

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ТУРИСТИЧНА АСОЦІАЦІЯ УГОРЩИНИ «КАРПАТИ-ТІСА»
КОШИЦЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (СЛОВАЧЧИНА)
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БОЛГАРСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТСЬКИЙ КОЛЕДЖ
ВИЩА ШКОЛА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
І СУСПІЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ХЕЛМІ (ПОЛЬЩА)
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ ЧДТУ

**МАТЕРІАЛИ
Х МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ
БІЗНЕС В УКРАЇНІ:
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ»**

21–22 березня 2019 року

м. Черкаси

Том 1

Черкаси



2019

УДК 379.85:640.4(063)

М 34

Матеріали Х Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання» : 21–22 березня 2019 року, м. Черкаси [Електронний ресурс]: у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Т. 1. – Черкаси : ЧДТУ, 2019. – 195 с. – Назва з титульного екрана.

Зам. № 19-046

Обл.-вид. 11,96



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ТУРИСТИЧНА АСОЦІАЦІЯ УГОРЩИНИ «КАРПАТИ-ТІСА»
КОШИЦЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (СЛОВАЧЧИНА)
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БОЛГАРСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТСЬКИЙ КОЛЕДЖ
ВИЩА ШКОЛА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
І СУСПІЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ХЕЛМІ (ПОЛЬЩА)
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ ЧДТУ**



**МАТЕРІАЛИ
Х МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС
В УКРАЇНІ:
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ»**

**21–22 березня 2019 року
м. Черкаси**

Том 1

Черкаси



2019

УДК 379.85:640.4(063)
ББК 65.433
М 34

Редакційна колегія:

Григор О.О., к.н.держ.упр., доцент;
Лазуренко В.М., д.і.н., професор;
Бушин М.І., д.і.н., професор;
Чепурда Л.М., д.е.н., професор;
Чепурда Г.М., д.і.н., професор

Відповідальна за випуск: Тихоненко Ю.М., к.і.н.

М 34 **Матеріали** X Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання» : 21–22 березня 2019 року, м. Черкаси [Електронний ресурс]: у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Т. 1. – Черкаси : ЧДТУ, 2019. – 195 с.

Розглянуто актуальні питання стратегічного розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні і світі. Проаналізовано сучасні тенденції, проблеми державного регулювання та інтеграції України до світового простору в галузі туризму. Розкрито актуальні проблеми менеджменту та маркетингу, планування та прогнозування діяльності підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Проаналізовано науковий базис новітніх технологій в галузі туризму.

Для науковців, студентів, аспірантів та фахівців галузі.

УДК 379.85:640.4(063)
ББК 65.433

ЗМІСТ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Чепурда Л.М. РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	8
Чепурда Г.М. ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА СЬОГОДЕННЯ.....	11
Hladkyi O.V. HEALTH TOURISM AS A BRAND-NEW SECTOR OF TOURISM BUSINESS DEVELOPMENT IN UKRAINE.....	14
Мельниченко С.В. БРЕНД ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	17
Тітомир Л.А., Данилова О.І. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ.....	19
Мезенцева І.В., Ольхова-Марчук Н.В. РОЗВИТОК ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ В ЛУЦЬКУ.....	22
Смочко Н.М. ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ ЯКІСНОЇ МОДЕЛІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ РЕКРЕАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ.....	25
Дашук Ю.Є., Лепкий М.І. ДЕЯКІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ.....	28
Ткачова С.С. ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА МОДЕЛЬ МАСШТАБУВАННЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	31
Головата К.Ю., Медвідь І.М., Доценко В.Ф. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ АНТИВІКОВОГО МЕНЮ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ПРИ ГОТЕЛЯХ.....	34
Кушнірук Г.В., Петришин Д.Р. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ.....	37
Рибальченко Н.П. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ.....	40

ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОГО ПРОСТОРУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Гриньох Н.В. СОЦІАЛЬНИЙ ТУРИЗМ У КОНТЕКСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА.....	42
Дутчак О.І. УМОВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА У СФЕРІ ТУРИЗМУ II ПОЛОВИНИ ХХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТ.....	44
Сокол Т.Г. ДО ПИТАННЯ ПРО ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР В УКРАЇНІ.....	47
Тептюк Л.М. ОСОБЛИВОСТІ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ КАТЕГОРИЗОВАНИХ ГОТЕЛЕЙ УКРАЇНИ.....	50

Худoley О.С. ПІДПРИЄМСТВО ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК СУБ'ЄКТ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	52
Куракін О.Б. ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ЗАКЛАДІВ ХАРЧУВАННЯ ПРИ ГОТЕЛЯХ В УКРАЇНІ	53

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Свідло К.В., Григоренко А.М. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ХАРКІВЩИНІ	57
Ніколайчук О. А. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ТУРИЗМУ У КРИВОМУ РОЗІ	59
Плецан Х.В. ІННОВАЦІЇ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В СФЕРІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	62
Халілова-Чуваєва Ю.А., Сорокіна Н.С. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	66
Фрей Л.В. АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ УКРАЇНИ	69
Івашина Л.Л. НЕТРАДИЦІЙНІ ТА ОРИГІНАЛЬНІ ПОСЛУГИ ТА ЇХ ПРОПОНУВАННЯ СПОЖИВАЧАМ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	72
Тихоненко Ю.М. ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК СУЧАСНИЙ КАТАЛІЗАТОР РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	75
Білостоцька О.Р., Шидловська О.Б. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВІТНИХ СПОРТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНІ ПОСЛУГИ	78
Субота В.В. РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	80
Жуков Є.В. ПРОЦЕДУРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕЧНОСТІ СЛУЖБОЮ FOOD&BEVERAGE СТУДЕНТСЬКОГО ХОСТЕЛУ ХАРКІВСЬКОЇ АКАДЕМІЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ	82

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Сидоренко І.О. УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ ПОТЕНЦІАЛОМ У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	84
Юхновська Ю.О. ТЕОРІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	87
Дяченко Л.А. РОЗВИТОК ТУРИЗМУ У КОНТЕКСТІ «ЕКОЦЕНТРИЗМУ»	90
Белікова М.В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИХ ЗАПОВІДНИКІВ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ	92
Шестель О.Г., Заїка О.І. РОЛЬ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ	95
Герман І. В. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ	97

Ярославська Л.П., Загородній В.В. ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ М. ЧЕРКАСИ.....	100
Мариненко С.І., Мариненко Г.П. ПОТЕНЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ЧЕРКАЩИНІ.....	103

ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Роскладка А.А., Роскладка Н.О. ПРОГНОЗУВАННЯ ЦІН НА ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ ЗАСОБАМИ СИСТЕМИ «CURVE EXPERT»	106
Маланюк Т.З. ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МІСТОБУДУВАННЯ М. ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА.....	109
Бєляєва С.С. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ НАУКОВО-МЕТОДИЧНОЇ ЛІТЕРАТУРИ З ПРОБЛЕМ РОЗРОБКИ ТА ЗАСТОСУВАННЯ ВІДПОВІДНОЇ МЕТОДИКИ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ.....	112
Корнілова Н.В. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМАТИКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ВЕЛОСИПЕДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	115
Загородній В.В., Ярославська Л.П. ТУРИСТСЬКИЙ ПІШОХІДНИЙ ПОХІД – ОДИН ІЗ ОЗДОРОВЧИХ НАПРЯМІВ РЕКРЕАЦІЇ.....	118
Онопрієнко О.В., Онопрієнко О.М. СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ РЕКРЕАЦІЇ.....	121
Матусевич А.М., Кандиба П.О., Лавренюк С.А. ТРАВМАТИЗМ ПІД ЧАС ЗАНЯТЬ З ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ	124
Матусевич А.М., Кандиба П.О., Лавренюк С.А. ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ	126
Данилюк А.М. СИНЕРГІЯ ГАЛУЗЕЙ КУЛЬТУРИ І ТУРИЗМУ – ВЗАЄМОВИГІДНЕ ПАРТНЕРСТВО	128
Литвин Т.П. SWOT-АНАЛІЗ ЯК МЕТОД СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО АГЕНТСТВА	132

ІСТОРИЧНЕ КРАЄЗНАВСТВО ЯК РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Волохова О.В., Крижановська О.Т. ЗАНЯТТЯ НА ЕКОЛОГІЧНИХ СТЕЖКАХ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ЕКОТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ НПП «ГОЛОСІВСЬКИЙ».....	135
Дзима В.В. ВІД МОГИЛИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА ДО ШЕВЧЕНКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАПОВІДНИКА	137
Філіпович Т.І. «А Я ТАК МАЛО, НЕБАГАТО БЛАГАВ У БОГА ТІЛЬКО ХАТУ»	141
Дмитрук В.І. ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНИЙ ФОНД КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ ЯК РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	144
Миколенко Л.В., Чулкова Т.М., Ярмош Т.В. ТРАДИЦІЙНИЙ НАРОДНИЙ ОДЯГ ЯК ДЖЕРЕЛО ВИВЧЕННЯ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ КАНІВЩИНИ.....	146

Стадник І.Ю. НАЦІОНАЛЬНИЙ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК «ЧИГИРИН» ЯК ОБ'ЄКТ КРАЄЗНАВЧО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	148
Семененко М.Г. КОРСУНЬ-ШЕВЧЕНКІВСЬКИЙ – ТУРИСТИЧНЕ МІСТО ...	151
Лисенко А.І. МУЗЕЇ ЧЕРКАЩИНИ ЯК ОБ'ЄКТИ ТА СУБ'ЄКТИ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ	153
Ілляшенко Ю.Ю. СКАНСЕНИ УКРАЇНИ ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС	155

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ

Унрод В.І., Kaczmarek В., Хилик Я.О. ОЦІНКА ЯКОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВОДНИХ РЕСУРСІВ В УМОВАХ ЗАБРУДНЕННЯ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	157
Пушкарёв Ю.Н., Унрод В.И., Сайтарлы С.В. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОДУКТОВ ПЕРЕРАБОТКИ ПОЛИМЕРНОЙ ТАРЫ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ НОВЫХ КОМПОЗИЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ.....	162
Унрод В.І. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ – ОСНОВА ВИРОБНИЦТВА ТА КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	166
Полумбрик О.М., Унрод В.І. АНТИОКСИДАНТ ІНДУКОВАНИЙ СТРЕС І ГІПОЕЛЕМЕНТОЗ.....	171
Осипенкова І.І., Чепурна О.Л., Нагурна Н.А. БІОХІМІЧНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ ПРИ ПРОРОЩУВАННІ ЗЕРНА І ФАКТОРИ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ПРИСКОРЕННЯ ПРОЦЕСУ.....	172
Нагурна Н.А., Осипенкова І.І., Чепурна О.Л. ФОРМУВАННЯ ОРГАНОЛЕПТИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ВИНА	174
Чепурна О.Л., Осипенкова І.І., Нагурна Н.А. ЗАСТОСУВАННЯ АКТИВАТОРІВ РОСТУ І ІНГІБІТОРІВ ДИХАННЯ В СОЛОДОРОЩЕННІ	176
Медвідь І.М., Шидловська О.Б., Доценко В.Ф. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ЯЄЧНОГО БІЛКА ЯК СТРУКТУРОУТВОРЮВАЧА В ТЕХНОЛОГІЇ БЕЗГЛЮТЕНОВОГО ХЛІБА.....	179
Горяйнова Ю.А., Трикуль О.О. КІЛЬКІСНА ОЦІНКА ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ЦІННОСТІ ВИРОБІВ З ПІСОЧНОГО ТІСТА З ДОБАВКОЮ ЧОРНОПЛІДНОЇ ГОРОБИНИ	181
Дзюндзя О.В., Бурак В.Г. ПОРОШОК З БАКЛАЖАНІВ – ПЕРСПЕКТИВНА СИРОВИНА.....	183
Бондарчук З.В., Куриленко Ю.М. ЗБАГАЧЕННЯ ПРОДУКТІВ ВІТАМІНОМ D	185
Ляхман Д.М., Семененко І.І., Андронович Г.М. ВПЛИВ БЕЗЛАКТОЗНОГО ЗНЕЖИРЕНОГО МОЛОКА НА ЯКІСТЬ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ	187
Бишовець Л.Г. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ БЕЗГЛЮТЕНОВОЇ СИРОВИНИ У ХЛІБОПЕКАРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ.....	189
Куриленко Ю.М., Бондарчук З.В. ПРИНЦИПИ ПОЄДНАННЯ СИРУ І ВИНА	192
Авторський показчик	194

ШАНОВНІ КОЛЕГИ!

Розпочинаючи роботу десятої на Черкащині Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання», хочу щиро привітати на гостинній черкаській землі знаних науковців і фахівців галузі практично з усіх регіонів нашої держави, а також із близького й далекого зарубіжжя.

Слід зазначити, що інтеграція України у світовий економічний простір потребує значних змін у системі пріоритетів політики держави щодо розвитку прибуткових галузей економіки, однією з яких є туризм.

У сучасному цивілізованому, стрімкому і динамічному світі неможливо уявити людину без відпочинку. Збільшення тривалості вільного часу, поліпшення оплати праці, бурхливий ритм життя сприяють тому, що люди намагаються урізноманітнювати своє дозвілля, пізнавати нове, саморозвиватися та самовдосконалюватися, і туризм для цього є одним із важливих способів досягнення.

Утвердження України у світі як туристської держави неможливе без розвитку туристичної галузі в регіонах. Черкаська область, як і в цілому Україна, має потужні рекреаційні ресурси для розвитку національного та міжнародного туризму. У нас розвиваються дитячий, культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, екологічний, сільський (зелений), мисливський та інші види туризму. Черкащина є осердям держави у географічному розумінні (поблизу м. Шпола знаходиться географічний центр України), а також є серцем України в її історичному, політичному, духовному, культурному розвитку.

Хочу відзначити, що у роботі конференції беруть участь не лише вітчизняні, але й зарубіжні науковці різних галузей знань: економіки, менеджменту, маркетингу, технології і сервісу тощо. Це дасть змогу ретельніше підійти до розкриття проблем розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні, поділитися передовим досвідом щодо впровадження інноваційних технологій в галузі туризму.

Сподіваюсь, що за результатами роботи цієї конференції будуть визначені основні стратегії розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу з урахуванням національних інтересів України у контексті спільного європейського та світового економічного простору.

Бажаю успішної роботи всім учасникам X Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»!

*З повагою,
ректор Черкаського державного
технологічного університету,
к.н.держ.упр., доцент*

О.О.Григор

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

УДК 338.48-44(1-88)(477.46)-043.86

РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Чепурда Л.М., д.е.н., професор,
*декан факультету харчових технологій та сфери обслуговування,
професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет*

Останні десятиріччя туризм відіграє важливу роль в економіці багатьох країн, впливає на зростання добробуту населення, створення робочих місць і працевлаштування, як усередині країни, так і на міжнародних ринках праці. Туризм, як окремий сектор економіки, забезпечує 10% ВВП світу і 6% – глобального експорту. За інформацією ООН, понад мільярд людей щорічно подорожують різними країнами світу.

Саме тому у багатьох країнах світу туризм є однією з найпріоритетніших галузей економіки. Туристичний бізнес стимулює розвиток інших галузей господарства – будівництво, зв'язок, харчову промисловість і сільське господарство, торгівлю, виробництво товарів народного споживання та ін. Такі ж можливості є і в економіці України.

Україна завдяки своїй багатій історії, культурі, різноманітним ландшафтним та кліматичним зонам, рекреаційним ресурсам, смачній кухні, а найголовніше – доброзичливому та гостинному населенню, повинна притягувати максимум туристів.

Найпопулярнішими регіонами України з внутрішнього туризму у 2018 році були: Київська область – переважно за рахунок столиці, в якій найвища концентрація бізнесових та ділових, науково-навчальних та історико-культурних ресурсів, а також Львівська та Одеська області, 2 млн 505 тис. та 2 млн 335 тис. осіб відповідно. Влітку 2018 року туристи, які раніше віддавали перевагу Криму, розділилися між такими регіонами України як Одеська, Херсонська, Запорізька, Миколаївська області, інша частина відвідала Львівську, Івано-Франківську та Закарпатську області.

Черкаська область має великий історико-культурний та природно-рекреаційний потенціал для розвитку внутрішнього туризму, в першу чергу культурного та ділового туризму.

Аналізуючи рекреаційні ресурси, їх стан та розвиток туристичної галузі в Черкаській області можна визначити такі сильні сторони туристичної галузі:

1. Сприятливі природні умови та історія краю є привабливими для розвитку водного, сільського зеленого туризму, пригородницького, подієвого, гастрономічного, екстремального відпочинку, велотуризму та туризму за інтересами (рибальства, мисливства тощо).

2. Наявність унікальної культурно-історичної спадщини.

3. Наявність загальновідомих потенційно брендovих об'єктів та культурно-історичних місць на території області (парк «Софіївка» Умань, Шевченків край – Звенигородщина, край козацько-гетьманської слави, – Чигиринщина, Тарасова гора, Канів та ін.).

4. Залізничне сполучення з Києвом, Львовом, Дніпром, Запоріжжям, Миколаєвом, Одесою.

5. Наявність цікавих екскурсійних об'єктів (Зерноленд, Мамонтландія, урочище Холодний Яр, заповідник «Трипільська культура» та ін.).

6. Наявність природно-заповідного фонду, зокрема заповідників, заказників.

7. Порівняно низька забрудненість території токсичними відходами.

8. Наявність міжнародних транспортних коридорів.

9. Відносно доступний рівень цін в закладах ресторанного господарства та центрах надання туристичних послуг.

10. Історичні місця, які розташовані поруч з містами Черкаси, Умань, Чигирин, Канів та ін. дозволяють створювати туристичні маршрути.

11. Наявність мережі санаторіїв, санаторіїв-профілакторіїв, баз відпочинку.

12. В області діють громадські організації, робота яких спрямована на захист культурної та історичної спадщини.

13. Готовність місцевого населення до ведення туристичного бізнесу.

14. Збережені сільські традиції, культура, етнографічна спадщина.

15. Черкащина – це територія численних фестивалів та масових заходів, зорієнтованих на туриста.

16. Внутрішній попит мешканців на послуги місцевого туризму, екскурсійну діяльність, тематичні фестивалі, послуги суб'єктів індустрії гостинності та інші.

