧАРОВСЬКИЙ Р.Є., МЕЛЬНИК Н.В., ЄРКО І.В., АНТИПЮК О.В.. Рекреаційний потенціал історико-культурної спадщини Колодяжненської ОТГ Волинської області…….. 64
КОВАЛЕВСЬКА І.М., КОГУТ А.С. Туристично - рекреаційний потенціал Львівської області……. 68
СКИДАН О.В., РУБАН В.М. Туристично-рекреаційний потенціал Коростишівської об'єднаної територіальної громади 71
ОСІПЧУК А.С., БАШИНСЬКА А.С. Перспективи розвитку бальнеологічного туризму в Україні…….. 74
НЕТРОБЧУК І.М., КОВАЛЬЧУК С.І., КАЧАРОВСЬКИЙ Р.Є. Сучасний рекреаційний потенціал об'єктів ПЗФ басейну річки Чесновенка……. 78
МЕЛЬНІЙЧУК М.М., МЕЛЬНИК О.В., КАЧАРОВСЬКИЙ Р.Є. Іхтіологічний заказник «Соминець» як важливий рекреаційний об'єкт шацької ТГ Волинської області…….. 82
ТИЩЕНКО С.В., СИДОРЕНО К.В. Туристично - рекреаційний потенціал Закарпатської області…… 86
ЧЕРНИШОВА Т.М., ЗАВОРОТНЮК А.І. Сучасний стан санаторно-курортного господарства України……. 88

Секція 4 ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЯК БАЗА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

МАХОРИН Г.Л., НАМЄСНІК С.М. Кафедральний костел св. Софії – найцікавіший об'єкт релігійного і паломницького туризму у Житомирі…….. 92
ЧЕРНИШОВА Т.М., ДЕМЧЕНКО М.С. Культурно-пізнавальний туризм Грузії……... 98
МАХОРИН Г.Л. Потенціал теми «Лютерани байкового кладовища» для розвитку релігійного туризму……. 101
СЛОБОЖАН І.М. Еміграція національних меншин Волині 20-х рр. ХХ ст. (на матеріалах АТ"РУСКАПА")……. 105
ОСІПЧУК А.С., МАКСИМЕНКО Н.А. Характеристика історико-культурної спадщини Житомира під час воєнного стану…….. 108

Секція 5. НАСЛІДКИ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ РОСІЇ ДЛЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИЗМУ

ДУБ. В.В., ЮРЧЕНКО А.Ю. Вплив війни на туристичну галузь України: проблеми та перспективи…….. 112
КОВАЛЕВСЬКА І.М., МАКАРОВ Р.О. Інформаційні технології нового покоління в туризмі…… 115
ВЛІНКЕВИЧ Н.В., МАСЛЮК А.В. Особливості розвитку готельної індустрії України в умовах діджиталізації економіки 118
ОПАЛОВ О.А., ГОРЄВА М.О. Використання систем електронної комерції в туристичній галузі…….. 121
ТИЩЕНКО С.В., ЦИМБАЛ К.О. Цифрові інноваційні тренди в індустрії гостинності…… 125
КУДІНОВА І.П. Соціальні мережі як інструмент просування туристичної послуги……... 128

Секція 6. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ОРІЄНТАЦІЯ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

ОСІПЧУК А.С., БОВСУНОВСЬКИЙ Д.І. Фінансові результати діяльності ПРАТ «Тернопіль-готель»…….. 131
ОСІПЧУК А.С., САХНЕНКО А.М. Розвиток індустрії гостинності в сучасних умовах……. 134

Секція 7. СТРАТЕГІЯ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ: МІЖНАРОДНИЙ, НАЦІОНАЛЬНИЙ І РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТИ

ОСІПЧУК А.С., ПЕТРЕНКО О.В. Вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України…….. 137
БАЛДЖИ М.Д. Розвиток трудового туризму для повоєнного відновлення дестинація…… 140

Секція 1. ТУРИЗМ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ ТА ПРВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК:379.85:001.2(477)

Валінкевич Н. В.
д.е.н., професор Поліський національний університет
Кушнірук А.С.
студент, Поліський національний університет

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ НАУКОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Науковий туризм є одним із найвидатніших явищ 21-го століття та значною частиною туристичного ринку сьогодні. Актуальність теми роботи пов'язана з тим, що наша галузь наукового туризму інтенсивно вдосконалюється як у світі, так і в нашій країні, через це актуальним є розгляд тенденцій та якості розвитку наукового туризму в наш час для обслуговування його користувачів. Виняткового наукового розквіту туризм набув у другій половині 20 століття, про це демонструє проведення численних наукових конференцій та семінарів, видання наукових журналів, монографій та бібліографій. Тема туризму стала однією з тем дипломного дослідження. Проведено комплексні дослідження туризму з історико-економічних аспектів (динаміка курортних зон), географії та екології (питання антропогенного навантаження), соціології та антропології (природа туризму, зв'язок з подорожами, звичаї, відпочинок, життєвий цикл людини).

Сутність будь-якого явища слід розглядати з точки зору його визначення. У цьому випадку слід принципово звернути увагу на соціально-економічний зміст і характеристики туристично-розважальних послуг, а також розглянути такі механізми, як природні ресурси та екологічні фактори сприяння розвитку туризму. Намагання систематизувати існуючі в науковій літературі туристичні пояснення дозволяють виділити дві їх основні групи. До першої групи належать терміни, що досліджують туризм як одну з форм міграції людей, пов'язуючи його з актом переміщення, подорожей, подорожей у космосі. Туризм також визначають як форму дозвілля,

систему і форму проведення вільного часу шляхом використання сфери послуг в екскурсіях і подорожах, яка поєднує активний відпочинок із укріпленням здоров`я людини,збільшенням суцільної культури та освіти, розширенням світогляду. і спираючись на нього, має пізнавальне та виховне значення.

Сьогодні науковий (або конференційний) туризм являється однією з пріоритетних галузей інтернаціонального туризму, відіграючи досить велику роль у розвитку національної економіки багатьох країн і активно сприяючи процесу її інтеграції в міжнародне співтовариство. Науковий туризм дуже багатогранний. Близько 73% трафіку становлять корпоративні поїздки, включаючи особисті ділові поїздки та участь у заходах, організованих промисловими та торговими компаніями. Сюди також входять інтенсив-подорожі – поїздки, організовані компанією для мотивації співробітників, які в основному займаються просуванням і продажем продукції, що випускається компанією. За участю в політичних, економічних, наукових, культурних, релігійних та інших організаціях на неї припадає близько 16% ринку ділових подорожей. А також 11% обсягу ділових поїздок витрачається на відвідування торгово-промислових виставок, ярмарків і відвідування їх роботи [4].

Науковий туризм – це спеціалізований сегмент ринку туристичних послуг, що включає участь в організованих заходах, таких як конгреси, конференції та інші конференції , ціллю яких є розгляд різних питань поміж різних груп людей. Ні один ініціатор будь-якої серйозної зустрічі не може самостійно виконати повноцінну організаційну роботу. Турфірми часто виступають експертами - посередниками. При цьому перед туристичними компаніями можуть стояти різні завдання. Перший полягає в тому, що туристична компанія лише надає допомогу в відправленні туристів для участі в тому чи іншому міжнародному заході, тобто її роль зводиться до бронювання готелів, авіаквитків, оформлення віз і організації трансферів. Друге, більш складне, це підготовка до зустрічі. Перш ніж приступати до такого планування, необхідно зрозуміти формат заходу та те, що переслідують спонсори зустрічі, крім бюджету, кількості учасників та місця зустрічі.

Щоб зрозуміти цілі та завдання, які стоять перед спонсорами конференції, розглянемо принципи сегментації ринку наукового туризму. Принциповою відмінністю одного типу конференцій від іншого є їх соціально-економічне значення, організаційна і процедурна складність, кількість делегатів. Розподіл ринку

наукового туризму може здійснюватися за метою проведення конференції, характером роботи, кількістю та якістю учасників, можливістю проведення конференції, періодичністю проведення конференції. Проте, на нашу думку, основним критерієм поділу ринку наукового туризму є характер спонсорів, які проводять ту чи іншу конференцію. Від характеру спонсора залежить тип зустрічі, а також перелік необхідних послуг. Можна виділити два сегменти: ринок корпоративних зустрічей і ринок некорпоративних зустрічей - сфера діяльності державних структур і торгових асоціацій.

Внутрішня зустріч. Ці заходи виключно для співробітників компанії. За статистикою Міжнародної асоціації конференцій, у 2002 році заходи, спрямовані на збільшення продажів компанії (Sales), становили 43% усіх внутрішніх зустрічей. Навчання було метою 37% організованих заходів. Найбільше зустрічей, спрямованих на підбиття підсумків (виконавчий) – 31%. Зустрічі з розгляду технічних питань і заходи, спрямовані на мотивацію співробітників компанії (стимулювання) становлять по 21%. Виїзні зустрічі призначені для компаній, що працюють на цьому ринку. Тому учасниками таких заходів виступають зовнішні партнери компанії. Переважно компанії проводять демонстрації продукції (32%), зустрічі дилерів/дистриб'юторів (20%), майстер-класи/семінари для обговорення спеціальних питань (25%). До виїзних зустрічей також можна віднести виставки(20%), сходження акціонерів (8%) а також прес-конференцій [1].

Тому, проаналізувавши ситуацію, пропонуємо декілька пропозицій щодо покращення послуг для учасників наукового туризму в нашій країні. Сьогодні існує нагальна потреба у забезпеченні сучасними засобами розміщення ділових поїздок в Україну. Складну проблему прийому ділових туристів у наших готелях можна вирішити, створивши спочатку великі національні готельні мережі, а потім і міжнародні мережі, в тому числі готелі високого класу. Існують проблеми і в розвитку та перспективах туристичної професійної освіти. Особливої уваги потребує створення спеціалізованих наукових шкіл та освітніх центрів. Сучасний готель повинен поєднувати в собі інфраструктурні функції бізнес-центру, центру дозвілля, торгово-сервісного підприємства. Також потрібно зазначити, що для здобутку комерційного успіху в цій ситуації необхідно забезпечити гнучкість фінансових розрахунків на взаємовигідних умовах.

Список використаних джерел:

1. Паазенюк В.С. Туризмологія: концептуальні засади теоріх туризму.Київ. 2004. 825 с.
2. Бабарицька, В.К. Менеджмент туризму.Туроперейтинг: понятійно термінологічні основи. Київ. 2014. 286 с.
3.Кудла Н. Е. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. Київ. 2011. 350 с.
4. Луцишин Н.П. Економіка і організація міжнародного туризму: навчал. посіб. Луцьк. 2017. 230 с.

УДК: 338.48:004

Тищенко С.В.
к.е.н., доцент Поліський національний університет
Островська Д.В.
студент, Поліський національний університет

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ, ЯК КЛЮЧОВИЙ СПОСІБ ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Зроблено акцент на розвитку подієвого туризму у Житомирській області та його ролі в туристичному комплексі регіону. Зазначено особливості подієвого туризму у м. Житомир та його області. Запропоновано шляхи удосконалення розвитку подієвого туризму.

Ключові слова: туризм, подієвий туризм, фестиваль, «Івана Купала», туристично-рекреаційний комплекс, Черняхівський район, Житомирська область.

Для розвитку сучасного туристично-рекреаційного комплексу міста Житомир є розвиток зеленого, гастро, спелео та подієвого туризму. Місто має багату історію та пам’ятає її. Багато туристів приїжджає у місто, щоб познайомитись з його історією та скуштувати страви регіонального значення та відвідати перлини Житомирщини.

Житомирська область багата на цікавинки та смаколики. У період з 2020 року розпочався активний розвиток туризму та пошук перлин Житомирщини. На початку 2022 мали змогу побачити презентацію страви “ Крупки”. У зеленій садибі Поліська хата, ми мали змогу побачити як проходить свято Соромітницькі вечорниці. Це дає змогу

досліджувати традиції та побут наших предків, історію приготування страв.

У свято Івана Купала молодь мала змогу ліпити голубів за унікальним рецептом. Якщо під час випікання вони залишаться разом, то й кохання дівчини, що їх готувала буде щирим [2]. Під час цього обряду хлопці мали залишитись на вулиці та чекати. Поки готувались пиріжки та засмажка в борщ, то молодь мала змогу потанцювати та поспівати народні пісні.

У місті Житомир проживало багато цікавих діячів, авторів, поетів, композиторів та кондитерів. Найкращою порою для відвідування міста вважається весна, літо. Парк Барона де Шодуара має багато цікавих місць, що дозволяє туристам мати можливість відпочинку та рекреації. Існує гарна фотозона, що розташована на підвісному мості де протікає річкі Кам'янка. З мосту можна побачити білу альтанку, в якій за легендою барон гуляв зі своєю коханою.

Іноземних туристів приваблює особливий технічний музей в якому є зразки місячного ґрунту та справжні метеорити. Можна побачити їжу космонавтів, наприклад, сублімоване морозиво та борщ. Місто має багато цікавинок, будівель та новинок. На початку 2021 року, був проведений фестиваль повітряних куль. Бажаючі мали змогу політати над містом та зробити естетичні світлини.

Подієвий туризм являє собою туристську діяльність, пов'язану з пропозицією різноманітних громадських заходів та рідкісних природних явищ, що залучають туристів своєю унікальністю та неповторністю [1]. Він щороку поповнюється новими турами, які з випадкових поступово переходять до категорії регулярних. Експерти багатьох країн прогнозують, що незабаром кількість учасників подієвих турів обжене кількістю охочих купувати екскурсійні тури. Особливістю подієвого туризму і те, що, крім традиційного відпочинку, він включає низку заходів різної функціональної спрямованості: ділової, спортивної, культурно-історичної, святкової та інших [3].

Особливості регіонального розвитку подієвого туризму країни дозволяють виділити ряд характерних цього етапу тенденцій:

- неухильне зростання інтересу до його становлення та популяризації з боку органів влади, бізнес-структур туріндустрії, громадськості пояснюється тим, що подійські заходи є інформаційною основою просування територій, сприяють ознайомленню зі специфікою туристичного потенціалу регіону, сприяють формуванню туристичного іміджу регіону, виступають економічної діяльності у регіоні;

- прагнення до більш повного розкриття його потенціалу ґрунтується на виявленні невикористаних об'єктів подій та розробленні проектів заходів різної спрямованості;

- використання міжрегіонального партнерства при розробці та реалізації подієвих проектів спрямовано на формуванні тематично подієвих турів, що охоплюють території сусідніх регіонів, що дозволяє розширити програми турів, збільшити їх тривалість;

- створення необхідної матеріальної бази та майданчиків для організації подієвих заходів забезпечує підвищення якості та безпеки їх проведення, гарантує необхідний рівень сервісного обслуговування;

- активне просування подієвих продуктів на ринку полягає у проведенні комплексу регіональних заходів виставково-ярмаркового, конкурсного, форумно-фестивального формату, організації інформаційно-ознайомчих та рекламно-інформаційних турів, поширенні рекламно-інформаційної продукції, функціонуванні регіональних та міжрегіональних туристично-інформаційних центрів, інтернет- сайтів. Зміст виявлених тенденцій розвитку регіонального подієвого туризму має позитивну спрямованість. Це дає підстави для прогнозування зростання його конкурентоспроможності на ринку.

Отже, місто Житомир це дуже цікаве та історичне місце, що має у своєму розпоряджені креативні туристичні ресурси, вони використовуються і дають можливість створювти нові робочи місця. Розвиток інфраструктури та проведення сезонних заходів та івентів в місті , на мою думку, є магнітом для туристів. Для іноземців та гостей міста, можна розробити власний історичний маршрут з місцевими стравами. Також можна відтворювати історичні маршрути з літописів та розробляти тематичні тури. Головною перевагою містечка є велика кількість ресторанів, кафе, їдалень, хостелів та готелів. Ми вважаємо, що розвиток туризму в нашому краї необхідний. Є ряд пробілених питань, що потребують подальшого розв’язку, але залучення інвестицій надасть можливість функціонувати та розвиватися. Крім покращення інвестиційного клімату, необхідно, щоб була державна фінансова підтримка, удосконалення законодавчої бази. Через зручне розташування поруч, біля м. Київ, в теплу пору можна побачити багато туристів. Місцевість має парки, лісисті насадження, гідропарк та багато контактних зоопарків.

Список використаних джерел:

1. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Київ, 2015. 661 с.

2. Дубодєлова А В., Кулиняк І. Я. Тенденції розвитку ресторанного господарства. *Актуальні проблеми економіки.* № 10, С. 198-208.

3. Гальків Л. І., Галаз Л. В., Денбіцка Й. О. Теоретичні засади та інституційне середовище розвитку медичного туризму в системі чинників попередження втрат людського капіталу. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія "Проблеми економіки та управління". 2019.* С. 24–33.

4. Прокопишин-Рашкевич Л.М., Шадурська Б.О. Індустрія туризму в Україні: перспективні напрями та виклики сучасності. *Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка". Серія "Проблеми економіки та управління*". 2020. Т. 4, № 1, С. 72-82.

УДК: 378.134:052

О. В. Коваленко
к.пед.н., доцент, завідувач кафедри туризму,
Сумський національний аграрний університет

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ

Сфера туризму як сектор економіки впливає на необхідність підвищення якості підготовки фахівців сфери гостинності. Поруч із зростанням загальної кількості туристів помітний розвиток отримала інфраструктура туризму та її основний компонент – сфера гостинності. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації, одразу після перемоги нашої держави у війні з росією очікується збільшення потоку туристів в Україну, що загострює проблему підвищення якості підготовки фахівців для всієї структури туристичної індустрії.

Виходячи з високого рівня значущості промисловості гостинності для всієї туристичної галузі, дослідженням у цій сфері надається велике значення. Одним із найактуальніших досліджень у сфері туризму є проблема професійної підготовки кадрів [3].

На сьогодні у нашій країні існує кілька етапів підготовки фахівців для сфери туризму – середня спеціальна освіта (молодший бакалавр), вища спеціальна (бакалавр, магістр), перепідготовка кадрів, підвищення кваліфікації та короткострокове навчання.

У розвитку середньої спеціальної освіти для сфери туризму та гостинності у нашій країні робляться незначні кроки, тоді як у світовій практиці цей сегмент середньої спеціальної підготовки досить

поширений. Особливо гостро відчуває брак кадрів із середньою спеціальною освітою та професійною підготовкою індустрія гостинності з великою кількістю не управлінських спеціальностей та обслуговуючого персоналу.

Дипломованих фахівців із вищою освітою готує дуже велика кількість закладів вищої освіти. Навчання на туристичних освітньо-професійних програмах більшою мірою платне, хоча є й місця державного замовлення. Здобуття вищої професійної освіти займає в середньому 4-5 років на денній та заочній формі навчання. Випускникам надаються ступені бакалавра та магістра. Дипломи приватних закладів вищої освіти визнаються аналогічно державних та є офіційними документами про освіту.

На базі відповідних факультетів та інститутів університетів або у спеціально створених центрах підвищення кваліфікації існують різні форми додаткової освіти для підвищення кваліфікації кадрів у сфері туризму та гостинності [3]. Курс навчання становить від кількох тижнів до кількох місяців. Короткострокові курси практикують семінарські заняття з актуальних тем оподаткування, бухгалтерського обліку чи змін у законодавчій базі. Після закінчення подібних курсів видається відповідне свідоцтво.

Перепідготовкою кадрів займаються як заклади вищої освіти, так і спеціалізовані навчальні центри. Здобуття диплома про другу вищу освіту займає від 1,5 до 2,5 років.

Виняткову гостроту набуває проблема створення відповідної методичної бази, підручників, посібників, навчальних програм, а також підготовку викладацьких кадрів, які часто не мають ні необхідних теоретичних знань, ні досвіду роботи в ресторанному та туристичному бізнесі, готельному господарстві. Сьогодні на першому місці стоїть питання щодо створення системи безперервної освіти туристських кадрів, що відповідають світовим стандартам [1].

Більшість ЗВО туристичного профілю при відборі змісту освіти для створення освітньо-професійних та освітньо-наукових програм, а також навчальних планів інтенсивно використовує досвід європейських країн та США у справі професійної підготовки кадрів для індустріалізації туризму та гостинності. Багато закладів вищої освіти користуються адаптованими навчальними програмами. Після закінчення курсу навчання з «подвійною» програмою студент отримує два дипломи та нерідко йому надається можливість часткового навчання за кордоном з подальшим взаємозаліком предметів, що викладаються.

Особливе місце в освітньо-професійних програмах підготовки майбутніх фахівців сфери туризму та індустрії гостинності займає вивчення іноземних мов. У переважній більшості ЗВО туристичного профілю нашої держави викладаються три іноземні мови: англійська, німецька та французька. Одна мова вивчається обов'язково, інша найчастіше факультативно. У багатьох закладах вищої освіти вивчають англійську мову, а німецьку, французьку студенти можуть вивчати чи удосконалювати на факультативі. Однак, слід взяти до уваги, що не є профільним дисципліни лінгвістичного напрямку згідно із застосовуваними освітніми стандартами. У результаті кожен заклад освіти самостійно визначає кількість мов та інтенсивність їх вивчення.

Зміст навчання визначає рівень знань та вмінь майбутніх спеціалістів туристичної індустрії з технологій гостинності. У розробці змісту навчання робота спирається на кваліфікаційні вимоги до професій та посад працівників туристичної індустрії, які враховують вітчизняний та закордонний досвід, у тому числі професійні стандарти до основних посад працівників туристичної індустрії, затверджені в нашій державі [2, с. 34].

Освоєння практичних знань та умінь у процесі підготовки кадрів для туристської діяльності всіх напрямків стає для багатьох навчальних закладів украй складним. Академічні викладачі, які займаються теорією та далекі від проблем, потреб, вимог та реальних технологій індустрії, не в змозі прищепити студентам необхідні базові практичні навички. Фахівці-практики індустрії туризму та гостинності уникають чи нездатні займатися викладацькою діяльністю. Залучення іноземних фахівців та експертів через економічну ситуацію надзвичайно дороге і не завжди доцільне.

У найбільш передових та «просунутих» освітніх закладах професійна підготовка здійснюється із залученням навчальних, спеціально створених та обладнаних навчальних комплексах, що імітують діяльність та наочно демонструють роботу готелю чи ресторану, туристичної фірми. Такі реалії, як навчальний готель, навчальна служба зустрічі та розміщення, навчальний ресторан, навчально-тренувальний «готель», клас-симулятор «туристична агенція» були запозичені із закордонного досвіду, що є дуже позитивною практикою.

Рівень освіти в українських закладах вищої освіти туристичного профілю дуже різноманітний і має такі градації: базовий вищий, повний вищий, науковий ступінь. Багаторівневе навчання присуджує випускникам звання молодшого бакалавра, бакалавра, магістра, доктора філософії.

Основними документами, що підтверджують здобуття освіти з конкретної спеціальності, є посвідчення, видаються свідоцтва та дипломи. Після закінчення повного курсу навчання випускникам видається диплом. Документи визнаються державою, а дипломи та сертифікати міжнародного зразка деяких закладів вищої освіти визнаються у багатьох країнах.

Список використаних джерел:

1. Ткач В.О. Сучасна система освіти в туристичній індустрії. Український журнал прикладної економіки. 2018. Т.1. №3. С.102-108.
2. Федорченко В. К., Фоменко Н. А., Скрипник М. І., Цехмістрова Г. С. Педагогіка туризму: навчальний посібник Київ : Слово, 2004. 296 с.
3. Яригіна Г. Г. Зарубіжний і вітчизняний досвід професійної підготовки фахівців сфери туризму. Сучасні проблеми науки: тези доповідей XXII Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Національний авіаційний університет. Київ, 2022. С. 230-238.

УДК: 338.48

Шмигель О.Є.
к.е.н., доцент кафедри фундаментальних та спеціальних дисциплін ЧННІПБ ЗУНУ
Шарова Г.І.
студент, Поліський національний університет

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗАКОНОДАВСТВА У СФЕРІ ТУРИСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Відповідно до українське законодавство, одним з принципів державного регулювання туристської діяльності є сприяння туристської діяльності та створення сприятливих умов для розвитку. «Наукові міждисциплінарні дослідження» туризму. До даних Умов відноситься вироблення, реалізація, а також удосконалення правових основ в даній галузі. Велика увага приділяється регулюванню діяльності суб'єктів туризму: туроператорам, турагентствам, засобам розміщення, авіакомпаніям.

Зі збільшенням кількості туристських поїздок зростає число скарг і конфліктів, які зачіпають якість і обсяг туристських послуг, описаних в договорі про реалізацію туристських послуг.

Претензії споживачів в туристській сфері поділяються на кілька категорій:

– невиконання або неналежне виконання послуг;

– несвоєчасне інформування споживача про зміни в програмі туру;

– недостовірна або неточна інформація про тур.

Найбільш сприятливий варіант регулювання туристської діяльності-це комплекс заходів державного регулювання та саморегулювання.

Заходи, що вживаються органами державної влади, спрямовані головним чином на підвищення прозорості ринку і захист прав туристів [1].

Ситуація, що сталася у вересні 2017 року на туристському ринку з авіакомпанією «ВІМ-Авіа», спонукала державу захищати авіапасажирів.

За даними опитування туристського онлайн-журналу «time.travel на питання:«чи зможе держава на практиці підвищити відповідальність авіакомпаній і туроператорів перед пасажирами?» 52% опитаних відповіли – «так, в тому випадку, коли контролюючі органи переконаються, що фінансовий стан у всіх перевізників крім «Аерофлоту» скрутне», однак, слід також звернути увагу, що 47% опитаних вважають, що «ні, так як незабаром скандал з «ВІМ-Авіа» забудеться і все буде як раніше»; незначна частина респондентів відповіли:»заходи, заплановані в сфері перевезення корисні, ризики пасажирів знизяться». Велика частина опитаних вважає, що держава зможе підвищити відповідальність, у разі якщо буде

Міжнародна науково-практична конференція ретельно розробляти і приділяти активну увагу туристської галузі, взокрема сфері перевезень.

Банкрутство авіакомпанії «ВІМ-Авіа» дало різкий поштовх до коригування законодавчої бази, як у сфері пасажирських перевезень, так і турагентської і туроператорської діяльності.

Прем'єр-міністр повідомив про необхідність створити спеціальний фонд для вивезення пасажирів проблемних авіакомпаній. Даний фонд буде оперативно покривати витрати на вивезення пасажирів проблемних авіакомпаній.

Також Міністерству транспорту, Міністерству економіки доручено виробити методику оцінки фінансово-економічного стану

авіакомпаній. Прем'єр-міністр вважає за необхідне внести зміни в транспортне і туристське законодавство, метою якого стане забезпечення пасажирів чартерних і регулярних рейсів рівними умовами правового захисту [2].

Радник глави по транспорту і учасник ^-комітету при «Турдопомоги» Дмитро Горін порекомендував туроператорам оформляти письмові звернення в Асоціацію в разі невиписки авіакомпанією зворотних квитків або глобальних затримок; чиновник вважає, що чартерні рейси отримають більш пильну увагу.

Призначення інформаційної системи, до якої вносяться електронна путівка - автоматизація процесів, що дозволяють здійснювати ефективний державний контроль у сфері туристської діяльності, забезпечення звірки реальних обсягів реалізації тур-продукту із заявленими та забезпеченими фінансовою ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ туроператора. Додаткові цілі-забезпечення «прозорості» реалізації туристського продукту шляхом створення механізму, що дозволяє туристу простежити процес оформлення і «Наукові міждисциплінарні дослідження» оплати туру і перевірити повноваження і легальність дій турагента ітуроператора [4].

Незважаючи на можливості, які пропонуються при впровадженні системи електронної путівки, є також деякі фактори, що перешкоджають запуску. По-перше, для коректного функціонування путівки в туристській галузі (далі - туристична галузь) необхідні відповідні законодавчі акти, які повинні бути прийняті до моменту запуску системи. По-друге, є невеликий опір з боку учасників ринку, яке цілком зрозуміло на тлі майбутніх змін.

З метою регулювання туристської галузі, приймаються також нормативні акти в області страхування. Нова редакція спрямована на вдосконалення регулювання туристської галузі. Документом передбачено усунення цілого ряду як технічних, так і правових прогалин у законодавстві. Також передбачається звільнення туроператора у сфері виїзного туризму від необхідності отримувати фінансові гарантії та робити внески до Фонду персональної відповідальності «при досягненні максимального розміру фонду» не з наступного року, а з наступного кварталу. Це повинно знизити фінансове навантаження на учасників турринку і в якійсь мірі розрядити ту напружену ситуацію, що склалася в області страхування туроператорського бізнесу. Відповідно до змін, збільшується термін надання документів при достроковому розірванні договору страхування або в разі відкликання у страховика ліцензії (банківської гарантії) або визнання його банкрутом [5].

Для забезпечення безпеки перевезення Верховна Рада прийняла пакет законів, що дозволяє авіакомпаніям складати чорні списки пасажирів-бешкетників і відмовляти їм у перевезенні.

Включення пасажира в чорний список буде здійснюватися на підставі вступив в силу адміністративного покарання за вчинення на XIV Міжнародна науково-практична конференція щодо правопорушення, що загрожує безпечній експлуатації транспортного засобу [6, С.83].

Перевізник, згідно з прийнятим законом, зобов'язаний виключити пасажира з чорного списку після закінчення року з дати набрання законної сили постанови про призначення особі адміністративного покарання за відповідне правопорушення [7].

Закон також зобов'язує перевізника в письмовій формі повідомляти пасажира про внесення в чорний список, а також про випадки, при яких йому не може бути відмовлено в укладенні договору повітряного перевезення. Пасажиру надається можливість оскаржити в судовому порядку рішення про включення його до Реєстру осіб, повітряне перевезення яких обмежене [8, С.37].

Другим прийнятим законом вносяться поправки до Цивільного кодексу. Вони дозволяють авіаперевізнику не продавати квиток на літак громадянину, який включений в чорний список.

Третій закон передбачає внесення поправок до Кодексу про адміністративні правопорушення. Поправки встановлюють отримання авіакомпаніями повідомлень про штрафи за дебош на борту літака.

У законопроекті особлива увага приділяється зворотному перевезенню в разі невиконання замовником свого зобов'язання по оплаті чартерного рейсу. Таким чином, в повітряному кодексі повинен бути зафіксований принцип: вивіз туристів неоплаченим рейсом або при неоплаченому зворотному - зобов'язаний забезпечити повернення.

На закінчення хочеться сказати, що одним з головних завдань державного апарату на сьогоднішній день, я вважаю, є усунення недоліків і прогалин у законодавстві, оскільки в Україні величезний потенціал у розвитку туризму, а без юридично сильної і стабільної законодавчої бази його неможливо буде реалізувати в повній мірі.

Список використаної літератури

1. Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму. Методологія формування, механізм реалізації. Чернівці: Прут, 1995. 118 с.

2. Закон України “Про внесення змін до Закону України "Про туризм” від 18 листопада 2003 року № 1282-IV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua.

3. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: Навч. посіб. Чернівці: Книги - XXI, 2003. 300 с.

4. Туризм і охорона культурної спадщини: український та польський досвід: Монографія / За заг. ред. Ю.Лебединського, В.Вакуленка, І.Валентюка, С.Коротич, М.Онисько. К.: К.І.С., 2003. 176 с.

5. Цивільний кодекс України від 14 лютого 2002 року. URL : http://zakon1.rada.gov.ua.

УДК: 338.48:004

Валінкевич Н. В.
д.е.н., професор Поліський національний університет
Клеченко В.І.
студент, Поліський національний університет

ФОРМУВАННЯ ПОНЯТТЯ «ТУРИЗМ» У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ НАУЦІ

постановка проблеми. У сучасних реаліях ринок туристичних послуг є досить складною, багатогранною та багаторівневою системою. У багатьох країнах світу стан ринку туристичних послуг є унікальним показником рівня соціально-економічного розвитку країни та окремих регіонів.

У багатьох країнах світу туризм перетворюється на систему, яка майже без винятку надає людям можливість пізнати історію, культурну спадщину, традиції, духовні та релігійні цінності конкретної країни та її народу [1].

Багато країн часто можуть покращити всю свою національну економіку завдяки туризму. Туризм є ефективним інструментом економічного та соціального розвитку, який може принести величезну користь регіону. Ці головні переваги включають загальне підвищення рівня економічного розвитку регіону, підвищення престижу, збільшення зайнятості та доходів населення, приплив твердої валюти, надходження до бюджету, додаткові заклади

бізнесу, туризму для створення інфраструктури та об'єктів обслуговування для стимулювання розвитку.

Достатньо також стверджувати, що туризм відіграє важливу роль у формуванні ВВП, створенні нових робочих місць і зайнятості резидентів, поліпшенні зовнішньоторговельного балансу, є джерелом валютних надходжень і одним із факторів економічного зростання. Економічного зростання.

Туризм може виступати каталізатором соціально-економічного розвитку в таких ключових галузях економіки, як зв'язок і транспорт, сільське господарство, будівництво, виробництво споживчих товарів тощо.

Туризм став однією з найприбутковіших галузей у світі. Мета даного дослідження – розглянути теоретичні аспекти туристичного ринку, показати його сутність, проаналізувати можливості розвитку ринку туристичних послуг та визначити шляхи його вдосконалення.

Повідомлення основного матеріалу. Туризм – це багатогранне явище, яке поєднує в собі економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має великий потенціал постійного прогресу, тісно взаємодіючи з багатьма секторами економіки, що визначає його домінуюче положення в соціально-економічному житті країни та народу [3].

Бум туризму має мультиплікативний ефект і на інші сектори економіки, де активізується інвестиційна діяльність і прискорюється обіг капіталу [3].

Велике значення дослідженням організації туристичної діяльності надають зарубіжні економісти, зокрема Луїс Д'Аморе, Томас Л. Бартон, С. Каспар, Б. Річі, В. Хунцікер, Вільям Г. Шенкір та інші [2].

Роботи цих вчених створюють цілісну теоретичну основу для функціонування туризму, оскільки вони повністю розуміють природу туризму, його види та роль у розвитку націй. Д. Осипов торкнувся питання нових концепцій розвитку туризму.

Найактуальнішим питанням у будь-якій діяльності, особливо щодо міжнародних угод, є дефініція, тобто узгодження та прийняття визначень, понять, термінів, щоб адекватно пояснити предмет, цілі та умови, принципи та положення. Нормативна дія договору [2]. Різне тлумачення використовуваних термінів матиме дуже негативний вплив на реальні дії основного органу туристичної діяльності.

З бурхливим розвитком і становленням суспільних відносин і туризму, його галузі і види, туристичні терміни зазнали великих

змін. Тлумачення туристичних термінів є предметом гострої дискусії серед захисників теорії туризму.

Коли ми говоримо про подорожі, ми маємо на увазі людей, які відвідують друзів і родину, відпочивають і розважаються [1]. У вільний час вони можуть займатися різними видами спорту, засмагати, їздити верхи, ходити в походи, читати, спілкуватися і, нарешті, насолоджуватися навколишнім світом.

Ми можемо включити до нашого визначення подорожей людей, які відвідують конференції, конференції чи інші види ділових і професійних заходів, їдуть у навчальні поїздки чи проводять дослідження.

Отже, туризм можна визначити як сукупність явищ і відносин, що виникають у результаті взаємодії туристів, постачальників, місцевих органів влади та місцевих жителів у туристичній діяльності.

Подорожі та туризм – складна суміжна сфера бізнесу. Найближчим заняттям до туризму є дистрибуція подорожей, робота турагента. Авіакомпанії, компанії з прокату автомобілів, залізниці, автобуси, готелі та ресторани – усі вони безпосередньо задіяні в туризмі [1]. Відповідні види бізнесу також можуть включати фінансові структури для фінансування розвитку послуг тощо.

Щоб виробити повне визначення поняття «туризм», необхідно розглянути багатоаспектність туризму та його взаємодію з іншими видами діяльності. Відсутність єдиного визначення ускладнює вивчення туризму як навчальної дисципліни.

Дослідження туризму з наукової точки зору (і багатьох інших дисциплін) нещодавно привернуло увагу вчених з багатьох галузей знань. У зв'язку з цим необхідно розробити чіткі визначення та термінологію. Проблема не така проста, як здається на перший погляд.

Різні організації, включаючи Лігу Націй, ООН, Всесвітню туристичну організацію та Організацію економічного співробітництва та розвитку, мають справу з цим щороку.

Список використаної літератури:

1. Професійний туризм. навч. Посібник. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2021. С. 173.

2. Біла С. О. Стратегічні пріоритети розвитку туристичних послуг в Україні та перспективи підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку. *Стратегія розвитку України.* Випуск 1-2016, С. 17-23.

3. Горіна Г. О. Ринок туристичних послуг: Управління розвитком в умовах просторової поляризації: [Монографія] / Г. О. Горіна Кривий Ріг: Чернявський Д. О., 2016. 305 с.

УДК 338.48

Т.М. Чернишова
к.б.н.,доцент, Поліський національний університет

ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ТА РОЗВИТКУ АВТОРСЬКИХ ТУРІВ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.

Розвиток програм індивідуальних авторських турів є одним з пріоритетних напрямків туристичної діяльності. Згідно міжнародних та вітчизняних аналізів спостерігається тенденція до індивідуального туризму та пошуку унікальних турів, де можна відпочити та щось дізнатись. Унікальний і привабливий туристський продукт, що сприяє максимальному задоволенню потреб клієнта, позитивно впливає на успіх комерційної діяльності на ринку туризму [1, 2].

Авторський тур - це тур, який спланований і організований досвідченим мандрівником і проводиться у групі максимальною кількістю до 10-12 осіб. Авторські тури стають популярними в світі, тому що туристи бажають самостійно подорожувати і самі планувати час для свого відпочинку. Авторський тур допомагає краще пізнати країну, познайомитися з місцевим населенням, їх звичаями, природою, нетуристичними місцями і національною кухнею. За допомогою даних турів можна досліджувати місця, які не включені у звичайні тури, можна спробувати домашню кухню нових регіонів, занурюються в абсолютно нову атмосферу. На сьогоднішній день не існує певної класифікації авторських турів. Авторські тури можуть бути складені на будь-яку тематику і на будь-яку кількість днів. Найпопулярнішими авторськими турами є гастрономічний (+винний), фототур, трекінг, йога-тур, ретрит-тур, еко-тур [3].

Йога-тур - це туристичний пакет, що включає в свою програму серію занять йогою в місці перебування. При цьому програма турпакета розроблена таким чином, щоб на ці заняття завжди було достатньо часу і вони не йшли «впритул» до інших елементів поїздки. Втім, не можна сказати, що в турі будуть одні лише заняття йогою, багатогодинні і виснажливі. Переважна більшість

таких програм призначене для людей, які не займаються йогою професійно - тобто для початківців адептів цієї древньої системи оздоровлення або просто людей, що піклуються про своє здоров'я. Тому йога-пакет - це завжди тільки частина програми туру. Зазвичай в програму йога-туру входить: практика йоги, арт-терапія та психологія, лекції та майстер-класи, розваги, екскурсії та SPA. Наприклад програма йога-туру туристичної агенції «Be Woman» включає: жіночі та загальні практики йоги, два види медитацій, навчання технікам дихання, розпис каменів акрилом - створення сувенірів, лекція про жіноче здоров'я, пікнік у моря, SPA в готелі.

Фототури-це вид організованого туризму, розрахований на любителів фотографії, бажаючих побачити нові цікавинки різних куточків землі і під чуйним керівництвом організатора грамотно і професійно відобразити цю красу на фотокамеру. Зазвичай подібні тури поєднуються з іншими видами авторських турів та запрошуються професійні фотографи\відеографи.

Мабуть одним із найпопулярніших видів авторських турів є гастротур та винний тур, часом вони також можуть поєднуватися. Гастротур - це тематична подорож, в якому ви отримуєте абсолютно нові враження через автентичну кухню країни, міста або навіть кварталу, культуру застілля, особливості виноробства або правила поведінки локальних барів. Найбільшою популярністю користуються одно-дводенні гастрономічні тури вихідного дня та поїздки на гастрономічні фестивалі, де можна долучитися до місцевої кухні.

Не даремно подібні тури стають все більш популярними, адже люди знайомляться з культурою місцевості через смакові рецептори, саме так робить Клуб гастрономічних подорожей «Пища для ума», які проводять гастротури по Європі та Туреччині.

Трекінг-тури-це не тільки рух по маршруту, це насичене подорож в пізнавальному плані, знайомство з природними та історичними пам'ятками. Трекінг - унікальна можливість побачити країну, як би зсередини з її багатовіковою культурою і звичаями, далеко від пилу і суєти великих міст. В горах існують унікальні можливості для вивчення ландшафтів Землі: за відносно короткий час тут можна здійснити подорож з субтропіків до льодовиків. Саме подібний тур робить Катерина «Караденіз», яка проводить трекінг-тур по узбережжю Чорного моря Туреччини, поєднуючи трекінг з гастротуром та неймовірними краєвидами.

Ретрит-тури з'явилися на ринку туристичних послуг порівняно недавно. Ретрит-тур передбачає не тільки активний рух, а й контакт

з людьми, але це не робить його менш ефективним. Справа в тому, що ретрит не завжди має на увазі усамітнення. Швидше, це відхід від звичної повсякденності, в якій немає часу на практику. Повсякденність і побутові турботи вимотують людини, не залишаючи часу для спостереження себе, саморозвитку і творчості. Ретрит ж, навпаки, виводить людину з повсякденності, занурюючи його в абсолютно незвичну обстановку.

Зараз в світі все більшої популярності набувають авторські тури, які відрізняються від звичних пакетних. В першу чергу це незвичайні і дуже цікаві подорожі. А до пакетним турів (зазвичай поїздка на море до Єгипту, все включено) все давно звикли, а деякі вже й втомилися.

Отже, індивідуальний туристичний тур проектується на основі побажань і вимог конкретного туриста. Основною метою створення такого унікального турпродукту є максимальне задоволення потреб туриста. При розробці індивідуального туру необхідні особливі стандарти обслуговування. Для туристів необхідно забезпечити рівень обслуговування більш високої якості, ніж для туристів, які вирушають за масової туристичній програмі: індивідуальний трансфер, супровід на екскурсіях індивідуального гіда-перекладача, докладний планування маршруту, транспортних пересувань, екскурсійних і розважальних програм, складання унікального продукту з урахуванням поставлених цілей і завдань.

Саме створення особливих та ексклюзивних авторських турів допоможе створити туристичним агенціям унікальність і самоідентичність серед інших.

Список використаних джерел:

1. Михайліченко Г. І. Туроперейтинг: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 304с.
2. Організування туристичної діяльності: навч. посібник / О. Є. Кузьмін та ін. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2015. 352с.
3. Безкоровайна Л.В. Основи проектування туристичного продукту: навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Туризмознавство (за видами)». Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 100 с.

УДК 379.851(477.83)

Тищенко С.В.

к.е.н., доцент, Поліський національний університет
Николишин І.Р.
студент, Поліський національний університет

РОЗРОБКА ТУРУ ВИХІДНОГО ДНЯ ДЛЯ МОЛОДІ В ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Ми-люди, не можемо жити без подорожей. Хтось подорожує лише раз на рік, хтось двічі, а хтось майже кожного місяця. Більшість відмовляється від подорожей своєю батьківщиною, не знаючи, що вона приховує в собі багатенько цікавих місць та дійсно мальовничих унікальностей природи. Українська земля зібрала в собі все можливе на цій планеті. Невеличкі пустелі, густі ліси, розфарбовані озера, високі гори і звичайні рівнини, Чорне та просто блакитне моря, гірські водоспади, бурхливі та широкі річки, лимани, кришталеві печери, шумні міста й надзвичайно тихі села. Ця земля досі дихає історією, яка потопає у руїнах старих замків, сильних фортець, таємничих підземеллях і ховає в собі чимало скарбів наших предків, а також визначних і відомих на весь світ наших князів, козаків та просто незламний народ, який береже донині свої традиції.

Декілька століть тому могутній князь Данило Галицький створив 2 міста. Перше – Львів, на честь свого сина Лева, а друге отримало назву Холм, згодом в якому він помер [1]. Зараз Холм знаходиться на польській території, а от український Львів, серце Європи, досі зберіг в собі всю ту старовинну атмосферу: палаци, собори, ратуші та ці незвичайні вулиці з унікальними будиночками. В це місто неможливо не закохатись з першого погляду, подиху і кроку. Він дихає чимось особливим…

Якщо ви не знаєте куди зникнути на вихідні – оберіть Львів, там дійсно є на що подивитись, де погуляти та переночувати. Одного дня вам буде замало, тому дозвольте цьому місту поглинути вас і показати всю свою красу з середини. Спершу ми пройдемося Площею Ринок, вона була створена досить давно, ще у XIV столітті німецькими колоністами, а далі тільки оновлювалась італійськими та австрійськими архітекторами [2]. Далі ми натрапимо на Міську ратушу. З неї можна подивитись на місто згори. Неможливо минути Львівську архітектурну перлину у стилі неоренесансну, один з найгарніших театрів у Європі – Львівський оперний театр. Стоячи перед фасадом цієї величезної споруди відчуваєш всепоглинаючу потугу мистецтва, його вічність у контрасті зі швидкоплинністю

людського життя. Це споруда, в якій можна знайти різні архітектурні стилі країн Європи.

А ви ще не бачили Палац графів Потоцьких. Величезну і витончену будівлю у стилі французького неоренесансу кінця XIX століття. Саме цей палац виявляється найяскравішим зразком архітектури давньої історії, що є однією із націкавіших місць архітектурних пам'яток Львову. Не пройдіть мимо Вірменської вулиці. Її жителі є одними з найстаріших громад цього міста, вони віками створювали у місті осередок власного національного життя з неповторним духом найдавнішої східної християнської культури і з унікальною архітектурою.

Якщо ви любите довго розглядати різні дрібні деталі в архітектурі, то вам неодмінно потрібно потрапити до каплиці Боїмів – це видатна пам'ятка пізнього ренесансу. Вона також є прикрасою Катедральної площі. Тут відкриваються найкращи краєвиди старого міста на Площу, Ринок та міську Ратушу.

Любителі пізнього бароко обов'язково згадають за Домініканський собор з оригінальним культурним оздобленням. Монастир домініканців заснували ще в 13 столітті за проханням дружини українського князя Лева Даниловича [3]. В середні він виглядає ще величніше. Проте, від XV до середини XVIII століття тут стояв костел у готичному стилі. Також в якійсь мірі в стилі бароко, ренесансу та навіть маньєризму видніється здалеку середньовічний монастирський комплекс з фортифікаційними укріпленнями - Бернардинський собор. Тут кожен провулок надихає не розуми. Все стоїть тихо і спокійно буд то і не було останніх чотирьохсот років світової історії. А от те, що він ховає по ту сторону – ви більше ніде не зустрінете.

Для незвичайної вечері потрібно завітати до Італійського двору. Тут є багато різних столиків, що були у дворі палацу Корнякта. Це є надзвичайна ренесансна пам'ятка 1580 року, тут жив, самий багатий житель Львову за всю історію міста купець Костянтин Корнякто. Для ідеального завершення вечора потрібно потрапити до парку «Високий замок» - е найстаріший парк на горі., що розташовано з руїнами старовинного замку над містом. Тут відкривається гарний краєвид від якого перехоплює дух. Якщо навіть порівнювати між іншими містами України, то саме Львів має найбільше туристичних локацій на різний смак.

Також можна знайти цікаві готелі, особливо з гарним видом на місто Лева. Наприклад, готелі «Цісар» і «Плазма» знаходяться в центрі, мають неймовірні види з вікон та балкончиків та привабливу ціну. Також можна знімати апартаменти. За приємними відгуками і

нормальною ціною відомими є саме «Family Apartments Dorobok», «7 Apartments» та інші.

Багато що можна переглянути і у Львівській області. До прикладу печерний монастир в селі Розгірче, який існує ще з язичницьких часів. Одному відвідувати це місце буде моторошно, але досить цікаво для молоді. Також не потрібно забувати про Тустань. Шкода, замку там вже немає, про це там нагадують його руїни, але залишити там трішки свого часу варто. Там є де перекусити і привід скуштувати української кухні. А можна й спробувати злетіти в небо на повітряній кулі та побачити всю красу колишнього замку, який колись повстане серед своїх руїн і покаже себе справжнього. З попелу відновлено Олеський замок, що є найстарішим зі збережених замків Львівщини. Зазначена будівля змогла витримати всі бойові події і це є наша історія, яку ніхто не забуває, а також природні лиха- землетруси, засуху, пожежі, захоплення. Багато по шукачів, що здійснювали свої походи заради наживи трощили все до чого не дісталась природа та історія.

Ми вважаємо, що досить сильно зацікавить молодь поселення Білих хорватів. Це місце вабить вас своєю загадковістю та унікальністю. Воно ніби з кадру якогось фантастичного фільму. Також його називають Стільським городищем, яке вражає незвичайним виглядом та містикою. Воно складається із таємничих скель, печер, підземних лабіринтів і навіть жертовників. Площа цього городища становить 15 гектарів, а обороні і стіни 10 кілометрів. Під час археологічних розкопок були знайдені рештки житлових, ремісничих будівель, предмети побуту, господарський реманент, елементи зброї, а також різні обладунки, жіночі прикраси [4].

Не можна не згадати про ще одну містичну точку на карті, яка ховається в глибинах лісу – це Грот Прийма. Він складається з кількох печер. Саме тут, вперше на Львівщині були знайдені рештки неандертальця. Це урочище вважається найдавнішим поселенням мисливських таборів у печерних умовах. Його вік становить 45 тисяч років.

Ще одна унікальна пам’ятка оборонної архітектури XVI-XVII ст – Поморянський замок. До нього варто їхати шанувальникам історії, старовинної архітектури та загадкових легенд. Зазначена історична будівля була побудована в дуже цікавій формі – прямокутнику двохповерхового. По кутам, були зведені вежі, а внутрі знаходиться внутрішнє подвір’я. Навколо замку залишились залишки чудового парку, а неподалік у центрі селища – руїни неготичної ратуші (XIX) [5].

Отже, щоб відвідати хоча б декілька найпопулярніших місць незрівняного Львова та його області, вам не вистачить навіть одних вихідних. Тому не зволікайте і відвідуйте ще більше цікавих та просто наповнених особливою енергією місць своєї батьківщини, поки їх повністю не поглинула вічність, яка не має кордонів. Подорожуйте Україною, адже вона об'єднала в собі все те, чим ми повинні пишатися, доглядати та відновлювати у будь-якій її області.

Список використаних джерел:

1. Гербільський Г. Історія Львова. 1956. 306 с.
2. Савка С.М. Площа Ринок у Львові. Львів, 1977. 87 с.
3. Що має побачити кожен львів'янин: Домініканський собор. *Твоє Місто - твоє телебачення*. URL : https://tvoemisto.tv/news/shcho_maie_pobachyty_kozhen_lvivyanyn_dominikanskyy_monastyr_97210.html (дата звернення: 08.05.2023).
4. Що подивитися на Львівщині: бананова ферма, водоспади, прадавні селища. URL : https://rubryka.com/article/where-to-go-lviv-region/ (дата звернення: 08.05.2023).
5. Маст сі: Топ-20 головних пам'яток Львова. URL : https://lviv.vgorode.ua/news/dosuh_y_eda/288682-pamiatky-lvova (дата звернення: 08.05.2023).

УДК: 338.48:004

Махорін Г.Л.
к.і.н., доцент, Поліський національний університет
Суліменко О.Г.
к.і.н., доцент, Поліський національний університет

ЕКОНОМІЧНІ І СОЦІАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ЯК БАЖАНИЙ НАПРЯМ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ

Загальновідомо, що туризм за обсягами отриманих прибутків посідає третє місце серед головних галузей світової економіки. У видовій структурі туристичної сфери виділяють міжнародний і внутрішній туризм. Обидва види мають право на існування. Досить значний масив публікацій характеризують їх як два рівнозначно позитивні види туризму [1]. Але важливо проаналізувати і порівняти їх

за ступенем важливості для економіки. Цією проблемою займалася низка вчених, зокрема М. Бондаренко [2], В. Братюк [3].

У багатьох країнах туристична індустрія давно вважається одним із пріоритетних напрямів розвитку національної економіки і культури, адже приносить зростання ВВП, зростання показників різних галузей промисловості, торгівлі, інфраструктури, валютних надходжень від в'їзного туризму, збільшення інвестицій. Там, де пріоритетним поставили розвиток туризму, нині він став одним із головних джерел прибутків. Такі країни завдяки цілеспрямованій політиці підтримки туризму досить давно сформували інфраструктуру і постійно удосконалюють сервіс.

Але порівняймо два види туризму з погляду корисності для економіки нашої країни. В Україні довгий час розглядають туризм як любительську забавку, яка не потребує якихось серйозних капіталовкладень. Тому міжнародний (у розумінні виїзний) туризм у нашій країні на даний час значно розвинутіший і масовіший через привабливість відпочинку на зарубіжних курортах, комфортність перебування, розвинуту інфраструктуру у країнах, які раніше за нашу владу зрозуміли важливість розвитку туризму і зробили його пріоритетним у своїй політиці. І їдуть наші громадяни отримати задоволення від комфортного відпочинку за кордон. Проте виїзний туризм для української економіки приносить небагато користі. Наші громадяни вивозять свої кошти і витрачають їх за кордоном, фінансуючи розвиток економіки іншої країни. А могли б залишати їх в Україні, зміцнюючи економіку нашої країни.

Внутрішній туризм приносить набагато більше економічної вигоди для держави. По-перше, вплив на рівень зайнятості населення: створення одного робочого місця у туристичній сфері сприяє появі щонайменше чотирьох робочих місць в інших сферах економіки. У країнах Європейського союзу кожне сьоме робоче місце пов'язане з туризмом, а в Східній Європі – кожне дванадцяте. В Україні цей показник ще менший.

По-друге, розвиток внутрішнього туризму спонукає до покращення інфраструктури населеного пункту, який становить собою туристичну дестинацію. Це включає в себе побудову нової або ремонт існуючої дороги, а також закладів розміщення і харчування, виробництва і продажу сувенірної продукції. А це все – знову робочі місця, податки до місцевих і державного бюджетів, покращення демографічних показників. Люди не шукатимуть можливість заробити десь інде, а залишатимуться у своєму населеному пункті разом з родиною.

По-третє, внутрішній туризм сприяє збереженню автентичності нашої національної культури, відновленню прадавніх обрядів, ремесел. У світі дуже мало залишилося народів, які зберегли свою автентичну культуру у цей час глобалізації . Можна сказати, у світі існує великий попит на автентику, на яскраві враження від споглядання, а ще краще – участі у національних обрядах інших народів. Таке, хай тимчасове включення у культуру іншого народу, приносить незабутні враження та емоції. А цією збереженою автентикою ми вигідно вирізняємося у Європі. Задіяння нашої духовної спадщини (фольклору, етнографії) у туристичній сфері не потребує значних коштів, а принесе значний економічний ефект через активізацію в'їзного міжнародного туризму і в результаті – до збільшення валютних надходжень. Особливо важливо, що це активізує економічне і культурне життя у селах України, розвиватиметься родинний бізнес з прийому і розміщення туристів. А спільна справа зміцнюватиме родини і в моральному, і економічному відношенні.

Микола Сціборський, видатний теоретик українського національного руху, уродженець Житомира, писав: «Все те добре, що добре для блага, сили й розвитку моєї нації, все те зле, що цю силу й розвиток послаблює». Цей вислів можна застосувати і щодо порівняльної оцінки міжнародного виїзного та внутрішнього туризму в Україні. Тому економічні і соціальні пріоритети внутрішнього туризму в Україні повинні стати одними з головних напрямів державної політики після повернення до мирного життя.

Список використаної літератури:

1. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб./ М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. К.: Знання. 2011. 334 с.
2. Бондаренко М. Динаміка конкурентоспроможності індустрії туризму / Економіка та держава. К. 2012. № 6. С. 77 – 80
3. Братюк В. Аналіз досвіду західних країн щодо формування державної політики сприяння розвитку туризму // Актуальні проблеми економіки. К.2012. № 9. С.63 – 71
4.

Секція 2 МАРКЕТИНГ І МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

УДК: 338.48:658.8

Пугачова А.С.
асистент, Поліський національний університет
Шуляр Д.В.
студент, Поліський національний університет

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

На сьогодні існує безліч інструментів для просування туристичних дестинацій, найчастіше все зводиться лише реклами. Однак реклама – це лише один із компонентів цілого комплексу різних методів маркетингових комунікацій. У систему просування туристичних дестинацій також входять зв'язки з громадськістю та інтернет-маркетинг. Кожен із цих видів маркетингових інструментів спонукає та мотивує туристів до поїздки.

Д. Баранюк зауважує, що, туристична дестинація неможлива без маркетингу, оскільки цей продукт орієнтований на зовнішніх споживачів, які можуть дізнатися про дестинацію та її продукти виключно завдяки маркетинговому просуванню. Маркетинговий аспект розширює уявлення про дестинацію як просто територію, її ключовим елементом стає сам турист [1, с. 142].

На думку І. Буднікевич, «маркетинг туристських дестинацій – це сукупність маркетингових елементів, процесів, заходів, інструментів та технологій, які дозволяють вивчати, враховувати та задовольняти потреби цільових груп туристів, забезпечують створення, адаптацію, інформування, доставку та обмін інтегрованого комплексного туристичного продукту дестинації, сприяють соціально-економічному розвитку туристичної дестинації в довготривалій перспективі» [2, с. 43].

У світі розроблено концепцію інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК) – це об'єднання зусиль усіх видів маркетингових комунікацій для досягнення спільної мети, які доносять мету маркетингового повідомлення для цільового ринку [3, с. 2]. Використання одного з маркетингових інструментів є малоефективним для просування. Тому концепція ІМК поєднує та комбінує їх

можливості для успішного просування. Головна функція ІМК полягає в тому, щоб усі джерела, звідки туристи найчастіше отримують інформацію про туристичні дестинації, дозволяла об'єднати джерела з однією метою та якісно донести до туриста важливу пропозицію по тій чи інший дестинації.

Види маркетингових комунікацій та їх застосування для просування дестинації:

– реклама (реклама в газетах та журналах, зовнішня реклама, брошури, телевізійні ролики);

– зв'язки з громадськістю (спеціальні заходи, ЗМІ, спонсорство);

– інтернет просування (Веб-сайти, оптимізація пошукових систем, інтернет-реклама);

– product placement (художні фільми, телевізійні передачі).

Реклама відіграє важливу роль всіх етапах прийняття рішення про здійснення поїздки. Основні критерії для успішної реклами це по-перше, реклама повинна містити текст, що запам'ятовується, його зміст несе основні переваги дестинації, які мають відкластися у свідомості споживача. Ключовим чинником може бути слоган чи ключова фраза. По-друге, реклама має дозволяти втілити бажання у реальність. А саме містити корисну інформацію про основні елементів туристичної дестинації. По-третє, наявність візуальних образів у рекламі дестинації – через невловимість даного продукту візуалізація допомагає зробити її більш зрозумілою для споживача.

З огляду на інформаційну перенасиченість рекламними подіями, вплив прямої реклами стає менш ефективним: включаються лише механізми вибіркового сприйняття. Актуальними стають маркетингові інструменти, інтегровані в «немаркетингові» форми. Одним із таких інструментів виступає «Product placement» – розміщення, згадування продукції, компанії у фільмі, телевізійній програмі. Цей спосіб просування вважається ненав'язливим і стає все більш популярним. Такий нестандартний підхід має певні переваги:

– інформація про дестинацію подається не самою дестинацією, що викликає більше довіри у глядачів;

– значна кількість переглядів, оскільки жодна рекламна кампанія не дасть стільки переглядів, скільки дає кіно.

Зв'язки з громадськістю (PR) – це діяльність, що характеризується потоками інформації між організацією та громадськістю. Метою PR є формування певного позитивного образу чи то ідеї/організації/людини/продукту у свідомості потенційного споживача. Для дестинації принципово важливі налагоджені сприятливі відносини з громадськістю та привабливий імідж.

Для дестинацій використання інтернет маркетингу пов'язане безпосередньо зі специфікою самого продукту – невловимі відчуття, за якими туристи готові вирушити в будь-яку точку землі. Завдяки інтернету турист не відчуває цієї географічної віддаленості та в режимі реального часу може отримати всю необхідну інформацію про дестинацію. Інтернет-маркетинг має ряд переваг: обсяг інформації може бути необмеженим; необмежений доступ у часі; миттєве оновлення інформації; комбінація у поєднанні тексту, графіки та відео інформації; двосторонній характер комунікації.

Створення веб-сайту дестинації служить своєрідним рекламним майданчиком для її просування, який має дві цілі:

– створити інтерес у потенційного туриста до дестинації;

– максимально поінформувати про можливості дестинації для людини, яка готова вирушити у подорож.

Проведене нами дослідження показує те, що для просування туристичних дестинацій крім реклами, поширені PR – інструменти, інтернет-маркетинг і багато інших нестандартних механізмів впливу на споживача. У зв'язку з розвитком сучасного суспільства, технологій, поліпшенням добробуту громадян цей ринок постійно вдосконалюється та не стоїть на місці. Засоби досягнення поставленої мети оновлюються з кожним днем, що робить цю тему дуже актуальною в сучасному світі.

Кожен із інструментів просування дестинації має певні особливості та виконує свої функції. Застосування інструментів залежить від цільової аудиторії, залежно від неї, потрібно підбирати той чи інший інструмент, щоб донести ключову особливість кінцевої мети. Можна скористатися інтегрованим процесом – поєднуючи різні інструменти. Така модель інструментів дозволяє більш ефективно позиціонувати дестинацію у свідомості туриста, і це дає можливість впливати на вибір, на прийняття різноманітних рішень, пов'язаних з поїздкою конкретного туриста.

Список використаних джерел:

1. Баранюк Д. С. Маркетинговий підхід до розуміння, формування та розвитку туристичних дестинацій. *Збірник наукових праць ЧДТУ*. Випуск 63. 2021. С. 136–146.

2. Буднікевич І. М., Баранюк Д. С., Крупенна І. А. Загрози та можливості розвитку туристичних дестинацій у сучасних умовах: маркетинговий аспект. *Вісник Хмельницького національного університету.* №5. 2020, С. 42–48.

3. Лишко С. В. Формування інтегрованих комунікацій як основи маркетингових стратегій сучасного бізнесу. *Економіка та суспільство*. Випуск №31. 2021. С. 1–6.

УДК 338.48:640.43 (477.42)

Тищенко С.В.
к.е.н., доцент Поліський національний університет
Байовська М.Ю.
студент, Поліський національний університет

ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА ГОТЕЛЬНІ ПОСЛУГИ В ЖИТОМИРСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Готельні послуги є однією із зайнятих галузей туристичної індустрії, яка забезпечує умови для проживання та відпочинку туристів. У зв'язку з розвитком глобалізації та підвищенням рівня життя, попит на готельні послуги зростає у всьому світі. У свою чергу, попит на готельні послуги в регіонах та містах України також є економічним фактором.

Готельне господарство є однією з окремих складових туристичної інфраструктури будь-якої країни. Воно відіграє важливу роль у розвитку туризму, створюючи нові робочі місця, збільшуючи дохід місцевого населення та сприяючи розвитку малого та середнього бізнесу.

Житомирська область володіє чималою кількістю туристичних визначних місць, культурних та історичних пам'яток. Саме тому готельна індустрія в області має великий потенціал для розвитку, що принесе значні доходи.

Дана тема є досить актуальною та важливою для вивчення з багатьох причин. По-перше, Житомирська область є однією з відомих туристичних областей України, яка привертає увагу своїми культурними та природними пам'ятками. По-друге, розуміння попиту на готельні послуги може сприяти розвитку туризму та приваблению нових інвесторів у готельну галузь. Мета дослідження полягає в спостереженні попиту на готельні послуги в Житомирській області.

В сучасному світі готельний бізнес є одним з найперспективніших галузей економіки. Ця індустрія туризму дуже швидкоплинна, але попит на готельні послуги щороку зростає. За останні роки готельне

господарство розвивається досить швидкими темпами як в нашій державі в цілому так і в регіональному розрізі.

Житомирська область розташована на півночі України та має досить розвинену туристичну інфраструктуру, що приваблює туристів з усієї країни. У зв'язку з цим попит на готельні послуги зростає. Існує декілька чинників, які впливають на попит готельних послуг.

По-перше, наявність культурної спадщини. В Житомирській області велика кількість історико-культурних пам'яток. Більшість з них зосереджена в таких містах як Житомир, Бердичів, Звягель та Коростень. Приїзд туристів та відвідування ними туристичних місць в свою чергу призводить до підвищення попиту на готельні послуги.

По-друге, розвиток бізнесу в області. В Житомирській області є низка міст які є центрами бізнесу та промисловості. Багато бізнесменів приїжджають в Житомирську область з діловою метою. Тож, даний чинник також впливає на попит готельних послуг.

По-третє, Житомирська область має великий потенціал для розвитку туризму, оскільки в області велика кількість природних ресурсів: річки, ліси, озера та багато іншого.

По-четверте, розміщення готелів та якість надання послуг також впливають на попит готельних послуг в області. Готелі, що розташовані в центрі міста користуються більшим попитом, ніж ті, що розташовані на окраїнах або в спальних районах.

За останні роки кількість туристів, які відвідують Житомирську область стрімко зростає. За статистичними даними, у 2019 році Житомирську область відвідало понад 325 тисяч туристів, що на 9% більше ніж у 2018 році. Однак при значній кількості туристів не всі можуть знайти привабливе житло [1].

Більшість туристів надають перевагу готелям середнього класу (3-4 зірки), а приблизно третина туристів обирають готелі високого класу (5 зірок).

Також результати дослідження показали, що попит на готельні послуги в Житомирській області може бути досягнуто, за допомогою маркетингових заходів та реклами. Велика кількість туристів дізнаються та замовляють номери в готелях через мережу Інтернет. Тому важливо мати добре розроблену сторінку в соціальних мережах, активно її вести та рекламувати.

Отже, дослідження попиту на готельні послуги в Житомирській області виявило, що існує значна потреба в послугах з готельного господарства серед туристів. Дослідження показало, що для туристів саме готелі є найбільш комфортним та зручним місцем для проживання під час подорожей.

Головними критеріями під час вибору готелю є ціна та розташування готелю. Важливо щоб готель розташовувався в центральній частині міста, де є легкий доступ до місцевої інфраструктури.

Отже, для готелів у Житомирській області важливо підтримувати високу якість обслуговування, розвивати нові туристичні продукти та маркетингові стратегії, для того, щоб забезпечити стабільний рівень попиту на готельні послуги та підвищити їх конкурентоспроможність у регіонах.

Список використаних джерел:

1. Головне управління статистики у Житомирський області. Офіційний сайт. URL : http://www.zt.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення 02.06.2023)
2. Іванова Л.О. Дослідження чинників якості послуг підприємств готельного господартва та їх врахування у маркетинговій стратегії. URL : https://infotour.in.ua/ivanova-1.htm (дата звернення 02.06.2023).
3. Іванова Л.О. Маркетингові дослідження сучасного готельного бізнесу в Україні. Львів. 1997. 37 с.
4. Державн статистична служба в Україні. Офіційний сайт. URL : https://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення 03. 06. 2023).
5. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Навчальний посібник. Київ, 2003. 348 с.

УДК: 338.48:658

Опалов О.А.
к.е.н., доцент Поліський національний університет
Кулешник К.В.
студент, Поліський національний університет

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ І МЕНЕДЖМЕНТУ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Проблема полягає в тому, що компанії в сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу стикаються зі складнощами у залученні клієнтів, задоволенні їх потреб, конкуренції, управлінні сезонністю та ефективному управлінні ресурсами. Додатково, зміни в технологіях та

трендах, а також висока залежність від відгуків та рекомендацій клієнтів ускладнюють ситуацію. Ці проблеми вимагають систематичного підходу, інноваційних стратегій маркетингу, поліпшення якості обслуговування та ефективного управління, щоб забезпечити конкурентоспроможність, задоволення клієнтів та стійкий розвиток компаній у даній галузі.

Виділимо детальніше декілька загальних проблем, які можуть виникати:

- Зміна потреб та попиту: Туристичні та готельно-ресторанні послуги чутливі до зміни попиту та переваг споживачів. Зміна смаків, туристичних тенденцій, демографічних факторів та соціальних змін може вплинути на попит на певні послуги. Компанії повинні вміти адаптуватися до цих змін і розробляти стратегії, щоб задовольняти змінні потреби клієнтів.

- Конкуренція: Галузь туризму та готельно-ресторанного бізнесу дуже конкурентна. Компанії змагаються за увагу туристів і клієнтів, тому виникає потреба розробляти ефективні стратегії маркетингу, щоб виділитися серед конкурентів. Конкуренція також може призводити до падіння цін та скорочення маржі прибутку.