За даними департаменту регіонального розвитку Черкаської обласної адміністрації, кількість туристів, які відвідали в минулому році наш регіон зросла до 1 260 145 осіб. А надходження від туристичного збору зросли від 545, 5 тис. грн. до 742,1 тис. грн. (табл. 1) [1].

Але, незважаючи на тенденцію до зростання кількості туристів до Черкаської області, туристична галузь в області, та в Україні в цілому, продовжує стагнувати. Інфраструктура практично не розвивається, сервіс, на думку експертів туристичного ринку, поліпшується, але ці зміни не значні на тлі кардинальних проблем. Серед них – відсутність в Україні достатньої кількості мережевих готелів, різкі стрибки цін на проживання, відсутність інфраструктури автобусних перевезень і проблеми із залізничним транспор-

том. До того ж при безвізовому режимі з ЄС, європейські курорти частково «забирають» потік українських туристів.

Таблиця 1 – Аналіз відвідування туристами Черкаського регіону в 2018 році



В туристичному секторі активно розвиваються малий і середній бізнес. Але при цьому, українські підприємці в галузі туризму та готельно-ресторанного обслуговування часто не дотримуються міжнародних стандартів надання послуг. Тому, незважаючи на тенденцію до поліпшення сервісу, її динаміка далеко не швидка, зміни відбуваються дуже повільно, тому що практично немає великих мережевих готелів, на які можна було б рівнятися.

Крім того, в країні немає ефективного державного регулювання туристичної галузі. Майже немає контролю за якістю надаваних послуг. Одним із таких прикладів є питання категоризації готелів. У реєстрі Мінекономрозвитку зазначено, що з чотирьох тисяч готелів в Україні зірки присвоєно лише 180. Тобто тільки п'ять відсотків готелів отримали ту чи іншу категорію.

Крім того, необхідно поліпшити ситуацію з наданням туристичної інформації, зокрема, більше розміщувати туристичних стендів в місцях відпочинку, розробляти пошукові сайти.

Як не дивно, ще однією причиною, яка негативно позначається на внутрішньоукраїнському турпотоці, є запровадження безвізового режиму з країнами ЄС. На сьогоднішній день українцям стало легше та комфортніше поїхати в Європу. Тому частина туристів, які раніше відпочивали всередині країни, вирішили спрямувати свою увагу на країни ЄС.

Сьогодні на Черкащині немає такої основи для туристичної інфраструктури, як, наприклад, транспортна розв'язка, хостели, мережі недорогих їдалень, розважальні та оздоровчі комплекси [2].

Наразі Черкащина орієнтується на внутрішнього туриста, фінансові можливості якого впали, тому з'являється більше охочих подорожувати по Україні, зокрема Черкащиною.

Головними перешкодами на шляху розвитку регіонального туризму на Черкащині є не лише незадовільний стан доріг та відсутність значних культурно-розважальних подій, а й забрудненість територій поблизу Дніпра, забудова узбережжя. І вирішувати ці проблеми потрібно не лише на регіональному рівні, а на всеукраїнському.

Не дивлячись на чимало проблем в регіональному туризмі, передбачається зростання зацікавленості іноземних інвесторів до України завдяки продовженню євроінтеграційних процесів та розширенню діяльності в Україні проектів міжнародної технічної допомоги, які підтримують об'єднані громади.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кількість туристів та екскурсантів на Черкащині зростає. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourismincherkasyregion.gov.ua/ua/novyny/item/122-kilkist-turistiv-ta-ekskursantiv-na-cherkashchini-zrostaє>

2. Розвитку туризму на Черкащині. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://provce.ck.ua/192708/>

УДК 338.483.12=111

ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА СЬОГОДЕННЯ

**Чепурда Г.М., д.і.н., професор, завідувач кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет**

За підсумками 2018 року в Україні побувало 14,2 мільйона іноземних туристів. У Мінекономіки планують збільшити цю цифру до близько 30 мільйонів туристів щорічно. За рік надходження до бюджетів всіх рівнів від туристичної галузі зросли на 21%, до 4,2 мільярда гривень, таку інформацію було оприлюднено Міністерством економічного розвитку та торгівлі [1]. Важливою складовою роботи Міністерство вбачає представлення України світові. У 2019 році планується представити країну як цікавий туристичний напрямок на важливих міжнародних виставках у Лондоні, Сінгапурі, Барселоні та Шанхаї. І це незважаючи на те, що минулого року на Всесвітньому економічному форумі «Конкуренція у подорожі та туризмі», було зазначено, що Україна увійшла до десятки країн з найнижчим рівнем безпеки. Україна зайняла 127 місце зі 136, поруч із Гондурасом, Кенією, Єгиптом, Венесуелою, Нігерією, Пакистаном, Сальвадором, Єменом та Колумбією. Перші місця за рівнем безпеки у рейтингу займають Фінляндія, Об'єднані Арабські Емірати, Ісландія та Оман. При створенні рейтингу враховувались такі показники як рівень цін, здоров'я та гігієна, розвиток туристичного сервісу, екологічна стабільність тощо.

Основними туристичними напрямками в середині країни традиційно залишаються Київ та Львів. За даними КМДА за півроку Київ відвідало майже 700 тисяч іноземних туристів [2]. Протягом січня-червня 2018 року, згідно з даними Держприкордонслужби, Київ відвідало 688,47 тисяч іноземних туристів [3]. Це на 25,43% більше, ніж за аналогічний період минулого року. Серед десяти найпопулярніших країн-візитерів: Ізраїль, США, Німеччина, Білорусь, Туреччина, Великобританія, Азербайджан, Франція, Італія, Грузія. До 2020 року кількість іноземних гостей становитиме не менше 2 мільйонів. Згідно із соціологічним дослідженням туристичних потоків до Києва, ініційованого КМДА, в середньому іноземці витрачають у Києві на 100 доларів більше за добу, ніж українські туристи. Результати дослідження оприлюднив у Facebook керівник Управління туризму КМДА Антон Тараненко [4]. У середньому іноземці витрачають у Києві 150 доларів на добу, в той час як українці – близько 50. Іноземці проживають у Києві в готелях, внутрішні туристи – переважно у друзів або родичів. Більшість іноземних туристів проводять у Києві 4 – 7 днів (48%), 35% – 1-3 дні. Серед зовнішніх туристів переважають чоловіки – 70,1%, серед внутрішніх – жінки (57,2%). Найбільше іноземних туристів приїжджає з Європи, на другому місці – країни Азії. Київ також було названо найдешевшим для подорожей містом у світі. Британський туроператор «Норра» склав рейтинг «100 міст світу для подорожей у 2018 році: від дорогих до дешевих» і оприлюднив його у виданні «Daily Mail» [5]. За загальним критерієм вартості житла, харчування, транспорту та екскурсій – Київ визнали найекономнішим зі 100 міст. При складанні рейтингу враховували суми, які туристи в середньому витрачають в місті за добу. Проживання в Києві з триразовим харчуванням та екскурсіями, за даними туроператора, коштуватиме приблизно 2500 гривень на день, 1600 з яких підуть на оренду житла. Зокрема, за вартістю житла українська столиця посіла 5 місце з-поміж економних міст. Серед найдорожчих міст – Нью-Йорк (14 000 гривень на добу), Копенгаген, Амстердам, Венеція, Лос-Анджелес.

За даними управління туризму департаменту розвитку Львівської міської ради (Lviv Tourism Office) протягом 2018 року Львів відвідали 2,6 мільйона туристів та витратили у місті 615 мільйонів євро [6]. За статистикою, в середньому 1 турист витрачає у Львові близько 75 євро на день. Місцевий бюджет у галузі туризму збільшився на 81% – надходження склали 128,25 мільйонів гривень. Найбільше туристів Львів прийняв із України (41,3%), Польщі (22,1%) та Білорусі (7,9%). Найбільш популярними серед відвідувачів міста об'єктами є Оперний театр, Ратуша та Високий Замок. А найбільш популярними активностями – відвідування ресторанів, кафе та барів, самостійні прогулянки містом, а також закладами культури. Львів також потрапив в топ-100 міст світу для обов'язкового відвідання. Рейтинг склали британське видання Business Insider UK [7]. Місто в рейтингу з'явилося завдяки блогерці Мелісі Хай, більш відомої як Girl Eat World. Рейтинг склали базуючись на результатах опитування двадцяти тревел-блогерів. Блогерам дали обрати п'ять міст, котрі вони коли-небудь відвідували.

Щодо виїзного туризму, Україна посіла сьоме місце у топ-10 країн-лідерів турпотоку до Туреччини в січні-грудні 2018 року за даними Міністерство культури та туризму Туреччини [8]. У 2018 році Туреччину відвідали майже 1,4 мільйона українців, що на 7,95% більше, порівняно з 2017 роком. Найбільше українці подорожують в Анталію, Стамбул та на курорти провінції Мугла: Фетхіс, Даламан, Бодрум та Мармарис. У 2018 році Анталію відвідали 715 тисяч українців, і Україна посіла третю сходинку в рейтингу країн, громадяни яких відвідали Анталію. Стамбул відвідали 323 тисячі туристів з України, що на 6,3 % більше, ніж у 2017 році. У провінції Мугла 2018 року побували майже 177 тисяч українських туристів, що на 27% більше, ніж у 2017 році. Загалом у 2018 році Туреччину відвідали майже 39 з половиною мільйонів іноземних туристів, що на 21,84% більше, ніж 2017-го.

Наразі на міжнародній арені Україна переважно асоціюється з офіційним Києвом. На Міжнародній туристичній виставці «ІТВ-2019» у Берліні Київ позиціонує себе як «місто на вікенд», що претендує стати туристичним східноєвропейським хабом, щоб подорож кожного європейця починалася з Києва, а потім він їхав далі. Київ хоче стати воротами, де все починається, містом, яке консолідуватиме турпотік. Для таких амбіцій у міста бракує найголовнішого – ресурсів для промоції. Що ж до заходів, які можуть привабити гостей з інших країн цього року, то ставка робиться на Всесвітній чемпіонат із середньовічного бою, який пройде у парку «Київська Русь» під патронатом Президента, а наступного – на «Бій хорів» [9]. Особливий акцент слід зробити на китайських туристах, оскільки лише МАУ щотижня виконує шість рейсів, це практично 1200 осіб на тиждень, але з них у Києві виходять лише 10%, решта летять в інші міста. Пріоритетним завданням є запропонувати їм залишитись у Києві хоча б на 2 дні. КНР потрапила до списку країн, громадяни яких можуть отримати е-візу, але керівники туристичної галузі хочуть піти далі: вже другий рік вони виношують проект Stopoverdays, намагаючись переконати МЗС, що він дуже потрібний всій Україні. Суть його полягає у тому, щоб людина, яка має, наприклад, європейську візу, могла б без проблем отримати дозвіл на перебування на території країни (не візу) на термін від 3 до 5 днів. Такі програми вже працюють у Стамбулі та в Мінську (де запустили спочатку на 3, а тепер збільшили до 10 днів).

ЛІТЕРАТУРА

1. Інформація щодо фінансово-економічних показників сфери туризму та курортів (2016-2018 роки) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=ukUA&id=1203bf79-a749-4f60-adf4-114b6e5a548b&title=InformatsiiaSchodoFinansovoekonomichnikhPokaznikivSferiTurizmuTaKurortiv-2016-2018-Roki>
2. Офіційний портал Києва [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://kyivcity.gov.ua/>
3. Державна прикордонна служба України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://dpsu.gov.ua/>

4. Facebook Profile [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.facebook.com/anton.taranko.5>
5. Most Expensive (and Cheapest) Holiday Destinations in the World: 2018 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.hoppa.com/en/discover/most-expensive-and-cheapest-holiday-destinations-in-the-world-2018>
6. Звіт управління туризму за 2018 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://city-adm.lviv.ua/public-information?task=att_download&link_id=8843&cf_id=36
7. Take some history – in Lviv, Ukraine. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.businessinsider.com/100-trips-everyone-should-take-in-their-lifetime-according-to-the-worlds-top-travel-experts-2017-8/#take-in-some-history-and-sample-smoked-chocolate-in-lviv-ukraine-39>
8. Туреччина торік встановила рекорд у галузі туризму [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2631017-tureccina-torik-vstanovila-rekord-u-galuzi-turizmu.html>
9. Київ хоче стати турхабом Східної Європи [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-kyiv/2655171-kiiv-hoce-stati-turhabom-shidnoi-evropi.html>

UDC 338.48:336.1:351:64

HEALTH TOURISM AS A BRAND-NEW SECTOR OF TOURISM BUSINESS DEVELOPMENT IN UKRAINE

***Hladkyi O.V., Dr., Prof. The Dpt. of Tourism & Recreation
Kyiv National University of Trade and Economics***

Health tourism refers to people traveling to a country other than their own to obtain medical treatment. In the past this usually referred to those who traveled from less-developed countries to major medical centers in highly developed countries for treatment unavailable at home.

However, in recent years it may equally refer to those from developed countries who travel to developing countries for lower priced medical treatments. The motivation may be also for medical services unavailable or illegal in the home country.

Health tourism most often is for surgeries (cosmetic or otherwise) or similar treatments, though people also travel for dental tourism or fertility tourism. People with rare conditions may travel to countries where the treatment is better understood. However, almost all types of health care are available, including psychiatry, alternative medicine, convalescent care, and even burial services.

Object of health tourism is a health treatment system as an objective and social formation that includes patients, natural systems, technical infrastructure, service sector, production sector, labor as well as settlement system.

Health tourism investigates different aspects and objective principles of health treatment system and their subsystems development as well as investigates basic concepts of health treatment in tourism. Health tourism investigates the ba-

sic scientific categories that disclose essence and development principles of health treatment systems. Health treatment system – is a complex health system that combines social, technological and natural systems and plays an important role in human psychological and physiological forces reproduction.

Main objectives of the health tourism research are called to [2]:

1. assess health treatment resources and efficiency of their use;
2. determine health treatment capacity of the territory and the maximum permissible Health tourism loads;
3. determine ecological well-being of the environment under research;
4. analyze the socio-cultural environment with its customs and traditions, specifics of economic and households activities together with different objects: nature, cultural heritage, ethnographic objects, arts and crafts, applied and decorative arts centers; technical areas and structures.
5. develop and implement a package of measures aimed to enhance health treatment potential of the territory;
6. study domestic and foreign demand for the health treatment services;
7. project development and optimization of tourist and health treatment industry functioning.

There are basic concepts of Health tourism [1]:

1. Anthropocentric concepts connected with human activities and humanistic values. This concept has close connections with human needs and quality of human life.
2. Medical and biological concepts connected with organization of leisure, physical development, sports and health protection.
3. Psychological concepts connected with organization of mental relaxation and intellect tone rising.
4. Sociologic concepts connected with the intrinsic value of the individual as well as with the state of the most complete physical, social and spiritual well-being.
5. Socio-cultural concepts include the perception of free time as a part of healthcare and social culture field's development; enlargement of human mental development using specific methods of cognition; transnational exchange of mental values for the development of human interests' community; cultural and historical heritage protection.
6. Political economic concepts include plain reproduction of labor forces and expanded reproduction of the labor forces.
7. Technical-economic concepts include human Health improving needs lead to motivation of Health tourism branches technologic development as well as to organization of technical elements of all non-productive field of economy.
8. Environmental concepts. Health tourism activities acquired all the characteristics of economic activity and made significant influence on the environment.

There are different elements of conceptual apparatus of Health tourism [3]:

International healthcare accreditation is the process of certifying a level of quality for healthcare providers and programs across multiple countries. International

healthcare accreditation organizations certify a wide range of healthcare programs such as hospitals, primary care centers, medical transport, etc.

Health tourism resources are objects and effects with natural and anthropogenic genesis that are favorable for Health tourism by their specific qualitative and quantitative parameters. They include material basis for the territorial organization of rehabilitation and human treatment and also for the specialization of different areas (centers) of Health tourism which provide high indices of effectiveness.

Health tourism conditions include a number of environmental components and features that influence on development of Health tourism but not included into material base of Health tourism system (landscape, climatic features, mineral water sources, biodiversity, various resources for sport development, etc.).

Health tourism territory is specific territory that is used for human treatment. Health tourism territory is used for short-term (parks, city green areas, water etc.) and long –term Health tourism (coastal areas, medical spa complexes etc.).

Health tourism object is a limited area used for Health tourism (forest lawns, natural objects, coastal areas, etc.). Health tourism capacity is its ability to provide psychophysiological comfort, sport and Health treatment activities for patients that lead to no-degradation of natural-territorial or cultural complexes as well as to slow deterioration of social equipment.

Health tourism loading is a number of direct human influences on the natural territorial complex, primarily on vegetation growth (trampling, soil compaction, destruction of biomass, etc.).

Recreation is a specific process of human physical, mental and neuropsychiatric energy restoration that provides the system of specific actions and occurred in free time. Leisure is off time when person is free from any business activities. Relaxation is human energy recuperation through activity modification or interruption with a short rest.

There are different branches of health tourism: Wellness and SPA Tourism; Eye Treatment and Ophthalmology Tourism; Fitness Tourism; Treatment of Drug Addiction; Bone Marrow Transplantation, Rheumatology and Orthopedic Surgery Tourism; Cancer Treatment Tourism; Cardiology Tourism; Cosmetic Surgery and Dermatology Tourism; Dentistry Tourism; Family Medicine Tourism; Neurologic and Psychiatric Tourism; Pulmonology and Otolaryngology Tourism; Endocrinology and Gastroenterology Tourism; Tourism for Immunology and Treatment of Infections; Sports Medicine Tourism.

REFERENCES

1. Medical tourism guide. – Health tourism. – [електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://health-tourism.com>
2. Державне агентство України з туризму та курортів. – [електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua>
3. Все о туризме. – [електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://tourlib.net>
4. Глобальне агентство INTMEDTOURISM як частина VERDYS Group International. – [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.intmedtourism.com/ru/>

БРЕНД ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Мельниченко С.В., *д.е.н, професор, проректор з наукової роботи
Київський національний торговельно-економічний університет*

Глобалізаційні виклики світової економіки вимагають нових підходів до формування бренду туристичного підприємства, оскільки він впливає і на формування та сприйняття національного туристичного бренду країни. Для цього необхідно змоделювати бренд, який би чітко відповідав місії підприємства, його положенню на ринку туристичних послуг та потребам споживачів. Оскільки бренд це нематеріальний актив підприємства, який формує перше враження споживача на очікуване задоволення своїх потреб, підприємства повинні визначати основні стратегічні напрями його розвитку, оцінювати переваги, розширювати перспективи і, що саме головне, гарантувати якість отриманих споживачем послуг.