- Сезонність: Багато туристичних та готельно-ресторанних підприємств стикаються з проблемою сезонності. Попит може коливатися в залежності від пори року або туристичних сезонів. Це може викликати фінансові труднощі та вимагати гнучкості в управлінні персоналом та ресурсами.

- Висока залежність від відгуків та рекомендацій: Відгуки та рекомендації від клієнтів мають велике значення у туристичній та готельно-ресторанній галузях. Негативні відгуки можуть швидко поширюватися через соціальні медіа та інтернет, що може негативно вплинути на репутацію підприємства. Компанії повинні бути готові ефективно реагувати на відгуки та надавати якісне обслуговування, щоб забезпечити задоволеність клієнтів.

Зміни в технологіях та трендах: Швидкий розвиток технологій та зміни в поведінці споживачів можуть становити виклики для компаній у галузі туризму та готельно-ресторанного бізнесу. Наприклад, зростання популярності онлайн-бронювань та використання соціальних медіа вимагають від компаній вміння пристосовуватися до цих змін та використовувати нові технології для маркетингу та залучення клієнтів.

Усі ці проблеми вимагають від компаній в галузі туризму та готельно-ресторанного бізнесу гнучкості, інноваційності та ефективного управління. Важливо бути в курсі останніх трендів,

просуватися за допомогою маркетингових стратегій та надавати високоякісні послуги, щоб задовольняти потреби і очікування клієнтів.

Маркетинг і менеджмент у сфері туристичних та готельно-ресторанних послуг включають в себе стратегії, техніки та практики, що спрямовані на просування, управління та розвиток підприємств, що діють у цих галузях.

Маркетинг в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі орієнтується на задоволення потреб і бажань клієнтів, а також на збільшення продажів і популярності підприємства. Для досягнення цих цілей маркетологи використовують різноманітні інструменти, такі як реклама, просування у соціальних мережах, публічні відносини, прямий маркетинг та інші. Вони також аналізують ринок, вивчають конкурентів і розвивають стратегії продажу та ціноутворення [1].

Менеджмент у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу включає планування, організацію, контроль та керування діяльністю підприємства. Менеджери в цих галузях відповідають за управління персоналом, бронювання, обслуговування гостей, фінансове планування та бюджетування, контроль якості послуг, розвиток стратегій залучення та утримання клієнтів [2].

З урахуванням швидкого розвитку технологій, важливим аспектом маркетингу і менеджменту у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу є також використання цифрових інструментів, таких як веб-сайти, мобільні додатки, онлайн-бронювання, аналітика та інші інтернет-технології.

Успішні підприємства в цих галузях часто розвивають унікальні бренди, звертають увагу на якість обслуговування, використовують інновації та творчі підходи для залучення і утримання клієнтів. Окрім того, екологічна стійкість і соціальна відповідальність стають все більш важливими аспектами для багатьох підприємств у цих галузях.

Загалом, успішний маркетинг і менеджмент у сфері туристичних та готельно-ресторанних послуг базуються на ретельному вивченні потреб та вимог клієнтів, ефективному плануванні, стратегічному підході до розвитку бізнесу та використанні інноваційних методів для забезпечення конкурентних переваг.

Вирішення проблем маркетингу і менеджменту у сфері туристичних та готельно-ресторанних послуг вимагає систематичного та комплексного підходу. Ось кілька рекомендацій, які можуть допомогти вирішити ці проблеми:

- Дослідження ринку і розуміння клієнтів: Проведення детального дослідження ринку, включаючи аналіз потреб та вимог клієнтів.

Розуміння цільової аудиторії допоможе вам визначити, які послуги та пропозиції є найбільш привабливими для клієнтів.

- Розвиток конкурентних переваг: Заснування своєї стратегії на конкурентних перевагах, що виділять вашу компанію на тлі конкурентів. Це може бути особливість вашого готелю, унікальність ресторанного меню, інноваційність послуг або висока якість обслуговування.

- Інвестування в маркетингові зусилля: Розробка маркетингового плану, який включає в себе стратегії онлайн-маркетингу, рекламу, просування в соціальних мережах, PR-кампанії та інші маркетингові ініціативи. Інвестування в маркетинг, щоб залучити нових клієнтів і зберегти існуючу клієнтську базу.

- Покращення якості обслуговування: Надання великої уваги якості обслуговування. Забезпечення навчання персоналу, встановлення стандартів обслуговування, сприяння взаємодії з клієнтами та активне відстежування відгуків клієнтів. Постійно покращення якості обслуговування на основі зворотного зв'язку від клієнтів.

- Використання технологій: Впровадження сучасних технологій для полегшення роботи та покращення ефективності управління. Це можуть бути системи онлайн-бронювання, CRM-системи, аналітичні інструменти для вивчення даних про клієнтів та виявлення трендів.

- Управління сезонністю: Розробка стратегії для управління сезонністю. Це може включати пошук альтернативних ринків або сегментів клієнтів, пропозиції та акції для привертання туристів у менш популярні сезони, або розвиток додаткових послуг, щоб залучити туристів протягом усього року.

- Забезпечення ефективного управління: Встановлення ефективної системи управління, включаючи розподіл обов'язків, комунікацію в межах команди, моніторинг результативності та навчання персоналу. Це допоможе забезпечити координацію роботи всіх підрозділів та досягнення стратегічних цілей підприємства.

Отже, важливо пам'ятати, що кожна компанія має свої унікальні потреби та виклики. Рекомендації вище можуть бути використані як основа для розв'язання проблем, але варто адаптувати їх до конкретної ситуації вашого бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Мальська М., Мандюк Н. Основи маркетингу у туризмі: навчальний посібник. Київ 2019. 336 с.

2. Андренко І.Б., Кравець, ІМ. Писаревський менеджмент туризму. Харків Хнумг 2014. 403с.

УДК: 331.108:640.41

Скидан О.В.
д.е.н.,професор, Поліський національний університет
Чмирук Т.І.
студент, Поліський національний університет

АНАЛІЗ СКЛАДУ ТА СТРУКТУРИ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЮ «УКРАЇНА»

В робочому процесі мотивація допомагає оцінити весь персонал за окремо проведену трудову діяльність та нагородити за проявлений актив та винахідливість. Таким чином, це спонукає всіх працюючих на підприємстві працювати ще краще, якісніше та організовано, щоб в певний момент отримати за свою роботу певні індивідуальні блага. Розкриття цієї теми є важливим для покращення туристичного бізнесу, а тому зацікавлює неабияку кількість вчених та професорів попрацювати з нею та відкрити ще не пізнані інформативні складові. Насамперед, питанням підвищення чиннику мотивації персоналу та покращення їх роботи згодом, цікавляться такі економісти як А.Сміт, Ф.Гілбрет, А.Маслоу, Ф.Герцберг, А.Врум. На сучасному етапі цю тему на розгляд піднімають такі вчені як О.В. Гриківська, Ж.В.Соловйова, Є.А. Бельтюкова , О.А.Докучаєва.

Мотивація не виступає легким заохоченням працівників, яка не заглиблюючись в конкретні дії в будь-якому випадку спонукає людину до якіснішої праці. Вона повинна враховувати всі ознаки та спонукальні сили, які зможуть вплинути на конкретного робітника, а також масштабність мотиваційної нагороди повинна рівнятись та рівень складності роботи, яку виконала людина на туристичному підприємстві. Тільки після створення всіх умов та надання правильних мотиваційних ривків персонал буде проявляти себе та реалізовуватись все вище у робочих процесах [2].

Що стосується працівників готелю «Україна», то можна вказати присутність їх кваліфікованості та професійності. Наприклад, працівники цього підприємства можуть надавати послуги на 3 мовах: англійській, російській та українській.

Також варто зазначити, що для кожного відділу та всіх працівників, що порються над його розвитком прописані завчасно створені правила та запровадженні посадові інструкції. Працівник повинен виконувати їх вчасно та якісно, тільки тоді він отримає свою нагороду, яку було одразу проговорено. Таким чином, і працює мотивація.

Тут кожен робітник може висловити свою думку та запропонувати певні ідеї. Персонал може в будь-який час обґрунтувати певні інновації, які, на його думку, допоможуть у розширені бізнесу. В готелі «Україна» не тільки вислухають, а й нагородять за прояв творчості, креативності та потенціального розвитку туристичного ринку. Це також виступає нематеріальним чинником мотивації персоналу в готелі.

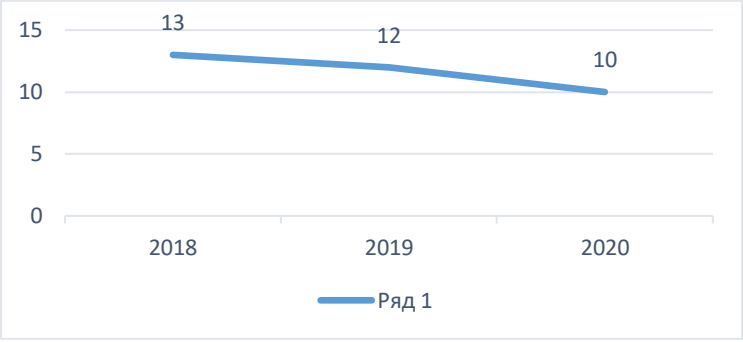


Рис. 1 Динаміка середньооблікової чисельності співробітників готелю «Україна» за 2018-2020 рр.
Джерело: розроблено автором на основі [1].

Аналізуючи персонал в готелі «Україна», можна зробити наступні висновки. В 2020 році загальна чисельність співробітників складала 10 осіб. Вона стрімко знижувалась протягом декількох років. Цю динаміку можна прослідкувати на рис. 1.

За графіком ми бачимо, що протягом 2018-2020 рр. динаміка працівників зменшилась з 13 до 10 осіб, тобто плинність кадрів зменшується з кожним роком, але на це впливає ряд зовнішніх та внутрішніх факторів. Серед яких є той факт, що останні роки, а конкретно у 2019 р., готель вводив нові технологічні інновації, які і створили таку ситуацію. Мається на увазі, що тепер готель не

потребує такої кількості працівників, адже деякі операції тепер можна виконувати автоматично.

Завдяки аналізу підприємства та розкриттю певних динамік, можна прийти до висновку, що персонал є за мотивований та має повне бажання розвивати готель. Це прослідковується і за показниками плинності кадрів, який є дуже невеликим. Він говорить про ефективність управління персоналом та їх висока мотивація.

Спираючись на дані, розкриті вище, ми бачимо, що коефіцієнт вибуття та плинності є однаковим, отже звільнялись люди лише за власним бажанням, а це не є дуже гарною статистикою для підприємства.

Таблиця 1.

Характеристика та динаміка показників плинності персоналу готелю «Україна» за 2018-2020 рр.

Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.	Зміна 2020 р. від	
				2018 р.	2019 р.
Коефіцієнт оновлення персоналу	0,39	0,37	0,44	0,05	0,07
Коефіцієнт вибуття персоналу	0,34	0,27	0,42	0,08	0,15
Коефіцієнт плинності кадрів	0,34	0,27	0,42	0,08	0,15

Джерело: розроблено автором на основі [1].

Так, коефіцієнт плинності кадрів у 2020 р. складав 0,42 або 42 % від загальної кількості працівників, що на 0,08 та 0,15 більше за 2018-2019 рр. відповідно. Це не зовсім гарні показники, але вони ніяк не впливають на ефективність роботи якість наданих послуг на території готелю.

Отже, підсумовуючи, можна сказати, що мотиваційна система у 2020 році не повністю злагоджено працює, тому що персонал готелю амбітний та молодий, але за статистикою табл. 1, бачимо, що звільнення за власним бажанням мають високий процент.

Список використаних джерел:

1. Готель Україна. URL : https://ukraina.in.ua/ (дата звернення 06.04.2023).
2. Корягін Н. Анти кризисне управління. URL : http://stud.comua/21781/menedzhment/antikrizove_upravlinnya (дата звернення 10.03.2023).
3. Черни В. Як мотивувати персонал. URL: http://www.cfin.ru/management/people/motivation/motivation_in_ crisis.shtml (дата звернення 21.03.2023).

УДК: 338.48:004

Чернишова Т.М.
к.б.н., доцент Поліський національний університет
Ткачук М.А.
студент, Поліський національний університет

УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА «HILTON KYIV 5*»

Удосконалення якості послуг готельних підприємств є важливим завданням у сучасній індустрії гостинності. Насамперед, це стосується таких провідних готельних брендів, як «Hilton Kyiv 5*» які прагнуть надати своїм гостям найвищий рівень задоволення та комфорту під час перебування. Високий рівень конкуренції в готельній сфері та зростаючі очікування клієнтів ставлять перед готельними підприємствами виклик підвищити якість своїх послуг. «Hilton Kyiv 5*» – це один з найфешенебильніших готельних комплексів столиці, який відомий своїм високим класом обслуговування та надійним ім'ям у готельній індустрії. І це не дивно, адже готель з 2014 року займає почесне місце у складі світового готельного ланцюга Hilton Worldwide Готель пропонує високий рівень обслуговування, задовольняючи потреби і очікування гостей.

Готельне підприємство «Hilton Kyiv 5*» усвідомлює цю актуальність та прагне постійно удосконалюватись, щоб задовольняти потреби й очікування своїх гостей. Постійне удосконалення якості послуг має безпосередній вплив на

задоволення гостей, збільшення лояльності клієнтів, підвищення конкурентоспроможності підприємства та збільшення прибутковості. Тому, реалізація стратегії покращення якості послуг є необхідною для «Hilton Kyiv 5*» з метою збереження й посилення свого престижу та лідерської позиції на готельному ринку [3].

У цьому контексті, дослідження та розробка основних напрямів удосконалення якості послуг готельного підприємства «Hilton Kyiv 5*» стають актуальними та важливими завданнями для забезпечення максимального задоволення гостей та підвищення конкурентоспроможності цього престижного готелю.

У сучасних реаліях «Hilton Kyiv 5*» важливо працювати і просувати свою стратегію розвитку якості надання послуг у трьох провідних напрямах, які і будуть головними тезами даної роботи. Перше, необхідно розглянути підвищення стандартів безпеки навчання. Далі описати важливість розвиток персоналу. І зайвим не буде дослідити доречність впровадження екологічної свідомості готелю.

На жаль умови повномасштабного вторгнення і військовий стан на території країни почали диктувати свої жорстокі і цинічні умови. Forbes.UA провели своє незалежне дослідження яке було названо «Травневим недосипом». Протягом травня 2023 року російські загарбники обстріляли столицю 32 рази, 23 з яких були у нічний час з 22:00 до 7:00. Саме тому через часті ракетні обстріли питання безпеки особливо гостей столиці, які не припиняють свої візити стає першочерговим завданням [2].

Підвищення стандартів безпеки в готелі є особливо важливим умовах війни з кількох причин:

1. Захист гостей та персоналу: Війна створює небезпечні умови, які можуть загрожувати безпеці гостей та працівників готелю. Підвищення стандартів безпеки допомагає забезпечити захист і безпеку всім, хто перебуває в готелі. Це може включати розробку планів евакуації, інструкцій щодо поведінки у випадку надзвичайних ситуацій та встановлення систем безпеки, таких як відеоспостереження та контроль доступу.

2. Збереження репутації та довіри: Умови війни можуть викликати занепокоєння та страх у потенційних гостей. Підвищення стандартів безпеки та ефективна комунікація про ці заходи допомагають зберегти довіру гостей та підтримати репутацію готелю. Гості будуть впевнені, що їх безпека є пріоритетом, і вони

можуть спокійно перебувати в готелі, незважаючи на складні обставини.

3. Виконання правових та етичних норм: Підвищення стандартів безпеки відповідає правовим та етичним вимогам. Готельні підприємства мають зобов'язання забезпечувати безпеку своїх гостей та працівників. Виконання цих норм є необхідним для додержання законодавства та міжнародних стандартів, а також підтримання етичних цінностей і відповідальності перед спільнотою.

Підвищення стандартів безпеки в готелі в умовах війни може бути здійснено шляхом прийняття різноманітних заходів та застосування практичних підходів. Ось декілька способів, якими можна підвищити стандарти безпеки в готелі в умовах війни:

Розробка та впровадження планів евакуації та надзвичайних ситуацій: Готель повинен мати детально розроблені плани евакуації, які включають шляхи виходу, місцезнаходження збору гостей та персоналу, контактні дані екстрених служб тощо. Ці плани повинні бути регулярно переглянуті та відпрацьовані через тренування та симуляції, щоб забезпечити ефективну реакцію у випадку надзвичайної ситуації.

Встановлення систем безпеки: Готель повинен бути обладнаний системами безпеки, такими як відеоспостереження, контроль доступу та пожежні системи. Ці системи повинні бути в робочому стані, регулярно перевірятися та обслуговуватися. Додатковою мірою може бути найм професіоналів з охорони, які забезпечують безпеку в готелі.

Навчання персоналу: Всі працівники готелю повинні бути навчені процедурам безпеки, правилам пожежної безпеки, дій у випадку загрози або надзвичайної ситуації. Навчання повинно включати розпізнавання підозрілих поведінок, навички реагування на терористичні атаки та надання першої допомоги. Також варто організовувати тренування та семінари з безпеки для персоналу з метою постійного підвищення їхніх знань та навичок.

Співпраця з локальними органами безпеки: Готель повинен співпрацювати з локальними правоохоронними та екстреними службами, щоб отримати актуальну інформацію про потенційні загрози та надати необхідну допомогу у разі потреби. Також можуть встановлюватись системи попередження, які дозволяють оперативно сповіщати персонал та гостей про потенційні небезпеки.

Інформування гостей: Готель має чітко інформувати гостей про заходи безпеки, доступні контакти в разі екстрених ситуацій та правила поведінки. Цю інформацію можна надати у вигляді друкованих матеріалів, на сайті готелю або за допомогою інтерактивних панелей в номерах.

Ці заходи спрямовані на забезпечення безпеки гостей та персоналу в умовах війни. Постійне переглядання, оновлення та вдосконалення стандартів безпеки відіграватимуть ключову роль у забезпеченні безпечного та захищеного перебування у готелі.

Розвиток навчання та персоналу є ключовим елементом успіху будь-якого готельного підприємства, включаючи «Hilton Kyiv 5*». Ось кілька причин, чому розвиток навчання та персоналу є необхідним для готелю «Hilton Kyiv 5*»

По-перше готель «Hilton Kyiv 5*» прагне надавати своїм гостям переважне обслуговування високої якості. Розвиток навчання та персоналу допомагає покращити навички комунікації, гостьовинності, етикету та інших важливих аспектів, необхідних для створення приємного та задоволеного враження у гостей. Це включає навчання персоналу взаємодії з гостями, ефективного вирішення проблем та реагування на їхні потреби.

По-друге керівництво готелю прагне мати команду висококваліфікованих та мотивованих працівників. Розвиток навичок та знань через навчання допомагає персоналу стати експертами у своїх областях, покращити професійні навички та ефективність роботи. Це може включати навчання процедурам реєстрації гостей, навичкам керування конфліктами, навчанням новим технологіям та іншим професійним аспектам готельного бізнесу.

Розвиток навчання та розвиток персоналу в готелі Hilton Kyiv 5* можуть забезпечити наступні заходи:

Перший крок - це проведення оцінки потреб персоналу у навчанні. Це може бути зроблено шляхом спостереження, спілкування зі співробітниками, анкетування або внутрішніх оцінок. Визначте області, в яких персонал потребує покращення, такі як навички обслуговування клієнтів, комунікаційні навички, лідерство тощо.

На основі оцінки потреб персоналу важливо створити індивідуальні навчальні плани для кожного співробітника. Визначте конкретні цілі, які вони мають досягти, і способи, якими це можна зробити, такі як навчання на курсах, участь у семінарах або менторство від більш досвідчених колег.

Для покращення якості навчання можна залучати зовнішніх тренерів та консультантів. Вони можуть мати спеціалізовані знання і досвід у певних областях, які можуть бути корисними для персоналу. Це можуть бути тренінги з лідерства, навичок продажу, ефективної комунікації тощо.

Важливо організовувати внутрішні тренінги та семінари, які проводяться співробітниками з вищим рівнем компетентності в певній області. Це дозволить персоналу навчатися від колег, які вже мають досвід і знання у певних аспектах роботи. При цьому можна стимулювати активну участь персоналу через обговорення та взаємодію.

Використання онлайн-курсів та електронних ресурсів може бути ефективним способом навчання та розвитку персоналу. Вони можуть бути доступними для співробітників у будь-який зручний для них час і місце, дозволяючи самостійно вивчати нові навички та знання.

Після завершення навчання необхідно проводити оцінку результатів, щоб переконатися, що співробітники здобули необхідні навички та знання. Це може бути зроблено через тестування, практичні завдання, спостереження або зворотний зв'язок від клієнтів [4].

Останнім та не менш важливим кроком є формування екологічної свідомості в готелі Hilton Kyiv 5*. Це дає свій ряд певних переваг:

1. Збереження природних ресурсів: Формування екологічної свідомості допомагає зменшити використання природних ресурсів, таких як вода, енергія та паливо. Шляхом застосування енергоефективних систем освітлення, водоочищення, контролю температури та ізоляції будівель, готель може знизити своє вплив на навколишнє середовище.

2. Зменшення викидів та забруднення: Свідомість про екологію допомагає готелю зменшити викиди шкідливих речовин та забруднення довкілля. Це може бути досягнуто через використання екологічно чистих матеріалів, впровадження систем утилізації та переробки відходів, а також заохочення гостей та персоналу до екологічно відповідних практик.

3. Задоволення екологічних очікувань гостей: Сьогодні все більше гостей віддають перевагу екологічно свідомим готелям, які дбають про природу та навколишнє середовище. Формування екологічної свідомості у готелі Hilton Kyiv 5* допоможе

задовольнити ці очікування та привернути увагу екологічно освічених гостей.

4. Економічна вигода: Реалізація екологічних ініціатив може приносити готелю економічну вигоду. Зменшення споживання ресурсів, використання енергоефективного обладнання та переробка відходів можуть призвести до зниження витрат на енергію, воду та утилізацію, що позитивно позначиться на фінансовому стані готелю.

5. Створення позитивного іміджу: Готель, який активно працює над екологічними питаннями та впроваджує екологічно чисті практики, будує позитивний імідж. Це може привернути більше гостей, які підтримують зелені ініціативи та збереження природи.

Процес впровадження екологічної свідомості має бути детально продуманим та чітко структурованим. Для початку необхідно провести аналіз екологічного стану готелю, включаючи оцінку використання ресурсів (води, енергії, палива), утилізації відходів та впливу на навколишнє середовище. Це допоможе виявити області, де можливі поліпшення та зменшення негативного впливу.

На основі аналізу стану можна буде займатися розробкою стратегії впровадження екологічної свідомості. Потрібно визначити конкретні цілі та завдання, які потрібно досягти, такі як зменшення споживання ресурсів, використання екологічно чистих матеріалів, впровадження систем утилізації відходів тощо.

Після цього вже можна буде впроваджувати екологічні практики в усіх аспектах роботи готелю. Це може включати енергоефективне освітлення, використання екологічних матеріалів, управління водою та енергією, відповідну утилізацію відходів, стимулювання гостей до екологічних практик [1].

Удосконалення якості послуг готельного підприємства "Hilton Kyiv 5*" є важливим завданням, яке вимагає систематичного підходу та інвестицій у розвиток. Шляхом розвитку навчання та розвитку персоналу, готель може забезпечити професійне обслуговування та персоналізовану підтримку для гостей, що сприятиме підвищенню їх задоволення та відданості готелю.

Крім того, інвестиції у розвиток та підвищення якості послуг дозволять покращити ефективність роботи готелю, забезпечити швидке та зручне обслуговування гостей та створити комфортну атмосферу для перебування. Реалізація цих заходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності готелю, залученню нових гостей та зміцненню його позиції на ринку. В цілому,

удосконалення якості послуг готельного підприємства "Hilton Kyiv 5*" є важливим фактором для досягнення успіху та задоволення потреб гостей. Інвестування в навчання персоналу, покращення інфраструктури та використання сучасних технологій та заходів безпеки сприятимуть збільшенню задоволення гостей, залученню нових клієнтів, підвищить рівень надії та довіри потенційних клієнтів і як результат сприятимуть підвищенню репутації готелю.

Список використаних джерел:

1. Екологічні технології в сфері гостинності URL: http://ni.biz.ua/3/3_19/3_194143_ekologicheskie-tehnologii-v-sfere-gostepriimstva.html (дата звернення 04.06.2023).
2. Травневий недосип. Через масовані обстріли росіян жителі Києва могли недосипати 39% від місячної норми. Розрахунки Forbes, URL: https://forbes.ua/war-in-ukraine/skilki-ne-splyat-kiyani-cherez-obstrili-rosiyan-02062023-13989 (дата звернення 04.06.2023).
3. Hilton Kyiv. Modern sight in the heart of Kyiv URL: https://www.linkedin.com/company/hilton-kyiv-hotel/ (дата звернення 04.06.2023).
4. Hotel Staff: Employment Options and Descriptions https://www.indeed.com/career-advice/career-development/employees-of-hotel (дата звернення 04.06.2023).

УДК: 338.48.04

Валінкевич Н. В.
д.е.н., професор Поліський національний університет
Карбівська В.П
студент, Поліський національний університет

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

З кожним роком сфера громадського харчування в Україні, і не тільки, суттєво змінюється. Сучасна індустрія громадського харчування є найбільш розвиненою та найприбутковішою інвестиційною галуззю. Ресторанний бізнес постійно розширює

свою сферу діяльності, підхід до управління та обслуговування клієнтів.

Постійно оновлюється, постійно впроваджує інновації, справляючи великий вплив на натовп. Для ефективного розуміння сутності поняття «управління ресторанним бізнесом» розглянемо це питання детально на основі теоретичного визначення поняття [2].

Метою даної роботи є визначення особливостей управління та функціонування підприємств громадського харчування. Для досягнення поставленої мети критично проаналізовано теоретичний матеріал з управління ресторанним бізнесом та викладено поняття.

Більшість ресторанів невеликі, в них працює не більше 10 штатних працівників. Як правило, такими закладами управляють їх власники. Ресторан - заклад громадського харчування, що пропонує споживачам широкий асортимент комплексних страв, які переважно замовляються індивідуально. Ресторан поєднує високий рівень обслуговування та дозвілля туристів. Ресторан для організації конгресів, конференцій, офіційних заходів, прийомів, сімейних свят, банкетів, тематичних вечірок

Організація громадського харчування - це організаційна структурна одиниця, яка здійснює виробничо-господарську діяльність у сфері громадського харчування: виробництво, реалізацію та організоване споживання продукції власного виробництва і покупних товарів, а також організаційне обслуговування розваг і розваг споживачів. Основною складовою системи туристичного обслуговування є підприємство громадського харчування [1].

Підприємствами громадського харчування є державні установи (сукупність державних установ), які мають самостійні господарські організації, права юридичної особи і здійснюють діяльність з метою отримання прибутку.

Основною особливістю ресторанів є задоволення споживчих потреб людей у їжі. Ресторанне господарство, зокрема, якщо ця функція є визначальною рисою його бізнесу, включає роздрібні заклади, які продають продукти на винос для домашнього споживання.

Одним із визначальних принципів у сфері громадського харчування, як і у всьому бізнесі, є досягнення високих результатів при мінімальних витратах матеріальних і трудових ресурсів.

Головною помилкою більшості ресторатторів є думка, що створений в інституті інтер'єр більше не потребує догляду та уваги. Тим часом не тільки театри починаються з вішалок. Чи захоче

приїжджий скуштувати переваги місцевої кухні – це вже інше питання, а от чи комфортно йому в цих стінах – зрозуміє одразу.

Тому не можна недооцінювати важливість привабливості інтер'єру в очах споживачів. Ще одна запорука успіху – чистота і порядок. Особливо важливо стежити за чистотою навколо [3].

Ці два аспекти ресторанного життя також можуть позначитися через відсутність належного контролю. Технічна невідповідність при виготовленні тютюнових виробів, алкоголю, їжі та напоїв завдає значних збитків економічному благополуччю та репутації підприємства. Одним словом, грамотна організація ресторанного бізнесу передбачає не тільки знання методів управління.

Власник ресторану повинен бути водночас і керівником, і бухгалтером, і психологом, і фінансовим директором, тільки так ресторан зможе прожити довге і щасливе життя [4].

Підсумовуючи все сказане і проаналізоване, можна з упевненістю сказати, що управління ресторанним бізнесом - це справжнє мистецтво, мистецтво досягати цілей, впливати на співробітників для отримання максимального прибутку, впливати на клієнтську базу і навіть на потенційних відвідувачів.

Це мистецтво передбачити вимоги споживачів, повністю задовольнити їх побажання та отримати прибутки від клієнтів і корпоративні економічні прибутки. Характер і особливості менеджменту дуже важливі на будь-якому етапі розвитку підприємства.

Розумне та спрямоване управління визначає зв'язок між цілями діяльності та її результатами, тим самим визначаючи природу поведінки в обслуговуванні клієнтів, що, у свою чергу, допомагає сформувати професійні стосунки людей всередині організації та формувати установки організаційної поведінки.

Добре структурований і добре керований бізнес громадського харчування може створити гарний імідж у будь-якій країні, тому що якщо вони збираються розвивати інші галузі, не лише одержуючи прибуток від місцевих жителів, а й від місцевих жителів, то гостинність є їхнім першим головним. якість. Також для залучення іноземних гостей.

Список використаної літератури:

1. Мальська М. П., Гаталяк О. М., Ганич Н. М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика). Київ. 2013. 304 с.

2. Л. С. Ларка Економічне управління підприємством: конспект лекцій для студентів денної та заочної форм навчання за спеціальністю 051 «Економіка». Харків : НТУ «ХПІ», 2017. 84 с.

3. Величко В. В. Конспект лекцій з дисципліни «Економічне управління підприємством» (для студентів усіх форм навчання спеціальності 051 – Економіка). Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 41 с.

4. Чорна М. В., Смірнова П. В., Бугріменко Р. М. Управління витратами : навч. посіб. Харків, 2017. 166 с.

УДК 338:48

Чернишова Т.М.
к.б.н., доцент, Поліський національний університет
Демченко М.С.
студент, Поліський національний університет

МАРКЕТИНГ В СФЕРІ МУЗЕЙНИХ ПОСЛУГ

Маркетинг відіграє ключову роль у розвитку музеїв, збереження культурної спадщини та поширенні знань. У сучасному конкурентному середовищі музеї повинні використовувати маркетингові стратегії, щоб виділитися та привернути увагу відвідувачів. Шляхом розробки ефективних маркетингових підходів, музеї можуть залучити широку аудиторію та мати тривалий вплив на свою спільноту. Тому керівники музеїв повинні розуміти важливість маркетингу та інвестування в нього, щоб забезпечити успішне функціонування власних установ. Майбутнє музеїв залежить від їх здатності адаптуватися до мінливих тенденцій і використовувати нові маркетингові методи для приваблення аудиторії та просування своїх колекцій та діяльності [2, 3].

Музейний маркетинг – це процес, спрямований на просування музейних колекцій, діяльності та подій серед широкої громадськості. Його метою є створення та впровадження стратегій для залучення відвідувачів, встановлення стосунків з зацікавленими сторонами та поширення місії та цінностей музею. Може проявлятися в різних формах, включаючи традиційну рекламу, кампанії в соціальних мережах, спеціальні події та програми інформаційно-роз’яснювальної роботи [1].

Маркетинг музеїв має значення з кількох причин. Він допомагає підвищити обізнаність громадськості про колекції та діяльність музею. Шляхом рекламування музею через різні канали, такі як соціальні мережі, друковані видання, онлайн реклама, музей може осягнути більшу аудиторію та привернути увагу більшої кількості потенційних екскурсантів.

Музейний маркетинг допомагає будувати взаємовідносини зі сторонами, що зацікавлені в допомозі музею, а саме донори, спонсори та волонтери. Розповідаючи про його місію, цінності та внесок, музей зміцнює довіру та лояльність до цих зацікавлених сторін. Також маркетинг важливий для отримання прибутків. Найбільше прибутків музеям приносять продаж квитків, пожертвування, спонсорство та гранти. Зацікавлюючи відвідувачів та спонсорів, музеї можуть збільшити свої прибутки та забезпечити фінансову стабільність.

Ще до причин чому маркетинг важливий в музейній справі відносять просування освіти. Музеї не слугують тільки місцем для виставки предметів, вони також виступають у ролі місця для навчання та дослідження. За допомогою просування освітніх програм та подій дані заклади можуть залучати туристів та сприяти кращому розумінню історії.

Для просування музейних колекцій та заходів може бути використано декілька засобів музейного маркетингу. Однак, важливо зазначити, що ефективність цих стратегій може залежати від конкретного музею, його аудиторії та ресурсів. До цих заходів належать:

1. Маркетинг в соціальних мережах, де вони виступають потужним інструментом для залучення аудиторії до музею. Музеї можуть створювати цікавий та оригінальний контент, ділитися фотографіями, відео, історіями про життя музею, взаємодіяти зі своїми підписниками та відповідати на питання та коментарі.

2. Маркетинг електронною поштою. Розсилання інформаційних афіш та буклетів про майбутні події та освітні програми. Важливо забезпечити цікавою та цінною інформацію у листах, який спонукатиме до відвідування музею.

3. Пошукова оптимізація (SEO). Оптимізація веб-сайту музею для пошукових систем може допомогти вивести його на вищі позиції в результатах пошуку. Дослідження ключових слів та оптимізація контенту допоможуть збільшити свою видимість в Інтернеті [1].

4. Зв’язки з громадськістю, а саме робота зі ЗМІ та іншими медіа може слугувати ще одним методом привернення уваги до музею, його колекцій та заходів. Публікації у газетах, журналах, інтернет-порталах,

участь у місцевих радіо- та телеефірах можуть сприяти підвищенню впізнаваності музею.

5. Інформаційно-роз'яснювальна робота з громадою, співпраця зі школами, університетами, громадськими центрами та іншими організаціями дозволяє музеям пропонувати освітні програми, екскурсійні послуги та заходи. Це підвищує обізнаність про музей та привертає нових відвідувачів.

Отже, маркетинг виступає як невід'ємна частина діяльності музею. Його майбутнє залежить від здатності адаптуватися до зміни тенденцій та використання нових маркетингових підходів для взаємодії з аудиторією та просування своїх індивідуальних особливостей та діяльності.