Для туристичних підприємств питання формування позитивного бренду є вкрай важливим, враховуючи значну їх кількість на туристичному ринку України. Не дивлячись на те, що за три останні роки кількість суб'єктів туристичної діяльності зменшилась на 2,4 %, кількість їх залишається вагомою. Переважають у загальній кількості туристичні агентства, співробітники яких, безпосередньо контактують зі споживачем. Так, у 2017 році питома вага туристичних агентств у загальній кількості суб'єктів туристичної діяльності України склала 67,2%, туристичних операторів – 28,6%, суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність – 4,2% [1].

Разом з тим, тільки у 2017 році туристичними операторами було обслуговано у 4,4 рази більше туристів ніж агентствами [1]. Позитивне враження від отриманих послуг формують не тільки туристичні агентства, а, в першу чергу, туристичні оператори, які створюють туристичний продукт, реалізують його та надають туристичну послугу. Таким чином, за споживача конкуренцію ведуть не просто підприємства, а їх бренди. Одним із чинників, що впливає на конкурентну позицію є кількість суб'єктів туристичної діяльності, які функціонують у певному регіоні.

За кількістю суб'єктів туристичної діяльності та доходами від надання туристичних послуг в Україні на першому місці знаходиться м. Київ, питома вага доходів якого у загальній їх сумі по Україні складає 94% [1]. Далі йдуть підприємства Львівської, Івано-Франківської та Одеської областей відповідно їх питома вага у загальному обсягу склала відповідно 2,1%, 1,5% та 0,8%. В усіх інших регіонах вона є меншою за 0,3% [1]. Отже, окрім кількості суб'єктів, які надають туристичні послуги важливим є географічне розміщення регіону.

Тому, враховуючи ступінь впливу зовнішнього середовища на розвиток туристичного бізнесу в цілому та підприємств зокрема, актуальним залишається моделювання бренду з урахуванням галузевої специфіки.

Процес моделювання бренду складається з певних послідовних етапів, які включають дослідження ринку туристичних послуг та його конкурентного середовища, вивчення потреб споживачів та їх вимог щодо існуючих брендів. Бренд повинен бути невід'ємною частиною туристичного підприємства і завершальним у формуванні свого позитивного іміджу у свідомості споживачів.

Перш за все для створення успішного бренду варто звернути увагу на інші бренди, присутні на тому ж сегменті ринку. Це дасть змогу уникнути повторювання вже існуючого бренду на ринку та дозволить врахувати помилки і прорахунки конкурентів, а також може наштовхнути на оригінальну ідею.

Формування бренду включає декілька етапів [2]:

– *визначення позиції бренду на конкретному ринковому сегменті* – місце бренду туристичного підприємства по відношенню до брендів конкурентів у свідомості споживача. Аналізуються переваги над конкурентами за ціною, асортиментом та якістю продукту (послуги). Проводяться маркетингові дослідження щодо очікувань споживачів, які використовуються для *визначення стратегічних напрямів бренду*, що є наступним етапом його формування.

При визначенні цих напрямів враховується: якісний та кількісний склад цільової аудиторії; засоби та інструменти привертання їх уваги до бренду підприємства; очікуване враження цільової аудиторії від бренду (унікальність, оригінальність, незвичайність та несхожість з існуючими брендами). Для створення успішного бренду керівництво підприємства може залучати спеціалізовані брендингові та консалтингові компанії, або здійснити опитування цільової аудиторії потенційних споживачів щодо їх очікувань.

Важливим етапом є *створення імені або неймінгу бренду*, оскільки воно найчастіше асоціюється з назвою підприємства. Крім того, необхідно врахувати позитивне сприйняття змістовного характеру бренду, а саме: легко запам'ятовуватись; вимовлятись; бути приємним на слух; враховувати мовні традиції тієї країни, де буде представлено підприємство [3].

Для перевірки дієвості бренду необхідно його *протестувати* на рахунок відношення споживачів до його назви, зображення, дизайну, комунікативності та сприйняття його переваг цільовою аудиторією.

Після виходу бренду на ринок застосовується *бренд-трекінг*, тобто оцінка рівня знання бренда, його популярності, іміджу, використанню, споживацького сприйняття на ринку туристичних послуг. Таким чином вимірюється ступінь потенціалу бренду, його цінність [3].

Останнім етапом є державна реєстрація атрибутів бренду. Після цієї процедури відбувається впровадження бренду підприємства на туристичний ринок, що здійснюється за рахунок інформування споживачів та партнерів з використанням визначених керівництвом інструментів маркетингу [4].

Таким чином, реєстрація бренду туристичного підприємства – третій основний елемент перспективності його використання. Адже цілком можливо, що в майбутньому обраний бренд стане надбанням цього туристичного підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Туристична діяльність в Україні у 2017 році : Статистичний збірник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_td_2017.pdf
2. Мельниченко С.В. Маркетингова політика в готельному бізнесі : монографія / С. В. Мельниченко, А. В. Магалецький. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 344 с.
3. Авдан О. Г. Брендинг в діяльності туристичних підприємств : дис ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Авдан Оксана Григорівна. – Київ, 2015. – 214 с.
4. Доклад о положении в области интеллектуальной собственности в мире: Бренды – репутация и имидж на мировом рынке. [Електронний ресурс] / Всемирная организация интеллектуальной собственности. – Режим доступу: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/wipo_pub_944_2013.pdf

УДК 640.4:338.488.2:339.137.2

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ

Тітомир Л.А., к.т.н., доцент, доцент кафедри ГРБ
Данилова О.І., к.х.н., ст. наук. співр., нач. ВНТЗтаМ
Одеська національна академія харчових технологій

Сфера гостинності у всьому світі є достатньо прибутковим бізнесом, але внаслідок невисокої купівельної спроможності населення України та недостатнього розвитку сервісу, до якого звикли іноземні туристи та внаслідок знаходження України у зоні ризику, пов'язаного із воєнними діями на Донбасі та анексією Криму, підприємства готельно-ресторанного бізнесу мають застосовувати нестандартні стратегії та прикладати значні зусилля для забезпечення функціонування бізнесу як прибуткового сектору економіки.

Метою дослідження є аналіз сучасного стану та перспектив розвитку готельно-ресторанного господарства на Півдні України в контексті світових тенденцій розвитку підприємств сфери гостинності.

До основних тенденцій розвитку підприємств готельно-ресторанної індустрії у світі можна віднести:

- розширення спектру додаткових послуг та поглиблення спеціалізації готельних і ресторанных закладів;
- утворення міжнародних готельних і ресторанных ланцюгів;
- значний розвиток мережі малих підприємств, у тому числі, сімейного типу;

– впровадження в індустрію гостинності комп'ютерних технологій, автоматизації на всіх етапах надання послуг.

У порівнянні із загальносвітовими тенденціями, сучасний стан і тенденції розвитку готельного господарства України є недостатніми для стало-го розвитку індустрії гостинності, що пов'язано із низкою об'єктивних чинників, серед яких основним є невідповідність готельного фонду міжнародним стандартам. Необхідно відмітити, що висококомфортабельні готелі в Україні вводяться в експлуатацію зазвичай за участі іноземних компаній, таких як Rezidor, ключовим готельним брендом якої є Radisson SAS. На теперішній час в Україні наявні 16 готельних мереж, найбільш відомі Reikartz Hotel Group, Radisson Blu Hotels&Resorts, Рено, Swissotel Hotels & Resorts, Ramada Worldwide та ін., активно розвивається українська готельна мережа Premier Hotels. Однак частка готелів національних мереж серед підприємств розміщення займає лише 1,5 % від загальної кількості, а міжнародних – усього 0,5 %, при тому, що в США цей показник складає 70 %, Великобританії – 15 %, у Франції – 10 %. Це свідчить про недостатній їх розвиток, що є наслідком як внутрішніх, так і зовнішніх проблем [1-3]. Однією з головних передумов подальшого розвитку готельного господарства є приток інвестиційних ресурсів та пошук джерел фінансування для будівництва нових підприємств й оновлення матеріально-технічної бази, яка зношена більше, ніж наполовину [3,4]. У загальному обсягу капітальних інвестицій у 2018 році витрати на тимчасове розміщення й організацію харчування склали лише 0,4 % від усього обсягу капітальних інвестицій, при цьому 53 % із них спрямовано саме на розміщення гостей [5]. Треба враховувати, що відповідно до специфіки готельної індустрії, активними учасниками і конкурентами на ринку індустрії гостинності є підприємства, які пропонують послуги оренди житла, приватний сектор.

В Україні наявні всі можливості для розвитку сфери гостинності, оскільки лише 4 % фонду розміщено в сучасних готелях і відчувається значний готельний дефіцит в порівнянні з іншими європейськими країнами: якщо у Франції на 1000 жителів наявні 10,8 номерів, в Угорщині – 6,5, в Словаччині – 5,2, в Польщі – 2,2, то Україні лише 1,1. За оцінками фахівців [1-4,6,7] успішність готельного проекту визначається трьома основними чинниками: стандартами і популярністю готельного оператора, який здійснюватиме управління готелем, якістю проектування і розташуванням готелю. На Півдні України завдяки кліматичним і географічним умовам, наявністю морського узбережжя, історичних пам'яток, наявністю кваліфікованих фахівців особливо сприятливі умови для розвитку індустрії гостинності.

Останнім часом на півдні України намітилася тенденція появи крім традиційних повносервісних підприємств сфери гостинності спеціалізованих підприємств, які намагаються за рахунок оригінального набору додаткових пропонованих послуг відійти від надання традиційно сезонних можливостей лише проживання під час літнього відпочинку. Це пов'язано із тим, що у світовій статистиці визначальними показниками прибутковості

готелів служать завантаження номерів із середнім значенням, що наближається до 70%, і середня вартість одного дня проживання, що становить близько 85 дол. США. В Україні для розвитку готельних підприємств недостатньо такого завантаження, а вартість за добу з одного боку, не дозволяє скористатися послугами більшості населення, а з другого, недостатня для сталого розвитку підприємства [1,2,7].

Кількість великих готельних підприємств на півдні України (Запорізька, Миколаївська, Одеська, Херсонська області) зменшилася у середньому на 11 %, санаторіїв-профілакторіїв – на 30 % і вони значною мірою використовуються лише як засоби для розміщення збільшилася кількість. Загальна кількість підприємств індустрії гостинності у цьому регіоні поступово зростає, в основному, за рахунок апартаментів, міні-готелів та гостьових будинків, поступово збільшується і кількість бюджетних засобів розміщення (хотелів та готелів без категорії), якими користуються динамічні невибагливі туристи переважно молодого віку, або ті, хто подорожує із діловою метою, оскільки кількість гуртожитків, в яких вони раніше зупинялися поступово зменшується.

Таким чином, для Півдня України основними чинниками розвитку індустрії гостинності є:

- наявність значного різноманітного туристичного потенціалу (для різних верств населення, соціальних груп, іноземних туристів);
- тісний зв'язок готельно-ресторанних підприємств із функціонуванням споріднених підприємств туристичної та інших галузей економіки, що дає можливість отримати додаткові дивіденди та збільшення надходжень до місцевих бюджетів і бюджету країни;
- орієнтація на європейські та світові стандарти якості надання послуг, покращення комфортності проживання;
- поширення ІТ-технологій, автоматизації на всіх етапах надання послуг (від бронювання до надання додаткових послуг та виконання специфічних замовлень);
- енергозаощадження та поширення еко- і етнотуризму, створення нових підприємств спеціалізованого профілю та тематичного спрямування.

Всі ці завдання можуть бути реально виконані лише за умови сприяння основних гілок влади, які вирішують законодавчі проблеми. Тільки за умови системного фінансування, політичної та ідеологічної підтримки іміджу України можлива узгоджена робота усіх суб'єктів готельної індустрії та підвищення добробуту українців.

ЛІТЕРАТУРА

1. Стратегічні орієнтири розвитку готельного бізнесу в Україні / Н. В. Бунтова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/>
2. Макалендра Д. А., Білоусов Д. Ю., Лівар О. В., Кузьмін О. В. Розвиток готельної індустрії в Україні // Наукові праці НУХТ. – 2016. – Том 22, № 4. – С. 61-75.

3. Titomir L., Danylova O. Investigation of backgrounds for the innovative development of the hospitality industry in various regions of Ukraine // Technology audit and production reserves. – 2018. – № 4/2 (42). – P. 16-23.

4. Мальська, М. П. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, В. Л. Кізима, І. З. Жук. – К.: «Центр учбової літератури», 2017. – 336 с.

5. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>

6. United Nations Creative Economy report 2013 Special Edition України [Electronic resource]. – Way of access: <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-economy-report-2013-special-edition/>

7. Ведущий сайт об отелях [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.tophotels.ru>

УДК 796.5(477.82-25)1

РОЗВИТОК ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ В ЛУЦЬКУ

Мезенцева І.В., к.геогр.н., доцент кафедри туризму

Ольхова-Марчук Н.В., к.геогр.н., доцент кафедри туризму

Академія рекреаційних технологій і права

Одним із перспективних напрямів за оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) є подієвий або ж івент (event) туризм. Слово Event (подія, захід) в англійській мові означає запланована соціально-суспільна подія / захід, яка відбувається в певний час і з певною метою, і має певний резонанс для суспільства. До видів івенту (event) можна віднести [3]: фестивалі, карнавали, паради, святкування; конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи; освітні заходи: семінари, тренінги, курси підвищення кваліфікації; спортивні змагання (наприклад, Олімпійські ігри); концерти, покази фільму, театральні постановки; ювілеї, весілля, торжества; ділові події: виставки, ярмарки, торгівельні шоу, презентації, відкриття підприємств, прийоми, заходи, пов'язані з просуванням торгівельної марки і т. д.

Дослідженню розвитку подієвого туризму присвятили свої праці такі відомі вчені, як: А. Бабкін, М. Біржаков, Ю. Блохіна, Е. Богданова, З. Герасимчук, Д. Ісмаєв, М. Кабушкін, Г. Карпова, В. Квартальнов, А. Кирилов, О. Костюк, Ю. Кузнецова, М. Ліндстром, Р. Ольше, В. Поліщук, Х. Прінгл, І. Смаль, І. Шаповалова та ін.

В Україні подієвий туризм почав розвиватися з 90-х рр. ХХ століття. Його розвиток викликаний потребами людей, які бажають отримати нові враження, стати частиною подій, впливати на їх хід і отримати радісне відчуття причетності до чогось більшого.

Волинська область, зважаючи на її багатовікову історію та багаті традиції, характеризується своєю ідентичністю та неповторністю, тому розви-

ток подієвого туризму на цій території є надзвичайно перспективним. Івент туризм часто намагається залучити туристів до місцевої культури. У м. Луцьку розвиток подієвого туризму найчастіше базується на мистецьких заходах, культурно-історичних театралізованих шоу, але не менш важливу роль також відіграють економічні, громадські та спортивні події [2].

До мистецьких заходів слід віднести музичні, театральні фестивалі й конкурси, кінофестивалі, фольклорні обряди, свята й фестивалі. Міжнародний фестиваль «Поліське літо з фольклором» проходить у м. Луцьку з 1994 р. раз у два роки в серпні. Мета фестивалю – популяризація традиційного культурного спадку в таких формах його вираження, як танець, пісня, музика, народні ремесла, ігри та забави через інтеграційні зустрічі фольклорних колективів різних країн. У ньому беруть участь колективи з різних країн світу та континентів, котрі репрезентують яскравий, автентичний фольклор своїх народів. Основні елементи фестивалю: відкриття в Луцькому замку, святковий парад за участю всіх колективів та гала-концерт на Луцькому стадіоні «Авангард».

Міжнародний фестиваль українського фольклору «Берегиня» проводиться раз на три роки в Луцьку з метою збереження українських народних традицій у побуті українського народу, популяризації традиційних обрядів, звичаїв українців усіх земель і країв поселення, привернення уваги широких кіл громадськості, державних органів, засобів масової інформації до стану автентичних та сучасних фольклорних колективів, майстрів народних ремесел для відродження і популяризації традиційної культури, виявлення самобутніх автентичних та сучасних фольклорних колективів, майстрів народних ремесел, посилення впливу традиційної народної культури на формування світогляду й духовності молодого покоління українців. Фестиваль відкритий для учасників з усіх країн світу й аматорських колективів України для розширення творчих зв'язків, обміну досвідом та інформацією в царині народної творчості.

Всеукраїнський фестиваль української альтернативної музики «Бандерштат» уперше був проведений 2007 р. Відтоді проходить щорічно в м. Луцьку. На фестивалі відбуваються виступи багатьох українських гуртів та проведення майстер-класів різного спрямування, котрі пропагують проукраїнський стиль мислення, українську мову, культуру, життєву активність тощо. Фестиваль ставить за мету піднесення української національної ідеї серед молоді та творчих колективів, пропагування серед молоді життєвої активності та здорового способу життя, увіковічення образу Степана Бандери як національного символу, допомога обдарованій молоді, утвердження бережливого ставлення до навколишнього середовища та екологічного виховання, пропаганда української мови, культури, цінностей та рідної музики.

Музичний фестиваль «Стравінський і Україна» називають єдиним фестивалем класичної музики на Волині. Концерти в рамках фестивалю проходять у Луцьку та Устилузі. Особливістю заходу та обов'язковою умовою

для учасників є те, що виконуються мелодії лише композитора, ім'ям якого названий захід.

У місті Луцьку та на Ковельщині відбувається обласний поетично-мистецький фестиваль «Лісова пісня», на який з'їжджаються відомі письменники з України, Білорусі, Польщі, Болгарії та Чехії. Фестиваль проходить на Волині з 2001 року. Мета заходу – привернути увагу до місць, де бувала Леся Українка та які надихали на написання безсмертної «Лісової пісні».

«Ніч у Луцькому замку» – щорічний арт-фестиваль на території історико-культурного заповідника «Старий Луцьк», що проходить в останню неділю червня. Уперше фестиваль відбувся 2007 р., здобувши популярність і міжнародне визнання. Складовою частиною арт-шоу «Ніч у Луцькому замку» є імпровізовані лицарські бої та середньовічні розваги, театралізовані дійства, майстер-класи народних майстрів із гончарства, лозоплетіння, соломоплетіння, флористики та ковальства, дегустація та приготування національних страв [1].

Фестиваль середньовічної культури «Меч Луцького замку» став традиційним для мешканців і гостей обласного центру Волині. У рамках фестивалю відбуваються гуртові бої. Крім того, учасники фестивалю можуть продемонструвати середньовічні танці, а також бої на ристалищі, тобто одиночні бої – лицар проти лицаря. У рамках фестивалю відбуваються конкурси середньовічного чоловічого та жіночого костюму.

2019 рік для Луцька є роком відзначення 590-річниці З'їзду монархів, який відбувся в січні 1429 р. за попередньою домовленістю короля Польщі Ягайла, німецького цісара та короля Угорщини Сигізмунда та некоронованого короля, великого князя Вітовта. На з'їзді відбулося народження європейської дипломатії, оскільки тогочасні правителі проявили готовність вирішувати проблеми шляхом перемовин. Після з'їзду Луцьк отримав європейське визнання. Тому протягом року в місті відбудеться багато цікавих заходів присвячених цій події.

Отже, подієвий туризм – це напрям туризму, де основною мотивацією поїздки є відвідання певної події, такої як економічні, громадські, мистецькі, спортивні заходи, культурно-історичні театралізовані шоу.

У м. Луцьку найбільш поширений фестивальний туризм, який охоплює велику кількість туристів не лише з України, а й за кордону, та дає можливість презентувати Луцьк як туристичне місто зі своєю культурою та історією.

ЛІТЕРАТУРА

1. Міщенко О. В. Розвиток подієвого туризму у м. Луцьку / О. В. Міщенко // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – Луцьк, 2014. – № 11(288) : Серія: Географічні науки. – С. 137-142. Режим доступу: <http://esnuir.eenu.edu.ua/handle/123456789/9150>.

2. Поліщук В. Л. Івентивний туризм як актуальна сфера економічної активності в регіоні та його класифікація / В. Л. Поліщук, З. В. Герасимчук // Перспективні проблеми мировой науки : сб. материалов Междунар. научно-практ. конф. (17–25.12.2010 р.). – Софія : [б. в.], 2010. – С. 411–414.

3. Тищенко П. В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону [Текст] / П. В. Тищенко // Науковий вісник Ужгородського університету : Серія: Економіка / редкол.: В. П. Мікловда (гол. ред.), М. І. Пітюлич, Н. М. Гапак та ін. – Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2011. – Спецвип. 33. Ч. 4. – С. 124–128. – Режим доступу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/4885>.

4. Черчик Л. Туристично-рекреаційний комплекс Волинської області: передумови розвитку : монографія. Ч. 1 / Л. Черчик, О. Міщенко, І. Єрко. – Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2014. – 128 с.

УДК 911.3.

ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ ЯКІСНОЇ МОДЕЛІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ РЕКРЕАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

**Смочко Н.М., к.геогр.н., доцент кафедри туризму і географії
Мукачівський державний університет**

Цілеспрямована організація простору з урахуванням різних видів і форм діяльності сприяє формуванню рекреаційних систем. Вперше базову модель рекреаційної системи розробив Преображенський В.С. (1975 р.), за якою рекреаційна система розглядається як соціальна система – складна, керована (частково самокерована), що утворена зі взаємопов'язаних підсистем – відпочиваючих, природних і культурних територіальних комплексів, технічних систем, обслуговуючого персоналу й органу управління [3]. Дана модель складається з визначеної кількості елементів, пов'язаних прямим і зворотним зв'язком в центрі якої є рекреанти (відпочиваючі). Відносини з іншими підсистемами у моделі вчений розглядав як залежні від соціальних, вікових, національних, регіональних та індивідуальних особливостей групи або окремої людини стосовно інших підсистем. Природні й культурні територіальні комплекси подані не лише як ресурси, а й як умови задоволення рекреаційних потреб, технічні ж системи мають виконувати життєзабезпечуючу функцію, а також задовольняти специфічні рекреаційні потреби відпочиваючих. Обслуговуючий персонал у такій моделі за допомогою технічних систем і природних комплексів обслуговує відпочиваючих (туристів), забезпечуючи їх широким пакетом послуг, туристичними товарами, інформацією, зв'язком тощо. І, нарешті, орган управління, аналізуючи результати функціонування підсистем, приймає необхідні рішення про зміни співвідношень між підсистемами на користь відпочиваючих (туристів).

Як зазначає Топчієв О.Г., територіальна рекреаційна система – це форма організації рекреаційної діяльності на певній території, що забезпечує функціональний взаємозв'язок, взаємодію та координацію всіх підсистем, блоків і елементів рекреаційного господарства для надання послуг відпочинку [4]. У реальному житті територіальні рекреаційні системи як такі можна зустріти не

часто. Але така теоретична модель вкрай необхідна як зразок, як еталон для формування найбільш ефективних комплексів рекреаційного господарства, для організації скоординованої і раціональної функціональної взаємодії всіх складових і всіх учасників рекреаційного процесу.

Бейдик О.О. розглядає територіальну рекреаційну систему як об'єкт дослідження рекреаційної географії, комплексну геосистему, яка об'єднує соціальні, техногенні, природні компоненти та розглядається в одному ряду з територіальними виробничими комплексами і природними геосистемами. Має декілька функцій: економічну (просте і розширене відтворення трудових ресурсів); бюджетну (прибутково-видаткова стаття; соціальну (задоволення індивідуальних і групових рекреаційних потреб) [1].

Аналіз наукових досліджень дає можливість стверджувати, що територіально-рекреаційна система розглядається як функціональна система. Відмінність між підходами моделювання територіальної рекреаційної системи в одному випадку полягає в тому, що рекреанти об'єднані в рамках окремих галузей з обслуговуючими групами, а в другому – вони становлять окремий функціональний блок.

Проте, наведені моделі є недосконалими. Нами констатовано, що територіальна рекреаційна система як моно територія повинна формуватись як інтегрована система, що складається із значної кількості елементів. Взаємозв'язки у даній системі мають бути зумовлені безпосереднім споживанням рекреаційних ресурсів, використанням природних об'єктів установами обслуговування і формуванням рекреаційних потоків населення. Тому територіальна рекреаційна система має складатися із природних об'єктів, установ обслуговування і рекреантів, що їх використовують (вони можуть розглядатися як територіально визначені кількісні значення потреб у рекреації і ступенів їх задоволення). За функціями рекреаційної діяльності, варто розрізняти чотири типи територіальних рекреаційних систем: лікувальний, оздоровчий; спортивний; пізнавальний. В даному випадку, основним принципом побудови якісної моделі територіальної рекреаційної системи є застосування системного підходу, при якому будь-яка система (об'єкт) розглядається як сукупність взаємопов'язаних елементів (підсистем, компонентів), що має вихід (мета монорозвитку), вхід (матеріально-сировинну основу, ресурси), зв'язок із зовнішнім середовищем (під яким слід розуміти, відмежовані від системи об'єкти і явища, з якими вона певним чином взаємодіє) і зворотний зв'язок.

Принцип системності є основоположним при створенні, функціонуванні і розвитку територіально-рекреаційної системи. Він дає можливість досліджувати об'єкт як єдине ціле, виявляти різноманітні типи зв'язків між структурними елементами системного утворення, які забезпечують цілісність системи, встановлювати компонентну структуру виробничо-господарської діяльності системи і реалізовані нею конкретні функції. Системний підхід являє собою форму застосування теорії пізнання і діалектики в ході дослідження процесів, що відбуваються в територіальних рекреацій-

них системах (при цьому важливо забезпечити реалізацію вимог загальної теорії систем, які свідчать, що кожна рекреаційна система в процесі її дослідження розглядається як велика і складна система і, одночасно, як елемент більш загальної територіальної системи в рамках адміністративно-територіального поділу).

Важливе значення при формуванні територіальної рекреаційної системи відіграє принцип територіальної комплексності, який проявляється у всебічному прогресивному розвитку всіх підсистем та елементів рекреаційної системи як єдиної соціально-економічної системи у взаємозв'язку з навколишнім середовищем для забезпечення її конкурентоспроможності на певній монотериторії. Даний принцип передбачає поєднання соціально-економічного, організаційно-управлінського, виробничого та інформаційного розвитку територіально-рекреаційної системи. Можна виділити і другорядний принцип – ідентифікація відношень системи і цілісність, а саме, щоб ідентифікувати рекреаційну монотериторію як систему, необхідно визначити та виокремити такі відношення, в якому вона виступає як інтегрована система. Виходячи з цього, рекреаційну монотериторію необхідно представити у вигляді упорядкованої безлічі взаємозалежних та взаємообумовлених елементів, що володіють структурою та відповідають принципу цілісності (сукупність елементів системи, що являють собою органічну цілісність; єдність, що володіє загальними властивостями, які відмінні від властивостей окремих компонентів та не зводяться до простої суми таких властивостей) [2]. Виходячи з даного принципу, можна констатувати, що при побудові якісної моделі територіальної рекреаційної системи, властивості рекреаційної монотериторії як системи неможливо звести до суми властивостей складових її частин; її властивості неможливо вивести з властивостей окремих частин; всі елементи, процеси і відносини всередині системи залежать від структурного принципу організації системи (в цілому), адже рекреаційна монотериторія являє собою відкриту цілісну систему з наявними їй економіко-технологічними і соціокультурними відношеннями, природно-кліматичними, економіко-географічними, історичними, демографічними, етнічними особливостями, які функціонують на основі ознак однорідності та внутрішньої цілісності, яка функціонує як структурна складова регіональної територіальної мережі.

Проведений аналіз сутнісного наповнення та специфіки категорії «територіальна рекреаційна система» (в межах територіальної організації виробництва і суспільства) характеризує її багатогранність. Отже, як бачимо немає єдиного підходу щодо визначення даної категорії. В основу закладено базову модель В.С. Преображенського. Виходячи з представлених трактувань, можна стверджувати, що територіальна рекреаційна система – інтегрована геосистема, гетерогенна за складом (складається з значної кількості взаємозв'язаних природних, соціальних та господарських компонентів, які сконцентровані на певній території з наявним рекреаційно-ресурсним ядром, інфраструктурним потенціалом та система інформації та життєзабезпечення), яка характеризується-

ся функціональною (стан підсистеми визначається функцією системи в цілому) і територіальною цілісністю. Система інформації та життєзабезпечення виступає як інструмент просторової оптимізації продуктивних сил і управління виробництвом. Взаємозв'язки у ТРС зумовлені безпосереднім споживанням рекреаційних ресурсів, використанням природних об'єктів установами обслуговування і формування рекреаційних потоків населення. Тому ТРС складається із природних об'єктів, установ обслуговування і рекреантів, що їх використовують (вони можуть розглядатися як територіально визначені кількісні значення рекреаційних потреб і ступенів їх задоволення) і для побудови її якісної моделі необхідно застосовувати принципи системності, територіальної комплексності, ідентифікації відношень системи та принцип цілісності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бейдик О. О. Українсько-російський словник термінів і понять з географії туризму і рекреаційної географії. / О. О. Бейдик. – [б. м.] : РВЦ «Київський університет», 1997. – 300 с.
2. Дудник І. М. Вступ до загальної теорії систем : Посібник / І. М. Дудник – Полтава : 2010. – 129 с. – Режим доступу: <http://infp.pp.ua/wp-content/uploads/2010/09/wdzts919.pdf>
3. Преображенский В. С. Рекреационная география, ее состояние и перспективы / В. С. Преображенский, Б. Н. Лихачов, Ю. А. Веденин // Социально-экономические и географические аспекты исследования. – М., 1974. – С. 1–16.
4. Топчієв О. Г. Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методики : [навчальний посібник] / О. Г. Топчієв. – Одеса : Астропринт, 2005. – 632 с.

УДК 338.48

ДЕЯКІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ

*Дашук Ю.Є., к.е.н., старший викладач
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Лепкий М.І., к.г.н., доцент
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Луцький національний технічний університет*

Українські громади в умовах децентралізації розпочали по особливому звертати увагу на великий туристично-рекреаційний потенціал їх територій. В свою чергу реформа місцевого самоврядування спонукає використовувати його для залучення інвестицій і розвитку й позиціонує туристично-рекреаційну сферу, як інструмент, що може стати початком комплексного розвитку громади.

Подібний механізм економічного зростання вже пережили ряд територіальних утворень (громад) в країнах Європи. Спочатку зацікавленість з боку туристів викликають історичні споруди чи унікальні об'єкти, далі попит випереджує пропозицію й виникає глобальна потреба у розвитку інфраструктури. В результаті об'єднані територіальні громади (ОТГ) починають розуміти і використовувати усі переваги власного туристично-рекреаційного потенціалу, збільшують зацікавленість у розвитку туризму, залучають інвестиції й покращують власний імідж.

Однак, такий механізм не завжди спрацьовує в реаліях українського суспільства. В багатьох випадках в ОТГ відсутній комплексний підхід до управління туристично-рекреаційною діяльністю на місцях та загалом стратегічне бачення розвитку даної галузі. Мова йде про реалізацію базових функцій управління туристично-рекреаційною сферою, зокрема: планування, організація, мотивація і контроль на рівні ОТГ.

В реаліях сьогодення досить часто можемо спостерігати ситуацію, за якої у громаді не знають, скільки туристів приймає ОТГ зараз і скільки зможе прийняти після побудови, наприклад, туристично-рекреаційного комплексу. Не знають, чи не виявиться вся туристична інфраструктура збитковою? Проте інвесторів, які добре вміють рахувати гроші, цікавить насамперед можливість заробітку. Численні стратегії розвитку туризму, якими може похвалитися чи не кожна громада, рідко переходять у практичну площину. Багато громад також обмежуються кроками, які ні до чого не зобов'язують і, відповідно, жодної користі не приносять.

Така ситуація виникає, в значній мірі, через відсутність необхідних знань із бізнес-планування, просторового розвитку, не тільки у службовців органів місцевого самоврядування, але й в безпосередньо у мешканців громади. При цьому останні виступають чи не одним із найголовніших стейкхолдерів процесу управління туристично-рекреаційною діяльністю на місцях й в підсумку отримують найбільші вигоди від подібної діяльності. Адже, як показує практика, на початковому етапі формування туристичного продукту, саме мешканці громади є найбільш відданими його споживачами і найкращими промоутерами. Ключовим у розгляді цього питання є налагодження діалогу між гравцями на туристичному ринку: необхідно будувати якісну комунікацію між представниками влади і громади та бізнесу, щоб показати, які переваги розвитку туризму відкриваються для них самих через економіку галузі.

З іншого боку, чи не найголовнішим елементом управління туристично-рекреаційною діяльністю на місцях має стати чіткий розрахунок ефекту від проведеної діяльності. Чи вигідним для громади буде створення певної туристичної інфраструктури? Чи не пустуватиме вона? Також важливим є дослідження розташування туристичних об'єктів, оцінка їх близькості до кордону чи інших атракцій, якості доріг тощо. Зазначимо, що подібні підрахунки є обов'язковим для отримання грантів, як одного із найбільш поширених інструментів інвестування у туристично-рекреаційну галузь ОТГ.

Не слід забувати й про наявність туристів вже зараз, в даний період розвитку громади, адже турист, який приїжджає на дві години не вигідний для економіки ОТГ. По-перше, тому, що на ньому громаді практично неможливо заробити – у нього надто мало часу, щоб витратити якісь помітні для бюджету гроші. По-друге, він залишає після себе тільки сміття і проблеми. Туризм дає плюс, якщо турист залишається у громаді хоча б на одну ніч. Але для цього йому необхідно запропонувати не об'єкти, як це робить більшість ОТГ, а комплексний туристичний продукт із системою послуг.

Подібним методом розпочала свою роботу Новоміська об'єднана громада Львівської області й отримала від Євросоюзу 900 000 євро на втілення дуже незвичного туристичного етнопроекту «COWBOYку: Український дикий захід» [1]. Важливо, що однією із обов'язкових умов виділення грошей було створення у громаді Школи економічного розвитку, яка готуватиме персонал для туристичного містечка: офіціантів, продавців, адміністраторів тощо.

Туризм міг би бути значним джерелом заробітку для багатьох ОТГ України. За повідомленням міжнародного порталу туристичних рекомендацій TripAdvisor [2], у 2013-2014 роках 33% усіх українських користувачів порталу цікавилися відпочинком всередині країни, а у 2016-му ця цифра сягнула 50%. Водночас ряд експертів туристичної галузі зауважують, що ця цифра за 5 років може сягнути і 60-65%.

З іншого боку не лише вітчизняні, а й іноземні туристи можуть виступати джерело економічного зростання ОТГ. Так, за даними Держслужби статистики, минулого року нашу країну відвідали 14,3 млн. іноземних громадян. Найбільше іноземців приїхали з Молдови (4,4 млн.), Білорусі (2,7 млн.), Росії (1,5 млн.), Польщі (1,1 млн.) та Угорщини (1,06 млн.) [3]. Отже, попит з точки зору як вітчизняного, так і іноземного туриста є, і щороку спостерігається динаміка зростання, але чи є якісна пропозиція на ринку туристично-рекреаційних послуг?

Сьогодні, найбільш відомими туристичними центрами в Україні є Одеса, Львів та Буковель. Проте, дедалі більше українців та й іноземних туристів цікавляться іншими регіонами, у яких шукають досі практично невідомі українські родзинки. Як наслідок, чимало українських медіа створюють проекти, у яких розповідають про незнані місця, які можуть бути цікаві туристам. Так, зокрема, з'явився і проект Ukraïner [3], учасники якого весь час мандрують Україною, розповідаючи про її цікавинки.

Зауважимо, що кожна громада має об'єкти, які можуть привернути увагу туристів, однак для комплексного управління туристично-рекреаційною діяльністю цього замало. Потрібні конкретні кроки місцевої влади, серед яких, ефективними на наш погляд, можуть бути: податкові канікули, створення кластерів за окремими туристичними напрямками, розвиток комунальних підприємств туристичного спрямування, налагодження діалогу влада-бізнес-мешканці тощо. З іншого боку, коли в громаді буде наведений лад з дорогами та іншими об'єктами інфраструктури туристи не забаряться.