Список використаних джерел:

1. F. Hamrayeva. The importance of marketing in museum management. *European international journal of pedagogics, volume 03.* С. 48-50.

2. Dr Takalani E. Mudzanani. The four `C`s of museum marketing: proposing marketing mix guidelines for museums. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, Volume 6 (2)* - (2017). С. 1-12.

3. Marketing for Museums: веб-сайт. URL: https://mgnsw.org.au/sector/resources/online-resources/organisation-management/marketing-museums-factsheet/.

УДК: 640.41:331.108.2

Валінкевич Н. В.
д.е.н., професор Поліський національний університет
Папіровий Д.К.
студент, Поліський національний університет

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОТЕЛІ «VILLA «ЗАТИШНА»

«Villa «Затишна» був обраний як приклад суб'єкта господарювання для розкриття теми дослідження та більш глибшого її розуміння. Отже, цей готель знаходиться у Прикарпатті. Він є дуже популярним в України, адже за 10 років свого існування дуже гарно показував себе в роботі та має велику кількість позитивних відгуків від

споживачів. Насамперед, трудовий потенціал та в цілому готельне підприємство дуже відрізняється від своїх конкурентів та не дає їм можливість обігнати його у рентабельності та продуктивності. Розташований в с. Микуличин цей готель є чи не є єдиним дизайнерським туристичним об'єктом, який охоплює на одній своїй території гуцульський стиль із сучасними технологіями з додаванням басейну, спа, сауну, чани, а також бездротовий інтернет, власна пральня, автономна система водопостачання та інше.

«Villa «Затишна» бере своєю індивідуальність та поєднанню цих двох стилів в комплексі. Тут ви знайдете як домашній затишок та природній спокій, як і технологічне забезпечення та комфорт, який звикли отримувати в сучасному світі. Основні види діяльності готелю «Villa «Затишна»:

- надання послуги розміщення (номерний фонд);
- надання послуги харчування (власне кафе на території готелю);
- можливість користування конференц-залом для проведення різного виду бізнес зустрічей та подій;
- надання звичайних побутових послуг;
- можливість проведення свят, весілля та річниць, а також надання особливого весільного номеру;
- користування саунами, чанами, та послугами пральні.

Номерний фонд готелю «Villa «Затишна» складається із 10 номерів різних категорій: «Люкс», «Півлюкс», «Стандарт +», «Стандарт» та «Стандарт економ» [2].

Що стосується питання трудового колективу, то можна сказати, що на сьогоднішній день на території закладу працює 16 осіб, на рис. 1. можна розглянути організаційну структуру готелю, яка представляється як лінійно-функціональною.

Рис. 1. Організаційна структура управління готелем «Villa «Затишна»

Джерело: опрацьовано матеріали [1].

Як бачимо на схемі, найголовніше структура управління це директор. Він в змозі примати самостійні рішення з будь-якого питання та, в цілому, керує всіма іншими структурами роботи в закладі. Адміністратор, в свою чергу, може, з дозволу керівництва, брати на себе участь управляючого та надавати зобов'язання нижчим службам та безпосередньо персоналу.

Проаналізуємо основні моменти управління персоналом в готелі «Villa «Затишна». По- перше, підбором, підготовкою до роботи та управлінням працівників займаються директор та адміністратор. Саме вони займаються проведенням співбесіди із потенційними працівниками та в решті-решт підбирають потрібних із них. Також до обов'язків директора відноситься формування та роздача зарплатні, плюс до того саме він реалізує та розробляє методи мотиваційного стимулювання для своїх робітників.

Далі персонал, який підібрали на роботу проходить необхідні ознайомлення із територію закладу та його правилами, а також інструктаж із метою розуміння всіх внутрішніх процесів обслуговування. Наприклад, в закладі проводився семінар «8 кроків до серця гостя», який потрібен для якісної роботи та вивчення інноваційних аспектів адміністратору, служби розміщення, покоївок та служби харчування [1].

Цікаво те, що директор виконує оцінювання претендентів по документації. Тому на етап співбесіди не запрошуються всі бажаючі, а лише ті, хто пройшов попереднє оцінювання у дирекції закладу.

Із особливостей управління персоналом в готелі «Villa «Затишна» є фактор сімейної атмосфери та затишку у внутрішніх комунікаціях. Щоб завжди залишатись із розумінням потреб своїх працівників та бажань споживачів керівництво закладу завжди проводить опитування, які допомагають відкрити або закрити те чи інше питання. Наприклад, що стосується підвищення кваліфікації персоналу. Дирекція обов'язково перед реалізацією курсів для підвищення професійності завжди проводить анкетування « чи є бажання удосконалюватись у самих робітників», адже дуже важливо, що у них виникало бажання до цього, що буде спонукати їх краще вчитись у процесі.

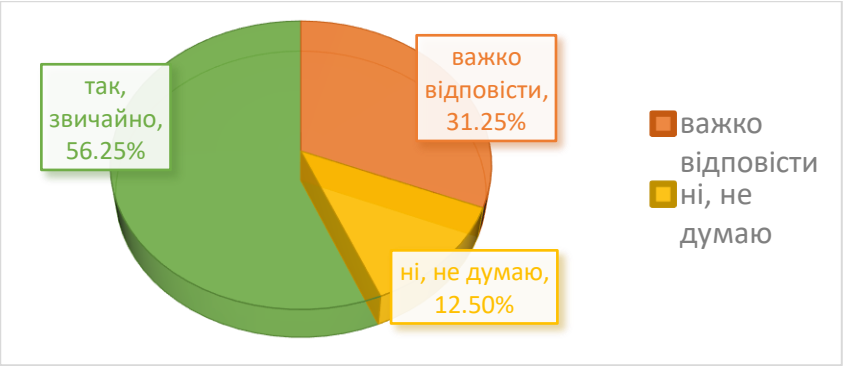


Рис. 2. Результати опитування персоналу на тему: «Чи здатне підвищення кваліфікації вплинути на якість вашої роботи?»

Джерело: створено автором на основі [3]

Як можна бачити на рис. 2 персонал підприємства постійно рад удосконалюватись та ставати освіченішим. Така зацікавленість управління дуже заохочує працівників поширювати та підвищувати свій трудовий потенціал.

За іншими опитуваннями, які були проаналізовані в процесі аналізу особливостей управління персоналом, варто відмітити, що майже всі питання, які стосуються працівників були обговорені із самими працівниками. Наприклад, таким чином були реалізовані мотиваційні аспекти управління, а саме було визначено, що найбільший стимул для персоналу «Villa «Затишна» є стабільність та підвищення зарплатні, а також можливість працювати на отримання преміальних.

Серед інших також виділяється питання кар'єрного зросту та більш висока репутація серед конкурентів. Ці чинники, анкетування та мотивації персоналу, а також таке турботливе спілкування задля вирішення потреб персоналу дуже стимулює їх працювати краще, що сильно піднімає трудовий потенціал.

Отже, трудовий потенціал готелю «Villa «Затишна» показує себе як дуже перспективний фактор покращення репутації та конкурентоспроможності готелю. Працівники цього закладу виявляють себе як скупчення молодих та перспективних людей, які мають вищу освіту та не малий досвід в обслуговуванні.

Директор та адміністратор мають найбільше функцій та обов'язків в роботі, адже вони є найвищими в організаційній структурі

закладу та несуть зобов'язання налагоджувати всі внутрішні та зовнішні процеси роботи.

Загалом, трудовий потенціал стримується багатьма чинниками та не падає протягом декількох років обслуговування в цьому закладі. Це показує навіть статистика плинності кадрів, у якій видно, що персонал лише додається, і немає жодного бажання працівників звільнюватись за власним бажанням.

Особливості управління персоналом також показують себе із позитивної сторони, адже найголовніше для керівництва «Villa «Затишна» це стабільний взаємозв'язок із робітниками та постійне розуміння їх власних бажань. Це стимулює персонал розвиватись та удосконалюватись ще більше.

Список використаних джерел:

1. «8 кроків до серця гостя»: персонал готелів та ресторанів навчається гостинності по-вінницьки. Вінницька міська рада. URL : https://www.vmr.gov.ua/Lists/CityNews/ShowNews.aspx?ID=8156 (дата звернення 03.05.2023).

2. Villa «ЗАТИШНА». Karpaty.info. URL : https://www.karpaty.info/ua/uk/if/nd/mykulychyn/hotels/villa.zatyshna/ (дата звернення 02.05.2023) .

3. Villa "Затишна". Facebook. URL : https://www.facebook.com/villaZATYSHNA/ (дата звернення 03.05.2023).

4. Принципи та методи управління персоналом. Taylrrenee. URL: https://uk.taylrrenee.com/biznes/4403-principy-i-metody-upravleniyapersonalom.html (дата звернення 03.05.2023).

Секція 3 ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИІЙ ПОТЕНЦІАЛ КРАЇН ТА РЕГІОНІВ

УДК : 338.48:630*2

Тищенко С.В.
к.е.н., доцент Поліський національний університет
Левченко О.С.
студент, Поліський національний університет

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЛІСОВИХ ЛАНДШАФТІВ ПОЛІССЯ

Туризм є однією із провідних галузей в Україні. Вона дуже якісно функціонує на рекреаційних територіях та надалі розвивається. В цілому, туризм є потужною силою для економічного становища країни. Головний плюс туристичної сфери це той момент, що при невеликому капіталовкладенню цей бізнес швидко окупається та починає приносити прибуток.

Одна із таких територій, яка гармонійно співпрацює з іншими сферами діяльності, це Українське Полісся. До нього входять Волинська, Житомирська, Рівненська та Чернігівська області, а також північна частина Києва. Саме на ці території показують себе як місцевість багата рекреаційними ресурсами (21% від всієї статистики України), а також прослідковується аспект можливого перспективного подальшого розвитку. Проте, якщо казати про реальне використання ресурсу, то статистика показує наступну ситуацію: рівень користування становить всього лише 9% ресурсів від загальної цифри [1].

В основному, використання лісових ландшафтів стало популярним досить недавно. Тільки зараз, в умовах все більшого заохочення людей відпочивати на природі, проводити сільські заходи та, в цілому, довшого перебування туристів в гармонії із природою і почав зростати попит на лісові та ландшафті ресурси. наявність лісів передбачає створення нових підвидів туристичного обслуговування.

З наукової точки зору, забезпечення використання лісових ландшафтів криється у самому характеризування користі від цього виду ресурсів. Ліси перетворюють природне середовище на придатну для життя та оздоровлення середу. Вони мають наступні функціональні властивості [2]:

- озонує повітря;
- іонізує повітря (в лісі іонів в 100 разів більше ніж у будь-якому приміщенні);
- поглинає весь вуглекислий газ;
- збирає в себе пил та інші виникаючі забруднюючі речовини;
- володіє антимікробною дією.

Полісся має безліч переваг, одна з яких, це його грамотне розташування, яке має близькість до інших туристичних країн, таких як Польща та інші. Також, Полісся межує з Центральним регіоном і наразі входить у трійку лідерів за привабленням туристів.

Можна сказати, що напрями забезпечення використання лісових ландшафтів Полісся повністю відрізняються один від одного залежно від конкретної області Поліського регіону. Наприклад, якщо говорити про Житомирську область то тут переважають такі ландшафтно-рекреаційні ресурси як природні заповідники. Найпопулярніший із них це є Словечансько-Овруцький кряж, а взагалі тут числяться: 1 заповідник, 10 національних заказників, 76 національних та місцевих заповідників, 2 природні пам'ятки, 18 державних заповідників, 1 ботанічний сад, 5 ландшафтних садів.

З огляду на Рівненщину, можна назвати наступні напрями забезпечення використання лісових ландшафтних ресурсів [3]:

- спортивні види туристичної діяльності: масовий пішохідний туризм, кінний спорт, спортивне орієнтування, мисливство, тощо;
- загальнооздоровчий відпочинок: пішохідні короткі прогулянки, походи, пікніки, спортивні колективні ігри, тощо;
- збір ягід, овочей, лікарських рослин та інше;
- лікування ментального здоров'я шляхом споглядання естетичних пейзажів, прослуханням співу пташок та, в цілому, знаходження у природному спокої.

Ліси Волинської області також безумовно забезпечують потенціал використання ландшафтних ресурсів. Її територія багата на гриби, ягоди, деякі лікарські трави. Збирання всього вище перерахованого вважається дуже привабливим та корисним видом відпочинку на природі. Лісова структура Волині на територіях поліського регіону переважно вкрита соснами, одним із найпоширеніших лісів в Україні. Прогулянка і їх компанії також дуже популярна серед любителів відчути гармонію із природою [4].

Варто зазначити, що Полісся має високий потенціал до розвитку еко-туризму. Хоча зараз ситуація показує, що одним із головним напрямів використання ресурсів виступають сільські господарства та «радіаційний туризм», який був створений після Чорнобильської

катастрофи, потенціал до екологічного туризму зростає з кожним днем. Цьому сприяють природні ландшафти, водно- болотні угіддя, лісові ресурсі та унікальна природна спадщина Українського Полісся.

Аналізуючи тему дослідження, висуваються самостійно обґрунтовані негативні фактори, що впливають на перспективність розвитку:

- недостатньо розвинута логістична система, тим самим погана комунікаційна доступність у районах рекреаційного призначення;

- відсутність розробленої стандартизації та законодавчої бази сільського туризму;

- регіональні відмінності в економічному використанні рекреаційного потенціалу.

Прикладом може послужити велика кількість природних територій, а насамперед, Західно Поліський транскордонний біосферний заповідник, де охочі туристи можуть відправитись у похід, поплавати на каное та спостерігати за флорою та фауною.

Отже, саме на території Полісся можна розвивати екологічну туристичну діяльність та забезпечувати їй подальший попит, адже області, що охоплюються територією Полісся поєднують в собі техногенні ландшафти.

Отже, на основі виведених висновків, можна обґрунтувати самостійно окреслені перспективи розвитку лісових ландшафтів Полісся:

- створення вільної зони на Волинській частині Полісся, за напрямком Шацьких озер, які сприятливі для розвитку інфраструктури та рекреації на цій території;

- обов'язкова організація відпочинку та оздоровлення людей, які проживають на частково або повністю забруднених територіях;

- розвиток додаткових видів туризму, в місцевостях, де велика кількість незайманих природних, культурно-пізнавальних, лісових та ландшафтних та інших ресурсів, які ще не приносять прибуток країні;

- створення та розвиток спеціальних об'єднань, задача яких буде реалізація кластерних груп, що значно покращить якість кожного окремого туристичного продукту;

сприяння розповсюдженню інформації про можливості рекреації на території серед споживачів вітчизняного та зарубіжного туристичного продукту.

Підсумовуючи все вище сказане, варто відмітити, що Полісся має змогу забезпечувати туристів ландшафтними та лісовими ресурсами, адже для цього ця територія має все необхідне. На перспективу, для кращого забезпечення використання лісових ресурсів

потрібно обов’язково створити грамотну співпрацю державних органів влади із регіональними. Це дозволить раціонально користуватись ресурсами, а також об’єднає туристичні об’єкти Полісся в єдиний туристичний простір.

Список використаних джерел:

1. Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України: навч. посіб. К.: Альтерпрес, 2011. 462 с.
2. Стафійчук В. І. Рекреалогія. К.: Альтерпрес, 2008. 264 с
3. Бойко І.Д. До питання рекреаційного використання лісових територій. Przemysl: Nauka i Studia, 2010. 64 с.
4. Полісся, Прип'ятське Полісся / Енциклопедія історії України : у 10 т. К. : Наукова думка, 2011. 520 с.

УДК **911.3:330.15]:379.8+930.85(477.82-37)**

Качаровський Р.Є.
магістр географії, ВНУ ім.. Л. Українки ім.. Л. Українки
Мельник Н.В.
к. геогр. н., Прикарпатський національний університет ім.. В. Стефаника
Єрко І.В.
к.геогр.н., ВНУ ім.. Л. Українки
Антипюк О.В.
старший лаборант, ВНУ ім.. Л. Українки

РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ КОЛОДЯЖНЕНСЬКОЇ ТГ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Досліджено основні історико-культурні ресурси Колодяжненської територіальної громади (ТГ) Ковельського району Волинської області., зокрема значна увага приділялась вивченню об’єктів археології, історії та культури, архітектури та містобудування, а також монументального мистецтва територіальної громади. Виокремлено проблеми розвитку історико-культурної спадщини ТГ та удосконалено шляхи їх покращення.

Ключові слова: рекреаційний потенціал, туризм, історико-культурна спадщина, пам'ятки археології, пам'ятки архітектури, Колодяжненська ТГ, Ковельський район, Волинська область.

Адміністративно-територіальна реформа, що стартувала в Україні у 2015 році завдяки прийняттю Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» [5], стало початком трансформації місцевого самоврядування. Нові адміністративні утворення – територіальні громади (ТГ), отримавши правове підґрунтя для здійснення управління, певні грошові кошти та матеріальну базу, водночас постали перед низкою нерозв'язаних соціальних та економічних проблем. Потенційні можливості самостійного господарювання створили передумови для ефективного розвитку різних напрямків економічного потенціалу. Одним із таких напрямків є сталий розвиток історико-культурної ресурсної бази громади, що допоможе залученню її об'єктів історико-культурної спадщини до галузі туризму та рекреації регіону, посилити можливості здійснення освітнього процесу, збільшити значення патріотичного виховання молоді, відтворити та відродити основні аспекти історичної минувшини територіальної громади.

Істотна різноманітність та унікальна самобутність спадщини історії та культури зумовлюють високий рівень туристичної атрактивності ТГ, створюючи передумови для прогресивного та ефективного розвитку культурно-пізнавального туризму.

На території Волинській області створено й функціонує 54 громади, найбільше у Ковельському районі – 23, зокрема серед них й Колодяжненська територіальна громада. Вона утворена 08 жовтня 2016 р. шляхом об'єднання чотирьох сільських рад Ковельського району, зокрема Колодяжненської, Кричевичівської, Скулинської та Уховецької. Нині до складу громади входить 19 сільських населених пунктів. Площа громади становить 464,4 км², а населення (на 01.01.2023 р.) – 8 345 осіб [1]. Адміністративний центр – с. Колодяжне. У громаді діє шість старостинських округів з центрами однойменних селах: Білашівський, Дрозднівський, Кричевичівський, Любитівський, Скулинський та Уховецький [1–2; 6–7].

Управління культури департаменту культури, молоді та спорту Волинської ОДА інформує, що на території громади знаходиться 16 об'єктів історико-культурної спадщини, зокрема пам'ятки: дві археології, п'ять містобудування і архітектури, сім історії та культури і два монументального мистецтва (табл.1). Діє два музеї, зокрема

Державний літературно-меморіальний музей Лесі Українки, створений у 1949 році (як відділ Волинського краєзнавчого музею) у с. Колодяжне та Державний історичний музей у с. Уховецьк. Народні художні промисли представлені осередками писанкарства у с. Колодяжне та столярства у с. Уховецьк [1–4; 6–7].

Таблиця 1

Об'єкти історико-культурної спадщини
Колодяжненської Волинської області [1–4; 6-7]

Назва об'єкта	***Місце знаходження***	***Дата спорудження***
Пам'ятки археології		
Поселення раннього залізного віку скіфського часу поморсько-кльошової культури	с. Білашів	кін. IV-II ст до н.е.
Поселення бронзового віку	с. Уховецьк	кін. III–поч. I тис до н.е.
Пам'ятки містобудування і архітектури		
Миколаївська церква (дер., псевдоруський стиль)	с. Волошки	1865 р.
Поштова станція	с.Воля Любитівська	XIX ст.
Михайлівська церква (дер., волинський тип)	с. Дроздні	1710 р.
Церква Різдва Богородиці (дер., волинський тип)	с. Рокитниця	1784 р.
Церква Іоанна Богослова (дер., псевдоруський стиль)	с. Скулин	1787 р.
Пам'ятки історії та культури		
Пам'ятник землякам, полеглим у Другій Світовій війні	с. Білашів	1974 р.
Пам'ятник землякам полеглим, у Другій Світовій війні	с. Дроздні	1966 р.
Садиба Лесі Українки	с. Колодяжне	1949 р.
Будинок, де жила Леся Українка (копія,"сірий будинок Косачів")		1956 р.
Будинок, де жила Леся Українка (копія,"білий будинок Косачів")		1956 р.
Пам'ятник землякам, полеглим у Другій Світовій війні		1972 р.

		Продовження табл. 1.
Пам’ятник землякам	с.Скулин	1978 р.
Пам’ятки монументального мистецтва		
Пам’ятник Лесі Українці (автор Сколоздра В.І.)	с. Колодяжне	1958 р.
Пам’ятник Лесі Українці (автор Кальченко Г.Н.)		1958 р.

Виходячи із таблиці 1, можемо відмітити домінування пам’яток історії та культури (44 %), серед усієї історико-культурної спадщини. Об’єкти спадщини розташовані у переважній більшості сіл громади, але найбільше їх у с. Колодяжне. Значна їх частина включена в туристично-рекреаційні маршрути громади, деякі району, проте не всі.

Актуальними є проблемні моменти рекреаційної атрактивності історико-культурної спадщини громади, зокрема існує необхідність у: здійсненні інтенсивних реставраційних робіт частини об’єктів; істотному розширенні мережі музейних установ громади; нагальному відродженні чи започаткуванню осередків народних художніх промислів; варто посили промоцію об’єктів історико-культурної спадщини на туристичних виставках і фестивалях; внесенні об’єктів у туристичні та екскурсійні маршрути ТГ, Ковельського району та Волинської області, а деяких у маршрути західного регіону України; популяризації серед населення краю для росту популяризації внутрішнього та міжнародного туризму [2–3; 6–7]. Правильне залучення можливостей історико-культурної спадщини ТГ дозволить істотно збільшити потік іноземних туристів, особливо з країн Європейського Союзу, покращити і розширити туристичну та соціальну інфраструктуру, дасть змогу відкрити новітні можливості до відкриття нових туристичних, а це в свою чергу дуже вплине на зростання доходів громади і вирішить соціально-економічні питання.

Висновки. Здійснення ряду комплексних заходів із забезпечення збереження, реставрації, відродження та ефективного та цільового функціонування історико-культурної спадщини Колодяжненська ТГ сприятиме прогресивному сталому розвитку туризму та рекреації в громаді, зміцнить культурні зв’язки між громадами Ковельського району, стане поштовхом для модернізації інфраструктури туризму, що сприятиме вирішенню основних соціально-економічних проблем місцевого населення.

Список використаних джерел:

1. Децентралізація: URL : https://decentralization.gov.ua/. (дата звернення 26.25.2023).
2. Ковельська районна державна адміністрація. URL : http://koveladm.gov.ua/ (дата звернення 29.05.2023).
3. Колодяжненська територіальна громада URL: https://kolodyazhne.gromada.org.ua// (дата звернення 28.05.2023).
4. Пам'ятки України. URL: https://zabytki.in.ua (дата звернення 27.05.2023).
5. Про добровільне об'єднання територіальних громд: Закон України від 05.02.2015 р. № 157-VIII *Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 13, ст.91*.
6. Управління культури Департаменту культури, молоді та спорту Волинської ОДА. URL : https://voladm.gov.ua/category/upravlinnya-kulturi-z-pitan-religiy-ta-nacionalnostey/1/. (дата звернення 26.05.2023).
7. Чижевська Л.Т., Дацюк В.О., Поторась О.В.. Туристсько-рекреаційні ресурси Ковельського району Волинської області. *Науковий вісник Східноєвр. нац. ун-ту імені Лесі Українки. Серія : Географічні науки.* № 5(409). Луцьк, 2020. С. 126-132.

УДК: 379.85(477.83)

Ковалевська І.М.
к.е.н.,ст. викладач, Поліський національний університет
Когут А.С.
студент, Поліський національний університет

ТУРИСТИЧНО - РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Львівська область займає почесне місце серед найбільш привабливих та популярних туристично-рекреаційних регіонів України завдяки своєму складному історичному минулому та багатовіковому співіснуванню багатьох народів і релігій.

Львівщина має значний культурний та туристичний потенціал. До чинників, які сприяють цьому, належать:

– вигідне транспортно-географічне положення, що забезпечує зручний доступ до області для відвідувачів з усієї країни і з-за кордону;

– сприятливі природно-кліматичні умови, які приваблюють туристів своєю красою і можливостями для активного відпочинку;

– наявність природних і рекреаційних ресурсів, які надають можливості для різних видів відпочинку, включаючи гірський туризм, екологічні маршрути та водні види спорту;

– велика кількість визначних історичних та культурних пам'яток, що привертають людей, які цікавляться історією та архітектурою;

– наявність організацій, які сприяють розвитку туризму, таких як туристичні агентства, гіди, туристичні центри тощо;

– велика кількість санаторіїв і курортів, що забезпечують відпочинок, оздоровлення та реабілітацію відвідувачів [1].

Історико-культурні туристичні можливості Львівської області охоплюють широкий період від Княжої Доби до середини XX століття. Культурний потенціал регіону сформувався завдяки наявності значних архітектурних та історичних пам'яток національного та місцевого значення. Зокрема, в області знаходиться 794 національних архітектурних та містобудівних пам'ятки, 2637 пам'яток місцевого значення та 834 археологічних пам'яток, 14 з яких мають статус національних. В Україні є найбільша область, що характеризується найвищою чисельністю як архітектурних пам’яток так і туристичними ресурсами природнього походження, це і є Львівська область.

Різноманіття рекреаційних ресурсів Львівщини характеризується родючими лікувальними та мінеральними водами, є багато запасів лікувальних грязів, озокериту та інших ресурсів. Частка природно-рекреаційного потенціалу Львівщини у загальному природно-ресурсному потенціалі України становить майже п’ять відсотків. Серед Карпатських областей Львівщина поступається лише Закарпаттю за загальним потенціалом природних рекреаційних ресурсів, який складає 7%. У структурі рекреаційних ресурсів області 70% припадає на ресурси відпочинку і туризму, тоді як 30% становлять ресурси санаторно-курортного лікування [2]. Загальний потенціал природних рекреаційних ресурсів області складає 14,3%, що значно перевищує відповідний показник для України (9,5%) [3].

У регіоні створено розгалужену мережу закладів для відпочинку, яка включає 133 санаторно-курортних заклади, серед яких такі місця, як Великий Любінь, Моршин, Немирів, Роздол, Східниця, Трускавець і Шкло, що базуються на багатих природно-рекреаційних ресурсах. Також у цьому регіоні є 82 готелі, близько 500 приватних садиб, які спеціалізуються на сільському туризмі.

Найціннішими об’єктами природно-заповідного фонду є Національний природний парк «Сколівські Бескиди», Яворівський Національний природний парк, Національний природний парк «Північне Поділля» та Державний природний заповідник «Розточчя». Також в області розташовані 20 водосховищ, які знаходяться в басейнах річок Дністра, Західного Бугу та Сяну [3].

Основними напрямами розвитку туризму на Львівщині є екскурсійний, історико-культурний, гастрономічний, спортивний, екологічний, діловий та рекреаційний. За даними відкритих статистичних та інших джерел, Львівщина вважається одним з найбільш перспективних туристичних регіонів в Україні. На території Львівської області знаходиться більше чотирьох тисяч історичних та культурних пам'яток, саме місто Львів виступає провідним промоутером інноваційного туристичного розвитку в цьому регіоні та є найбільшим туристичним об'єктом [3].

Значну роль у розвитку туристично-рекреаційного потенціалу Львівської області відіграють і народні традиції та культурні події. Фестивалі, ярмарки, народні гуляння та інші заходи, пов'язані з українською культурою та традиціями, привертають багато туристів, які бажають познайомитися з національним колоритом та відчути гостинність місцевого населення.

Оцінюючи поточний стан туристично-рекреаційної сфери в області, перш за все слід відмітити постійну позитивну динаміку її розвитку протягом останніх років. Це проявляється у зростанні числа туристичних потоків, поступовому розвитку туристичної та рекреаційної інфраструктури регіону, розширенні асортименту туристичних послуг та покращанні якості обслуговування в туристичній та курортній галузях. Відповідно велика чисельність відвідування туристичної області дає можливість зростати обсягам туристичних надходжень, тобто упродовж 2018-2019 років область мала найвищі показники по туристичному збору та по закладам розміщення туристів, особливо у готельних господарствах.

Отже, туристично-рекреаційний потенціал Львівської області є значним і має багато переваг. Історичні, культурні та природні пам'ятки приваблюють відвідувачів з усього світу, що створює сприятливе середовище для розвитку туризму. Забезпечення належної інфраструктури та підтримка туризму сприяють розвитку економіки області. Привабливість Львівської області для туристів сприяє залученню інвестицій, створенню нових робочих місць та підвищенню рівня життя місцевого населення.

Список використаних джерел:

1. Рекреаційний потенціал Львівщини. Статистичний збірник. Львів: Головне управління статистики у Львівській обл. 2012. 96 с.
2. Руденко В.П. Географія природно-ресурсного потенціалу України. У 3-х частинах: Підручник. Київ. 2001. 568 с.
3. Львівщина - земля квітучої краси. *Краєзнавство. Географія. Туризм.* 2005. № 29-30. с. 1-42.

УДК: 379.85(477.42)

Скидан О.В.
д.е.н.,професор, Поліський національний університет
Рубан В.М.
студент, Поліський національний університет

ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КОРОСТИШІВСЬКОЇ ОБ'ЄДНАНОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Головною метою цієї тези є визначення туристично-рекреаційного потенціалу Коростишівської об'єднаної територіальної громади, для розвитку і зацікавлення екскурсантів з інших міст та обласних центрів.

Насамперед туристично-рекреаційний потенціал території – це сукупність пов'язаних із об'єктом природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також умов, можливостей і засобів, придатних для формування туристичного продукту та здійснення відповідних турів, екскурсій та програм [1].

Для визначення напрямків та перспектив розвитку туристичного потенціалу території необхідно:

1. Виявити потенціал;
2. Зробити оцінку потенціалу;
3. Виконати оцінку сучасного стану його використання;
4. Провести оцінку можливостей інтенсифікації його використання;
5. Оцінити фактори, що стримують розвиток туризму в регіоні;
6. Зробити підготовку та реалізацію перспективної моделі територіальної організації сфери регіону [2].

Як відомо, на сьогодні туристична галузь є невід'ємною частиною кожного регіону і місто Коростишів далеко не виняток. Він може слугувати гарним центром розвитку самого туризму. Бо саме, туризм істотно впливає на деякі сектори економіки та підштовхує їх розвиток, а також сприяє підняттю іміджу громади. Сам туристичний потенціал громади дозволяє створювати різні течії туризму на своїй території, бо саме місто має гарне розташування. Воно добре наближене до столиці, також в ньому залучений залізничний та автодорожній транспорт, що є гарним фактором для приваблювання туристів. В місті розвивається багато напрямків туризму, наприклад екотуризм, активний туризм, культурний туризм, велосипедний туризм та екстремальний туризм.

Особливо славиться Коростишів саме своєю промисловістю, в місті знаходиться один з найбільших в Україні каньйонів по видобування граніту. Це затоплений каньйон, за один кілометр від самого міста, в народі його називають "Малий кар'єр".

Саме в ньому два століття тому, почали видобувати граніт, граніт різного кольору, який популярний не тільки в Україні, а і поза її межами, бо місто Коростишів є головним центром по видобування цього ресурсного матеріалу.

Цей кар'єр має цікаву форму підкови, а посередині нього знаходиться невеличке озеро. Біля самого озера, височіють гранітні скелі з густо насадженим лісовим покровом. Це чудове місце для фотозони та відпочинку. Прозора вода цього озера заворожує своєю чистотою і прозорістю.

Неподалік міста Коростишева знаходиться ще один дивовижний кар'єр, який до кінця непідкорений людьми. З одного боку він оточений крутими скелями, а з іншого глиняними пагорбами. Відчути красу блакитної напівпрозорої водойми можливо тільки знаючи декілька підходів до води. Для екстремалів є також свої розваги, а саме стрибки зі скель в лагуну. В цьому є свій драйв, але все ж таки це небезпечно, на дні озера можуть бути гранітні брили.

Невід'ємною частиною Коростишівської громади також є Костел Різдва Пресвятої Богородиці, який розташований неподалік міського парку. Він був побудований в 18 столітті в стилі барокоренесанс. Первітня його побудова була дерев'яною, а згодом Пилип Олізар перебудував його на кам'яний, проте сам костел в своїй історії має багато трагічних подій. За часів СРСР радянська влада намагалася його знищити, спочатку його використовували як амбар, тобто для зберігання зерна. Надалі він став діючим кінотеатром, проте завдяки проголошення незалежності України, він відновив

своє церковне призначення. Дивлячись на нього зараз досить важко повірити, що ця споруда, пам'ятка архітектури могла бути бездумно знищена [3].

У 16 столітті польський землевласник Граф Густав Олізар оволодів містом, викупивши його. Завдяки його наполегливості воно розвивалося і розросталось. Основною його діяльністю було відстоювання прав людини, особливо кріпаків, тобто намагався поліпшити умови їх життя. За його заслуги в місті Коростишеві встановлено пам'ятник в його честь. Дивовижність цього пам'ятника, що він створений в абсолютно незвичному стилі. Віталій Рожик відомий скульптор створюючи цей шедевр використав шматок кам'яного моноліту, зробивши ексклюзивний пам'ятник. Дивлячись на нього складається враження, що з каменю виринає постать людини.

Деякі витвори мистецтва Віталія Рожика знаходяться в парку Коростишівської громади. Раніше на місці цього парку був маєток графа Густава Олізара, на сьогоднішній день, від нього залишилось лиш декілька колон. На території парку розташовані дивовижні скульптури, у вигляді тварин та міфічних істот, які мають доволі специфічний та неординарний вигляд. Сам парк межує з річкою Тетерів, це великий плюс для громади. Адже, багато відвідувачів полюбляють відпочинок біля водойми, тим більше Тетерів велика річка.

Завдяки своєму географічному розташуванню, для Коростишева є великою особливістю мала забрудненість території токсичними відходами, наявність історичних місць та готовність мешканців міста та околиць до ведення туристичного бізнесу.

Незважаючи на плюси, в громаді є свої слабкі сторони. Одним із факторів на даний час, є незадовільний стан автомобільних доріг, та не облаштування паркувальних місць. Ще одним недоліком для розвитку туризму в громаді є відсутність реклами та обмежена кількість інвестиційних пропозицій.