Таким чином, тісна взаємодія суб'єктів, які мають пряме або опосередковане відношення до управління туристично-рекреаційною діяльністю, поглиблення їх знань щодо ефективної її організації та чітко сплановані та обраховані рішення неодмінно сприятимуть активізації розвитку туристично-рекреаційної сфери ОТГ та реалізації практичних ідей для її зростання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сайт Децентралізація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.decentralization.gov.ua/news/8833.
2. TripAdvisor [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.tripadvisor.com
3. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
4. Ukraïner [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukraïner.net.

УДК 640.432:339.372.842

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА МОДЕЛЬ МАСШТАБУВАННЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Ткачова С.С., к.е.н., доцент

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Франчайзинг як драйвер розвитку бізнесу, складник інвестиційної політики держави, особлива форма організації та функціонування бізнесу, найперспективніший напрям розвитку бізнесу в Україні залишається в центрі уваги науковців і практиків. У наукових публікаціях, звітах асоціацій та федерацій франчайзингу, публікаціях і виступах експертів та аналітиків бізнесу, безпосередньо власників бізнесу, подано результати вивчення теоретичних аспектів франчайзингу, динаміки його становлення та розвитку, переваг та недоліків, ризиків, позитивного та негативного впливу чинників зовнішнього середовища, рекомендації щодо необхідності державної підтримки франчайзингу, удосконалення законодавчої бази, підготовки кадрів для професійного супроводження франчайзингу, удосконалення кредитної та страхової політики тощо.

Найбільшою в світі є франчайзингова система США. За даними The International Franchise Association, у 2016 р. в цій системі функціонувало 801153 франчайзингових бізнес-закладів, на яких працювало 8,9 млн осіб, що становило 5,6 % приватної робочої сили США або 3,8 % всіх робочих місць.

За даними Європейської федерації франчайзингу, найбільш масштабно франчайзинг представлений у Великобританії, Німеччині, Франції, Іспанії та Італії. Ці країни також є найкрупнішими експортерами франшиз (більше 70 %). Річний обіг в галузі франчайзингу у країнах ЄС у 2016 р. стано-

вив 467,7 млрд євро; лідером є Німеччина з показником 72,3 млрд євро. Кількість франшиз у 2016 р. становило 11800 з лідерством Франції (1460 одиниць).

За даними Асоціації торгових мереж та франшизи Китаю, у 2016 р. в країні працювало 6300 франчайзингових компаній; загальна кількість відкритих ними об'єктів перевищила 500 тис. Серед найбільш динамічних галузей з розвитку франчайзингу відмічаються ресторанний бізнес, роздрібна торгівля, технічне обслуговування та ремонт автомобілів, сектор нерухомості.

За підрахунками експертів, найвищі показники з розвитку франчайзингу в Україні відмічались у 2015 р.: функціонувало 565 компаній-франчайзерів, 20 тис. франчайзингових закладів, на яких працювало 500 тис. українців. 424 компанії (75%) масштабувались за рахунок відкриття як власних, так і франчайзингових об'єктів; 141 компанія (25%) розвивала тільки власні заклади. У 2016 р. кількість франчайзингових компаній в Україні скоротилась, порівняно з 2015 р., на 104 компанії (18,4%), що експерти оцінили як вихід з ринку дрібних і «фейкових» франшиз, а також як стійкість великих компаній-франчайзерів. Кількість франчайзингових об'єктів у 2016 р. знизилась на 32% – до 13,7 тис. одиниць. З 461 франчайзингової компанії, 63% франшиз належали українським компаніям, які працювали на ринку більше трьох років.

Збір, вивчення та систематизація інформації щодо світових та національних тенденцій розвитку франчайзингу дозволили зробити висновок про те, що практично у кожній без виключення публікації, якому аспекту франчайзингу вона не була б присвяченою, визначаються лідерські позиції ресторанного франчайзингу. Ця тенденція зберігається як у світі, так і в Україні.

Метою дослідження є підтвердження актуальності, перспективності та ефективності використання франчайзингу для масштабування ресторанного бізнесу в Україні. Інформаційною базою дослідження є матеріали, представлені у відкритих джерелах мережі Інтернет.

Популярність ресторанного франчайзингу, швидкі темпи розвитку в Україні пояснюються наслідуванням закордонних тенденцій. Так, за даними консалтингової компанії Franchise Group, 56,3% усіх закордонних франчайзингових компаній розвивають ресторани швидкого харчування, 18,2% – готельні комплекси, 14,2% зайняті виробництвом та реалізацією продуктів харчування, 13,1% – ресторанами повного циклу. Галузі економіки, які лідирують за використанням франчайзингу в Європі, мають такі показники: ресторани швидкого харчування – 53%; готельний бізнес – 14%; ресторани повного сервісу – 11%; сфера послуг – 8%; роздрібна торгівля – 6%. За рейтингом топ-500 франшиз Європи, складеним Franchise Europe на 2018 рік, 8 з 10 перших позицій займають франшизи (7 США та 1 Нідерландів) ресторанного бізнесу (Харчова франшиза), а саме швидкого харчування.

Згідно аналізу компанії POSTER, впродовж 2016-2017 рр. кількість ресторанних франшиз в Україні зросла більше, ніж на третину – з 60 до 80

пропозицій. З близько 700 працюючих в Україні ресторанних мереж за франчайзингом розвиваються 127 мереж, які нараховують майже 4700 закладів (17% власних, 83% – партнерських). У середньому приріст становить 10-15% на рік. У 2017 р. відкрилось 310 закладів за франшизою та 180 власних. Обсяги ринку ресторанних франшиз у 2017 р. становили 52 млрд грн. До кризи цей показник знаходився у межах 65-80 млрд грн. На ринку франшиз за рік з'являється близько 10 нових пропозицій в сфері ресторанного бізнесу, а франчайзинг пропонується включати в двадцятку найперспективніших напрямів розвитку бізнесу в Україні на найближчі 3-5 років. Необхідно зазначити, що придбання франшизи автоматично не гарантує успіх у бізнесі. У 2017 р. припинили діяльність 83 об'єкти, які самостійно розвивали франчайзингові компанії ресторанного бізнесу, та 112 закладів їх партнерів-франчайзі. Але це значно менше, ніж кількість підприємств, які працювали самостійно, та були вимушені припинити діяльність.

Франчайзинг вважається ефективним інструментом розвитку середнього та малого бізнесу в таких сферах, як: ресторанний бізнес, роздрібна торгівля, споживчі послуги. За даними консалтингової компанії Franchise Group, в США близько 80% підприємств вказаних сфер бізнесу працюють за умовами франчайзингу, в Європі – 67%, в Україні – лише 23 %. Враховуючи, що Україна із запізненням повторює закордонні тренди в бізнесі, у найближчі роки сегмент франчайзингу буде динамічно розвиватись. Сьогодні вітчизняний ресторанний бізнес займає 3-тє місце після сфер ритейлу та споживчих послуг за показником відкриття франчайзингових об'єктів. За оцінками вітчизняних експертів, франчайзинговими у роздрібній торгівлі України є близько 84% об'єктів, у сфері споживчих послуг та ресторанного бізнесу – це 73% і 70% відповідно.

Про зацікавленість українського бізнесу у розвитку за умовами франчайзингу свідчать професійні події, публікації, тренінги, компанії на ринку, які професійно розробляють франшизи, онлайн-каталоги франшиз тощо. Так, щорічне проведення з 2017 року Міжнародного франчайзингового форуму в ресторанній та готельній індустрії – Franchithink надає можливості для знайомства, спілкування, співпраці основним стейкхолдерам франчайзингу: інвесторам, рестораторам та готельерам, франчайзерам і франчайзі, бізнес-партнерам з інших галузей економіки. Успішний багаторічний практичний досвід українських рестораторів свідчить про те, що франчайзинг динамічно розвивається тільки за умов справжнього партнерства між учасниками, сумісництва поглядів та цінностей. В Україні функціонує 5 онлайн-каталогів франшиз для сфер споживчих послуг, ритейлу та ресторанного бізнесу. Найбільшою популярністю серед франшиз ресторанного бізнесу користуються формати кав'ярень «третьої хвилі», пекарень, стріт та фаст-фудів, що працюють, як правило, у низькому та середньому цінових сегментах. Інвестиції у відкриття закладу ресторанного бізнесу за франшизою складають від 130 тис. грн. до 4-5 млн грн. Під час вибору франшизи фахівці рекомендують враховувати тренди ресторанного бізнесу. За прогнозами, зросте

популярність закладів, які пропонують гостям монопродукт, вегетаріанську кухню, сніданки «на винос».

Протягом 2018-2020 рр. прогнозується сталий розвиток українського ринку франшиз. Заклади ресторанного бізнесу й надалі відіграватимуть важливу роль у благополуччі франчайзингового ринку України.

УДК 338.48-2-053.9 (477)

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ АНТИВІКОВОГО МЕНЮ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ПРИ ГОТЕЛЯХ

Головата К.Ю., магістрант

Медвідь І.М., асистент

Доценко В.Ф., д.т.н., професор

Національний університет харчових технологій

Здоровий спосіб життя є передумовою для різнобічного розвитку людини та досягнення нею довголіття. У зв'язку з цим все більшої актуальності набуває «wellness» туризм, який спрямований на підтримку організму в здоровому стані та збереження балансу між фізичним і психологічним здоров'ям людини.

Новим напрямком wellness є антивікова терапія (від англ. anti-age therapy), що являє собою комплекс заходів з профілактики та подолання різних вікових змін, які сприяють омолодженню організму людини. Основою для формування цього напрямку було твердження ряду дослідників [1-3] про те, що старіння – це хвороба, яка потребує постійного спостереження та інтенсивного лікування. Антивікова терапія включає як культуру здорового способу життя, так і застосування низки симптоматичних та локальних медикаментозних і немедикаментозних заходів, спрямованих на збільшення регенеративного потенціалу організму, підвищення його імунного захисту, протидію генетичним мутаціям і збільшення запасу життєвих сил.

З точки зору сучасної науки необхідним є вчасне запобігання усіх небажаних явищ зрілого періоду життя людини. Процес омолодження рекомендують розпочинати, не чекаючи проявів серйозних захворювань, у віці після 35 років. При цьому, важливо піклуватися про молодість організму вже після 25 років, щоб у подальшому просто підтримувати стан організму та шкіри у здоровому вигляді [4].

Зміна характеру попиту на лікувально-оздоровчі послуги призводить до того, що у всьому світі зростає кількість людей, які бажають підтримувати хорошу фізичну форму завдяки тренуванням, участі у відновних анти-стресових програмах та харчуванню, тому готелі змушені диверсифікувати

оздоровчі послуги, щоб вийти на нові сегменти споживчого ринку і залучити додаткових клієнтів.

З метою уповільнення процесу старіння та відновлення внутрішнього балансу організму перспективним є впровадження страв антивікового призначення в меню загальнодоступних закладів ресторанного господарства, а також при готелях. Доцільність застосування «антивікового» меню в ресторанах та кафе при готельних підприємствах оздоровчого призначення полягає в тому, що відвідувачі матимуть змогу покращити ефект від оздоровчих процедур та вправ завдяки харчуванню та отримати позитивний результат. Позиції меню розробляються з метою відновлення організму і уповільнення старіння і ґрунтуються на принципах наукової дієтології та спеціально підібраному сполученні продуктів.

Харчування для підтримки та відновлення молодості нерозривно пов'язане із забезпеченням нормального здорового функціонування всього організму в цілому. На стані шкіри, як в дзеркалі здоров'я, відображаються проблеми в роботі внутрішніх органів, що володіють великим, в порівнянні з шкірою, пріоритетом в отриманні поживних речовин з їжі.

З цієї точки зору антивіковий раціон повинен відповідати наступним вимогам:

- забезпечувати необхідний захист від оксидативного стресу для запобігання порушення природних процесів синтезу колагену і еластину, віддаючи пріоритет продуктам з високим антиоксидантним потенціалом;

- мінімізувати шкідливий вплив гіперглікемії за допомогою обмеження і правильного вибору вуглеводів у харчуванні для запобігання пригнічення синтезу гіалуронової кислоти і підтримки активності фібробластів – клітин дерми, що синтезують колагенові волокна;

- забезпечити максимальну кількість свіжих сирих продуктів для заповнення виснажених з віком ферментних ресурсів організму, профілактики і корекції дефіциту поживних речовин [5].

Особливості планування антивікового меню ґрунтуються на таких принципах: основа раціону повинна складатися з білків, вуглеводів, фруктів та великої кількості свіжих овочів; білки і вуглеводи не повинні вживатися одночасно; м'ясо та м'ясні продукти з високим вмістом жиру слід замінити бобовими, рибою, птицею та нежирними сортами м'яса, при цьому порції мають бути невеликими; фрукти і фруктові соки необхідно споживати через дві години після їжі; загальне споживання кухонної солі не повинно перевищувати 1 чайної ложки (6 г) на день (рекомендується використовувати тільки йодовану сіль); споживання цукру, насичених жирів, кави та алкоголю (крім білого сухого вина в невеликій кількості) слід виключити [6].

Скорочення калорійності на 40% при збереженні необхідної кількості вітамінів і мінералів збільшує тривалість життя мінімум на 30%.

До складу антивікових страв мають входити такі нутрієнти:

- білок – необхідний для виробництва колагену, який підтримує шкіру в пружному вигляді (міститься в нежирному м'ясі, рибі та яєчному білку);

– ненасичені жири – сприяють омолодженню шкіри, а також захищають серцево-судинну систему, мають протипухлинний ефект, сприяють розщепленню жирів (омега-3, омега-6 кислоти, що містяться в горіхах і рослинних оліях (льняне, оливкове та інші);

– антиоксиданти (аскорбінова кислота, β -каротин, вітамін Е) – борються з раннім старінням, протидіють вільним радикалам, які пагубно впливають на життя клітин (присутні в насінні соняшника, пшеничних зернах, шпинаті, червоному перці, капусті, ківі, чорниці, помідорах, нерафінованій рослинній олії та горіхах);

– поліфеноли – мають потужний антиоксидантний і омолоджуючий ефект (містяться в чорному шоколаді, чаї, гранаті, смородині, червоному вині, винограді, грейпфруті);

– кальцій – забезпечує міцність кісток і зубів, а також покращує стан фігури (міститься в кисломолочному та твердих сортах сиру, вершковому маслі і яєчних жовтках (джерело вітаміну D). *Ca* прискорює процес спалювання жирів і підсилює обмін речовин. Однак без вітаміну D він майже не засвоюється і дуже швидко виводиться;

– клітковина – сприяє очищенню шлунково-кишкового тракту від токсинів. З віком перистальтика кишечника слабшає і необхідність в їжі, багатій на харчові волокна зростає. Регулярне очищення шлунково-кишкового тракту не тільки відстрочить наступ старості, а й позначиться на стані ваги і якості шкіри. Джерелом клітковини є свіжі овочі, фрукти, цільнозерновий хліб, льон, насіння фенхелю, рисові висівки, зародки пшениці, насіння маку, паростки квасолі, насіння коріандру, лимонна цедра, насіння люцерни, ламінарія.

Отже, впровадження антивікового меню в закладах ресторанного господарства при готелях сприятиме розширенню сегменту оздоровчих послуг, спектр яких наразі достатньо вузький та однобічний, що забезпечить конкурентоспроможність серед конкурентів та популяризує серед споживачів послуги для підтримки молодості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Введення у соціальну роботу: навчальний посібник / А. М. Бойко, І. М. Грига, Н. В. Кабаченко, Р. І. Кравченко, Д. В. Полтавець, Т. В. Семигіна та ін. – К.: Фенікс, 2008. – 288 с.

2. Кайдашев І. П. Основи геронтології: навч. посібник / І. П. Кайдашев, О. А. Борзих. – Полтава, 2011. – 167 с.

3. Дехтяр В. Д. Основи спортивно-оздоровчого туризму / В. Д. Дехтяр. – К: Науковий світ, 2002. – 202 с.

4. П'ятницька Г. Інноваційний потенціал розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства в Україні / Г. П'ятницька, О. Григоренко, В. Найдюк. – Товари та ринки, 2013. – С. 29-42.

5. Карпенко П. Основи раціонального і лікувального харчування: навч. посіб. / П. Карпенко, С. Пересічна, І. Грищенко. – К.: КНТЕУ, 2011. – 504 с.

6. Ліповецька В. Розумні продукти / В. Ліповецька. – Лотос, 2018. – 96 с.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ

Кушнірук Г.В., *к.е.н., доцент кафедри туризму і готельної справи*

Петришин Д.Р., *студентка*

Львівський інститут економіки і туризму

Серед спеціалізованих видів туризму особливе місце займає винний туризм – відносно новий вид подорожей, що користується популярністю серед іноземних та вітчизняних туристів. Винний туризм – це вид гастрономічного туризму, який має на меті відвідини історичних центрів, пов'язаних із виготовленням винного продукту, виноградних плантацій, дегустацію та споживання напою у винних погребках та купівлю вина безпосередньо у виробника.

Між споживанням вина та подорожами ще з давніх-давен існувала певна взаємозалежність, оскільки чи не основною частиною гостинності було, є і буде частування візитерів напоями, найчастіше – вином. Як стверджують світові інформаційні агентства, вино – один із найпопулярніших національних напоїв світу. Тому, не дивно, що така інтеграція все ж відбулась, і результатом її стало створення нового виду тематичного туризму.

Суть винного туризму полягає в ознайомленні з процесом виготовлення вина, починаючи від екскурсій на виноградних плантаціях. Крім того, турист має змогу побувати на дегустаціях у дегустаційних залах та підвалах. Часто до турів, розроблених згідно тематики винного туризму, включають ресторани, що надають послуги дегустації вин.

Серед опитаних, за даними дослідження, проведеного стосовно вітчизняного ринку винного туризму, 24% виявили бажання стати учасниками комплексного винного туру, 20% – еногастрономічної вечері. Екскурсія виноградниками та на виноробню зацікавила 17% туристів, лекція – 16%, винні свята та фестивалі – 12%, майстер-клас з еногастрономії – 11% [2].

Особливого значення набувають винні фестивалі, як елементи ресурсної бази не лише винного, а й подієвого та гастрономічного видів туризму. Серед відвідувачів фестивалів частка в'їзних гостей складає лише 30–50 %, а внутрішніх – коливається в межах від 50 до 70%, відповідно [4, с. 101]. Переважна більшість популярних фестивалів, де загальна кількість відвідувачів перевищує 25 тис. осіб, проводяться в центрах відомих виноробних регіонів чи на прилеглих територіях.

Цей вид туризму бере свій початок із 50-х років ХХ століття, з Італії та Франції. Проте, сьогодні винні тури завоювали прихильність населення Європи, Азії та Америки. Серед основних світових регіонів виноробства виділяють наступні: європейські (Італія, Франція, Іспанія, Португалія, Угорщи-

на) та країни «нового світу вина» (США, Чилі, Австралія, Південна Африка, Аргентина).

Найбільш успішні виробники виноробної продукції в світі – Франція, Італія та Іспанія. Досить передбачувано, враховуючи той факт, що виноробна галузь почала зароджуватись саме тут. Скоріш за все, тому що вино – це продукт праці багатьох поколінь, плід мудрості народу і продукт території, сприятливої для росту виноградної лози. Саме ці держави займають провідні позиції в рейтингу світового виробництва вина. Проте, існують також так звані нові винні держави. Наприклад, Туреччина, Китай та Південна Африка – ускладнюють можливість світових лідерів утримувати свої показники.

За даними International Organisation of Vine and Wine: OIV, на Італію (18%) Францію (17%), Іспанію (15%), США (9%) та Аргентину (5%) припадає 63% загального світового виробництва вина. Крім того, OIV повідомляє, що загальна площа світових виноградних насаджень зменшується. Проте, це не відображається негативним чином на показниках урожайності, а навпаки. Виробництво винного продукту головним чином сконцентроване в Європі, де спостерігається значне зростання протягом останніх 4 років. Стабілізація виробництва вина властива для США та країн Південної півкулі.

За даними The Wine Institute, протягом 2013-2015 рр. лідерами за споживанням вина стали США, Франція та Італія. Україна зайняла 26 позицію з результатом 210 тис. літрів вина, що становить 0,85% від загальної кількості світового споживання вина. Варто відзначити, що незважаючи на невисокий результат, порівняно з провідними країнами світової виноробної галузі, за 3 роки показник все ж таки зріс на 5,9%.

Щодо кількості виготовленого вина, то країнами-лідерами виступають Італія, Франція та Іспанія. Україна посіла 20 позицію в рейтингу з результатом 200 тис. літрів у 2015 році. Частка вітчизняного винного продукту відносно світового – 3,8%, що на 0,3 вище середнього значення по країнах [5].

Щодо вітчизняних туристичних дестинацій винного туризму, то особливе місце тут займають підприємства-винарні, що знаходяться у приватній власності виноробів, розташовані в межах чотирьох теруарів – Миколаївська, Одеська, Херсонська та Закарпатська області. Також до винного туризму залучають заклади ресторанного господарства, що надають послуги дегустації вин.

Найуспішнішими вітчизняними виноробами заслужено визнано тих, хто має власні виноградники, на основі яких і виготовляють вино, виключно зі свого урожаю. Вони мають власну впізнавану торгову марку та є відкритими для відвідування туристів і готові показати своє виробництво [3].

Ефективність використання природного потенціалу, регламентування нормативно-правовими актами діяльності суб'єктів винного туризму, вміння пристосовуватись до потреб споживача, створення власного іміджу та впізнаваного бренду сприяють ефективності розвитку винного туризму [1].

Слід зазначити, що більше половини потенційних споживачів турпродукту винного туризму (56%) готові витратити до 500 євро, 32% орієнтуються на вартість в межах від 500 до 1000 євро, 6% респондентів надають перевагу елітному рівню обслуговування, 5% вважають ціну другорядним фактором [2]. Отже, слід врахувати, що станом на сьогодні, ціна буде основним орієнтиром для туриста при виборі винного туру.

На відміну від видів туризму, які вже давно розвиваються, винний туризм знаходиться на стадії розвитку. І це стосується не лише України, а й світу загалом. При цьому, всюди, де вирощують виноград і виробляють вино, вже є передумова для розвитку винного туризму. Зазвичай це найкраще простежується в період початок – середина осені, саме тоді в більшості дестинаціях, придатних для розвитку винного туризму, проводять фестивалі, приурочені зборам урожаю.

Зрозуміло, що вітчизняний винний туризм суттєво відстає від світових лідерів виноробної галузі. Проте, тут все ж таки існують сприятливі умови для забезпечення ресурсної бази в розвитку винного туризму.

Таким чином, розвиток винного туризму дає змогу суттєво підтримати місцевих виробників винограду, продовжити туристичний сезон у певному регіоні, створити або підвищити існуючий рівень туристичного іміджу місцевості, збільшити кількість туристичних потоків, зробити туристичний продукт більш атрактивним за рахунок впровадження винних екскурсій та дегустацій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Авласенко О. А. Сучасні тенденції розвитку виноробства в Україні і її регіонах [Електронний ресурс] / О. А. Авласенко // Ефективна економіка. – 2014. – № 6. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
2. Басюк Д. І. Дослідження ринку винного туризму в Україні / Д. І. Басюк, К. С. Бадещенкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sworld.com.ua/index.php/ru/tourism-and-recreation-114/the-travel-market-is-its-current-status-and-forecasts-114/21576-114-435>.
3. Успішні винороби України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/projects/wine/2018/10/30/642093>.
4. Hall M. Wine Tourism Around the World / Michael C. Hall, Liz Sharples, Brock Camboune, Nik Macionis. – Winepress Ltd., 2011. – 312 p.
5. World Statistics of the Wine Institute [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wineinstitute.org/resources/statistics>.

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

Рибальченко Н.П., асистент кафедри
туризму, соціально-економічної географії та краєзнавства
*Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького*

Сучасна галузь туризму – це одна з найпрогресивніших галузей світового господарства та найбільша галузь у світі за кількістю робочих місць для малого та середнього бізнесу. На жаль, в Україні туризму не приділяють належної уваги на державному рівні, аби використати потенціал галузі для розвитку економіки країни [3].

Сьогодні туризм стимулює розвиток багатьох елементів інфраструктури – готелів та інших засобів розміщення, підприємств харчування та торгівлі, закладів культури, транспортної мережі. Він гарантує збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків. Також активний розвиток туризму утворює галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації [1].

Розвиток туристичної галузі стимулює зростання у дотичних сферах економіки, що є особливо важливим для регіонального розвитку України. Крім того, ми маємо надзвичайно широкі можливості для залучення національного туризму, завдяки своїм унікальним природним можливостям, багатій історичній та культурній спадщині.

На початку ХХІ століття в Україні відбувалися суттєві зміни у розвитку туристичної діяльності, які зумовили виникнення низки проблем:

- стихійності;
- значної територіальної нерівномірності розвитку;
- різкої переорієнтації на виїзний туризм (тобто, відтоку значних валютних коштів за кордон);
- згорання масового внутрішнього туризму та ін.

Основні тенденції розвитку туристичної сфери мають певні особливості:

- у 10-х роках ХХІ ст. відбулася зміна співвідношення обсягів внутрішнього та зовнішнього туризму на користь останнього;
- чисельність іноземних туристів значно скоротилася;
- відбулося різке зменшення кількості громадян, охоплених внутрішнім туризмом після 2014 року.

Падіння та коливання туристичних потоків, на наш погляд, можуть бути зумовлені наступними причинами:

- геополітичними, коли на території області з'явилися гарячі точки (зони АТО);

- погіршенням соціально-економічного становища країни в цілому та в регіонах зокрема;
 - високою ціною туристичного продукту, що робить його недоступним для багатьох верств населення;
 - технічною відсталістю та недостатнім розвитком інфраструктури туризму;
 - незадовільним станом більшості автомобільних шляхів;
 - слабкістю, або відсутністю реклами туристичних маршрутів.
- Отже, актуальним завданням для країни є максимально задіяти її значний туристичний потенціал, відновити та збільшити туристичні потоки завдяки розвитку інфраструктури у туристично привабливих місцях, здійсненню картографування рекреаційно привабливих територій та покращенню соціально-економічної ситуації в цілому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Корнева Д. А. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в Україні / Д. А. Корнева // Вісник ДІТБ. – 2011. – №15. – С.174–180.
2. Рибальченко Н. П. Головні перепони на шляху розвитку туристичної галузі України / Н. П. Рибальченко // Матеріали міжнародної науковопрактичної інтернет-конференції: Формування освітнього простору в умовах інформаційного суспільства. 2018. – С. 139–141.
3. Рибальченко Н. П. Проблеми державного регулювання в реформуванні туристичної галузі в Україні / Н. П. Рибальченко // Scientific Journal Virtus. – 2018. #25, June. – С. 208–212. – Режим доступу: <http://eprints.mdpu.org.ua/id/eprint/2302/1/Journal25-208-211.pdf>

ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОГО ПРОСТОРУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

УДК 338.485 – 043.86

СОЦІАЛЬНИЙ ТУРИЗМ У КОНТЕКСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Гриньох Н.В., *к.і.н., доцент*

*кафедри адміністративного забезпечення соціокультурної сфери
ВП «Львівська філія Київського національного університету
культури і мистецтв»*

Дослідження показали, що сутністю категорії «трансформація суспільства» є впровадження змін, перетворення, внаслідок чого суспільство оновлюється, стає кращим.

Відповідно до Закону України «Про туризм», зі змінами та доповненнями від 2.10.2018 року № 2581 – VIII, ст. 10 «Повноваження центральних органів виконавчої влади, що забезпечують формування державної політики у сфері туризму та курортів», визначено можливості поширювати соціальну рекламу в туризмі, участь у створенні організаційно – правових та економічних механізмів у реалізації державної політики в галузі туризму [1].

Виявлено, що «соціальний туризм», як пріоритетний вид туристичної діяльності – подорожі субсидовані з коштів, що виділяються державою на соціальні потреби [2, с. 324]. Відповідно до даних Державної служби статистики України, «Туристична діяльність в Україні» у 2017 році, відображено низку показників за певними видами туризму, а саме:

- службова, ділова, навчання;
- дозвілля, відпочинок,
- лікування.
- спортивний туризм,
- спеціалізований туризм;
- інші, в т.ч. діти 0-17 років [3, с. 51-62].

Аналіз видів туризму, які відображені у даних Державної служби статистики України, «Туристична діяльність в Україні» у 2017 році, виявив, що не є відображено окремо статистичні дані щодо розвитку «соціального туризму» ще і дорослої категорії людей, окрім дітей. Держава здійснює адресну підтримку лише деяких видів соціального туризму: дитячо-юнацького, самодіяльного (спортивного). Відповідно до «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» (Розпорядження КМУ від 16.03.2017 р.

№168-р), передбачено «План заходів з реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року у 2018 році» (Додаток до Наказу Міністерства економічного розвитку і торгівлі України № 1902 від 28.12. 2017 року) [4].

У зарубіжній практиці організації туризму передбачено організацію «соціального туризму» для людей, які досягли пенсійного віку. Це здійснюється на кошти пенсійного фонду, спеціальних державних, медичних і благодійних фондів, куди робітники та службовці можуть вносити свої особисті заощадження (іноді в обов'язковому порядку). Такі кошти не оподатковуються, але їх власник не може ними розпоряджатися до досягнення пенсійного віку [2, с. 325]. Досвід низки зарубіжних країн показує, що відкладені таким чином кошти використовуються на задоволення рекреаційних потреб людей похилого віку, а туроператори стимулюють та розвивають такий вид туризму. В Україні також заохочується соціальна діяльність людей похилого віку, здійснюються туристичні обміни, суспільна діяльність тощо. Але така діяльність не є достатньо масовою для людей похилого віку. Саме тому є потреба більш детально вивчити зарубіжний досвід у організації «соціального туризму» та здійснити спроби його впровадження в Україні на законодавчому рівні.

До основних практичних заходів організації «соціального туризму» в Україні варто віднести наступне:

- розробка Проекту Закону «Про соціальний туризм»;
- нормативно – правове урегулювання участі держави та суспільних інститутів у розвитку соціального туризму;
- побудова низки преференцій для учасників ринку туристичних послуг, які організують соціальні подорожі для людей похилого віку;
- побудова державних програм субсидіювання туристичних подорожей незаможних громадян;
- розробка проекту «Концепції розвитку соціального туризму в Україні»;
- збільшення обсягів оплати вартості путівок за кошти профспілок;
- формування інфраструктури для обслуговування інвалідів у процесах соціального туризму;
- побудова механізмів, які забезпечуватимуть співучасть держави та громадян України у оплаті послуг соціального туризму тощо.

Організація надання послуг «соціального туризму» є також важливим завданням органів місцевої влади у взаємодії із іншими учасниками ринку туристичних послуг. Це забезпечить кращі можливості для людей із реалізації прав на відпустку, свободу подорожей і туризму, а також більш позитивно вплине на їх фізичне та психологічне здоров'я, сформує соціальну рівновагу в суспільстві в умовах його трансформації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Офіційний портал Верховної Ради України [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/> (дата звернення 16.12. 2018 р.)

2. Смолій В. А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. – К.: Видавничий дім «Слово», 2006. – 372 с.

3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 16.12.2018 р.)

4. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/> (дата звернення 16.12.2018 р.)

УДК 338.48

УМОВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА У СФЕРІ ТУРИЗМУ II ПОЛОВИНИ ХХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТ.

*Дутчак О.І., к.і.н., доцент
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника»*

У другій половині ХХ ст. почався бурхливий розвиток міжнародного туризму. За майже сім десятиліть (1950–2019 рр.) кількість подорожуючих у світі постійно зростала. Ця тенденція значною мірою обумовлена активною цілеспрямованою діяльністю міжнародних організацій.

Мета статті полягає в аналізі умов розвитку міжнародного співробітництва у сфері туризму.

У розвитку міжнародного співробітництва в сфері туризму значну роль відіграють багаточисельні міжнародні організації, що працюють на постійних засадах. Особливе значення мають Організація Об'єднаних Націй (ООН) і її спеціалізовані установи, зокрема ЮНВТО. 13 грудня 2005 р. Генеральна асамблея ВТО, затвердила нову скорочену назву своєї організації – ЮНВТО [1, с. 72].

Динамічність розвитку, урізноманітнення суспільних функцій та зростання ролі туризму як галузі господарства в умовах глобалізації потребують розробки питань узгодження туристської діяльності з природними, соціокультурними, еколого-економічними, інформаційно-технологічними можливостями, як окремих країн і регіонів, так і світового господарства загалом. Усе це свідчить про те, що роль багатостороннього співробітництва набуває все більш актуального значення. Багатостороннє співробітництво реалізується в формі широких міжнародних форумів з питань туризму. Для прикладу можна навести Римську конвенцію ООН з міжнародного туризму і подорожей (1963 р.), Наряду з питань безпеки і співробітництва в Європі (Гельсінкі, 1975 р.), Всесвітню конференцію з туризму (Маніла, 1980 р.), Міжпарламентську конференцію з туризму (Гаага, 1989 р.) [1].

Саме такі широкомасштабні міжнародні зібрання, діяльність яких була спрямована на розвиток сфери туризму та оптимізацію умов міжнародного співробітництва у цій сфері, обумовила формування сучасних умов міжна-

родного туристичного співробітництва. Завдяки діяльності таких міжнародних зібрань уможливилась практика багатостороннього міжнародного співробітництва в сфері туризму.

Без співробітництва країн у сфері туризму він не зміг би так успішно розвиватися. Якщо будь-яка країна знехтує повагу до недоліків у цій сфері і побажань іноземних туристів, то навряд чи до такої країни поїдуть туристи. Ще гірше може бути, коли недобррозичливі стосунки між окремими країнами переносяться на іноземних туристів у вигляді будь-яких дискримінаційних впливів тощо. Тому більшість країн, зацікавлених у збільшенні туристичних потоків, проявляють турботу щодо встановлення й розвитку широкого міжнародного співробітництва в туристичній галузі.

Головними цілями міжнародної співпраці у галузі туризму виступають:

- використання туристських зв'язків для зміцнення взаємопорозуміння й довіри між країнами;
- використання туризму для розвитку взаємовигідних економічних, торгівельних відносин;
- розширення зв'язків і контактів по лінії науково-технічних і культурних організацій і окремих особистостей;
- створення на взаємних засадах більш сприятливих умов для туристського обміну між зацікавленими країнами, організацію технічного співробітництва шляхом обміну туристською інформацією, розробки спільних стандартів і технологій обслуговування туристів, спрощення туристських формальностей тощо [2].

Міжнародне співробітництво в сфері туризму розвивається на двосторонній та багатосторонній основі. Двостороння співпраця – найпростіша та найефективніша. Для її реалізації не потрібно створювати якихось складних організаційних структур. Двостороннє співробітництво виникає тоді, коли дві сторони домовляються між собою щодо довгострокових дій відносно розвитку взаємних туристських зв'язків. Цілі, форми і методи співробітництва закріплюються в спеціальних договорах, які зазвичай мають назву міждержавних (міжурядових) угод про співпрацю в сфері туризму.

Тому практика двосторонніх угод широко застосовується багатьма країнами в тому числі й Україною. Нині наша країна уклала більше сорока двосторонніх міжнародних угод. Зокрема, з Білоруссю, Киргизстаном, Литвою, Естонією, Польщею, Туреччиною, Єгиптом, Ізраїлем, Тунісом, Узбекистаном, Болгарією, Грецією, Хорватією, Грузією, Кубою, Туркменістаном, Азербайджаном, Бразилією, Вірменією, Росією, В'єтнамом, Латвією, Македонією, Фінляндією, Китаєм, Республікою Корея, Словаччиною, Угорщиною, Албанією, Іраном, Індією, Казахстаном, Ліваном, Сирією, Сербією і Чорногорією, Республікою Молдовою тощо [3].