Особливими загрозами для подальшого розвитку Коростишівського туризму є нестабільна економічна та політична ситуація в Україні, це насамперед військове положення, від якого відсутнє фінансування та кредитування, а також велика втрата кадрів.

Можливостями майбутнього розвитку туристичного потенціалу, являється передача земель за межами населених пунктів у власність громади, що дозволяє розвинути туристичну інфраструктуру, а саме

облаштування місць для кемпінгу, реабілітаційних центрів та будиночків відпочинку біля водойм.

Список використаних джерел:

1. Бейдик О.. Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристичних ресурсів України. Київ 2004.
2. Мальська М., Паньків Н.. Туристично-рекреаційний потенціал території: підручник. Київ 2022. 8с.
3. Сайт URL: https://vandrivka.com.ua/kostel-rizdva-presvyatoyi-bogoroditsi-m-korostishiv/ (дата звернення 06.06.2023)

УДК: 338.484:615.8(477)

Осіпчук А. С.
асистент, Поліський національний університет
Башинська А. С.
студентка, Поліський національний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАЛЬНЕОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Бальнеологічний туризм є давно відомим на території України та за її межами своїми мінеральними водами, грязями, солями та оздоровчими властивостями . Бальнеологічний вид туризму є досить прибутковою галуззю туристичної діяльності, який добре розвиває економіку України та популяризує туризм загалом. З кожним роком все більше бальнеологічний туризм набирає обертів та популярності за рахунок комплексного ефекту, який полягає у відновленні працездатності і покращення здоров'я населення країни. Особливостями бальнеологічного туризму – це те, що турист обирає цей вид рекреації не тільки заради цікавості та пізнання чогось нового, а саме з метою оздоровитись, полікуватись, тобто цей вид туризму в якому вона безпосередньо тісно пов'язана з усіма процесами, які відбуваються навколо неї перебуваючи на цьому відпочинку [2]. Бальнеологічний туризм постійно досліджується в цілому та в окремих його процесах і попит на відпочинок на бальнеологічних курортах постійно зростає, адже стреси на роботі, психічне навантаження впливає на кожного з нас [1].

Україна відома такими бальнеологічними курортами, як Трускавець, Моршин, Поляна, Східниця, Солотвино є достатня кількість бальнеологічних курортів, які славляться своїми лікувальними водами, грязями, озокеритом, сольовими ваннами та іншими природними лікувальними властивостями, тому бальнеологічний туризм має великий потенціал для розвитку, що принесе значне підвищення економіки та напливу туристів (рис.1).

Тема розвитку бальнеологічного туризму в Україні є досить актуальною та важливою для подальшого вивчення з багатьох причин, по-перше, Україна є однією з відомих країн, що багата на природні, історичні, культурні, бальнеологічні та рекреаційні ресурси, по -друге розуміння попиту на послуги бальнеологічного туризму може сприяти розвитку та удосконаленню туризму, а також залученню нових інвесторів з усього світу. Мета дослідження полягає в визначенні перспектив розвитку бальнеологічного туризму в Україні

Рис. 1. Лікувальні ефекти бальнеологічного туризму
Джерело: на основі [4]

В сучасному світі, бальнео-рекреаційний туризм є одним з найперспективніших видів туризму. Цей вид туризму постійно

розвивається та з кожним роком набирає обертів. Львівська область, що розташована на заході України багата своїми бальнеологічними курортами та розвинутою інфраструктурою приваблює до себе щороку все більше туристів та рекреантів з метою оздоровитись, полікуватись та отримати нові позитивні емоції.

Якщо на території бальнеологічних курортів або поряд з ними є проблеми екологічного характеру, їх вирішення є пріоритетним. Загрози здоров'ю мешканців і мандрівників пов'язані із забрудненням повітря мають першочергове значення для всіх туристів. Надмірна запиленість влітку на курортах зумовлює необхідність поливу доріг, а для покращення якості поверхневих вод курортів потребує створення умов для будівництва нових каналізаційних систем та очисних споруд, передбачених місцевими екологічними програмами [3]. Санітарним умовах також необхідно приділити особливу увагу, зокрема слід очистити береги річок та вжити заходів для запобігання подальшому поширенню забруднення. Майбутня розбудова бальнеологічних курортів заслуговує на розгляд заходів, щоб уникнути можливості надмірного заболочення та затоплення [4].

Ініціатива щодо розробки концепції може стати дієвим інструментом для забезпечення розвитку бальнеологічного туризму. Концепція ‘’Зусилля для сталого розвитку курортів ’’ суть концепції полягає в досягненні балансу між задоволенням потреб людини та захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи потребу в безпечному та здоровому навколишньому середовищі. Україна станом на 2023 рік має переваги та недоліки щодо розвитку туристичної галузі та туризму загалом. Багато проблем знайомі кожному з нас.

Значною проблемою є низький рівень обслуговування туристів і майже дефіцит кваліфікованого персоналу. В Україні є велика кількість навчальних закладів, які готують фахівців у сфері туризму, але оскільки ці спеціальності переважно нові, освіти та досвіду роботи часто бракує, а персонал не відповідає світовим кваліфікаційним вимогам. Незважаючи на зусилля нашої влади у сфері розвитку туризму, законодавча база та правове регулювання є незавершеними, що виражається у складності митного контролю, а питання страхового захисту туристів іноземців на території України залишається не вирішеним. Таким чином досвід показує, що якщо турист іноземець захворіє, то він не зможе отримати медичної допомоги чи компенсації, адже багато страхових полісів не

враховують можливих ризиків та ситуацій, що можуть виникнути не передбачено для туриста з іншої країни.

Повномасштабне вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року спричинило втрати для всіх галузей економіки, промисловості, інфраструктурі, екосистемам, та санаторно курортним закладам зокрема. Внаслідок цих подій відбулося забруднення природних ресурсів, вимушене переміщення населення України переорієнтації всіх видів діяльності, законсервованості більшості напрямів туристичної діяльності. Проте, у повоєнний період зростатиме попит на послуги санаторно курортних та реабілітаційних закладів, що підтверджує актуальність проведених досліджень.

Розвиток курортології має велике значення і позитивно впливає на стан нашої країни зокрема на стан економіки. Тому, аналізуючи перспективи розвитку туристичної галузі України на період 2023 року необхідно підкреслити, що сучасний бальнео-рекреаційний туризм є економічно та соціально значущою сферою суспільства в цілому, адже він тією чи іншою мірою об’єднує такі галузі, як: промисловість, зв'язок, будівництво, тому повинен розвиватися і привертати до себе увагу з боку громадськості з метою популяризації. Основними перспективами розвитку є покращення рівня обслуговування туристів, створення нових інфраструктурних об’єктів, покращення матеріально-технічної бази курортів, покращення проведення рекламних компаній та інших заходів просування бальнеологічних та санаторно-курортних закладів.

Список використаних джерел:

1. Бальнеологічний туризм та його визначення : веб сайт. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%8F (дата звернення: 27.05.2023)
2. Особливості бальнеологічного туризму: веб сайт. URL: https://infotour.in.ua/lojko5-7.htm (дата звернення 3.05.2023)
3. Відомі бальнеологічні курорти України: веб сайт. URL: https://vsisanatorii.com.ua/bloh/balneolohichni-kurorty---biuvety/ (дата звернення 9.06.2023)
4. Лікувально оздоровчий туризм: веб сайт. URL: https://infotour.in.ua/babkin07.htm (дата звернення 7.06.2023)

УДК 911.3:379.8]:556.51(477.82)

Нетробчук І.М.
к.г.н., доцент, ВНУ ім.. Л. Українки
Ковальчук С.І.
магістр географії, старший лаборант, ВНУ ім.. Л. Українки
Качаровський Р.Є.
магістр географії, старший лаборант, ВНУ ім.. Л. Українки

СУЧАСНИЙ РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ОБ'ЄКТІВ ПЗФ БАСЕЙНУ РІЧКИ ЧЕСНОВЕНКА

Досліджено рекреаційний потенціал малої річки Волинської області – р. Чесновенка (правої притоки р. Тенетиска). Виокремлено її морфометричні показники. Дано характеристику об'єктів природно-заповідного фонду (ПЗФ) басейну річки. Розроблено пропозиції по організації раціонального рекреаційного природокористування в межах об'єктів ПЗФ.

Ключові слова: природно-заповідний фонд, рекреаційний потенціал, річка, р. Чесновенка, р. Тенетиска, Головненська ТГ, Шацька ТГ, Ковельський район, Волинська область.

Об'єкти ПЗФ є багатофункціональними утвореннями за сутністю, але головна їх функція – збереження та відтворення абіотичних і біотичних компонентів та їхніх комплексів. Збереження неможливе без обмеження безпосередньої антропогенної діяльності людини. На сучасному етапі розвитку людства, доцільним є створення та розширення природно-заповідного фонду в межах територіях, що не освоюються людиною в господарських цілях чи обмежно придатні для цього. Цими територіями є прибережні частини басейнів водозбору малих річок Волинської області, що не уникли трансформації у результаті інтенсивного спорудження меліоративних (осушувальних) мереж чи перейшли у фазу ренатуралізації.

Гідрографічна мережа Волинської області являє собою щільну сітку малих річок та заболочених територій. Малі річки за умов достатнього водного балансу є стійкими компонентами ландшафтної оболонки. У подібних умовах необхідно активізувати розширення мережі об'єктів ПЗФ для збереження існуючих ландшафтів та сприяння акумуляції поверхневого стоку. Збереження існуючих та створення нових об'єктів ПЗФ неможливе без утилітарної та рекреаційної оцінки наявних та потенційних

природоохоронних територій [7; 9–10].

Річка Чесновенка – права притока р. Тенетиска (басейн р. Прип'ять, довжина річки 21,21 км, площа водозбору – 161,97 км^2, похил річки – 0,82 м/км), що протікає в межах Головненської територіальної громади Ковельського (до липня 2020 року Любомльського) району. Річка Чесновенка бере початок на південь від с. Сильне з озера Велике Згорянське. Тече переважно на північний схід. Впадає до р. Тенетиска на захід від с. Плоске. Населені пункти вздовж берегової смуги: с. Сильне, Куснище. Довжина річки 10,86 км, площа водозбору – 37,07 км^2, похил річки – 2,6 м/км [1; 4; 6; 8–9].

У межах басейну р. Чесновенка знаходиться три об'єкти ПЗФ: два ландшафтні заказники загальнодержавного значення – «Згоранські озера» та «Мошне» та ботанічна пам'ятка природи місцевого значення «Дуб Волиняка» [1–5; 8–9]. Загальна площа об'єктів ПЗФ – 778,91 га, з них: ландшафтні заказники – 99,8 %; щільність – 0,08 об'єкта/100 км^2, частка земель ПЗФ – 0,21 % [1–4].

Утворений Указом Президента України від 09.12.1998 року, № 1341/98 ландшафтний заказник «Згоранські озера» (площа 705,6 га) лежить у межах земель ДП «Прибузьке ЛГ». Під охороною перебувають озера, що мають карстове походження, зокрема: Велике Згоранське (площа – 148,5 га), Мале Згоранське (площа – 28,5 га), Оріхівське (площа – 6,9 га), Хмільники (площа – 6,1 га), Лісне (площа – 6,5 га). В межах басейнів водозбору цих озер переважають болота і лісові насадження сосни звичайної *Pinus sylvestris* і вільхи чорної *Alnus glutinosa*. На узбережжі Згоранських озер поширені трав'яні низинні болота, де переважають осоки омська *Carex omskiana* і зближена *C. appropinquata*. На мезотрофних болотах ростуть росичка круглолиста *Drosera rotundifolia,* журавлина болотяна *Oxycoccus palustris,* рідкісні види рослин ЧКУ: альдрованда пухирчаста *Aldrovanda vesiculosa*. До Зеленої книги України занесено наявні флористичні угруповання латаття білого *Nymphaea alba* і сніжно-білого *Nymphaea candida* та глечиків жовтих *Nuphar lutea*, Іхтіофауна представлена окунем звичайним *Perca fluviatilis*, щукою звичайною *Esox lucius*, сазаном *Cyprinus carpio*, лящем звичайним *Abramis brama*, карасем сріблястим *Carassius gibelio*. Фауна представлена: земноводними, плазунами – черепахою болотяною *Emys orbicularis*, вужем звичайним *Natrix natrix*, кумкою звичайною *Bombina bombina,* ропухою зеленою *Pseudepidalea viridis,* ящіркою прудкою *Lacerta agilis*, жабами озерною *Pelophylax ridibunda* і трав'яною *Rana*

temporaria, гадюкою звичайною *Vipera berus*; птахами: сорокою *Pica pica*, совою вухатою *Asio otus,* крижнем *Anas platyrhynchos*, лискою *Fulica atra,* зябликом *Fringilla coelebs*, сойкою *Garrulus glandarius* та іншими видами. Рідкісна орнітофауна представлена журавлем сірим *Grus grus*, лелекою чорним *Ciconia nigra*, лунем польовим *Circus cyaneus*, сорокопудом сірий *Lanius excubitor*, що перебувають під охороною ЧКУ, конвенцій CITES, Бернською, Боннською, Угодою AEWA [2–3; 5; 8–9].

«Мошне» – ландшафтний заказник (площа 73,3 га, утворений Указом Президента України від 10.12.1994 р., № 750/94, що лежить у ДП «Прибузьке ЛГ». Під охороною перебуває озеро льодовикового походження Мошне площею 20,0 га. У прибережній смузі – соснові (віком близько 160 років) і березово-осикові насадження. У трав'яному покриві – осоки омська *Carex omskiana* і зближена *C. Appropinquata,* журавлина болотяна *Vaccinium oxycoccos*. В озері перважають лящ звичайний *Abramis brama,* карась сріблястий *Carassius gibelio*, окунь звичайний *Perca fluviatilis*, щука звичайна *Esox lucius*, сазан *Cyprinus carpio.* У прибережному зооценозі водойми наявні різні види земноводних та плазунів: вуж звичайний *Natrix natrix*, ропуха зелена *Pseudepidalea viridis,* черепаха болотяна *Emys orbicularis*, жаби озерна *Pelophylax ridibunda* і трав'яна *Rana temporaria*, гадюка звичайна *Vipera berus.* У лісах – сова вухата *Asio otus,* сойка *Garrulus glandarius,* сорока *Pica pica*, крижень *Anas platyrhynchos*, лиска *Fulica atra,* зяблик *Fringilla coelebs*, сірі ворони *Corvus cornix*, а також лелека чорний *Ciconia nigra*, гоголь *Bucephalac langula*, що охороняються ЧКУ, Бернською, Боннською конвенціями [2–3; 5; 8–9].

Ботанічна пам'ятка природи «Дуб Волиняка» (0,01 га) у с. Нудиже (Головненська ТГ) утворена рішенням Волинської обласної ради від 04.11.2011 року, № 7/21 з метою збереження вікового дерева дуба черешчатого *Quercus robur* (вік 700 років) [2–3; 5; 8–9].

Об'єкти природно-заповідного фонду створюються з метою максимально довготривалого збереження навколишнього природного середовища, що мають не тільки безпосередню актуальну цінність, а володіють потенціалом для збереження й відтворення ландшафтної структури, біологічного різноманіття, а також відображають гідротермічні й ґрунтово-рослинні умови недалекого минулого, тобто виступають еталоном доіндустріальної епохи.

Ландшафтний заказник «Згоранські озера» теоретично має

найбільшу екологічну стійкість, зважаючи на його площу та наявність стабілізуючого чинника – озер карстового походження, на відміну від ландшафтного заказника «Мошне», що не відповідає вимогам (100 га і більше) до мінімальної площі для збереження біорізноманіття. В першу чергу, необхідно здійснити резервування території, щоб в подальшому збільшити площу заказника «Мошне».

Висновки. Об'єкти ПЗФ басейну р. Чесновенка є важливим елементом організації охорони природи. Рекреаційний потенціал ще достатньо не використовується, що й сприяє відносно високому рівню збереженості. Рекреаційне використання переважно супроводжується інтенсифікацією господарського використання території, тому визначення рекреаційного потенціалу неможливе без врахування початкових обмежень до освоєння території та необхідності якомога менше території задіяти для рекреаційного природокористування. Важливою проблемою також є рекреаційна дигресія, що потенційно загрожує знищити об'єкти ПЗФ, за умови відсутності контролю за дотриманням нормативів рекреаційного навантаження. Необхідно створити відповідні екологічні служби для істотного покращення рівня охорони об'єктів ПЗФ. Обов'язкове поєднання заходів охорони природи та раціонального рекреаційного природокористування сприятиме існуванню й функціонуванню цих об'єктів ПЗФ.

Список використаних джерел:

1. Головненська територіальна громада URL: https://golovnenska-gromada.gov.ua/ (дата звернення 29.05.2023).
2. Карпюк З. К., Фесюк В. О. Природоохоронні мережі Волинської області: монографія. Луцьк : Терен, 2021. 212 с.
3. Карпюк З. К., Фесюк В. О., Антипюк О. В. Природно-заповідний фонд Волинської області - альбом-каталог. Київ, 2018. 136 с.
4. Ковельська районна державна адміністрація. URL: http://koveladm.gov.ua/ (дата звернення 28.12.2022).
5. ПЗФ Волинської області. URL: http://eco.voladm.gov.ua/category/all/locality=9 (дата звернення 28.12.2022).
6. РОВР у Волинській області URL: https://vodres.gov.ua/ (дата звернення 26.12.2022).
7. Управління екології та природних ресурсів ВОДА URL: https://voladm.gov.ua/category/upravlinnya-ekologiyi-ta-prirodnih-resursiv/1/ (дата звернення 01.01.2023).

8. Чижевська Л. Т., Нич М. М., Карпюк З. К., Качаровський Р. Є. Рекреаційний потенціал гідрологічних об'єктів ПЗФ Головненської ТГ Волинської області. *European scientific discussions*: матер. VI Міжнар. наук.-практ. конф. (25–27 квітня 2021 р.). Рим, Італія, 2021. С. 192–196.
9. Чир Н. В., Качаровський Р. Є., Антипюк О. В. Оцінка сучасного стану та перспектив розвитку туристської інфраструктури Любомльського району Волинської області. *Природа Західного Полісся та прилеглих територій*: зб. наук. пр. 2017. № 14. С. 88–92.

УДК 911.3:379.8]:556.51(477.82)

Мельнійчук М.М.
к. г. н., професор, , ВНУ ім.. Л. Українки ім.. Л. Українки
Мельник О.В.
к. г.н., асистент , ВНУ ім.. Л. Українки ім.. Л. Українки
Качаровський Р.Є.
магістр географії, ВНУ ім.. Л. Українки ім.. Л. Українки

ІХТІОЛОГІЧНИЙ ЗАКАЗНИК «СОМИНЕЦЬ» ЯК ВАЖЛИВИЙ РЕКРЕАЦІЙНИЙ ОБ'ЄКТ ШАЦЬКОЇ ТГ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Вивчено рекреаційний потенціал іхтіологічного заказника «Соминець». *Визначено морфометричні показники однойменного озера. Здійснено аналіз особливостей об'єкту природно-заповідного фонду (ПЗФ). Досліджено можливості використання об'єкта ПЗФ у рекреації. Подано пропозиції по удосконаленню функціонування об'єктів ПЗФ.*

Ключові слова: *рекреація, природно-заповідний фонд, заказник, іхтіологічний заказник озеро, оз. Соминець, Шацька ТГ, Ковельський район, Волинська область.*

Процес децентралізації, започаткований в Україні у 2015 році, відкрив перед новими адміністративними утвореннями можливості інтенсивного сталого розвитку території, завдяки розширенню владних повноважень та отримання додаткових фінансових ресурсів.

Нові можливості управління створили передумови розвитку та збереження об'єктів ПЗФ у межах територіальних громад, яких нині у Волинській області налічується 54, зокрема й Шацька Ковельського району (до липня 2020 року – Шацький), що утворена 15 квітня 2016 р. шляхом об'єднання Шацької селищної ради Шацького району Волинської області та Прип'ятської і Самійличівської сільських рад. Площа громади становить – 761,1 км^2, населення 16 485 особи. Густота населення – 21,7 осіб/км^2. Центр громади – смт Шацьк [4; 8].

Громада має потужні лісові ресурси (лісистість становить 41 %) та природно-заповідний фонд – в її межах розташований Шацький національний природний парк. Кліматичні умови і ресурси є досить сприятливими для рекреації впродовж року. Середня температури повітря: взимку -3 °С, влітку +18,9 °С. Кількість опадів 650–660 мм. Тривалість періоду літньої рекреації дещо менша, ніж на решті території України [4; 8]. Водні об'єкти громади володіють значним рекреаційним потенціалом, тут налічується 30 озер (зокрема Світязь, Пульмо, Лука, Пісочне, Острівське, Соминець, Чахове) загальною площею понад 6776,62 га (8,9 % площі громади) з об'ємом води 640,4 млн м^3; протікає сім річок [6].

Основні лісоформуючі породи – сосна звичайна *Pinus sylvestris,* ялина звичайна *Picea abies,* дуб звичайний *Quercus robur*, з місцезростаннями лікувальних трав і дикорослих ягід – чорниці миртолистої *Vaccinium myrtillus*, журавлини болотяної *Vaccinium oxycoccos*, бруслини бородавчастої *Euonymus verrucosus* [4; 6–8].

Іхтіологічний заказник місцевого значення «Соминець» (рис.1.), що був утворений рішенням Волинської обласної ради від від 26.07.1983 року, № 272 розміщується неподалік смт Шацьк Шацької ТГ. Його площа становить 46,0 га. Він входить до складу Шацького НПП. На території заказника основним охоронним об'єктом є карстове мезотрофне озеро Соминець площею 43,0 га (об'єм води – 0,7 млн м^3), завдовжки 1,2 км, пересічна ширина – 0,5 км, максимальна глибина – 2,8 м (пересічна – 1,7 м), довжина берегової лінії 3,0 км. Узбережжя переважно низьке, вкрите чагарниками й повітряно-водними макрофітами.

Середня температура води влітку +18,5 °С, вода насичена киснем, pH становить від 7,9 до 8,5, прозорість 1,2–1,3 м, пересічна мінералізація 0,33 г/л. Дно даного озера вирівняне, вкрите сапропелем, товщиною понад 5 метрів. Фітопланктон озера формують зелені хлорококкові *Chlorococcophyceae*, золотисті *Chrysophyceae*, діатомові *Bacillariophyceae*, ціанобактерії

Cyanobacteria, динофітові *Dinoflagellates* і евгленові *Euglenophyta* водорості. Узбережжя озера вкрите заростями із очерету звичайного *Phragmites australis*, лепехи звичайної *Acorus calamus*, осоки гострої *Carex acuta*, хвоща річкового *Equisetum fluviatile*, рогозів вузьколистого *Typha angustifolia* і широколистого *T. latifolia*, глечиків жовтих N*uphar lutea*, рдесників плавучого *Potamogeton natans*, гребінчастого *Stuckenia pectinata* і стиснутого *Potamogeton compressus*

Іхтіофауна озера представлена окунем *Perca fluviatilis*, карасем сріблястим *Carassius gibelio*, щукою *Esox lucius*, верховодкою *Alburnus alburnus*, в'юном *Misgurnus fossilis*, лином *Tinca tinca*, краснопіркою *Scardinius erythrophthalmus*, тощо. В заростях *Phragmites australis*, можна знайти раків довгопалих *Astacus leptodactylus*.

Рис.1 Природні комплекси іхтіологічного заказника «Соминець» [7].

В озері здійснюється поширення популяції раків широкопалих *Astacus astacus*. У межах водно-болотних угідь трапляються лебідь-шипун *Cygnus olor*, гуска сіра *Anser anser*, крижень *Anas platyrhynchos*, велика пірникоза *Podiceps cristatus*, лиска *Fulica atra*, чирянка велика *Anas querquedula*, чернь червоноголова *Aythya ferina*, та інші види водоплавних і навколоводних птахів [2–3; 5–8].

Озеро придатне для відпочинку на воді та екологічного пізнання природи [1]. Реалізація раціонального рекреаційного природокористування в межах іхтіологічного заказника м/з неможлива без попередньої оцінки рекреаційної дигресії та обчислення рекреаційної ємності. Необхідно забезпечити контроль за дотриманням нормативів рекреаційного навантаження. Збільшення площі заказника сприятиме розширенню його буферної зони та збільшить екологічну стійкість. У межах Шацької ТГ існує резерв малозмінених територій для створення нових об'єктів ПЗФ.

Список використаних джерел:

1. Каліновський Д. Рекреаційна привабливість природних водойм Волинської області і можливості їх використання в рекреації та туризмі. *Наук. вісник СНУ імені Лесі Українки. Серія: Географічні науки*. 2013. № 6. С. 43–47.
2. Карпюк З. К., Фесюк В. О. Природоохоронні мережі Волинської області: монографія. Луцьк, 2021. 212 с.
3. Карпюк З. К., Фесюк В. О., Антипюк О. В. Природно-заповідний фонд Волинської області – альбом-каталог. Київ, 2018. 136 с.
4. Ковельська РДА. URL: http://koveladm.gov.ua/ (дата звернення 02.06.2023).
5. ПЗФ Волинської області. URL: http://eco.voladm.gov.ua/category/all/locality=9. (дата звернення 23.05.2023).
6. РОВР у Волинській області. URL: https://vodres.gov.ua/. (дата звернення 06.01.2023).
7. Управління екології та природних ресурсів ВОДА. URL: https://voladm.gov.ua/category/upravlinnya-ekologiyi-ta-prirodnih-resursiv/1/. (дата звернення 24.05.2023).
8. Шацька територіальна громада. URL: https://shsrada.gov.ua/ (дата звернення 24.05.2023).

УДК: 379.85(477.87)

Тищенко С.В.
к.е.н., доцент Поліський національний університет
Сидоренко К. В.
студент, Поліський національний університет

ТУРИСТИЧНО - РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Закарпатська область має привабливе геополітичне положення, адже розташована в центрі Європи і межує з чотирма країнами. Таке вигідне розташування, в поєднанні з наявністю рекреаційних ресурсів, створює можливості для розвитку різних напрямів туристичної діяльності.

Закарпаття вже давно відоме як одна з провідних туристичних областей України в Карпатському регіоні. Стан і перспективи туристично-рекреаційної індустрії в цьому регіоні залишаються одними з кращих в Україні.

В Закарпатській області рекреаційні ресурси, складають унікальний рекреаційний і соціальний потенціал, виходячи з якого сформувалися бальнеологічні й кліматичні курорти з різноманітними санаторно-оздоровчими установами [1].

У області було виявлено та досліджено понад 700 водопроявів, які входять до складу 67 основних родовищ мінеральних вод, що належать до близько 30 різних типів, 235 із них знаходяться у 609 населених пунктах Закарпаття. Також на території області є близько 50 джерел термальних вод, такі курорти, як Косино, Шаян, Свалява та Чоп, пропонують теплі мінеральні води, SPA-процедури та лікувальні процедури, але більшість з них розташовані в низинних районах [2].

Закарпаття належить до регіонів найбільш розвинутих мереж природно-заповідних територій та об'єктів в Україні. На сьогоднішній день в області функціонує Карпатський біосферний заповідник, а також було створено три національних природних парки: «Карпатський», «Синевир» і «Ужанський». Крім цього, в регіоні також існують заказники, пам'ятки природи та природні парки регіонального і місцевого значення [3].

Однією з найбільш відомих природних красот Закарпаття є Карпатські гори. Вони простягаються по всій області і надають відмінні можливості для активного відпочинку, такого як піші прогулянки, велосипедні поїздки, гірські походи та лижний спорт взимку. На території області знаходиться низка гірських курортів,

таких як Славське, Драгобрат, Воловець і Тячів, де можна знайти як комфортні готелі, так і прості гірські хатинки для проживання.

У розвитку туризму регіону значну роль відіграє залізничний транспорт, який забезпечує переміщення внутрішніх туристів та гостей з-за кордону. Інфраструктура залізниці в цьому районі потребує подальшого розвитку, але вже зараз вона забезпечує 15% загального обсягу пасажирського транспорту. Загальна протяжність залізничних шляхів в цій області становить 1476 кілометрів [4].

Туристична галузь Закарпатської області не може існувати без належного транспортного забезпеченнята розвинутої транспортної інфраструктури. Туристи, які приїжджають до регіону з метою відпочинку, лікування або туризму, повинні мати доступ до якісних транспортних послуг і можливість легко дістатися до всіх рекреаційних та туристичних об'єктів, незалежно від їх розташування. Оскільки більшу частину території області займають гори та високогір'я, необхідно приділяти більше уваги розвитку транспортної інфраструктури туризму, відновлювати старі дороги, будувати нові та реконструювати існуючі.

Область також має багатий культурний спадок, який поєднує вплив української, угорської, словацької та румунської культур. Тут можна відвідати старовинні замки, церкви та музеї, які розповідають історію цього регіону. Традиції та культура місцевих жителів створюють особливу атмосферу в Закарпатті. А саме унікальні народні обряди, які досі зберігаються, включаючи весілля, фестивалі народної пісні та танцю. Крім того, місцева кухня, заснована на м'ясі, грибах, сирі та традиційному хлібі, пропонує смачні страви, які варто скуштувати під час поїздки.

Для любителів винного туризму Закарпаття пропонує багато виноробних підприємств, де можна скуштувати місцеві сорти вина та дізнатися більше про процес його виробництва. Закарпаття багате і на озера. Більшість гірських озер не придатні для рекреаційних потреб через низьку температуру води. Але завдяки своїй красивій природі, вони є цікавими туристичними об'єктами.

Загалом, Закарпатська область має багатий туристично-рекреаційний потенціал, що пропонує різноманітні види відпочинку для відвідувачів. Від природних красот і гірських курортів до культурних визначних місць і традицій, Закарпаття може задовольнити бажання будь-якого туриста.

Список використаних джерел:

1. Багрій М.В. Сучасний стан рекреаційних зон Закарпаття. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: «Економіка».* – 2013. № 2 (39). С. 13-15.

2. Лемко І.С., Киртич Л.П., Курортно-рекреаційні зони Закарпаття: Довідник. Ужгород. 2000. С.14

3. Гетьман В. І. Українські Карпати. Ландшафтно-рекреаційні ресурси. Навч. Книга. Тернопіль, 2010. 136 с. 15.

4. Транспорт і зв'язок Закарпаття. Статистичний збірник. Головне управління статистики у Закарпатській області.– Ужгород, 2012. 83 с.

5. року, НУБіП України, Київ. – К.: НУБіП України, 2020. – С. 62-69.

УДК: 338:48

Чернишова Т.М.
к.б.н., доцент, Поліський національний університет
Заворотнюк А. І.
студентка, Поліський національний університет

СУЧАСНИЙ СТАН САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

На території України наявні всі види рекреаційних ресурсів (бальнеологічні, грязьові, кліматичні тощо), які необхідні для функціонування закладів із надання лікувальних й оздоровчих послуг туристам. Наявність таких ресурсів робить нашу державу привабливою для іноземних інвесторів.

Рекреаційна активність в Україні може реалізовуватися на площі близько 9,1 млн. га (15% усієї її земельної площі).

Зокрема, у 2017 р. в Україні функціонувало 11 386 лікувально-оздоровчих закладів з них. Проте, щорічно кількість таких закладів поступово зменшується. Станом на кінець 2020 р., у структурі закладів лікування питома вага припадає на дитячі заклади відпочинку – 81,9%. Найменшою є кількість санаторіїв і пансіонатів з лікування –2,7%, санаторіїв і профілакторіїв – 0,5%, оздоровчих закладів (1-2 денного перебування) – 0,10%, останнє місце займають бальнеологічні заклади лікування – 0,01%. З точки зору рекреації цінними є заклади, які знаходяться на території національних парків [1, 2].

Державна політика у сфері санаторно-курортного господарства в Україні має реалізовуватися в контексті сучасних реалій. Державна політика у сфері санаторно-курортного господарства в Україні має реалізовуватися в умовах реформування та в умовах нових загроз і несистемних негативних чинників. Зовнішня агресія проти України збільшила кількість жертв, як серед військових, так і серед цивільного населення. Всі вони потребують лікування, реабілітації та відновлення фізичного та/або психічного стану. Вони потребують лікування, реабілітації та відновлення фізичного та/або психічного стану.

Отже, на сучасному етапі в Україні, санаторно-курортне господарство буде відігравати все більш важливу роль не тільки як заклади оздоровлення, але й як цент реабілітації для постраждалих у війні.

На санаторно-курортне господарство України впливають різноманітні фактори:

1) фундаментальні (наприклад, природні, соціокультурні, економічні);

2) додаткові, без яких господарство не може ефективно розвиватися (підприємницькі та інформаційні фактори).

Водночас, як бачимо, на розвиток туризму впливають фактори, які важко передбачити або та регульовані, зокрема військові, збройні, соціально-політичні та інші конфлікти. Для того, щоб повноцінно охарактеризувати стан розвитку оздоровчого туризму в Україні, необхідно враховувати особливості регіону.

Для цього необхідно визначити стан розвитку санаторно-курортних та оздоровчих закладів у всіх регіонах України. Близько 70% рекреаційних об'єктів України перебувають у приватній власності, а 30% - у державній та комунальній власності.

Жорсткі карантинні обмеження, запроваджені в Україні (як і в більшості країн світу) у 2020-2021 роках, безперечно, мали негативний вплив. Узагальнена оцінка регіонального розвитку послуг санаторно-курортних закладів України станом на початок 2022 р. є негативною.

Криза негативно позначилася на функціонуванні майже всіх об'єктів розміщення туристів, у тому числі тих, що надають медичні та оздоровчі послуги. Деякі з цих об'єктів повністю припинила свою діяльність. Ускладнена зовнішня агресія проти України унеможливила поступове відновлення туристичних потоків [3, 4].

Як наслідок, перед Україною постали нагальні виклики, які потребують вирішення у галузі санаторно-курортного господарства. Україні необхідно терміново сприяти розвитку туризму в галузі

санаторно-курортного господарства, в тому числі його похідних, таких як оздоровчий та велнес-туризм, з метою вирішення вищезазначених проблем в туристичній галузі. Важливість цього завдання підкреслюється часом і потребами українського суспільства.

Виходячи з цього, можна виділити найважливіші аспекти модернізації санаторно-курортного господарства:

1. Оновлення стратегія розвитку туризму і курортів України в наступних напрямках (створення сприятливих умов для розвитку лікувально-оздоровчого туризму та туристичної індустрії шляхом спрощення та гармонізації валютних, тарифних та податкових режимів).