Перевага надається встановленню договірних відносин з країнами, які є перспективними для України туристськими ринками. Вивчається міжнародний прогресивний досвід щодо впровадження практики вдосконалення нормативно-правової бази туризму, організації функціонування високорента-

бельної туристської індустрії, державного регулювання та стимулювання галузі. Конкретні заходи цієї співпраці передбачають:

- широку підтримку діяльності і співробітництва туристських організацій обох країн;
- спрощення прикордонних, митних і інших туристських формальностей;
- сприяння зростанню групових та індивідуальних подорожей між двома країнами;
- обмін туристською інформацією;
- надання допомоги в підготовці професійних кадрів для сфери туризму;
- координацію співробітництва туристських адміністрацій в рамках ЮНВТО та інших міжнародних туристських організацій;
- погодження на відкриття туристських рекламно-інформаційних бюро на території один одного [4, с. 38].

Контроль за виконанням таких угод, як правило, покладається на національні туристичні адміністрації, делегації яких регулярно зустрічаються для підведення підсумків виконаної роботи і її планування на наступний період.

Багатостороннє співробітництво передбачає координацію спільних дій щодо розвитку міжнародного туризму між кількома країнами. Як правило, для забезпечення координації багатосторонньої співпраці створюється спеціальний орган (комісія, представництво). Така співпраця здійснюється на основі регулярного скликання міжнародних нарад, форумів з питань туризму і подорожей, а також створення і роботи різних міжнародних туристських організацій. Головним координатором багатостороннього співробітництва в сфері туризму виступає ООН [1, с. 78].

Висновки. Міжнародне співробітництво в туристичній сфері забезпечується завдяки діяльності міжнародних організацій, які приділяють свою увагу проблемам туризму. Регулярно організуються конференції, в яких беруть участь різні країни і обговорюють стан розвитку туризму на всіх рівнях та приймають рішення щодо розвитку туристичної сфери на міжнародному рівні. Саме цілеспрямована діяльність таких широкомасштабних міжнародних зібрань обумовила сучасний стан розвитку туризму та сформувала широкі можливості для міжнародного туристичного співробітництва.

ЛІТЕРАТУРА

1. Великочий В. С., Дутчак О. І., Шикеринець В. В. Міжнародний туризм: Навчальний посібник. Івано-Франківськ : Видавець Кушнір Г.М., 2015. – 254 с.
2. Євроінтеграційний поступ України. URL: <http://www.sta.gov.ua/doccatalog/document?id=246946>
3. Матеріали офіційного сайту міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
4. Прейгер Д. К., Малярчук А. І. Міжнародний туризм в Україні як форма інтеграційних комунікацій. Стратегічна панорама. 2005. №3. – С. 37–40.

ДО ПИТАННЯ ПРО ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР В УКРАЇНІ

**Сокол Т.Г., к.пед.н., доцент, зав. кафедри спецтурдисциплін
Академія праці, соціальних відносин і туризму**

Туристичний збір – це місцевий збір, кошти від якого зараховуються до місцевого бюджету. За логікою впровадження збору, він стягується з метою фінансування заходів, спрямованих на розвиток туризму і готельного господарства регіону. Платники збору (українці або іноземці, які тимчасово розміщуються у закладах проживання) оплачують цей збір безпосередньо в готелі, як правило, при заселенні, а зібрані кошти – у вигляді грошової суми – направляються до держбюджету відповідного міста і застосовуються місцевою владою для забезпечення в майбутньому мандрівникам найбільш комфортних умов перебування.

Попередником туристичного збору в Україні був готельний збір. Він стягувався на користь міського бюджету у розмірах, що не перевищують 20% ціни номера за добу (Декрет Кабміну України “Про місцеві податки і збори” від 20.05.1993 р.), але його конкретний розмір у встановлених межах визначався місцевою владою. Готельний збір існує і тепер у низці країн, він може визначатися у відсотках до ціни номеру або фіксованою сумою, його розмір, як правило, не перевищує 10 євро або 2-5% . У деяких країнах його розмір залежить від класу готелю. Від сплати готельного збору звільняються певні пільгові категорії громадян (діти, відрядники, інваліди тощо). До речі, в Україні, згідно Декрету Кабміну України “Про місцеві податки і збори” (ст.1) до таких пільгових категорій було віднесено «організованих туристів» [1, с. 336].

Так у Німеччині – Берлін, Кельн, Фрайбург – готельний збір становить 5% від ціни номера, у Баден-Бадені – 3,5 євро за день, в Гамбурзі – від 1 до 5 євро в залежності від класу готелю. В Австрії з 1 листопада 2008 року готельний збір стягується з кожного мандрівника у розмірі 1,5 євро на добу, але у Відні він становить 3,2 % від ціни номеру. У Вільнюсі – Литва – готельний збір дорівнює 2 літам (0,58 євро) за день, а в курортній Паланзі – 1 літ (0,3 євро). В Італії готельний збір стягується в 510 населених пунктах. Так в Римі він становить від 3 до 7 євро в залежності від класу готелю. В Бельгії залежно від категорії готелю готельний збір може бути 2,15 – 8,75 євро за день, також у Франції готельний збір варіюється в залежності від категорії готелю – від 0,75 євро (1 зірка) до 3,5 євро (5 зірок) за день. В Іспанії (провінція Каталонія) готельний збір встановлено на рівні від 0,5 до 2,5 євро за ніч в залежності від категорії готелю [2]. На початку 2000-х деякі готелі Іспанії, щоби втримати постояльців, свідомо знижували свою категорію з метою сплати більш низького податку. Але, як бачимо, в жодній країні ставка збору не обраховується і не залежить від розміру заробітної плати.

В Україні такий збір спочатку стягувався у розмірі 10% від вартості кожного дня проживання, пізніше у деяких містах його почали варіювати у залежності від категорійності готелю. Так для готелю «Дніпро» (4 зірки) цей податок становив 20% від вартості кожного дня перебування, а для готелю «Братислава» (2 зірки) – 10%. Все це значно підвищувало вартість проживання та не було економічно вигідно для готелів і довгий час власники готелю «Братислава» не вживали жодних кроків до підвищення категорійності готелю, приступивши до його реконструкції на рівень 3 зірки тільки після скасування готельного збору. Після розгляду на державному рівні різних варіантів зменшення готельного збору його було повністю скасовано. В результаті готелі економічно виграли, хоча на цінах за проживання це позначилося мало, оскільки вони диктуються кон'юнктурою ринку, але міський бюджет втратив значну частку надходжень [3, с. 273]. Тому через певний час постало питання про введення відповідного місцевого збору, яким і став туристичний збір, затверджений Податковим кодексом України. З введенням в дію Податкового кодексу Декрет Кабінету міністрів України «Про місцеві податки і збори» втратив свою чинність.

Згідно першої редакції Податкового кодексу України від 2 грудня 2010 року ставка збору встановлювалася за рішенням відповідної сільської, селищної, міської ради або ради об'єднаної територіальної громади у розмірі від 0,5 до 1 відсотка до бази справляння збору, якою стала вартість усього періоду проживання (ночівлі) в готелі за вирахуванням податку на додану вартість [4, с. 112]. За рішенням міських рад в більшості міст – туристичних центрів України туристичний збір було вирішено встановити на рівні 1% від вартості доби проживання.

Але редакцією Кодексу від 1 січня 2019 було внесено зміни, згідно яких тепер туристичний збір мусить стягуватися у розмірі до 0,5 відсотка – для внутрішнього туризму та до 5 відсотків – для в'їзного туризму від розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня звітного (податкового) року, для однієї особи за кожен добу тимчасового розміщення. Базою справляння збору залишено загальну кількість днів тимчасового розміщення у місцях проживання [5].

Таким чином по-перше, ставка збору прив'язується до розміру мінімальної заробітної плати, яка має стійку тенденцію до підвищення, що, відповідно, постійно збільшуватиме розмір податку в бік підвищення і потягне за собою збільшення ціни готельного номеру для постояльця і зайву необхідність пристосовуватися для місцевої влади.

По-друге, така вимога Кодексу урівнює розмір податків для готелів різних категорій, в тому числі для бюджетних, малих готелів, хостелів, що прямує загрожує їх фінансовому стану і взагалі – ставить під питання їх існування на ринку, штовхаючи їх до сфери тіньової економіки. В той же час, для готелів високих категорій, зважаючи на рівень цін на розміщення в них, ставка збору може зменшитися порівняно зі сплачуваною нині. Це в кінце-

вому результату може призвести до втрати надходжень до державного і місцевих бюджетів.

По-третє – знову встановлює нерівність у підході до громадян України і іноземців. Нагадаємо – у готелях України раніше застосовувалися різні види тарифів для громадян України (найнижчі), громадян держав СНД (дещо вищі) та інших зарубіжних країн (найвищі), що викликало різке незадоволення останніх. З 2002 р. цю практику було відмінено на державному рівні, до речі, з метою «дотримання законодавства під час надання послуг іноземцям та особам без громадянства», що відображено у назві відповідної постанови Кабінету міністрів України [6]. Знову повертаємося до минулої хибної практики дискримінації, що може зменшити туристичний потік до України, що найменше – туристів з близького зарубіжжя?

По-четверте, як ми бачимо, це повністю суперечить реаліям світової практики.

І нарешті, створює додаткові проблеми для туристичної галузі України, зокрема – для туристичних фірм – продавців туристичного продукту, знижуючи його конкурентоздатність, що особливо гостро стосується малого та середнього бізнесу.

Спільнота гостинності України, на знак протесту проти прийняття даних поправок до Податкового кодексу та в інтересах держави направила на сайт електронних петиції звернення до Президента України за номером 22/049661 – еп, в якому просить:

«Зробити позачергове послання до Верховної Ради України для термінового накладення мораторію на дію п. 53 ст. 268 (туристичний збір) рішення Верховної Ради від 23.11.2018 Закону України “Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо покращення адміністрування та перегляду ставок окремих податків і зборів” терміном до 01.01.2020 та забезпечення прозорості розробки нового законопроекту змін стосовно туризму до Податкового кодексу у повній відповідності до чинного законодавства України» [7]

Триває збір підписів. Проблема активно обговорюється. Але поки що, оскільки Податковий кодекс залишає остаточне рішення щодо ставки готельного збору в регіонах за місцевою владою, нормальне існування туристсько-готельних підприємств напряму залежить від рівня зваженого підходу і гнучкості податкової політики місцевої влади.

ЛІТЕРАТУРА

1. Декрет Кабінету міністрів України № 56–93 «Про місцеві податки і збори» // Відомості Верховної Ради України, 1993, № 30
2. Готельний збір : визначення [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://moayaosvita.com.ua>Фінанси
3. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах. 2-е видання, перероблене та доповнене. – К. : Альтерпрес, 2012.
4. Податковий кодекс України // Відомості Верховної Ради України, 2011, № 13.

5. Податковий кодекс України. Редакція від 1.01.2019 [Електронний ресурс] – Режим доступу:<http://zakon/help/law/2755-UI/>

6. Про забезпечення дотримання законодавства під час надання послуг іноземцям та особам без громадянства. Постанова Кабінету міністрів України від 17.08.2002 р. № 1136 2019 [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/1136-2002-п](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1136-2002-п)

7. Туристичний збір 2019 / Електронні петиції. Офіційне інтернет-представництво Президента України [Електронний ресурс] – Режим доступу:[https:// petition.president.gov.ua/№22/049661-еп](https://petition.president.gov.ua/№22/049661-еп)

УДК 338.488.216

ОСОБЛИВОСТІ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ КАТЕГОРИЗОВАНИХ ГОТЕЛЕЙ УКРАЇНИ

**Тептюк Л.М., к.і.н., доцент,
доцент кафедри історії та права
Черкаський державний технологічний університет**

Вагома роль у системі державного управління обслуговування в готелях належить нормативно-правовим методам контролю. Необхідність підвищення обслуговування у готелях зумовлена невідповідністю національних стандартів світовим. У зв'язки з цим на державному рівні є необхідність привести у відповідність національну та світову нормативно-технічної документацію згідно з чинною законодавчою базою України.

В основу регулювання у туристичній сфері економіки України, зокрема стосовно якості послуг у готелях, покладено Закон України «Про туризм», який діє з «15 вересня 1995 р., зі змінами та доповненнями, внесеними Законом України Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р. Він визначає загальні правові, організаційні й соціально-економічні принципи реалізації державної політики України у сфері туризму та спрямований на гарантування прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, безпечне для життя довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав, закріплених Конституцією України, встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією та здійсненням туризму на території України. Закон України «Про туризм» став правовим підґрунтям для розроблення комплексу галузевих нормативно-інструктивних документів, що регламентують конкретні аспекти туристичної діяльності.

Варто зазначити щодо готельної індустрії конкретнішим є Декрет Кабінету Міністрів України "Про стандартизацію і сертифікацію", від 10 травня 1993 р., зі змінами і доповненнями, внесеними 3 лютого 2004 р та Закон Про внесення змін до Декрету Кабінету Міністрів України "Про стандартизацію і сертифікацію від 8 грудня 2015 року. Він визначає правові й еконо-

мічні основи систем стандартизації та сертифікації, встановлює організаційні форми їхнього функціонування. Дія Декрету поширюється на підприємства, установи й організації незалежно від форми власності та видів діяльності, які діють на території України, а також на громадян - суб'єктів підприємницької діяльності.

Сертифікацію готельних послуг поділяють на обов'язкову та добровільну. Про обов'язкову сертифікацію в Декреті зазначено, що вона в усіх випадках повинна охоплювати перевірку та випробування продукції для визначення її характеристик і технічний нагляд. Кошти, витрачені заявником на обов'язкову сертифікацію продукції, враховуються у собівартості. Водночас передбачено: орган із сертифікації продукції під час здійснення обов'язкової сертифікації відповідає за необґрунтовану чи неправильну видачу сертифіката відповідності, порушення правил сертифікації.

Також якість послуг у готелях України регулює також «Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні», затверджений Наказом Державного комітету стандартизації, метрології та сертифікації України від 30 серпня 2001 р. До цього переліку належать готельні послуги та послуги харчування, які надають суб'єкти туристичної діяльності. Готельні послуги — це послуги готелів із ресторанами й окремо без ресторанів, стосовно котрих визначені ідентичні вимоги. Національний стандарт України зі засобів розміщування поширюється на засоби, призначені для проживання туристів.

Ще один нормативний документ, який виконує вагомую функцію є Постанова Кабінету міністрів України «Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам» від 29.07.2009 р. у редакції від 07.08.2018 р. Вона визначає категорії готелів та функції уповноваженого органу із встановлення категорій готелям, яку виконує Мінекономрозвитку.

Отже, широкий перелік прийнятих законів та постанов дає надію на поліпшення якості обслуговування у вітчизняних готельних підприємствах при умові належного фінансування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. у редакції від 09.11.2013 р. – [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>.
2. Декрет Кабінету Міністрів України "Про стандартизацію і сертифікацію від 10.05.1993 р. у редакції від 3.02.2004 р. – [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>
3. Закон Про внесення змін до Декрету Кабінету Міністрів України "Про стандартизацію і сертифікацію від 8.12.2015 р. – Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>
4. Постанова Кабінету міністрів України «Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам» від 29.07.2009 р. у редакції від 07.08.2018 р. – [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>.
5. Джуринський В. О. Правове становище господарських об'єднань в Україні: монографія / В. О. Джуринський. – К.: Юрінком Інтер, 2017. – 224 с.

ПІДПРИЄМСТВО ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК СУБ'ЄКТ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Худолей О.С., к.і.н., доцент,
доцент кафедри історії та права
Черкаський державний технологічний університет**

Готельно-ресторанний бізнес є основною складовою туристичної галузі України. Готельні підприємства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів – забезпечують їх житлом і побутовими послугами під час подорожі.

Значний розвиток туристичної галузі, прагнення підприємств до отримання найвищого прибутку та зростаюча платоспроможність споживачів послуг сприяють розширенню та урізноманітненню готельної діяльності. Поряд з послугами проживання й харчування пропонуються такі нові додаткові послуги, як: обслуговування ділових зустрічей, спортивні, медичні, посередницькі, тощо.

Економічна сутність готельної діяльності полягає у тому, що вона має нематеріальний характер. Результатом виробничо-експлуатаційної діяльності готелів є не «готовий продукт», а пропозиція особливого виду послуг. При цьому послуги не можуть вироблятися окремо від існуючого матеріального продукту, тобто без експлуатації матеріально-технічної бази (будівлі, споруди, устаткування, інвентар), яка виступає основою виробництва та реалізації пропонуванних послуг. З урахуванням особливостей обслуговування в готельному господарстві, де поєднуються виробництво та споживання послуг, цей процес визначається поняттям «надання послуг». Слід підкреслити, що в процесі цієї діяльності здійснюється продаж і безпосереднє надання послуг.

Зазначимо, що рівень обслуговування у сучасному готельному господарстві зумовлений, головним чином, станом матеріально-технічної бази підприємства, що його пропонує (будівлі, споруди, інженерне й санітарно-технічне обладнання, електроприлади, меблі, тощо). Спостерігається процес оновлення та урізноманітнення матеріально-технічної бази підприємств, підвищення фахового рівня персоналу готелів, впровадження інноваційних технологій тощо. Будівлі готелів обладнуються спортивними, медичними, розважальними та іншими приміщеннями. Відтак, процес обслуговування споживачів послуг урізноманітнюється, а пропоновані послуги набувають комплексного характеру [2].

При цьому попит на готельні послуги є нерівномірним, що зумовлюється економічними, демографічними, природо-кліматичними факторами. Дуже часто він залежить від сезону, днів місяця і навіть тижня. Тому готелі, мотелі, кемпінги повинні мати певний резерв номерного фонду, а також матеріальних і трудових ресурсів, щоб оперативно і ефективно реагувати на його коливання.

З метою підвищення рівня якості та культури обслуговування, а також конкурентоздатності на світовому ринку підприємства готельно-ресторанного бізнесу повинні пропонувати не лише високий рівень комфорту, але й широкий спектр додаткових послуг. Сервіс готелю доцільно формувати не за принципом попиту, а за принципом пропозиції.

Асортимент додаткових послуг, у цій галузі постійно розширюється. Якщо раніше в переліку готельних підприємств нашої країни їх значилось не більше десяти, то нині їх вже понад шістдесят, що значно ускладнює роботу менеджерів цієї сфери діяльності [3].

Залежно від виду та категорії готелю перелік додаткових послуг значно відрізняється. Значно збільшився обсяг управлінської праці, пов'язаної з постачанням, обліком, контролем виконання завдань. Все це потребує високої кваліфікації керівників, їх уміння на високому рівні виконувати будь-які управлінські функції.