2. модернізування рекреаційної інфраструктури (особливо охорону здоров'я) відповідно до вимог міжнародних стандартів). Адже вторгнення ззовні призвело до окупації частини рекреаційних територій та руйнування частини рекреаційної інфраструктури. Тому наша країна неповинна опускати руки і використовувати негативні наслідки такої агресії проти себе.

Отже, підсумовуючи викладене слід зазначити, що ефективність розвитку санаторно-курортного господарства залежить від ефективності державної політики. Для цього Україна має великий природно-рекреаційний потенціал, особливо в західному регіоні.

Враховуючи, що кількість туристів за останні роки зменшилася через пандемію COVID-19 та зовнішню окупацію України, поточну ситуацію в рекреаційному комплексі можна оцінити як "нестабільну, але перспективну". Асортимент та якість і послуг у сфері санаторно-курортного господарство України мають бути покращені відповідно до міжнародних стандартів. Це може підвищити туристичну конкурентоспроможність України.

Список використаної літератури:

1. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 20.05.2023 р.)

2. Домбровська С.М., Помаза-Пономаренко А.Л., Рибальченко Н.П. Туризм і право на нього в контексті гарантування безпеки: монографія. Харків: НУЦЗУ, 2022. 272 с.

3. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/. (дата звернення 24.05.2023 р.)

4. Природа та війна: як російська агресія вплинула на довкілля. URL: https://www.slovoidilo.ua/2022/11/08/infografika/suspilstvo/pryroda-ta-vijna-yak-rosijska-ahresiya-vplynula-dovkillya/ (дата звернення 20.05.2023 р.)

Секція 4 ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЯК БАЗА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

УДК 821. 162 (477.4)

Махорин Г.Л.
к.е.н., доцент Поліський національний університет
Намєснік С.М.
директор «Житомирський обласний ТІЦ»

КАФЕДРАЛЬНИЙ КОСТЕЛ СВ. СОФІЇ – НАЙЦІКАВІШИЙ ОБ'ЄКТ РЕЛІГІЙНОГО І ПАЛОМНИЦЬКОГО ТУРИЗМУ У ЖИТОМИРІ

В останні роки набув популярності релігійний і пов'язаний з ним паломницький туризм. Це пояснюється поверненням права свободи совісті, тобто права на вільний вибір віросповідання. Це сприяло поверненню культових споруд релігійним громадам, а також відновленню колишнього вигляду храмів завдяки фінансовій допомозі вірян і небайдужих меценатів. Тепер храми знову почали милувати око відновленою красою архітектури, ошатним оздобленням і стали привабливими для огляду туристами. Зросла цікавість до культових будівель науковців. Їхні дослідження посилювали інтерес суспільства до історії храмобудівництва, пожвавлювали відвідуваність туристами.

До найцікавіших храмів, існуючих у Житомирі, безперечно належить кафедральний костел св. Софії. До висвітлення його історії зверталися такі дослідники як Ю.Білоусов [1], О.Буравський [2], але в контексті характеристики становища римо-католицької церкви в Україні у XIX – на початку XX століття. Приділяв опису цієї пам'ятки архітектури і автор даної публікації [3]. Проте залишається потреба докладнішого висвітлення цього костелу як унікального об'єкту релігійного і паломницького туризму.

Як відомо, 1724 року у Житомирі було засновано єзуїтську місіонерську фундацію, при якій відкрили колегіум. Пов'язане з цією віховою подією і спорудження 1724 року на Замковій горі костелу. Спочатку це був дерев'яний парафіяльный костел. Ініціатором і меценатом будівництва виступив єпископ Київський Ян Самуель Ожга (1680 – 1756). Згідно дослідження Ю Білоусова, він народився у сім'ї львівського підчашого, отримав освіту у Львівському єзуїтському

колегіумі. 1706 року його призначили прелатом-схоластиком Холмського капітулу. 1712 року він став адміністратором Холмської єпархії, а з 1723 р. – єпископом Київським. 1724 року прийняв рішення про заснування у Житомирі єпископської кафедри і вже того ж року побудував у місті власну резиденцію, а через два роки – приміщення для штатного складу капітулу.

Відтоді на довгий час костел у Житомирі став головною резиденцією Київських єпископів. Невдовзі 1737 року вирішено було розібрати дерев'яний костел, адже високий статус єпископської кафедри потребував кращої будівлі. Тому вже 1746 року завершили будівництво нового, уже кам'яного костелу у популярному тоді бароковому стилі. На знак пам'яті і вдячності єпископу у стіну костелу вмурували мармурову плиту, на якій зобразили портрет єпископа Ожги, текст із вдячними словами, а також датою закінчення будівництва.

Каєтан Солтик 1756 року став наступником єпископа Ожги. Побудував єпископський палац і будинок для майбутньої семінарії, став автором близько сотні оригінальних хронік (діаріушів), послань, промов, проповідей, настанов, повідомлень, інформацій, декретів, проголошень, процесів та низки клерикальних творів.

Через три роки Київським єпископом бачимо уже Юзефа Анджея Залуського, доктора права Ягеллонського університету, королівського канцлера і члена багатьох європейських академій та наукових товариств, одного із організаторів академії наук у Польщі. Це була людина цікавої біографії. Народився 12 серпня 1701 року в сім'ї равського воєводи Олександра Залуського. З ранніх літ виявляв інтерес до пізнання нового. Найбільше любив книги: читав їх і збирав власну бібліотеку. У 15-річному віці його бібліотека уже налічувала понад 3 тисячі книг. Разом зі старшим братом Андрієм-Станіславом Залуським здійснив довготривалу подорож країнами Західної Європи. Навчався у Варшаві, Гданську, Кракові. Потім сам вирушив у Францію для вивчення богослов'я і місцевих книгосховищ. Навчався Сорбонні. Невдовзі Юзефа Залуського призначили настоятелем однієї з парафій у королівстві Польському. 1728 року він уже став коронним референдарієм і доктором богослов'я. Був наближений до короля Станіслава Лещинського і саме тому був направлений у якості посла від Польського королівства до Риму. Донька Станіслава Лещинського, яка стала королевою Франції, запросила Юзефа Залуського на посаду канцлера.

Король Франції Людовік XV також дуже прихильно до нього ставився і призначив радником Лотарінгського парламенту. Але Юзеф

Залуський сподівався на більш поважну посаду примаса Лотарінгії. Не дочекавшись бажаного, повернувся до Польщі. Новий король Август III прийняв його ввічливо, але посади ніякої не давав з огляду на те, що Юзеф Залуський був гарячим прихильником попереднього короля. Лише 1758 року Ю. Залуський став єпископом Київським. Так як єпископська кафедра знаходилася в Житомирі, тому він переїхав до нашого міста.

Юзеф Залуський поряд з релігійною діяльністю мав три захоплення: збирання книг, написання власних творів і меценатство, яке полягало у підтримці видань інших авторів. Цікавила його і генеалогія: дослідив і опублікував родоводи Залуських, Потоцьких, Яблоновських. Він листувався з багатьма сучасними йому вченими, був почесним членом наукових товариств різних європейських міст, зокрема, Берліну, Болоньї, Грайфсвальда, Єни, Нансі, Риму. Юзеф Залуський збирав старовинні рукописи і постійно поповнював свою бібліотеку, яка знаходилася у Варшаві і якою могли користуватися усі бажаючі. Юзеф Залуський склав заповіт, згідно якого він залишав 30 тисяч злотих на облаштування монастиря – общини сестер милосердя у Київській єпархії, а свою величезну і дорогу бібліотеку заповів польському народу. Окрім того, у тестаменті написав, щоби після його смерті серце поховали у стіні Житомирського кафедрального костелу, що і було зроблено в 1774 році.

Наступним Київським єпископом став Ігнацій Францішек Оссолінський. Завдяки його ініціативі почалася реконструкція костелу після пожежі, яку влаштували 1768 року російські війська, помстившись так за підтримку конфедератів. 1784 року новим Київським єпископом у житомирській резиденції став варшавський канонік ксьондз Каспер Цецішовський. Він наступного 1785 року організував семінарію, яка розмістилася у будинку, який ще раніше побудував Каетан Ігнацій Солтик. Свою пастирську діяльність Каспер Цецішовський поєднував з державною, адже був сенатором Речі Посполитою. Король Станіслав Август Понятовський нагородив його найвищою відзнакою – орденом Білого Орла.

Але невдовзі наступили важкі і страшні часи для римо-католиків, адже після II поділу Польщі Правобережна Україна перейшла до складу Російської імперії. Почалися утиски і переслідування римо-католиків. Більшість єпископів мусила емігрувати. Фактично єдиним керівником римо-католиків України з 1793 по 1798 рр. залишався Каспер Цецішовський, який мешкав у Житомирі до 1798 року. У цих умовах йому вдалося завершити реконструкцію кафедрального костелу. 1798 року об'єднали Київську єпархію і Луцьку, тому Каспер

Цецішовський переїхав до Луцька. А в Житомирі з 1799 по 1815 рр. існувало духовне правління на чолі з офіціалом. Першим ці обов'язки виконував єпископ почесний, генеральний вікарій і декан житомирської кафедри Михайло Павлуцький, а його наступником став Юзеф Редділг. За його ініціативою у костелі 1802 року встановили орган роботи знаменитого у той час майстра Похля.

З 1805 року костел почав називатися під титулом святої Софії. Наступним очільником Луцько-Житомирської діє цезії після К. Цецішовського став Михайло Півницький. Він організував і фінансово допоміг збудувати костели у Кременці, Вчорайшому, Топорищах, освятив новозбудований 1841 року костел Св. Варвари у Бердичеві, 1842 року заснував у францисканському монастирі Житомирської римо-католицьку семінарію. Також повернув 1845 року з Луцька до Житомира єпископську кафедру. Михайло Півницький збудував на католицькому кладовищі нову кам'яну каплицю Св. Станіслава замість старої дерев'яної. У своєму тестаменті заповів передати єпископському дому 6 тисяч рублів, 58 фунтів столового срібла, бібліотеку, яка налічувала 308 книг і особисті листи.

1848 року Житомирську кафедру очолив Каспер Боровський. Він навчався у Віленській духовній семінарії разом з житомирянином Ігнатієм Головінським, майбутнім ректором Санкт-Петербурзької духовної академії. Каспер Боровський організував курси стажування молодих священників і запровадив практику проходження через посаду вікарія Житомирського кафедрального собору кращих випускників Житомирської духовної римо-католицької семінарії, а також Санкт-Петербурзької духовної академії.

1857 року з ініціативи Каспера Боровського у кафедральному костелі Св. Софії встановили новий орган роботи талановитого австрійського майстра Франца Ульмана. Меценатом цієї справи став Станіслав Грабовський. Єпископ Каспер Боровський був автором багатьох богословських праць. Збудував 18 костелів і кілька каплиць. Також заповів, щоби його серце поховали у стіні костелу. Про це нагадує меморіальна дошка з барельєфом К. Боровського. Навпроти на іншому пілоні – барельєф Юліуша Зарембського, серце якого також тут поховане згідно з його заповітом.

1872 року наступником К. Боровського призначили Людвіга Брінка, який до цього був архідияконом Київським, настоятелем костелу Св. Олександра у Києві. Він виявився хорошим дипломатом у перемовинах з владою і не допустив нав'язуваного додаткового богослужіння російською мовою. Також він будував нові костели. Зокрема, на зведення костелу в Олевську виділив 4 тис. рублів

особистих коштів. У своєму заповіті наказував передати 2 тис. рублів Житомирському капітулу, а його особисте майно продати і гроші роздати бідним, сиротам і вдовам.

Коли 1874 року він помер, новим єпископом Луцько-Житомирської єпархії, центром якої залишався Житомирський кафедральний костел Св. Софії, став Томаш Єжі Добшевич, професор Київського університету Св. Володимира і ректор університетського костелу, а згодом – помічник Л. Брінка. З 1881 року єпископську кафедру очолив Адам Каетанович Крушинський. Він спочатку був викладачем Житомирської римо-католицької семінарії, згодом – ректором цього навчального закладу. Пережив заслання. Після нього із січня 1877 року очолював Луцько-Житомирську єпархію Максиміліан Рошковський, який до цього був членом римо-католицької колегії у Петербурзі. Але вже у квітні 1878 року його наступником став ксьондз Любовидський, викладач Житомирської семінарії, учитель Зигмунда Фелінського, майбутнього архієпископа Варшавського.

З 1883 року на чолі кафедри бачимо Сімона Козловського, який до цього з 1877 року був ректором духовної академії у Санкт-Петербурзі, автором численних теологічних праць («Буквар польський», «Біблійна історія», «Виклад науки християнської римо-католицької Церкви», «Служба Божа», «Євангеліє і лекції» та ін.). Одна з його праць присвячена життю та діяльності Ігнатія Головінського. Сімон Козловський 1890 року призначив ректором Житомирської духовної семінарії Кароля Недзялковського, який у подальшому був запрошений очолити Санкт-Петербурзьку духовну академію.

1897 року у кафедральному костелі Св. Софії за ініціативи К. Любовидського встановили новий орган фірми «E.F. Walker», який мав значно кращі характеристики, аніж попередні, і є на даний час єдиним збереженим в Україні. Наступником К. Любовидського 1898 року на чолі кафедри став професор і ректор Санкт-Петербурзької духовної академії Болеслав Клопотовський.

1901 року Кароль Недзялковський повернувся до Житомира і став наступним очільником кафедри. Він відновив навчання у школі органної музики при кафедральному костелі Св. Софії. Побудував на території єпархії понад десяток костелів, освятив 1909 року костел Св. Миколая у Києві. Організував у Житомирі благодійне товариство для допомоги римо-католицькому духовенству. З 1911 року новим очільником кафедри став Лонгин Жарновецький, який був випускником Житомирської духовної семінарії, згодом – її викладачем, а потім – ректором духовної академії у Санкт-Петербурзі. 1915 року він помер. І в цей складний час, коли йшла Перша світова

війна, відповідальність за збереження храму і захист віри взяли на себе Густав Яловицький, Ігнатій Дубовський, Михайло Годлевський.

У цей переломний і трагічний час довелося багато пережити і Анджею Федуковичу. Відомо, що він народився у селі Денисово Віленської губернії. Закінчив Житомирську духовну семінарію, а потім продовжив навчання у Санкт-Петербурзькій духовній академії. 1903 року Кароль Недзялковський висвятив його. Анджей Федукович протягом 14 років був законовчителем у Другій чоловічій та жіночій гімназіях Житомира. З 1914 року став секретарем єпископської канцелярії. З 8 квітня 1917 року – канонік Луцько-Житомирського капітулу і настоятель кафедрального костелу Св. Софії. Коли встановилася радянська влада, він став ревним захисником Церкви, виступав проти реквізиції речей богослужбового призначення. За це його двічі ув'язнювали (4 листопада – 24 грудня 1923 р.) і (9 травня – 16 листопада 1924 р.). Він став жертвою радянського режиму, мучеником за віру.

Після арешту Анджея Федуковича настоятелем кафедрального костелу Св. Софії був Станіслав Яхневич, але і його двічі арештовувала радянська каральна машина – 1935 і 1937 рр. Після другого арешту Станіслава Яхневича засудили до розстрілу. У подальшому влада закрила костел і розмістила тут сховище обласного архіву. У липні 1941 року богослужіння тут відновив ксьондз Станіслав Добжанський, а затим – Фаустин Лісецький. Помічником у нього був Станіслав Щипта. Але в січні 1945 року його арештували працівники НКВС. 1946 року арештували і Фаустина Лисецького. Після відбуття 10-річного ув'язнення Станіслав Щипта отримав дозвіл на душпастирську діяльність. Він був настоятелем кафедрального костелу Св. Софії до кінця свого життя. Великою втратою для католицької релігійної громади і для костелу стала смерть Юзефа. Беляка, який довгий час дбав про костельний орган. Після нього не знайшлося такого майстра, який би так опікувався музичним інструментом. Наступником Станіслава Щипти став з 1984 року Ян Пурвінський. 16 січня 1991 року Папа Іоанн Павло II затвердив його єпископом відродженої Житомирської єпархії. Обряд консекрації було здійснено 4 березня 1991 року у кафедральному костелі Св. Софії. Але 6 квітня 2021 року єпископ-ординарій Ян Пурвінський помер. Його наступником став Петро Геркуліан Мальчук, а настоятелем костелу – Віталій Безшкурий. Костел залишається центром духовного життя католиків Житомира і зростає його значення як унікального об'єкта не тільки релігійного, паломницького, а й пізнавального туризму.

Список використаної літератури:

1. Білоусов Ю. Київсько-Житомирська римсько-католицька єпархія: історичний нарис. Житомир. 2000
2. Буравський О. Римсько-католицька церква на Правобережній Україні (кінець XVIII – початок XX ст.). Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. 2013. 170 с.
3. Махорін Г. Екскурсії Житомиром. Туристичний путівник. Житомир: НОВОград. 2021.

УДК 379.85 (479.22)

Чернишова Т.М.
к.б.н., доцент Поліський національний університет
Демченко М.С.
студент, Поліський національний університет

КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ГРУЗІЇ

Туризм – одна з найбільших галузей у світі, розвиток якої залежить від внутрішньої стабільності, безпечного середовища і достатнього рівня економічного розвитку. Культурний туризм часто використовується як загальний термін, який описує спосіб життя місцевих жителів, мистецтво, традиції та фестивалі. Така концепція дозволяє культурному туризму створити сильну конкурентоспроможність і розвинути культурні характеристики країни на міжнародному рівні.

Культурно-пізнавальний туризм – це вид туристичної діяльності, в якому головною метою відвідувача є вивчення, відкриття, досвід і споживання матеріальних і нематеріальних культурних пам'яток та продуктів у туристичному місці. Даний вид туризму поділяється на два типи. Перший – це культурний туризм із матеріальними об'єктами, такими як пам'ятки культурної спадщини, музеї, церкви, галереї тощо. Другий – культура з нематеріальними об'єктами, яка передбачає відвідування різноманітних фестивалів, насолоду від місцевої їжі та вина, відвідування культурних заходів тощо.

На сьогодні Грузія приділяє особливу увагу культурному туризму у всіх його проявах. Даний вид туризму впливає не тільки на розвиток соціально-економічних відносин, але й виконує гуманітарну та комунікативну функцію в міжнародних відносинах взаємодіючи з

людьми різних країн, підвищуючи довіру до себе. Приймаюча країна в індустрії туризму сприяє збереженню та дбайливому ставленню до культурної спадщини, мистецтва, традицій і звичаїв грузинського народу.

Таким чином, культурний туризм у Грузії включає відвідування культурних місць з метою пошуку нового культурного досвіду та міжкультурної комунікації пов'язаної з історією, археологією, релігією, антропологією, етнографією, фольклором, літературою, музикою та живописом.

Основою розвитку культурно-пізнавального туризму в Грузії є культурна спадщина. Культурна спадщина Грузії – це два багаторівневі шари, що містять елементи матеріальної та нематеріальної спадщини, які накопичувались протягом століть і мають унікальну та видатну цінність з точки зору історії, науки, мистецтва, естетики, етнології чи антропології країни (рис. 1).

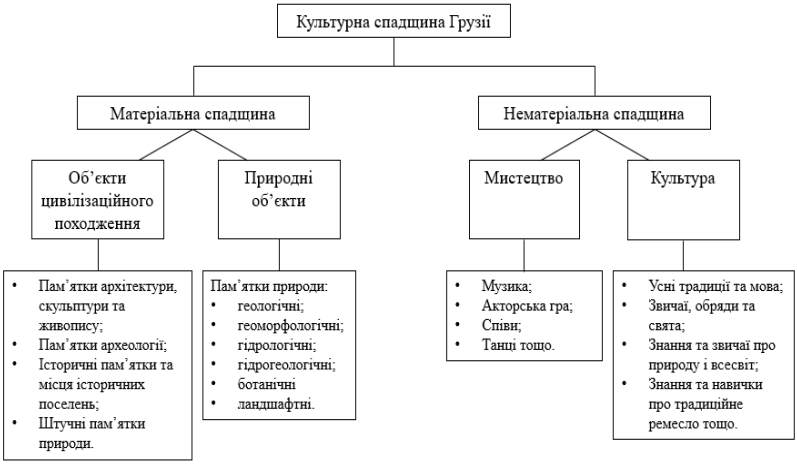


Рис. 1. Складові культурної спадщини Грузії

Джерело: складено за даними [1, С. 316].

Загальна кількість пам'яток історії, архітектури, мистецтва та природи складає близько 10 тисяч. З них близько 450 пам'яток національного значення та близько 5000 пам'яток місцевого значення.

До найбагатших на історичні пам'ятки відносяться такі міста як Картлі, Кахеті, Південна Джорджія та Кутаїсі [2, С. 12].

У Грузії є 118 діючих музеї. Найвідомішим є Грузинський національний музей де зберігаються експонати, що демонструють розвиток цивілізації в Грузії та у всьому Кавказькому регіоні. Також одним з цікавих музеїв є Історико-етнографічний музей з колекцією стародавньої грузинської архітектури. Національний художній музей Грузії складається з п'яти основних експозицій: стародавнє грузинське мистецтво, російське, радянське, західноєвропейське та східне мистецтво.

Відомими природніми пам'ятками є Ріца, Палеостомі, Алеткель, плато динозаврів в районі Кутаїсі і гіганський печерний комплекс в районі Північного Афону. Кахетія – головний виноробний регіон Грузії. Перлина Кахетії відома як Алазанська долина, де розташовані відомі виноробні регіони, такі як Кіндзмараулі, Цінандалі, Гурджаані, Ахашені.

Популярність Грузії зростає не лише завдяки її старовинним пам'яткам, але й завдяки смачній їжі та фестивалям. До найпопулярніших фестивалів можна віднести Tbilisoba, Art Gene, фестиваль Нового вина, фестиваль Сиру, Rtvely, Tushetoba, Black sea jazz, Tbilisi open air та інші.

Отже, ми можемо зробити висновок, що культурний туризм у сучасній Грузії відіграє унікальну багатогранну роль у соціальному та економічному житті країни, засновану на її багатій та давній історії, національній культурі, традиціях та звичаях.

Список використаних джерел:

1. E. Bogomolova, A. Dovlatova. Cultural Heritage as a Tourist Resource for the Development of Cultural Tourism in Georgia. *Advances in Social Science, Educational and Humanities Research, volume 507*. С. 315-319. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/125949629.pdf.

2. Georgian cultural tourism: trends and prospects. URL: https://beri.iliauni.edu.ge/wp-content/uploads/2016/02/Perspectives_of_cultural_tourism_in_Georgia_2008.pdf.

3. Sachaleli N. & Koblianidze T., (2020). Cultural Tourism in Georgia: Opportunities at Global and Local Levels. *European Scientific Journal, ESJ, 16(34).* URL: file:///C:/Users/User/Downloads/13786-Article%20Text-40402-1-10-20201230.pdf.

4. Пам’ятки Грузії: веб-сайт. URL: https://www.poehalisnami.ua/ua/countries/gruziya/sight.

5. Local festivals: веб-сайт. URL: https://www.expertguides.ge/local-festivals.

УДК: 338.48:004

Махорин Г.Л.
к.е.н., доцент Поліський національний університет

ПОТЕНЦІАЛ ТЕМИ «ЛЮТЕРАНИ БАЙКОВОГО КЛАДОВИЩА» ДЛЯ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ

До числа об’єктів, які становлять інтерес для туристів, є некрополі. Підтвердження цього – популярність Личаківського кладовища, яке часто відвідують гості Львова, а також Байкове у Києві. Але в останньому випадку це стосується тієї частини некрополя, де поховані видатні особистості. Проте незаслужено поза увагою залишається переважна більшість поховань і пам’ятників на них. Це нерозкритий потенціал Байкового кладовища як туристичного об’єкта. Значний внесок у його дослідження як культурної пам’ятки зробили Л.А. Проценко [ ], В. Жадько [2], М. Кальницький [3]. Але у їхніх публікаціях не приділено окремої уваги похованням лютеран. Тому варто заповнити цю лакуну.

Відомо, що 1833 року лютеранам Києва надали ділянку землі замість їхнього колишнього кладовища, на якому почали будувати Київську фортецю. Таким чином, на хуторі Байкова відкрили нове міське кладовище для поховання лютеран. Згодом тут почали ховати представників інших віросповідань, так як закрили Звіринецьке кладовище і цвинтар на Аскольдовій могилі. Перші назви нового кладовища – Димитрівське, Либідське, а з часом – Байкове.

Сформувалися ділянки за віросповіданням. Лютеранська ділянка знаходилася найвище на лівому боці і отримала назву «старе лютеранське кладовище», а після того, як відкрили ще одну ділянку для поховання лютеран навпроти через дорогу, яке стали називати «новим лютеранським кладовищем». На жаль, більшість пам’ятників на місцях поховань лютеран не збереглися до нашого часу. Зараз тут залишилися тільки поодинокі поховання

дорадянського періоду, а основна маса відноситься до другої половини XX століття.

Лише за метричними книгами ми можемо відновити імена тих, хто тут похований. А серед них – відомі і шановані свого часу люди: архітектори, винахідники і керівники міста, які розбудовували Київ, медики, митці, науковці. Коли поховання архітектора Георгія Шлейфера збереглося, то точного місця поховання інших архітекторів ми уже не можемо визначити. Мова йде про Едуарда Брадтмана, Генріха Гая, Олександра Гогена, Ієроніма Кіттнера, Ебіга Клаве, Р. Мельцера і Олександра Шілле. Останній – автор проектів будинків колегії Павла Галагана (зараз тут знаходиться музей української літератури), міської біржі (нині тут клуб управління справами КМУ), музичного училища Російського імператорського музичного товариства і Міської думи (ці будівлі не збереглися, адже були зруйновані в 1941 році), а також автор проєктів станцій, фонтанів київського водопроводу.

Відомий усім киянам і гостям міста Бесарабський ринок будував Генріх Гай. За проєктом Олександра Гогена споруджено будинок Управління південно-західної залізниці. Ієронім Кіттнер розробив проєкт головного корпусу Київського політехнічного інституту. Ебіг Клаве став автором проєкту будівлі публічної бібліотеки (нині це Національна парламентська бібліотека). Р. Мельцер проектував будівлю Музею західного і східного мистецтва (теперішня назва – Музей Ханенків). Архітектор А. Шіле спроектував будинок старої біржі (вулиця Інститутська, 7). Варто додати, що співавтором пам'ятника князю Володимиру був Петро Клодт фон Юрсенбург.

Тут, на Байковому кладовищі поховано видатного винахідника Фердинанда Андерса. Він розробив конструкцію дирижабля «Київ», здійснив на ньому близько 160 польотів. Тут знайшов вічний спочинок Аманд Струве, почесний професор Київського університету Св. Володимира. Завдяки йому у Києві проведено водопровід, запущено перший в Україні електричний трамвай, споруджено у 1860-х роках один з перших у Європі залізничний міст через Дніпро. Похований тут і професор Київського університету Микола Ренненкампф, який розпочав період «професорського управління Києвом» (1875 – 1879 рр.). Після нього очолював Київ професор Густав Ейсман, поховання якого збереглося.

Історія охорони здоров'я у Києві нерозривно пов'язана з ім'ям професора, декана медичного факультету Київського університету

Св. Володимира Едуарда Ернестовича Мірама (4.08. 1811 – 23.03. 1877). Під час епідемій холери 1847 і 1857 рр. він завідував двома лікарнями у Києві, працював і дитячим лікарем, був членом багатьох наукових медичних товариств, а також членом Королівського товариства північних антикварів у Копенгагені. Його наступником на цій посаді став Олександр Петрович Вальтер. Він став ініціатором будівництва Анатомічного театру медичного факультету Київського університету. З 1874 року – медичний інспектор варшавських громадських лікарень. Але за заповітом похований в Києві.

Тут поховані також: ювелір Йоган Хритиан Тіссен, доктор медицини Теодор Борнгаут, судовий слідчий Леопольд Спарро, директор банку Адольф Шедель і його дружина Анеля, провізор Янг-Яків Марцинчик, знаменитий фотограф Франц де Мезер і його дружина Аделаїда де Мезер з роду Варон, кондитери. Бернард Отто Семадені і Роберт Теодор Септер, Генріх Людвіг Гірхгейм, відомий у Києві власник кондитерських і хлібних крамниць на Хрещатику, 38, Великій Васильківській, 15, Михайлівській, 16, Прорізній, 3. 1884 року він збудував на вулиці Прорізній, 3 триповерховий будинок за проєктом архітектора А. Краусса.

Серед пам'ятників на місцях поховань, які збереглися варто назвати таку видатну людину як Юліус Фердинанд Івановича Мацон, доктор медицини, професор Київського університету, декан медичного факультету, член-кореспондент Віленського медичного товариства, організатор і перший директор Олександрівської лікарні (з 1875 по 1885 р.), яка стала базою медичного факультету університету. Старший син Юліуса Мацона Фрідріх Оскар Мацон, який був директором банку у Києві, помер 31 серпня 1912 року і похований поряд, так само і як молодший син, Федір Юлійович Мацон, який став ученим-електротехніком, очолював Київське залізничне училище, брав участь в електрифікації Києва.

Також цікавим і по своєму унікальним є родинне поховання династії Марр. Поряд – пам'ятник на місці поховання швейцарця Целестина Верле, знаменитого київського годинникаря. Він походив з міста Нейкірх, що у землі Баден, який славився талановитими годинникарями. Целестин Верле щодня, починаючи з кінця лютого 1863 року давав сигнал про точний час для звіряння годинників пострілом з гармати о 12-00 з валу Київської фортеці. Також він обслуговував баштовий годинник, оснащений циферблатом і дзвонами і встановлений 1864 року у Троїцькому

монастирі на Видубичах, а з 1878 року – головний міський годинник, встановлений на вежі міської думи.

На «новому лютеранському кладовищі» пам'ятники на місцях поховань видатних підприємців-цукрозаводчиків Габріеля і Генріха Єнні, родини Крістера,видатного садівника, професора Йоганна Федоровича Шмальгаузена, відомого ученого-ботаніка, наукового керівника Володимира Іполитовича Липського, одного з перших президентів академії наук України, який пов'язаний з Житомиром. Цікавість викликає і пам'ятник на місці поховання Якоба Генріха Вюрглера і його синів Альберта і Карла Вюргелів. Альберт Вюргель – директор-розпорядник «Деміївської парової фабрики шоколаду і цукерок», заснованої ще 1886 року купцем Валентином Єфимовим. 1901 року замість засновника почав керувати А. Вюргель і зробив підприємство успішним, продукція якого неодноразово відзначена на міжнародних виставках. Його партнером був рідний брат Карл Вюрглер. У радянський час це фабрика ім. Карла Маркса. Нині – РОШЕН.

Неподалік - поховання родини Льош : Юлії Льош з роду Фогель і її чоловіка Фердинанда Олександровича Льоша, ученого-медика, професора і завідувач кафедри лікарської діагностики з пропедевтичною клінікою медичного факультету Київського університету Св. Володимира (до 1897 року), базою для якої була Олександрівська міська лікарня. Ф.О. Льош – один із засновників Товариства боротьби із заразними хворобами, а також організатор Бактеріологічного інституту у Києві 1896 року.

Отже, ця частина Байкового кладовища є надзвичайно цікавою з огляду на те, які видатні люди тут поховані. Цінності додають справжні витвори мистецтва, якими є пам'ятники, що збереглися. Тому варто популяризувати і розвивати цей потенціал релігійного туризму.

Список використаної літератури:

1. Проценко Л.А. Байкове кладовище. К. 1995

2. Жадько В . Байковий некрополь. Фотоілюстрований довідник. К. 2004. 240 с.; У памяті Києва: іст. наук. фотоіл. довід. К. 2007. 472 с.; Некрополь на Байковій горі. К. 2008.310 с.

3. Кальницький М.. Байкове кладовище – київський пантеон // Вечірній Киїів. 2013. 21 лютого

УДК 94(477):314.15.044-054.57(71+73)"192"(045)

Слобожан І.М.,
директор, Державного архіву Житомирської області

ЕМІГРАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ МЕНШИН ВОЛИНІ 20-Х РР. ХХ СТ. (НА МАТЕРІАЛАХ АТ"РУСКАПА")

Ще сто років назад Житомир був центром Волинської губернії, до складу якої входили також території сучасних Рівненської, Волинської, Тернопільської та Хмельницької областей. Вона була аграрним регіоном, в якому проживали не тільки етнічні українці, але й інші національні меншини, які суттєво впливали на соціально-економічне та культурне життя даної території. В зв'язку з цим міграційні процеси для неї історично відігравали одну з ключових ролей у формуванні подальшого вектору розвитку Волині в цілому.

Етнонаціональними дослідженнями в контексті історії України займалося багато науковців, серед яких слід виділити Євтуха В., Поліщука Ю., Каппелера А., Зварич І.,Молчанова М., Грицака Я., Надольську В.,Суглобіна С., Верменич Я. та інш. З даною проблемою тісно пов'язане питання міграційних процесів на державному та регіональному рівні, яке активно вивчається як в історичному аспекті, так і як важливий фактор сучасного державотворення, особливо з урахуванням військових дій в теперішній Україні. Зокрема, проблемою еміграції в Україні початку 20-х рр. займалися такі дослідники як Трощинський В., Таравська Я., Єлейко І., Власенко В., Цимбал Т., Дзира О. та інш.

В 1916 р. найбільшу частку населення Волинської губернії становили українці (71,47 %), євреї – 14,20 %, поляки – 9,66 %, німці – 2,91 %, а росіяни тільки 1,07 % [1, с.55]. Перша хвиля еміграції на цій території не тільки іноземних поселенців, але й самих українців, припала на роки першої світової війни та становлення радянської влади, оскільки основними причинами еміграції завжди виступали політичні та соціально-економічні чинники. Друга її хвиля дістала в науці назву "міжвоєнної" (період між Першою і Другою світовими війнами у ХХ ст.), що була пов'язана з тими самими причинами, а також зневірянням спостережливих громадян в обіцянках нової влади щодо "радянського раю". Разом з тим, можна стверджувати, що у перші роки існування радянської влади зберігався відносно вільний виїзд громадян за кордон. Тоді їх бажання з'єднатися із своїми родичами на території іншої держави не сприймалося владою як

контрреволюційний прояв. До того ж мала місце зацікавленість у налагодженні економічного і політичного співробітництва з країнами Заходу, що змушувало радянське керівництво підтримувати сформовані норми міжнародного права. Тому аж до 1927 р. легальна еміграція здійснювалася практично безперешкодно [2].

В період НЕПу (нової економічної політики) здійснення еміграції радянських громадян в країни Північної та Південної Америки навіть було поставлене на комерційну основу. Прикладом цього стала діяльність Акціонерного товариства "РУСКАПА" (Російсько-Канадсько-Американська пасажирська агенція), одним з філіалів якої була Волинська агенція, що в свою чергу включала в себе Коростенську, Шепетівську субагенції, а також субагента з БРСР (Білорусі). Лише документи, що зберігалися в Державному архіві Житомирської області (ДАЖО) (фонд Р-260с) і були розсекречені та передані на загальне зберігання в 90-х роках, містять інформацію про кілька десятків сотень радянських емігрантів, що виїхали за межі країни за допомогою РУСКАПу. Більшість з тих, хто виїхав, становили якраз національні меншини.

В архівних справах представлено циркуляри центральної Московської агенції, ділове листування Волинської агенції з нею, а також із клієнтами, бухгалтерська звітність, документи, які подавали емігранти для виїзду в "заокеанські" країни тощо. В них визначено правила виїзду з СРСР і в'їзду до США, Канади, Уругваю, Аргентини, Бразилії, Куби, Мексики, вимоги, які висували до тих, хто виїжджав, склад їхніх сімей, вік, сімейний стан, стан здоров'я, грамотність, грошові витрати на поїздку тощо.

Судячи з дат, зазначених на документах Волинської агенції РУСКАПА, вона розпочала свою діяльність в м. Житомирі в 1925 р., а була ліквідована 30.04.1930 р. у зв'язку зі згортанням НЕПу і переходом до повної заборони в країні приватного підприємництва [3, с.62]. За статистикою самої агенції за 1927-1928 операційний рік вона обслужила 1447 осіб [4, с.5]. Найбільшу частку емігрантів становили німці (74,02%), євреї склали 21,44%, а чехи, як і українці, – лише 2,27% [4, с.2]. Німці в переважній своїй частині емігрували до Канади, євреї в основному виїжджали до Америки, а українці – до Канади та країн Південної Америки.

Найбільш легко вдавалося емігрувати громадянам, які підпадали під переважні квоти та позаквотникам (дітям до батьків, жінці до чоловіка тощо), важче було тим, хто бажав просто виїхати за кордон до родичів чи просто емігрувати з СРСР. Серед переважних квот виділяли німецьку, польську, українську, литовську, латвійську,

вірменську. Окремою перевагою користувалися так звані релігійні квоти [5]. Зокрема, лютеранські, баптистські та меннонітські релігійні громади Північної Америки щедро викупали шифскарти для волинських німців і домовлялися з канадською імміграційною владою про бланковий дозвіл їх в'їзду до Канади цілими сім'ями. Радянська влада охоче випускала таких релігійно-набожних громадян, оскільки їх майже неможливо було ідеологічно зомбувати ідеями "світлого майбутнього комунізму".

Разом з тим, зарубіжні країни до своїх імігрантів висували доволі жорсткі вимоги. Перевага віддавалася чоловікам віком 18-45 років міцного здоров'я, без жодних фізичних чи психологічних вад, обов'язково грамотним, переважно землеробам за фахом або тим, які мали затребувану професію. Жінки обов'язково повинні були надати довідку про порядність власної поведінки, вони в основному виїжджали зі своїми сім'ями. Крім того, при в'їзді в закордонну країну емігрант повинен був мати з собою визначену суму грошей, часто більшу, ніж можна було вивезти з СРСР, частково цю проблему допомагала вирішити "РУСКАПА". Також вивчення переписки Волинської агенції РУСКАПА свідчить, що багато бажаючих емігрувати не знали про її існування і послуги.

Емігрантський рух на Волині посилився в другій половині 1928 р. після масових репресій в межах кампанії масової колективізації. Німецькі поселення тут в основному займалися землеробством та скотарством, мали передові та міцні аграрні господарства, тому не бажали переходити в колгоспи. Разом з тим, радянська влада все більше вводила обмежень для еміграції і все більше чинила перешкод виїжджаючим. Вже у вересні 1929 р. німецька секція ЦК ВКП(б) заявила про контрреволюційний характер еміграції і закликала боротися з рухом засобами пролетарської диктатури [6]. А хто не встиг емігрувати у цю другу хвилю, в майбутньому чекали репресії та депортація.

Отже, міграційні процеси на території Волині завжди виступали тим маркером, який відображав ступінь сприятливості соціально-економічних та соціально-політичних умов для національних меншин. Кожен період погіршення цих умов був ознаменований хвилею еміграції. Саме громадяни інших національностей, які проживали на наших українських територіях, дуже швидко могли дати об'єктивну оцінку діям влади і передбачити подальший перебіг подій.

Список використаних джерел:

1. Памятная книжка Волынской губернии на 1917 год / под ред. Е. Д. Гринева. Житомир: Волын. губерн. тип., 1916. 358 с. URL: https://elib.nlu.org.ua/view.html?&id=10316 (дата звернення 08.06.2023).
2. Белковец Л. П., Белковец С. В. Выезд за рубеж советских граждан в 1920–1930-е годы. *Миграционное право.* 2006. № 5. С. 38-45. URL: http://krotov.info/4/texts/02_b/Belkovets_2006.htm (дата звернення 09.06.2023).
3. ДАЖО. Ф. Р-260с. Оп.1. Спр. 14. 243 арк.
4. ДАЖО. Ф. Р-260с. Оп.1. Спр. 10. 16 арк.
5. ДАЖО. Ф. Р-260с. Оп.1. Спр. 2. 125 арк.
6. Галас М. Л. Внешняя трудовая миграция в период нэпа. *Вопросы истории.* № 5. Май 2011. С. 92-104. URL: https://library.by/portalus/modules/beleconomics/readme.php?subaction=showfull&id=1587480963&archive=&start_from=&ucat=& (дата звернення 12.06.2023).

УДК: 338.48:003

Осіпчук А.С.
асистент, Поліський національний університет
Максименко Н.А.
Студент, Поліський національний університет

ХАРАКТЕРИСТИКА ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ЖИТОМИРА ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Місто Житомир – одне з найдавніших міст України – заснований 882 року. Протягом більше тисячоліття існування місто здобуло велику кількість історико-культурних об’єктів, які мають потенціал приваблювати туристів для огляду та дослідження. Історико-культурне надбання має пізнавальну, виховну та науково-дослідницьку функції. Начасними є дослідження минувшини у політично-, економічно- та географічно- переломні моменти історії. Тому під час воєнного стану це питання є актуальним.

Попри те, що Житомир та область не належить до найбільших центрів туризму України, місто налічує 188 об'єктів культурної спадщини (серед яких відомі в Україні та за її межами Житомирський краєзнавчий музей та Музей космонавтики імені Сергія Павловича Корольова).

За даними Держстату України 2017 році 368,6 тис. осіб відвідали музеї в області. Серед них 42,6% – студенти [1]. Всього в 2019 році було 11203 особи здійснили туристичні подорожі(10513 – виїзні та 690 – внутрішні). В області діють 16 туроператорів та тур агенті-юридичних осіб та 43 турагентів-фізичних осіб [2].

Пандемія негативно вплинула на світовий туризм, зокрема і в Україні. Наслідки російсько-української війни значно погіршила його розвиток. Але попри всі негативні фактори туризм функціонує, власники туристичних підприємств намагаються розвивати бізнес. Для людей важливо відпочивати під час воєнного стану.

Для свідомості нації особливо важливим є історико-культурний туризм. Походи в музеї, відвідання визначних пам'яток(наприклад міський парк Гагаріна, Замкова гора – історичний початок міста). По закінченню війни очікується хвиля іноземних туристів в України. Тому важливим є просування історико-культурної спадщини Житомира на світовий рівень. Сьогодні це робити легше, адже багато українців мігрувало за кордон і мають можливість пропагувати цінність історико-культурної спадщини України.

Проте організатори турів, в першу чергу, мають надавати безпечні послуги. Під час воєнного стану повинен проводитися ряд заходів для збереження культурних цінностей міста:

- систематизація інформації про історико-культурні об'єкти, включаючи мінімальну інформацію про кожну культурну цінність, що дає можливість її ідентифікувати, з обов'язковим фотографуванням і дублювання інформації на засобах зберігання;
- «заходи протипожежної безпеки в закладах культури, що зберігають культурні цінності» [4];

- запобіжні заходи від викрадення, знищення чи пошкодження об'єктів культурної спадщини;
- «проведення періодичних навчальних тренувань з питань захисту культурних цінностей для працівників закладів культури, у тому числі з евакуації культурних цінностей» [4];
- організація облаштування засобів захисту (захисних споруд) навколо об'єктів культури, що мають історико-культурну цінність;

Питання захисту культурних цінностей під час війни в Україні регулюються даними нормативно-правовими актами:

- «IV Конвенція про закони і звичаї війни на суходолі та додаток до неї: Положення про закони і звичаї війни на суходолі від 18 жовтня 1907 року;
- Конвенція про захист культурних цінностей у випадку збройного конфлікту від 14 травня 1954 року;
- Виконавчий регламент Конвенції про захист культурних цінностей у випадку збройного конфлікту (прийнятий одночасно з Гаазькою конвенцією 1954 року);
- Протокол про захист культурних цінностей у разі збройного конфлікту;
- Закон України «Про правовий режим воєнного стану» тощо [4].

Державне агентство розвитку туризму опублікувало перелік дозволів і заборон подорожей областями України під час воєнного стану. На території Житомирської області заборонено відвідування заповідників. Також небезпечно під час воєнного стану відвідувати водойми, які розташовані неподалік критичної інфраструктури. Заклади культури проводять заходи онлайн та влаштовують виїзні тури. Через те, що працювати в звичайному – офлайн – режимі можуть лише ті заклади культури, в яких знаходяться безпечні укриття.[5]. Це стимулює розвиток онлайн-відвідувань музеїв.

На початку повномасштабного вторгнення більшість музеїв України закрилися. В тому числі Житомирський краєзнавчий музей, експонати якого були перенесені в сховище. Незважаючи на це, музей продовжив розвиватися, поповняючи матеріальну базу експонатами, в тому числі національно-побутовими.

Також продовжує свою діяльність і розвивається Національний музей космонавтики. За словами директора музею війна має вплив на життя музею та змінила пріоритетні напрямки його розвитку, проте не спричинила зупинки роботи колективу. Робота музею орієнтована на збереження культурної цінності та поповнення колекції музею новими експонатами [3]. Відвідують музей діти, дорослі та астронавти. Керівництво музею веде міжнародну діяльність. Космос і ракетобудування цікавлять іноземних туристів історією створення та унікальними експонатами, серед яких місячний ґрунт та космічні апарати, які були в космосі.

Отже, війна негативно впливає на розвиток туристичного бізнесу всієї України та призупиняє його розвиток. Проте, На сьогоднішній день місто Житомир має потужний історико-культурну спадщину для розвитку туризму і приваблення туристів не лише з інших областей України, а й з-за кордону. Цілком ймовірно, що у майбутньому всі воєнні об'єкти, історії, легенди стануть потужними магнітами для учасників так званого чорного туризму.

Список використаних джерел:

1. Головне управління статистики у Житомирській області веб-сайт URL: www.zt.ukrstat.gov.ua/StatInfo/region/Kultura/muzei.html.
2. ЖИТОМИРinfo веб-сайт. URL: https://www.zhitomir.info/news_201654.html.
3. Житомиронline веб-сайт. URL: https://zhitomir-online.com/2023/02/08/yak-zhytomyrskyy-nacionalnyy-muzey-kosmonavtyky-pracyuye-pid-chas-viyny.html.
4. Міністерство культури та інформаційної політики України веб-сайт URL: Захист культурних цінностей у разі збройного конфлікту - Міністерство культури та інформаційної політики України - офіційний веб-сайт (mkip.gov.ua).
5. Подорожі Україною під час війни: правила безпеки веб-сайт URL: http://surl.li/iafed.

Секція 5. НАСЛІДКИ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ РОСІЇ ДЛЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИЗМУ

УДК 338.48(477):355.4

Дуб В.В.
к.т.н, доцент
Херсонський державний аграрно-економічний університет
м. Херсон (м. Кропивницький)
Юрченко А.Ю.
здобувач вищої освіти другого (магістерського)

ВПЛИВ ВІЙНИ НА ТУРИСТИЧНУ ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Повномасштабна агресія росії проти України серйозно вдарила по її мікро- та макроекономічному секторах. Туризм став одним з напрямків, що відчув на собі весь жорстокий вплив конфлікту. Внаслідок військових дій значна частина туристичних агентств була змушена призупинити свою роботу, а декілька з них переключились на волонтерську допомогу, використовуючи свої транспортні засоби для евакуації біженців і збору гуманітарної допомоги за кордоном.

Відновлення основної діяльності туристичних компаній на початку війни було не в пріоритеті. Проте, туристична індустрія в першій половині 2022 року сплатила у державний бюджет лише на 25,7% менше податків порівняно з попереднім роком. Кількість компаній скоротилась на 24,5%, число приватних підприємців зменшилось на 13,5%. Готелі та санаторії здійснили найбільший внесок до держбюджету - майже 461 млн. грн., хоча ця сума на 30% менша, ніж у попередній рік. Та все ж таки, війна негативно вплинула на роботу туроператорів, зареєструвавши зниження на 21% у їх діяльності.

Найбільший приріст податкових надходжень від туризму спостерігається в таких регіонах: Івано-Франківська область - зростання на 63%; Львівська область - зростання на 51%; Київська область - зростання на 16%; Одеська область - зниження на 82,3% [1].

Екотуризм, наприклад, залишається актуальним серед населення, особливо на Заході країни. Туристи в Закарпатті обрали

природні атракції: походи до Боржави, булькіт водоспаду Шипіт, тощо. Надзвичайно популярні парки зі своїми яскравими кольорами і багатством квітів. Також приваблює відвідування печер, як одного з варіантів екотуризму. Серед природних пам'яток Тернопільської області варто виділити печери Оптимістична та Млинки - це екскурсійні печери, в яких облаштовані туристичні маршрути [2].

Починаючи з 24 лютого 2022 року, проведення будь-яких значних заходів в Україні стало неможливим і надзвичайно небезпечним для місцевого та зокрема для міжнародного бізнесу. Варто відзначити, що бізнес-туризм уже був у скрутній ситуації через COVID-19, який змусив нас перевести бізнес-заходи в онлайн формат без втрати їх якості та ефективності [3]. Ймовірно, відродження бізнес-туризму почнеться не зі стандартних бізнесових заходів, а з масштабних подій, ініційованих партнерськими країнами України після кінця війни. Це саме ті події, які повинні відновити інвестиції і привернути ще більше уваги до нас від інвесторів в галузі економіки.

Під час перебування в стані війни, внутрішній туризм в Україні виявляється в комплексній ситуації. Важливо відрізняти реальних туристів від осіб, що були змушені переміститись, втративши свої домівки та врятовуючи себе та свої сім'ї. Ці люди, хоча й проживають у готелях та користуються послугами ресторанів, часто сплачуючи туристичний збір, не є туристами у традиційному розумінні цього терміна.

Щодо курортного сезону, війна, повністю його призупинила, особливо в районах, де забезпечується доступ до морського узбережжя. Там, де доступ до моря все ще можливий, існує серйозна загроза через обстріли та мінування. Необхідно вже зараз задуматися про глобальну модернізацію, зокрема відновлення роботи курортних готелей з огляду на безпеку [4].

Через підрив Каховської ГЕС більша частина туристичних зон в Херсонській області стала непридатною через повне, або часткове затоплення: Кінбурська коса, Олещківські піски, зоопарк «Казкова діброва», тощо. Також через потрапляння у воду каналізаційних відходів та бензину сталося забруднення та опріснення Чорного моря. Концентрація небезпечних речовин у воді завищена в 10 разів. Тому, скоріш за все, найближчі роки Чорне море закрите для відпочину [5].

Крім того, виникла проблема з особовим складом, оскільки значна частина працівників туристичних компаній прагне знайти безпечніше місце в інших країнах. Якщо війна триватиме довгий

час, більшість тих, хто знайде роботу за кордоном, вирішать, що краще залишитися там.

Очевидно, що після завершення війни іноземний туризм поступово відновиться, особливо з урахуванням швидкості відновлення економіки та відбудови аеропортів.

Так, війна майже зруйнувала туристичний бізнес в Україні. Закриття повітряного простору, проблеми з оплатою та нестабільна ситуація здаються знищили всі необхідні умови для "виживання" туризму. Але незважаючи на ці труднощі, український турбізнес вдається адаптуватися до нових умов, шукаючи альтернативні рішення, підготовлюючи основу для свого майбутнього розвитку та працюючи на користь спільної мети - перемоги України.

Список використаної літератури:

1. Панькова, Л. (2021). Туризм та кібербезпека: проблеми та перспективи. *Одеський національний університет імені І. І. Мечникова*. URL : https://tourlib.net/books_ukr/pankova612.htm
2. Дмитрук, Л. (2021). Екологічні аспекти розвитку туризму в Україні. Збірник наукових праць "Зелена економіка". URL : https://tourlib.net/books_green/dmytruk.htm
3. Миронов, І. (2021). Вплив воєнного конфлікту на розвиток туризму в Україні. Туризм і країна: збірник наукових праць. uRL : https://tourlib.net/statti_ukr/myronov57.htm
4. Барсукова, О. (2022). Подорожі під час війни: де дозволено відпочивати і як безпечно організувати мандрівку. ПрАВДА.Життя. URL : https://life.pravda.com.ua/travel/2022/06/20/249177/
5. Укрінформ. (2023). Через підрив Каховської ГЕС затопило Нижньодніпровський національний природний парк. URL : https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3719637-cerez-pidriv-kahovskoi-ges-zatopilo-niznodniprovskij-nacionalnij-park.html

УДК: 338.48:004

Ковалевська І.М.
к.е.н., ст.. викладач, Поліський національний університет
Макаров Р.О.
студент, Поліський національний університет

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ НОВОГО ПОКОЛІННЯ В ТУРИЗМІ

Сучасний світ перебуває в епоху інновацій та розширених можливостей інформаційних технологій. У сучасному світі, де інновації переповнюють кожен аспект нашого життя, інформаційні технології стали неодмінною складовою туристичної індустрії. Інформаційні технології нового покоління в туризмі відкривають безмежні можливості для туристів, роблячи їх досвід цікавим, комфортним та насиченим. До них належить три основні інформаційні технології нового покоління в туризмі, а саме: мобільні додатки, веб-платформи та віртуальна реальність.

Мобільні додатки стали необхідним інструментом у сфері туризму, що змінив спосіб, яким ми подорожуємо та взаємодіємо з навколишнім середовищем. Вони революціонізують туристичний досвід, надаючи широкий спектр інформації та послуг у зручний та доступний спосіб. За допомогою мобільних додатків, туристи можуть легко знайти найближчі готелі, ресторани, визначні пам'ятки та інші об'єкти інтересу. Вони також дозволяють ознайомитися з різними маршрутами, отримати рекомендації від інших користувачів та ділитися своїм власним досвідом [1]. Наприклад, популярні додатки, такі як TripAdvisor або Airbnb, дозволяють туристам знайти найкращі пропозиції готелів та оренди житла. Вони також надають можливість переглянути відгуки та оцінки інших туристів, що допомагає зробити обґрунтований вибір. Крім того, завдяки мобільним додаткам, туристи можуть здійснювати онлайн-бронювання готелів, авіаквитків та екскурсій. Це велика перевага, оскільки дозволяє значно спростити процес планування та організації подорожей. Такі мобільні додатки також допомагають туристам отримувати актуальну інформацію про події, культурні заходи та рекомендації щодо місцевих визначних пам'яток. Вони часто мають функцію GPS, яка дозволяє туристам легко орієнтуватися в нових місцях та відстежувати своє розташування на мапі. Загалом, мобільні додатки є надзвичайно корисним інструментом для туристів, які допомагають забезпечити зручність, доступність та інформованість під час подорожей. Вони сприяють

покращенню туристичного досвіду та роблять його більш персоналізованим та захопливим.

Веб-платформи є невід'ємною частиною інформаційних технологій нового покоління в туризмі, забезпечуючи широкий спектр можливостей для туристів. Вони є центральними точками, де туристи можуть знаходити, порівнювати та бронювати різноманітні послуги, включаючи готелі, авіаквитки, оренду транспорту та екскурсії. Крім того, веб-платформи надають корисну інформацію про місцеві визначні пам'ятки, ресторани, культурні події та інші цікаві об'єкти. Вони надають туристам зручний та ефективний спосіб отримати доступ до необхідної інформації, забронювати послуги та порівняти ціни [2].

Наприклад, веб-платформи, такі як Booking.com або Expedia, забезпечують можливість швидко знайти та забронювати готелі, а також знайти найвигідніші пропозиції на різні види транспорту. При використанні веб-платформ туристи також отримують доступ до корисної інформації про місцеві визначні пам'ятки, ресторани та культурні події. Це дозволяє їм зробити обґрунтовані вибори та підготуватися до подорожі заздалегідь. Платформи можуть надати докладні описи та відгуки про популярні місця відпочинку, що допомагає туристам зробити осмислені вибори і знайти найбільш відповідні їхнім потребам варіанти. Загалом, веб-платформи відіграють важливу роль у поліпшенні туристичного досвіду, надаючи туристам доступ до розмаїтої інформації та зручність у здійсненні бронювання та плануванні подорожей.

Використання віртуальної реальності (VR) стало справжньою сенсацією в сфері туризму, надаючи неповторний та захоплюючий досвід подорожей. Ця технологія дозволяє туристам побачити та відчути місця відпочинку безпосередньо з власного дому або з будь-якого іншого місця. Завдяки VR-технологіям, люди можуть пережити неперевершені враження та атмосферу світових пам'яток, розглянути їх з різних кутів та навіть відчути віртуальний адреналін, займаючись віртуальними подорожами або екстремальними видами спорту. Особливо цікавим аспектом використання VR-технологій є те, що вони надають можливість туристам, які мають обмеження фізичної мобільності, все одно насолоджуватися подорожами та досліджувати нові місця. Наприклад, люди з медичними обмеженнями можуть відчути себе на віртуальному екскурсійному турі до віддалених країв або зануритися в світ пригодницького туризму, не виходячи зі зручного для них середовища. Віртуальна реальність розширює

можливості туризму та дарує людям неповторні враження та досвід подорожей, незалежно від фізичних обмежень [3].

Крім того, VR-технології можуть бути використані для просування туристичних місць та привертання уваги до певних регіонів чи пам'яток. Віртуальні тури та екскурсії можуть стати потужним інструментом маркетингу, який залучає туристів та зацікавлює їх у відвіданні конкретних місць. Використання віртуальної реальності в туризмі відкриває нові горизонти та створює неперевершений досвід подорожей. Технологія VR надає можливість перенестися в інші світи та відчути атмосферу місць, які можуть бути недоступні фізично. Вона розширює можливості туризму, дозволяючи людям насолоджуватися унікальними враженнями та досвідом подорожей, не залежно від обставин[4].

У сучасному туризмі інформаційні технології нового покоління відіграють важливу роль у покращенні якості туристичного досвіду, зручності планування подорожей та доступу до цінної інформації. Мобільні додатки, веб-платформи та віртуальна реальність стали невід'ємною частиною туристичної індустрії, надаючи туристам широкий спектр інструментів та рішень для зручного та насиченого досвіду подорожей. Мобільні додатки дозволяють туристам швидко знаходити необхідну інформацію, забронювати готелі та переглянути відгуки і рекомендації інших користувачів. Веб-платформи надають зручну можливість порівняти ціни, знайти найкращі пропозиції на готелі та транспорт, а також дізнатися про місцеві визначні пам'ятки та події. Віртуальна реальність відкриває нові можливості, дозволяючи туристам відчути атмосферу місць, навіть не виїжджаючи з дому, і стає особливо корисною для людей з фізичними обмеженнями. У майбутньому інформаційні технології нового покоління в туризмі будуть продовжувати розвиватися і вдосконалюватися, надаючи ще більше можливостей та інновацій. Завдяки їм, туристичний досвід стане ще більш насиченим, персоналізованим та захоплюючим для кожного подорожуючого. Завдяки цим технологіям, ми можемо насолоджуватися неповторними пригодами та екскурсіями, навіть не виходячи зі зручності свого дому.

Список використаних джерел:

1. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. №23. С. 29-31.

2. Інновації в туризмі: теоретичний аспект. *Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Економічні науки Economic sciences* : Харків, 2019. № 23. С. 64-69.

3. Віртуальний туризм, та що він несе URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vrturizm-chto-on-za-soboy-neset/viewer (дата звернення 10.01.2021)

4. Майже реальність // Ліга. Tech. URL: https://tech.liga.net/Реальнанереальність (дата звернення 10.01.2021)

УДК: 338.48:004

Валінкевич Н. В.
д.е.н., професор, Поліський національний університет
Маслюк А.В.
студент, Поліський національний університет

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

У сучасних умовах діджиталізація індустрії гостинності – це модифікація нових продуктів, послуг або існуючих товарів та послуг, які у нових умовах поліпшення становища підприємства над ринком. Збереження та підтримання конкурентоспроможності готельного підприємства в умовах глобальних змін у суспільстві потребують активного впровадження діджиталізації. Це дозволяє готелям надавати послуги на найвищому рівні, що відповідає вимогам стандартів якості. Інформаційний розвиток найчастіше притаманний міжнародним готелям, що мають мережі та можливості для великого фінансового вкладення у розробку нових послуг, обладнання, матеріалів, технологій, методів управління тощо. В управлінні готельним бізнесом застосування інноваційного підходу характеризується комплексом заходів, що складаються з процесів розробки, впровадження та освоєння інновацій, а також методів організації підприємництва в умовах обмеженість ресурсів.

Досвід діяльності міжнародних готельних компаній показує, що перехід до режиму автоматизованого обслуговування систем бронювання, інтерактивних месенджерів, технологій управління, програм взаємовідносин з клієнтами сприяє підвищенню їх рентабельності та суттєво скорочує витрати управління та контролю. Тому інновації та передові технології в системі менеджменту

спрямовані на побудову функціональної системи управління в режимі реального часу.

Процес розвитку, перспектив та вивчення недоліків туристичної сфери діяльності цікавить багатьох вчених, саме тому вони присвячують цій темі свої статті та дослідження. Ми можемо побачити багато робіт Л.Д. Завідної та М.П. Мальської на предмет аналізу сучасного стану туризму та готельної сфери в цілому [1] .

Варто зауважити, що якщо проаналізувати історію виникнення готельної сфери, то ми бачимо який тяжкий та еволюційний довгий шлях розвитку вона пройшла. Від маленьких постоялих дворів, до великих світових готельних мереж, які зараз виглядають та працюють дуже якісно та професійно[1, 2] .

Розвиток туристичної сфери діяльності, в цілому, на сьогоднішній день має високий попит, дивлячись на її стрімкий розвиток та шалену популярність. Найбільш перспективна галузь туризму – це готельна індустрія, яка вже стала базою будь-якого відпочинку людей.

Головним завданням сфери гостинності є комфорт споживачів в процесі подорожі чи короткочасної туристичної діяльності, що в результаті надасть їм гарний настрій та бажання повторити цей фрагмент. Саме тому також, в основному, готельна діяльність не завершується лише на готельному об’єкті, який надає послугу розміщення, а також в процесі обслуговування приймають участь і інші сфери, так як ресторанний бізнес, транспорт, екскурсійна діяльність, тощо.

Діджиталізація або, як її ще називають, цифровізація дуже потрібна була для сучасного людства як крок вперед за всіма категоріями розвитку. На сьогоднішній день світ все ще проходить революцію цифровізації і завершує третій її перехід. Вона зачіпає всі сфери діяльності, якими займається населення Земля, тому туризм також є учасником такого перевороту та підтримує всі інноваційні фактори просування [3] .

Іншими словами, цей процес можна назвати поєднанням роботи онлайн та офлайн на одну благородну ціль. Термін «діджиталізація» прийшов до нас із США, від слова «digitalization», також можна називати його оцифрування. Назва говорить сама за себе, адже завданням цього революційного переходу є перенос всієї потрібної інформативної бази всіх сфер діяльності у цифрову форму та електронну базу, наприклад, перетворення паперових книг у електронні фотографії, які зображені на екрані комп’ютера[4] .

Безумовно, в умовах переходу на електронні носії та, в цілому, діджиталізації туристична сфера почала працювати продуктивніше та

якісніше. Адже, завдяки цим інноваційним технологіям можна зекономити доходи та з невеликими витратами просуватись як на внутрішньому ринку так і на міжнародному.

Готельні заклади України є цікавими об'єктами, як і сама сфера гостинності, адже вона не надає готовий продукт для покупки. Процес обслуговування залежить від багатьох факторів, такі як матеріально-технічна база, кваліфікація працівників, тип споживачів, експлуатація інвентарю, який потрібен мати належний вигляд та багато іншого

Перспективи розвитку готельної індустрії на сьогоднішній день, звичайно, що мають певну залежність від умов, у яких зараз знаходиться економіка та інноваційний розвиток. Але не тільки ці два фактори впливають на потенціал території та її прогрес в роботі[5].

На мою думку не варто забувати про такі моменти як постійне інвестування у готельні підприємства та допомога один одному, як це відбувається серед готельних закладів однієї мережі. З точки зору інших сфер діяльності, готельний бізнес вимагає більше зусиль та уваги до себе, а також більший процент інвестування для якісної роботи. Також потрібна стратегія, яка зможу обумовити всі процеси, що гальмують розвиток готельної сфери, а також працюватиме з тим же оцифруванням деяких послуг, що потребують цього .

Отже, готельна індустрія України має високий потенціал та продовжує розвивати свої готельні підприємства, не забуваючи про економічні сучасні зміни та впровадження до процесів роботи інноваційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Гостинний бізнес: теорія і практика : Навч. посібн. Київ : Центр учбової документації, 2017. 472 с.

2. Дудяк Р., Польнюк Х., Більський І. Становлення та розвиток індустрії громадського харчування в Україні. Вісник Львівського державного аграрного університету: довідник. К.: Знання, 2018. 114–118 с.

3. Дубина М. В., Козлянченко О. М. Концептуальні аспекти дослідження сутності діджиталізації та її ролі в розвитку сучасного суспільства. Проблеми і перспективи економіки та управління: довідник. М., 2019. 21–32 с.

4. Дубина М. В., Козлянченко О. М. Концептуальні аспекти дослідження сутності діджиталізації: навч. посібн. Київ, 2019. №. 3. 21–32 с.

5. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-гостинного підприємництва: Навч. посіб. К.: Центр учбової документації, 2007. 344 с.

УДК: 338.48:004

Опалов О.А.
к.е.н., доцент, Поліський національний університет
Горєва М.О.
студент, Поліський національний університет

ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

Сфера інформаційних технологій розвивається досить стрімко та стає невід'ємною частиною все більшої кількості галузей економіки. Індустрія туризму не стала виключенням. Використання інформаційних систем та технологій робить функціонування підприємств різного роду більш швидким та ефективним. Автоматизація згодом стосується все більшої кількості процесів.

Дана робота присвячена системам електронної комерції в туризмі. Під електронною комерцією розуміють ділові відносини, при яких взаємовідносини відбуваються в електронному варіанті. Такий бізнес має наступні етапи: маркетинг, виробництво, продаж та платежі. На кожному етапі інформаційні технології використовуються в різній мірі. Електронну комерцію поділяють на наступні види (табл.1.).

Таблиця 1.

Вид	Скорочення	Пояснення
business-to-business	B2B	Взаємодія між компаніями
business-to-consumer	B2C	Електронна роздрібна торгівля
business-to-administration	B2A	Взаємодія між компаніями та державними структурами
consumer-to-administration	C2A	Взаємодія між споживачами та державними структурами
consumer-to-consumer	C2C	Взаємодія між споживачами

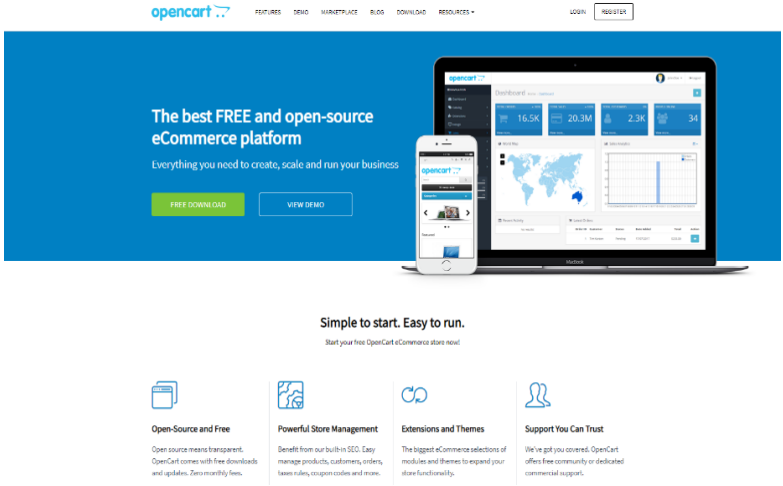
Системи, що використовує електронна комерція, значно спрощують процес обрання та оплату товару. Такі системи використовуються для обміну інформацією, встановлення контактів, продаж товарів та електронну оплату зниження затрат на обслуговування та ін. Однак при роботі із таким типом бізнесу, слід брати до уваги рівень інформаційної грамотності споживачів або партнерів. Адже це може бути суттєвою проблемою при подальших ділових відносинах.

Туристичний бізнес активно використовую технології електронної комерції. Найбільш популярними видами електронної комерції в галузі туризму можна назвати B2B та B2C. Далі наведемо відмінності між ними та приклади таких систем.

Метод B2B характеризується відносинами між виробником, що пропонує товар або послугу оптом, та підприємством, що надає таку послугу або товар споживачам в роздріб. Основна мета систем B2B – підвищити ефективність взаємодії компаній..

Це безкоштовна платформа з відкритим вихідним кодом, тож тут можуть також почати бізнес зовсім молоді компанії без додаткового бюджету на використання B2B платформ.

Рис.1. Головна сторінка сайту OpenCart.



Джерело: опрацьовано матеріали [4].

В мережі існує безліч платформ для продажів B2B: BigCommerce Підприємство, Shopify Plus, OpenCart, Magento, Shift4Shop, WooCommerce та ін. Розглянемо роботу платформи OpenCart

Прикладом систем B2B можуть бути відносини між турагентом та туроператором. На багатьох сайтах туристичних фірм можна знайти посилання на співробітництво: умови, можливість скласти угоду та ін Готелі або ресторани можуть робити закупки за допомогою спеціальних систем комерції. Глобальні системи бронювання не є виключенням. Вони пропонують інтернет-інтерфейс до своїх баз даних, що робить співробітництво різних туристичних організацій більш швидким та комфортним. Проте такі підприємства також можуть надавати послугу споживачам в роздріб при необхідності. До прикладу туроператор, що надає турагенствам на реалізацію тури, також може продавати тури вроздріб. Або готель, що надає певну кількість номерів туроператору, також дозволяє бронювати номери одиноким подорожуючим.

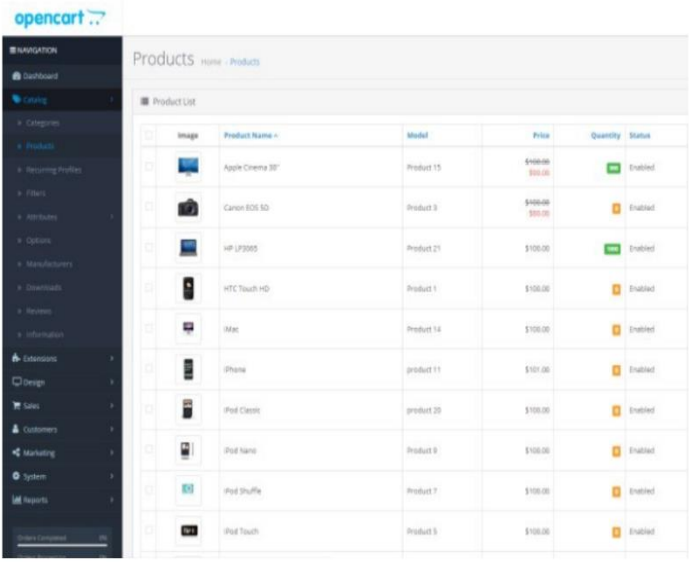


Рис.2. Робочий кабінет сайту OpenCart.

Джерело: опрацьовано матеріали [4].

Платформа пропонує вбудоване SEO. Тут легко керувати різними категоріями: продукти, клієнти, податки, купони та ін. OpenCart також має різні теми та модулі для електронної комерції та спеціалізовану підтримку. Звісно, користування такою платформою має свої плюси та мінуси. До плюсів належать безкоштовне завантаження, простий інтерфейс, можливість використовувати велику кількість інструментів, платформа багатомовна та багатовалютна, є система оцінок та огляд товарів. До мінусів можна віднести обов'язкові навички розробника, адже ви відповідаєте за розробку та обслуговування через самостійний хостинг. Хоча сама платформа і безкоштовна, користувачам необхідно використовувати платні доповнення та плагіни для повної функціональності платформи.

Метод B2C характеризується відносинами між виробником або продавцем товару чи послуги вроздріб та споживачем. Прикладом може виступати сайти продажу квитків (на літак, поїзд, корабель тощо), турів, квитків на виставки, фестивалі та будь-які інші події туристичного характеру. Такі сайти дозволяють не тільки придбати певні продукти, а також отримати консультацію онлайн.

Таким чином індустрія туризму активно використовує можливості інформаційних технологій для просування та продажу турпродукту. На різних інтернет ресурсах можна знайти інформацію про різні дестинації: культуру, клімат, ціни, культурні та історичні пам'ятки, готелі, кухню тощо. Ведення бізнесу за допомогою інформаційних систем має назву електронна комерція. Туристична галузь часто використовує системи B2B та B2C аби забезпечити кращу роботу підприємств.

Список використаних джерел:

1. Жалдака М. І. Інформаційні системи та мережеві технології. Київ. 2008. 211 с.

2. Кизим А. В. Информационные технологии в туризме : учебно-методическое пособие. Астрахань : Издательский дом «Астраханский университет», 2011. 146 с.

3. In-depth Report: B2B e-Commerce 2021. URL: https://www.statista.com/study/44442/in-depth-report-b2b-e-commerce/ (дата звернення: 03.12.2022).

4. OpenCart. URL: https://www.opencart.com/ (дата звернення: 04.12.2022).

УДК:004:338.48:640.41

Тищенко С.В.
к.е.н., доцент Поліський національний університет
Цимбал К.О.
студент, Поліський національний університет

ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Сучасний світ знаходиться під впливом цифровізації, яка кардинально змінює всі сфери соціально-економічного життя людини. Процес впровадження технологічних інновацій є значною тенденцією у розвитку суспільства. До технологічних інновацій відносять насамперед цифровізацію всіх процесів, а потім глобалізацію та екологізацію. Саме цифровізація є найбільш значущим інноваційним процесом у готельній сфері.

Готельна індустрія однією з перших відчула на собі процес цифровізації, так як вона є інформаційно насиченою галуззю людської діяльності, яка швидко реагує на всі зміни. Впровадження цифрових технологій у сферу готельного бізнесу формує нові тенденції його розвитку.

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності проблема оцінки впливу цифрових технологій на сферу готельного бізнесу є однією з найбільш актуальних та значущих у галузі. Готельна індустрія перетворюється на цифрову і цей процес неминучий. Гості вже давно обирають готелі онлайн та оплачують номери у додатках. Крім того дуже поширено в готелях активно використовувати vr-презентації, з допомогою яких готелі приваблюють потенційних відвідувачів. Штучний інтелект вираховує, коли вартість заселення в номери буде найвигіднішою, а чат-боти вирішують проблеми без участі людини.

На нашу думку, найуспішнішим цифровим рішенням для просування та покращення готельного бізнесу на сьогодні є VR-технологія. Ця технологія дає можливість по-новому відкрити світ.

Н. Бондар та однодумці зазначають, що використання технологій віртуальної реальності в індустрії гостинності має таке застосування [1, с. 4]:

– засіб планування та управління туристичними вподобаннями гостей, оскільки гості можуть оглянути краєвид з висоти пташиного польоту та зрозуміти, які місця варто відвідати; його найкраще використовувати в туристичних готелях для гостей, які можуть

використовувати віртуальну реальність для створення маршрутів подорожей;

– засіб дозвілля, що сприяє накопиченню віртуального досвіду від участі в польотах, тренажерах тощо;

– освітній інструмент для відвідувачів і персоналу готелю - інтерактивна форма забезпечує краще сприйняття і розуміння великого обсягу інформації;

– засіб залучення гостей до ресторану: за допомогою технології доповненої реальності можливий вибір страв за допомогою віртуального меню під час віртуальної екскурсії рестораном;

– спосіб бронювання номера та ознайомлення з готелем: формат 3D дозволяє «відвідати» номер і побачити вид з вікна ще до входу в номер.

Також існують інші інноваційні напрямки, які можуть змінити готельну сферу: машинне навчання та штучний інтелект. Спосіб застосування машинного навчання в готельному бізнесі – це розробка системи, яка дозволяє потенційному гостю вибрати готель та забронювати відповідний номер. Відповідно до побажаннь клієнта, технологія визначає, коли найкраще забронювати готель і при цьому ощадливо розпорядитися бюджетом.

На сьогодні через високий рівень конкуренції в індустрії гостинності, кожен із готелів бореться за увагу потенційного клієнта. Тому в готельній справі, в першу чергу, необхідно знати, чому віддає перевагу і що бажає бачити та отримати майбутній гість. За допомогою цифрових технологій цілком реально залучити клієнтів.

Дуже успішні на ринку голосові помічники від Apple, Google, Amazon. Вони завойовують усі сфери життя людей – від покупки продуктів і аж до консультацій. Як показують дані опитувань, дедалі більше людей довіряють електронним помічникам свої повсякденні справи. Багато готелів сьогодні пропонують своїм клієнтам сервіси, за допомогою яких можна зареєструватись на їх сайті, отримати всю потрібну інформацію про готель, бронювання номерів та оренду автомобіля за необхідності.

Асистент від Amazon має функцію Alexa for Hospitality, розроблену спеціально для готелів. Задум такий, що кожен номер буде оснащений пристроєм Amazon Echo, за допомогою якого клієнт зможе замовляти їжу в номер, прибирання, керувати телевізором, освітленням, шторами в номері, бронювати таксі і таке інше.

У галузі готельного бізнесу великої популярності набули чат-боти. З-за допомогою віртуального спілкування можна детально дізнатися про готель, почитати відгуки від інших постояльців. Чат-боти мають

таку перевагу, як спілкування з клієнтами 24/7, дана технологія покращує користувальницький досвід, просуває продукт і при цьому жодних витрат на персонал, оренду приміщень та особисті зустрічі. Це ідеальний інструмент для сфери готельного бізнесу, тому що продумано все до дрібниць та готелі, які використовують цей канал комунікацій, будуть процвітати [2, с. 229].

Mindsay – приклад такого чат-бота, дана платформа дозволяє автоматизувати до 80% запитів користувачів 110 мовами світу. Система також зручна для автоматизації бронювань та замовлень. За допомогою технології віртуальної реальності можна здійснити подорож по будь-якому готелю, розглянути номери та види з них. Тому дана технологія широко застосовується у просуванні готельного продукту.

Наприклад, американська компанія Travel World VR пропонує туристичним операторам створювати VR-презентації своїх турів, починаючи від оглядових фільмів про міста та регіони, закінчуючи презентаціями окремих готелів та пляжів. І таких подібних компаній – безліч. Така ідея просування готельного бізнесу дуже незвичайна та ефективна, так як ймовірність позитивного рішення та бронювання номерів дуже висока, успіх готелю буде однозначно.

Але в Україні, на жаль, поки що немає таких турфірм, які співпрацюють із TravelWorldVR. Водночас готельна індустрія – одна з найблагодатніших для впровадження та розвитку цифрових технологій. Будь-яка компанія апріорі, що поважає себе, повинна бути присутня в цифровому форматі. Адже не можна досягти успіху в будь-якій справі без впровадження інновацій.

Отже, із проведеного дослідження можна зробити висновок, що вплив глобальної цифровізації на індустрію гостинності є досить серьезний, що призвів до кардинальних змін вже зараз і це відображається на готельній індустрії. Трансформація відбувається дуже швидко та стрімко. Створення цифрових платформ принципово змінює відносини між суб'єктами готельного ринку, тим самим відтісняє посередників. Також цифрова трансформація відкриває нові можливості для розвитку у готельному бізнесі.

Список використаних джерел:

1. Бондар Н., Боцян Т., Шаран, Л. Імерсивні технології в готельному бізнесі: аналіз світового досвіду. *Економіка та суспільство*, (45). 2022. С. 1–8.

2. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*, (38), 2021. С. 226-235.

УДК 338.48:379.85

Кудінова І.П.
к.е.н., доцент, Національний університет біоресурсів і природокористування України

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПОСЛУГИ

Вплив соціальних медіа – соціальних мереж, тревел-блогів та форумів зростає з кожним роком. Згідно опитувань і досліджень можна зазначити, що понад 25% опитаних заявили, що саме соціальні мережі впливають на їхню думку при виборі місця проживання та харчування. 75% респондентів зазначають, що саме соціальні мережі залишаються першоджерелом туристичної інформації [3]. Зрозуміло, що на вибір потенційних туристів впливають і тексти, і розповіді, і блискучі фотографії, відгуки та інший контент, що ініційований іншими користувачами. При цьому розповідям і відгукам інших туристів довіряють понад 50% опитаних.

Зрозуміло, що саме соціальні мережі є частиною інтерактивних засобів масової інформації та каналом комунікації як окремих туристів, так і туристичних агентств та компаній. Всесвітня туристська організація ООН (ЮНВТО) також визнає, що соціальні медіа в туризмі відіграють важливу роль. Екскурсанти, туристи і бізнесмени застосовують свої смартфони та планшети для пошуку інформації та, щоб залишити відзив про місце їхнього відпочинку. Дослідження World Travel Monitor, проведене ЮНВТО [1], показало таке:

- 40 % міжнародних туристів подорожують зі смартфонами, які, окрім інших зручних функцій, мають доступ до Інтернету та e-mail;

- 40 % користувачів смартфонів використовують їх для отримання інформації про напрямок;

- 26 % туристів і 34 % ділових мандрівників смартфони потрібні для того, щоб поміняти бронювання готелю та інших послуг під час подорожі.

Більше третини міжнародних туристів саме за допомогою смартфонів здійснюють доступ до соціальних мереж - публікують контент у своїх блогах, на сторінках у Facebook, діляться фотографіями у Twitter чи Flickr, поки перебувають у поїздці.

Найчастіше до соціальних медіа відносять: соціальні мережі (наприклад, MySpace, Facebook), блоги (наприклад, Blogger, LiveJournal) і мікроблоги (наприклад, Twitter), форуми, сайти відгуків, фотохостинги і відеохостинги та інші. Усі соціальні медіа мають певні властивості, які визначають їхні особливості та специфіку. Перш за все, це інтерактивність, як засіб комунікації між туристами та обміну різного роду контентом, що і є основою розвитку інформатизації та цифровізації туризму.

Крім цього, соціальні медіа мають властивості комунікативності, мобільності, доступності, універсальності. Соціальні мережі дають змогу формувати ком'юніті (група людей із близькими інтересами, які спілкуються через Інтернет), підвищувати лояльність клієнтів до туристичного підприємства або до конкретного туристичного продукту, дають змогу використовувати адресну розсилку, впроваджуючи принцип таргетування в просуванні турів і крім цього охоплюють велику за обсягом аудиторію з високим іміджем (за допомогою публікацій і вподобайків).

Зазначимо, що соціальні мережі змінили спосіб створення надійних брендів. Пройшли часи брошур і рекламних щитів для індустрії туризму. Запорукою успішного туристичного бізнесу є використання Інтернету для туристичного

маркетингу. І соціальні мережі тут також мають широкі можливості для туристичних компаній.

Список використаних джерел:

1. UNWTO. URL : www.unwto.org(дата звернення: 11.06.2023).

2. Світові тенденції розвитку туризму. URL: https://articlekz.com/ (дата звернення: 01.06.2023).

Кудінова І.П. Цифрові технології в туризмі // Збірник матеріалів VIII Міжнародної науково-практичної конференції "Глобальні та регіональні проблеми інформатизації в суспільстві і природокористуванні 2020", 14-15 травня 2020.

Секція 6. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ОРІЄНТАЦІЯ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

УДК: 658.1

Осіпчук А.С.
асистент, Поліський національний університет
Бовсуновський Д.І.
студент, Поліський національний університет

ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ТЕРНОПІЛЬ-ГОТЕЛЬ»

Система управління фінансовими результатами підприємств готельної індустрії представляє собою комплекс пов'язаних між заходів собою, управлінських рішень, вбудованих у загальну систему управління готельним підприємством, маючи на меті забезпечення переважно власними грошовими та виробничими ресурсами діяльності, прибутковості, інноваційного розвитку, а також соціального та матеріального заохочення своїх працівників.

Одним із найважливіших показників ефективності діяльності ПрАТ «Тернопіль-готель» є фінансовий результат: прибуток чи збиток. ПрАТ «Тернопіль-готель» (код ЄДРПОУ 14038383) засновано 04.08.1997 року в місті Тернопіль. Основний вид діяльності за КВЕД 2010 55.10 Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування [1, 3]. Проаналізуємо динаміку і склад доходів ПРАТ «Тернопіль-готель» в таблиці 1.

Таблиця 1

Динаміка і склад доходів ПРАТ «Тернопіль-готель»

Показник	Роки						2021 р. до 2019 р.	
	2019 р.		2020 р.		2021 р.			
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	+, -	в %
Чистий дохід від реалізації послуг	21551	100,0	8481	59,6	20338	99,97	-1213	94,4
Інші операційні доходи	-	-	-	-	6	0,03	6	-

Продовження табл..1

Інші фінансові доходи	-	-	-	-	1	0,00	1	-
Інші доходи	7	0,0	5756	40,4	-	-	-7	-
Всього доходів	21558	100,0	14237	100,0	20345	100,0	-1213	94,4

Джерело: дані ПРАТ «Тернопіль-готель»

Дані таблиці 1 показують, що доходи готелю зменшилися на 1213 тис. грн чи на 5,6% і в 2021 році становили 20345 тис. грн. В структурі доходів готелю в 2021 році питома вага доходів від реалізації послуг становила 99,97%, що менше 2019 року на 0,03%. Проаналізуємо динаміку і склад витрат ПРАТ «Тернопіль-готель» в таблиці 2.

Таблиця 2

Динаміка і склад витрат ПРАТ «Тернопіль-готель»

Показник	Роки						2021 р. до 2019 р.	
	2019 р.		2020 р.		2021 р.			
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	+, -	в %
Собівартість реалізованих послуг	17666	82,4	10814	76,2	14357	75,7	-3309	81,3
Адміністративні витрати	2629	12,3	2339	16,5	3116	16,4	487	118,5
Витрати на збут	396	1,8	239	1,7	691	3,6	295	174,5
Інші операційні витрати	198	0,9	128	0,9	185	1,0	-13	93,4
Фінансові витрати	-	-	490	3,5	338	1,8	338	-
Інші витрати	111	0,5	57	0,4	245	1,3	134	220,7
Податок на прибуток	438	2,0	121	0,9	40	0,2	-398	9,1
Всього витрат	21438	100,0	14188	100,0	18972	100,0	-2466	88,5

Джерело: дані ПРАТ «Тернопіль-готель»

Дані таблиці 2 показують, що витрати готелю зменшилися на 2466 тис.грн. чи на 11,5% і в 2021 році становили 18972 тис.грн. Найбільш відчутно на зміну витрат ПРАТ «Тернопіль-готель» вплинуло зменшення собівартості реалізованих готельних послуга саме зменшення витрат в 2021 році порівняно 2019 року на 3309 тис.грн чи на 18,7%. В структурі витрат в 2021 році питома вага собівартості наданих готельних послуг становила 75,7%.

Проаналізуємо формування фінансового результату ПрАТ «Тернопіль-готель» за «Звітом про сукупний дохід» в таблиці 3.

Таблиця 3

Формування фінансового результату ПрАТ «Тернопіль-готель»

Показник	Роки			2021 р. до 2019 р.	
	2019	2020	2021	+, -	в %
Чистий дохід від реалізації продукції	21551	8481	20338	-1213	94,4
Собівартість реалізованої продукції	17666	10814	14357	-3309	81,3
Валовий прибуток (+), збиток (-)	3885	-2333	5981	2096	154,0
Інші операційні доходи	-	-	6	6	-
Адміністративні витрати	2629	2339	3116	487	118,5
Витрати на збут	396	239	691	295	174,5
Інші операційні витрати	198	128	185	-13	93,4
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (+), збиток (-)	662	-5039	1995	1333	301,4
Інші фінансові доходи	-	-	1	1	-
Інші доходи	7	5756	-	-7	-
Фінансові витрати	-	490	338	338	-
Інші витрати	111	57	245	134	220,7
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (+), збиток (-)	558	170	1413	855	253,2
Витрати (дохід) з податку на прибуток	438	121	40	-398	9,1
Чистий фінансовий результат: прибуток (+), збиток (-)	120	49	1373	1253	1144,2

Джерело: дані ПрАТ «Тернопіль-готель»

Фінансовий результат ПрАТ «Тернопіль-готель» в 2021 році становив 1373 тис.грн. прибутку, що краще 2019 року на 1253 тис.грн чи на 1044,2%, оскільки в 2019 році було отримано 120 тис.грн. прибутку. Отже готель є успішним підприємством, яке зуміло навіть в рік пандемії отримати прибуток.

Список використаних джерел:

1. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності, затверджені Наказом Мінфіну України від 28.03.2013 р. № 433 [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://dtkt.com.ua/show/2cid010035.html.
2. Масленніков Є. І., Чкан А. А. Дослідження розвитку ринку фінансових послуг України. *Економіка: реалії часу*. *Науковий журнал*. 2012. № 2 (3). С. 105-110.
3. Фінансова звітність ПрАТ «Тернопіль-готель» за 2019-2021 роки. URL: http://ternopilhotel.pat.ua/emitents/reports

УДК: 338.48

Осіпчук А.С.
асистент, Поліський національний університет
Сахненко А.М.
студент, Поліський національний університет

РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Індустрія гостинності – це широка категорія сфер у галузі послуг, яка включає житло, харчування та напої, планування подій, тематичні парки, туристичні агентства, туризм, готелі, ресторани та бари. Ціль індустрії гостинності – надати відвідувачам приємний досвід. Попри того, чи це задоволення приходить від смачної їжі, відпочинку в розкішному спа-центрі чи гарного нічного відпочинку далеко від дому, подбати про кожного окремого гостя є найважливішим.

Різниця між туризмом та гостинністю полягає в наступному: гостинність – це сфера, яка зосереджена на наданні місць для відвідувачів у чудовому житлі пов'язаних із галуззю гостинності, такі як: готелі, мотелі, ресторани; а також такими зручностями, як: казино, круїзні судна, конференц-центри; туризм – зосереджений на наданні

якісних, визначних пам'яток і подій, щоб спонукати туристів приїхати [1]. Колись все почалося з надання лише місця для сну, традиційна індустрія гостинності перетворилася на те, що ми бачимо сьогодні. Незважаючи на всі зміни, які бачила галузь, клієнт завжди був у центрі. Він постійно розвивається, щоб стати більш сучасним. У цьому новому столітті готелі буквально досягли нових висот. Деякі з найвищих готелів були збудовані в 21 столітті. Технологічні досягнення у галузі інженерного проектування зробили все це можливим [4].

Після початку повномасштабної війни 24 лютого 2022 року, що призвели до великих людських втрат та гуманітарної кризи, почалась економічна, політична та соціальна нестабільність. Щоб відновити економіку України, усі підприємства, включно з гостинним бізнесом, мають продовжувати працювати, хоча це складне, але надважливе завдання.

Проведено онлайн-опитування серед 282 представників готельного бізнесу в Києві, Сумах, Чернігівській, Дніпропетровській, Харківській, Полтавській, Івано-Франківській, Львівській, Тернопільській та Закарпатській областях. За результатами, у 2022 році майже 23% представників індустрії гостинності призупинили свою діяльність, а 54% працювали лише частково. Багато опитаних готелів і ресторанів (36%) поступово змінили та адаптували свої бізнес-стратегії (рис. 1) [3].

Рис. 1 Статистика готельного бізнесу у 2022 році
Джерело: на основі [4].

У більш ніж половини представників сфери гостинності витрати зросли на 20-50%, а прибуток знизився більш ніж на 20%. Критичними наслідками повномасштабної війни для українського ринку гостинності є порушення ланцюгів поставок, зниження купівельної спроможності споживачів, зміна споживчого попиту, дефіцит окремих видів продукції, дефіцит персоналу, збитковість бізнесу[2].

Туристична індустрія, як і будь-яка інша сфера, досить істотно страждає від війни. У той час, як у Києві, наприклад, деякі готелі надають підтримку територіальній обороні, військовослужбовцям готують та доставляють їжу захисникам. У тимчасово окупованих містах будь-яка діяльність майже припинена, і готелі, як і раніше, використовують можливості, якщо такі є, щоб допомогти місцевому населенню.

Отже, готельєри, ресторатори та інші представники туристичного бізнесу у повоєнний час відновлять свою діяльність і повинні бути готові до зростаючого попиту національного продукту гостинності. Оскільки сфера гостинності перетворилася з «готельного бізнесу» та «туроперевезень» на галузь, яка відрізняється своєю складністю та різноманітністю послуг, вона в перспективні займе визначну роль у формуванні фінансових надходжень в економіку України. Готельна індустрія завжди вносила великий внесок у дохід будь-якої здорової економіки.

Список використаних джерел:

1. Еволюція індустрії гостинності : веб-сайт. URL: https://hospitalityinsights.ehl.edu/hospitality-industry (дата звернення: 31.05.2023)
2. Індустрія гостинності чи туризму? : веб-сайт. URL: https://infotour.in.ua/skobkin2.htm (дата звернення: 31.05.2023).
3. На початку війни готельний бізнес України обвалився на 90%. *Журнал «Forbes»* : веб-сайт. URL: https://forbes.ua/company/na-pochatku-viyni-gotelniy-biznes-ukraini-obvalivsya-na-90-chi-e-nadiya-na-vidnovlennya-14102022-9033 (дата звернення: 31.05.2023).
4. Пандяк І. Феномен індустрії гостинності: дефініція поняття, основні підходи, структура. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2016. Вип.50. С.277-285.

Секція 7. СТРАТЕГІЯ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ: МІЖНАРОДНИЙ, НАЦІОНАЛЬНИЙ І РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТИ

УДК: 338.48

Осіпчук А. С.
асистент, Поліський національний університет
Петренко О. В.
студент, Поліський національний університет

ВПЛИВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ

Роль міжнародного туризму, як фактору впливу на розвиток економіки будь-якої країни, зростає з кожним роком у зв'язку з ескалацією світових глобалізаційних процесів. Міжнародне співробітництво у галузі туризму стимулює зростання фінансових надходжень до країни, рівня зайнятості населення та його соціального забезпечення і, в результаті, пришвидшує економічне зростання.

Україна має вдале географічне розташування та багатий набір рекреаційних ресурсів, а також культурно-історичних пам'яток, що надає їй значні перспективи для інтенсивного розвитку туристичної галузі та шанси отримати високий рейтинг показників розвиненості міжнародного туризму серед високорозвинених країн. Така можливість має місце бути у випадку, якщо туристична галузь стане однією з провідних в економіці держави. Важливе місце у формуванні потужної туристичної галузі займає євроінтеграційний процес, проте без вирішення наявних внутрішніх проблем, які стримують залучення країни до міжнародного туризму, ефективний розвиток туризму неможливий.

Серед таких проблем, що гальмують просування міжнародного туризму в Україні, виділяють:

- військові дії на території країни та пов'язана з ними постійна небезпека;
- недосконале регулювання туристичної сфери з боку держави;
- недостатнє залучення інвестицій;
- невідповідність послуг, що надаються, міжнародним стандартам;

- слаборозвинена забезпечуюча туристична інфраструктура;
- недостатня кваліфікованість працівників сфери туризму тощо [3, с. 113-114].

Комплекс туристичних послуг в Україні, що сформувався впродовж багатьох років, потребує змін, наприклад, пристосування до сучасних світових стандартів, зміни системи регулювання туристичної галузі державою, розбудови сучасних та надійних підприємств, закладів з надання туристичних послуг. Завдяки удосконаленню туристичної інфраструктури структури, як складової національної економіки, на країну чекатимуть стрімкі позитивні зрушення в соціальному та економічному напрямі.

Туризм в Україні відзначається водночас позитивними (посилене використання ресурсної бази, побудова сучасних готелів та ресторанів, орієнтованих на європейські стандарти, використання інформаційних технологій в галузі) та негативними (військовий стан на території країни, обмежений спектр послуг, складна економічна ситуація) властивостями розвитку, тим не менш, основні перешкоди можливо подолати шляхом зміни регулювання галузі та покращення механізмів управління. Аналізуючи досвід інших країн, варто зауважити, що формування належної регіональної управлінської системи займає важливе місце у регулюванні функціонування підприємств туристичної галузі. Серед головних напрямів системи регіонального керування туризмом могли б бути: адаптація системи регіонального керування туристичною галуззю за досвідом успішних іноземних дестинацій, імплементація проектів щодо розвитку національного туристичного продукту, планування конкретних кроків для досягнення поставлених цілей. Звертаючи увагу на тенденції розвитку туризму за кордоном, варто відзначити основні з них: активне використання сучасних цифрових технологій, урізноманітнення туристичних продуктів та розширення їх асортименту, підвищення якості туристичних послуг у зв'язку з вищими вимогами споживачів [2, с. 51-52].

Стратегічною ціллю удосконалення туристичної галузі в Україні вважається розробка конкурентоспроможного турпродукту, придатного для задоволення якомога більшої кількості потреб туристів і туристичного розвитку країни та, в результаті, її соціально-економічного життя, а також формування унікального туристичного бренду на міжнародному ринку. Розвиток туризму чинить вагомий вплив на формування бюджету країни, тому державі важливо підтримувати діяльність туристичної сфери на комплексному рівні навіть протягом кризових періодів.

Завдяки вдалому географічному розташуванню та різноманітності ландшафтів, сприятливим кліматичним умовам, багатому рекреаційному, природному та культурно-історичному потенціалу, Україна має всі шанси на інтенсивний та успішний розвиток туризму та створення потужної конкурентоспроможної туристичної бази. Для реалізації стратегії сталого розвитку туристичної сфери в Україні варто звернути увагу на її основні складові, серед яких: економічна (злагоджене функціонування сфер народного господарства), соціальна (підвищення рівня економічного добробуту населення) та екологічна (захист, підтримка та відновлення ресурсного потенціалу); саме вони є базовими тенденціями сучасного розвитку туризму в іноземних країнах [1, с. 144-145].

Отже, міжнародний туризм є потужним джерелом розвитку соціально-економічного життя України. Розглядаючи перспективи вітчизняної туристичної галузі можливо передбачити позитивні тенденції її становлення та подальшого розвитку. Задля цього необхідно подолати наявні проблеми у вигляді відсутності чіткого регулювання туристичної галузі, слабкої туристичної інфраструктури, відсутності достатнього залучення іноземних інвестицій та формування попиту на унікальний національний туристичний продукт.

Список використаних джерел:

1. Гук Н. А. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток держави. *Актуальні проблеми моделювання та управління соціально-економічними системами в умовах глобалізації*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Дрогобич, 2018. С. 143–147.

2. Кіш Г.В. Міжнародний туризм та його вплив на соціально-економічний розвиток України. *Сучасні чинники розвитку міжнародних відносин та зовнішньої політики держави*: економічні та інституціональні аспекти: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Запоріжжя, 2018. С. 49–52.

3. Соловей І. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток України. Сталий розвиток аграрної сфери: інженерно-економічне забезпечення: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. Бережани, 2022. С. 113–115.

УДК 379.85

Балджи Марина Дмитрівна
д.е.н., професор,
Одеський національний морський університет

РОЗВИТОК ТРУДОВОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ДЕСТИНАЦІЙ

Період після війни може бути складним для туризму в Україні, особливо в тих регіонах, які були безпосередньо зруйновано військовими діями. Відновлення інфраструктури, економіки та соціальної сфери може зайняти багато часу та коштів, тому туристична індустрія має бути готова до прийняття гостей на новому рівні.

Актуальність обраної ідеї полягає у застосуванні на новому рівні трудового туризму, який дозволить вирішувати дві проблеми: приймати туристів з метою їх залучення для відновлення повоєнної України та ознайомлювати з різноманіттям незруйнованих туристичних дестинацій.

У світовому досвіді трудовий туризм використовувався у Фінляндії [2] (фактично це робота з метою заробітку), на Фарерських островах (залучення волонтерів для відновлення туристичних об’єктів) [3] та ін.

Саме туристи можуть стати важливими помічниками у відновленні територій, які постраждали під час війни, оскільки зможуть відбудовувати зруйноване, створювати нове з метою відродження міст, містечок та селищ й становленню добробуту місцевого населення. Крім того, безпосередньо туризм допоможе зміцнити культурний зв'язок між різними країнами та народами, що сприятиме миру та подальшій співпраці. Подорожі після війни можуть стати суттєвим способом дізнатися більше про історію та культуру різних територій України, а також про місцеве населення та особливості їх життя. Такі поїздки дозволять побачити місця, які б ніколи не побачили туристи в інших життєвих умовах і отримати подвійну порцію задоволення від здійсненого. Пропонується застосування на новому рівні трудового туризму, який поєднує елементи різних видів туризму [1]:

- культурно-пізнавального,
- екологічного (зеленого),
- сільського,
- активного та ін.

В процесі праці люди об'єднуються, розвиваються духовно і фізично, отримують позитивні емоції від результатів своїх дій. Важливі елементи відновлення України у змісті праці, висувають посилені вимоги до розробки конкретних програм, які можуть бути створені на зруйнованих територіях, що сприятиме не тільки їх відновленню, а й забезпечення населення робочими місцями. Тому провідними напрямами діяльності суспільства мають бути не тільки підготовка підростаючого покоління до праці, залучення його до конкретного виробництва, а й забезпечення необхідних умов для роботи, які б сприяли високопродуктивній праці туристів під керівництвом фахівців, які володіють високою професійною майстерністю та новаторством.

І як наслідок, турист-волонтер отримує задоволення від наслідків своєї роботи та, безпосередньо, від отриманих результатів. До того ж, трудовий туризм виступає економним способом відпочинку, при залученні мінімальних ресурсів та в результаті – найменших витрат.

Турист, набуваючи певного досвіду, паралельно долучається до багатогранних суспільних відносин, при чому зростає власна активність особистості, розуміння культурних і історичних цінностей, природного і соціального середовища. До того ж в процесі трудового туризму замовником, яким виступає громада, визначаються види діяльності, яким надається перевага. Ефективний процес передбачає, насамперед, набуття практичного досвіду в процесі трудової діяльності.

Виконуючи трудові функції, особистості взаємодіють одна з одною та місцевими мешканцями, що дозволяє формувати людські відносини і дізнаватись з першоджерел саме про історію подій, культуру краю, менталітет жителів тощо. Трудовий туризм виступає тією первинною категорією, яка відбиває всю різноманітність людських відносин і є загальною базою, підґрунтям усіх соціальних явищ та процесів, що відбуваються в суспільстві. Пріоритетного статусу праця набуває завдяки тому, що створює цінності й здатна задовольняти різноманітні потреби людей.

Отже, туризм в Україні, у повоєнний час, буде розвиватись і цьому є всі передумови: іноземці захочуть відвідати «країну незламних» та й українці захочуть більше подорожувати по своїй країні, насолоджуючись вільною державою.

Список використаної літератури:

1. Про туризм: Закон України. URL : http://surl.li/pyyw
2. Трудовий туризм у Фінляндії. URL : http://surl.li/ffmbf
3. Трудовий туризм: як відвідувачі допомагають «ремонтувати» Фарерські острови. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/features-48280114

Наукове видання

ТУРИЗМ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА НАЦІОНАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ

МАТЕРІАЛИ

ІІ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції

(м. Житомир, 15-16 червня 2023 р.).

Надруковано з оригінал-макета замовника
Підписано до друку 16.06.2023. Формат 60х84/8. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Друк різографічний. Умовн. друк. арк. 10,1 Наклад 50 прим. Замовл. №7.

Видавництво ПНУ ДК № 3544 від 05.08.09 р. м. Житомир, вул. Бульвар Старий, 7 тел.: (0412) 422-106