Отже розглянуті особливості менеджерської діяльності підприємств готельно-ресторанного спрямування спонукають їх до об'єднання в асоціації, господарські товариства, де ряд управлінських функцій можна виконувати централізовано.

ЛІТЕРАТУРА

1. Агафонова Л. Л. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посібник / Л. Л. Агафонова. – К.: Знання України, 2017. – 351 с.
2. Виноградська А. В. Стратегія готельного бізнесу в Україні: підручник / А. В. Виноградська. – 2014. – 25 с.
3. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент: навчальний посібник для студ. вузів / Л. І. Нечаюк – К.: Центр навчальної літератури, 2016. – 346 с.
4. Галасюк С. С. Роль профільних асоціацій у розвитку туристичного бізнесу. – [Електронний ресурс] / Режим доступу <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream>.

УДК 338.488.2:640.4

ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ЗАКЛАДІВ ХАРЧУВАННЯ ПРИ ГОТЕЛЯХ В УКРАЇНІ

Куракін О.Б., старший викладач
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет

Готельно-ресторанний бізнес є основною складовою туристичної інфраструктури і відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту. Ця сфера в комплексі туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і в перспективі може стати найбільш важливим сектором туристичної діяльності.

Стан готельно-ресторанного бізнесу впливає на розвиток індустрії туризму загалом, створення туристичних послуг, інші ключові сегменти економіки транспорт, будівництво, зв'язок, торгівлю та ін. Таким чином, створення ефективного готельно-ресторанного бізнесу відіграє важливе значення як один з пріоритетних напрямів структурної перебудови економіки України. Готельно-ресторанний бізнес містить цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму. Для успішного вирішення комплексу завдань з обслуговування гостей, управління закладами із збереженням міцних конкурентних позицій необхідно оволодіти професійними знаннями і постійно їх вдосконалювати.

Конкурентна перевага готелю лежить в основі його успішної діяльності на ринку. Готельне господарство є важливою складовою туристичної індустрії та являє собою сукупність видів діяльності, спрямованих на обслуговування споживачів. У сучасних умовах бізнесу на ринку готельно-ресторанних послуг для збереження конкурентоспроможності готельного підприємства необхідно реалізовувати цілий комплекс заходів по формуванню і закріпленню конкурентних переваг.

Отож, в умовах постійно зростаючої конкуренції на ринку готельних послуг проблема забезпечення конкурентоспроможності готельного закладу набуває особливої актуальності.

Планування діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу і прогнозування їх розвитку в межах загальної стратегії охоплює такі етапи: аналіз вимог зовнішнього середовища і закономірностей внутрішнього середовища, визначення загальної стратегії функціонування підприємств, визначення інноваційних можливостей, формування стратегічних завдань, розробка концепції інноваційної стратегії, та програм діяльності, реалізація інноваційних проектів.

Дослідження потенціалу та ефективність його використання повинні враховувати комплекс факторів зовнішнього і внутрішнього впливу, але на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу, які наближені до споживача, у першу чергу, необхідно направляти зусилля на цільові фактори соціально-економічного становища працівників, розвивати їх інтелектуальну складову та творчу активність. Аналіз сучасного стану готельно-ресторанного бізнесу в Україні свідчить про те, що ця сфера в останні роки має різні тенденції: ресторанне господарство – до скорочення, а готельне господарство – до деякого збільшення.

Практика функціонування підприємств ресторанного бізнесу, динаміка змін середовища ринку спричиняють аритмічність у їхній роботі і впливають на результати господарювання. Специфіка будь-якого бізнесу, особливо такого, що пов'язаний з наданням послуг, вимагає постійного їх удосконалення і перспективного погляду в майбутнє. Такі чинники ринку ресторанних послуг, як приклад ведення і тенденції розвитку ресторанного бізнесу за кордоном, соціально-економічні умови життя населення регіону, йо-

го платоспроможність, тісно пов'язані з якісним задоволенням запитів відвідувачів, що примушує керівників підприємств ресторанного бізнесу знаходитися весь час у пошуках нових можливостей розвитку свого бізнесу. Вочевидь, що ці та інші чинники вимагають застосування стратегічного підходу до управління розвитком підприємств ресторанного господарства, актуалізують дослідження в регіонах України.

В більшості випадків підприємства готельно-ресторанного бізнесу, працюють на фундаменті збанкрутілих або перепроданих закладів, за старими технологіями, в деяких випадках на застарілому обладнанні, зустрічаються випадки порушення вимог щодо дотримання технології процесів виробництва страв, що знижує ефективність використання потенціалу ЗРГ при готелях.

Ситуація на ринку ресторанного господарства, спровокована несприятливими соціально-економічними та політичними умовами, змушує власників підприємств ресторанного господарства потерпати від зниження рентабельності, адже підприємствам ресторанного господарства доводиться стримувати ціни з огляду на знижену купівельну спроможність населення. Популярним та ефективним способом підвищення ефективності використання потенціалу закладів харчування при готелях є орієнтація на споживачів, що не є гостями готелю та впровадження різного роду акційних пропозицій, активний розвиток інтернет-маркетингу, особливо у соціальних мережах.

Одним з напрямів підвищення ефективності використання потенціалу закладів харчування при готелях є активне впровадження інноваційної діяльності в сфері готельно-ресторанного бізнесу. Крім здійснення організаційних заходів з проведення наукових досліджень, їх впровадженню в практику, застосування новітніх технологій обробки сировини, технологій виробництва страв, застосування різноманітних систем інформаційного забезпечення та інше, потрібне здійснення відповідних економічних розрахунків і особливо фінансового забезпечення.

Сучасний розвиток індустрії гостинності спрямований на створення інноваційних технологій, які сприятимуть отриманню якомога більшої кількості клієнтів, максимальній кількості продажів, завоюванню довіри гостя, формуванню позитивного іміджу підприємства. А це вимагає поліпшення якості послуг і удосконалення технологій, а саме:

- електронні системи управління;
- інтерактивний екран;
- системи безпеки;
- екологічні технології;
- електронне меню.

Сам по собі ресторанний бізнес є досить динамічним і багатограним. Сучасного споживача цікавить не тільки якісна їжа, точність і правильність виконання замовлення, безпека, комфорт і надійність. Це також побудова оригінального комплексу послуг, де задовольняються різноманітні потреби

в одному місці. Тож стратегічно правильним є об'єднання готельно-ресторанного комплексу із тематичним парком, кінотеатрами, іншими засобами для проведення дозвілля, а також розробка тематичних вечорів з використанням елементів масової культури, як-то музика, спорт, історичні події та персонажі, культові фільми і літературні твори тощо.

У розробленні стратегій підвищення ефективності використання потенціалу ЗРГ при готелях слід враховувати, що феномен сучасного споживача – це насамперед задоволення спектру його соціальних і духовних потреб, відокремлення виробництва від споживання, замовлення страв додому, в офіси, замовлення обідів он-лайн у ресторані, що сподобався, емоційна насиченість і барвистість індустрії розваг, глобалізація цінностей та уявлень про найкращий спосіб життя, сприйняття дозвілля як раціонально спланованого відпочинку, що зачіпає і підприємства ресторанного бізнесу. Теким чином до актуальних напрямів розвитку підприємств ресторанного господарства при готелях можна віднести технології креативної кухні та кейтерингу – організацію діяльності тематичних ресторанів; облаштування сенсорних дисплеїв Menu Board в холах готелів для ознайомлення з меню внутрішніх ресторанів; проведення різних шоу (наприклад, приготування шеф-кухарем фірмових страв на очах у відвідувачів); розповсюдження інформації про ресторан за допомогою QR-коду; уведення інноваційної послуги кобрендингу, що є симбіозом декількох видів бізнесу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/tech/2014_5/index.htm
2. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/5_2017/11.pdf
3. Стратегії регіонального розвитку підприємств ресторанного бізнесу [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/19_3_2018ua/9.pdf

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

УДК 640.412: 338.4

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ХАРКІВЩИНІ

*Свідло К.В., д.т.н., доцент, завідувач кафедри
інноваційних харчових і ресторанних технологій*

Харківський торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

Григоренко А.М., к.т.н., головний технолог

Кондитерська фабрика «Чарівна мозаїка»

Україна має великий туристично-рекреаційний потенціал, сприятливий клімат, багата флорою і фауною, культурно-історичними пам'ятками світового рівня та туристичною індустрією, яка швидко розвивається. Місцеву кухню можна розглядати як туристський ресурс територій, що дозволяє створити нові туристичні продукти, відкрити нові грані туристської дестинації. Зв'язок гастрономії та туризму сприяє збільшенню припливу туристів, сприяє подовженню перебування туристів, збільшує прибуток від туризму [1-3].

Мода на гастрономічні тури активно розвивається в останні роки. Найбільшими любителями цієї розваги зарекомендували себе німці, англійці, американці і японці. Гастрономічний туризм є синтезом екології, культури і виробництва. В Україні такий вид туризму поки тільки зароджується, і подібних турів в чистому вигляді ще немає, тому елементи гастрономічних турів включають в основні програми. В Україні поки ще немає продуманих гастрономічних маршрутів. Проте і у нас все більше людей усвідомлюють перспективність цього напрямку туристичного бізнесу. Однак гастрономічний тур як послуга – це щось більше, ніж просто подорож, оскільки він є добре продуманим комплексом заходів для дегустації традиційних в певній місцевості страв, а також окремих інгредієнтів, які не зустрічаються більше ніде в світі, які мають особливий смак [4]. Специфічні риси гастрономічного туризму [5]:

1. Умови для розвитку кулінарного туризму мають абсолютно всі країни, і це унікальна відмінна риса даного виду туризму.

2. Гастрономічний туризм не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якого часу року можна підібрати відповідний тур.

3. Кулінарний туризм в тій чи іншій мірі є складовим елементом всіх турів. Але, на відміну від інших видів туризму знайомство з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі.

4. Просування місцевих господарств і виробників продовольчих товарів є невід'ємною частиною будь-якого гастрономічного туру.

Гастрономічний туризм дозволяє продемонструвати все багатство народних традицій, разом із місцевою кухнею туристи знайомляться із звичаями та традиційними способами виробництва, елементами фольклору. Ця туристична ніша може стати однією з найперспективніших у Слобідському краї. На Харківщині, яка є індустріально розвиненим регіоном України, знаходиться достатня кількість готельєрів, рестораторів та інших фахівців туристичної галузі, що розуміють потенціал цієї ринкової ніші та зацікавлені у просуванні Харківського регіону на новий ринок туристичних послуг.

Гастрономічний туризм дозволяє вплинути на розвиток виробництва екологічно чистих продуктів харчування місцевими виробниками. Екскурсійні тури на такі виробництва з наступними ярмарками-розпродажами виробленої продукції популярні та затребувані серед іноземних туристів. Вже сьогодні Харків пропонує відвідування міні-пивоварні ресторану «Старе місто» з дегустацією «живого» пива, чайної церемонії після відвідування фабрики «Мівіна», де обробляють чайну сировину та розфасовують її у пакетики тощо. Одним з кроків активізації розвитку гастрономічного туризму на Харківщині може стати створення спеціалізованих туристичних фірм, які б пропонували тури, де вдало поєднані торговельні й технологічні виробництва із залученням туристів під знаком смачної регіональної кухні, екологічно чистих продуктів тощо. Іншим кроком для стимулювання розвитку гастрономічного туризму на Харківщині може стати поширення знань про кулінарні шедеври Слобожанщини. Наприклад, випуск збірника рецептур страв слобожанської кухні, укладений фахівцями кафедри інноваційних харчових і ресторанних технологій ХТЕІ КНТЕУ.

Таким чином, необхідно зазначити, що Харківщина найкращим чином відповідає очікуванням цільової аудиторії гастрономічних турів. Основними факторами, що можуть вплинути на привабливість слобідського регіону, є високий рівень автентичності, різноманітність та змістовна наповненість, оригінальність місцевої кухні і регіональних харчових продуктів, сформованість туристичної пропозиції та її популяризації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети : Матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції, 9 листопада 2012 року. – Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. – 265с.
2. Каурова А. Д. Организация сферы туризма : Учебное пособие. – СПб. : «Издательский дом Герда», 2004. – 320 с.
3. Дурович А. П., Копанев А. С. Маркетинг в туризме : Учебное пособие / Под общ. ред. З. М. Горбылевой. – М.: Весна, 2008. – 320 с.
4. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма : Учебник. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 672 с.
5. Новиков В. С. Инновации в туризме. М., ИЦ «Академия», 2007. – 208 с.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ТУРИЗМУ У КРИВОМУ РОЗІ

Ніколайчук О.А., к.е.н., доцент
кафедри міжнародної економіки та туризму
ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського

Промисловий, або як його ще називають «індустріальний» туризм – це відвідування діючих (або ті, що діяли колись) підприємств промислового виробництва та місця народних промислів, закинутих та занедбаних будівель, військових об'єктів, міст-примар, інших інженерних споруд та яке має на меті задоволення пізнавальних, ділових, професійних та естетичних потреб людини.

Одним з найбільш поширених видів індустріального туризму є відвідування залишених об'єктів. Це можуть бути залишені недобудовані споруди, колись діючі промислові, господарські та військові об'єкти, кинуті житлові будинки, райони і навіть міста (так звані міста-примари. Наприклад, острів Хасіма (Японія), Прип'ять (Україна), Троя (Туреччина), Клондайк (США), Схокланд (Нідерланди), Біг Белл (Австралія).

Індустріальний туризм, хоча й не посідає домінуючих місць на світовому туристичному ринку, проте за кордоном уже чітко зайняв певну нішу на туристичному ринку. В нашій країні лише почалося усвідомлення його виключного значення. Питаннями його розвитку почалися цікавитися в Донецькій, Луганській, Дніпропетровській та Миколаївській областях.

Найбільш перспективним центром розвитку промислового туризму в Україні є місто Кривий Ріг. В Кривому Розі найпривабливішими об'єктами промислового туризму визначено: відвали всіх гірничо-збагачувальних комбінатів; шахтні провали поблизу шахти ім. Орджонікідзе та Гвардійської; АрселорМіттал Кривий Ріг; музей гірничої техніки, який знаходиться під відкритим небом; підземний тунель, який знаходиться під річкою Сагсагань; шламосховища; Ганнівський, Первомайський кар'єри; шахта «Родина»; кар'єр Південного гірничо-збагачувального комбінату.

Міська рада рішенням від 30.01.2013 №1680 затвердила заходи Програми розвитку промислового туризму в місті Кривому Розі на 2013–2015 роки. У квітні 2013 р. рішенням виконкому міськради створено координаційну раду з зазначених питань. В 2015 р. було прийнято Програму розвитку промислового туризму в місті Кривому Розі на 2016-2020 роки.

Вже є позитивні результати впровадження Програми: створено відділ промислового туризму у складі комунального підприємства «Інститут розвитку міста Кривого Рогу» Криворізької міської ради; розробка індустріально-туристичних маршрутів – вже розроблено 71 екскурсійний маршрут об'єктами промислового туризму різної категорії складності, туристичного логотипу і гасла Криворіжжя; проводиться робота щодо створення сучасної

інфраструктури вуличних показчиків у місті; налагодження співпраці з промисловими підприємствами міста в галузі промислового туризму [1–2].

В 2017 р. був підписаний меморандум між міськими підприємствами та керівництвом Кривого Рогу. В результаті усі підприємства погодились розвивати туризм. Зараз на кожному підприємстві є окрема екскурсійна програма і відповідальна особа [2].

Щорічно зростає кількість туристів, які відвідали об'єкти промислового туризму Кривого Рогу. У 2014 році місто відвідали 16269 осіб, в 2015-му – 23691 особа, в 2016-му році – 25 848 екскурсантів. У 2017-му році кількість відвідувачів склала 35244 особи, а за 10 місяців 2018 року – 35406 чоловік [3].

Знаковою подією 2017 року в туристичній сфері міста стало проведення 08, 09 вересня 2017 року Міжнародного форуму «Індустріальний туризм: кращі практики для ефективного розвитку території».

З 2017 року в місті проводиться щорічний фестиваль «Ніч індустріальної культури», який демонструє мешканцям та гостям міста виставку нової техніки та парад професій, а також майстер-класи для всіх охочих.

Зараз одне із завдань керівників Кривого Рогу – максимальна популяризація міста, в тому числі в Європі. Тому місто бере участь в щорічній туристичній виставці UITT. Також у 2018 році Кривий Ріг був представлений на щорічній конференції організації ERIH – Європейського маршруту індустріальної спадщини. Місту запропонували вступити до цієї організації на правах корпоративного члена. Наразі очікується відповідь по формалізації відносин з ERIH. А ще місту навіть запропонували провести наступну конференцію ERIH – 2019 у Кривому Розі, а це неабияка можливість заявити про Україну та Кривий Ріг в цілому та проявити свій промисловий потенціал на такій платформі [4].

Для популяризації Кривого Рогу як центру промислового туризму в Україні створено та забезпечено демонстрацію відеосюжетів «Індустріальна спадщина Кривого Рогу», «Промисловий туризм у Кривому Розі», «Діюча індустрія» в ефірі комунального підприємства телерадіокомпанії «Рудана» та Криворізької регіональної державної телерадіокомпанії «Криворіжжя», у загальноосвітніх навчальних закладах міста та мережі Інтернет [1–2].

В той же час активному запровадженню промислового туризму в практику господарювання вітчизняних туристичних агенцій перешкоджають наявність цілої низки проблем:

1. Недостатній розвиток правової бази. Проблеми, пов'язані з ліцензуванням організацій, що займаються просуванням промислового туризму.
2. Відсутність єдиних методик і стандартів оцінювання послуг промислового туризму.
3. Відсутність якісних рекламно-інформаційних матеріалів.
4. Низький рівень надання послуг і незадовільний рівень комфорту.
5. Відсутність спеціалізованих туроператорів, гідів.

6. Низькі доходи від діяльності промислового туризму [5].

Для розвитку промислового туризму Кривого Рогу та України необхідним є:

- впровадження в галузь туризму міжнародні стандарти;
- здійснення інвестиційної та фінансово-кредитної підтримки туризму з наданням державних гарантій на розробку туристичних продуктів,
- запровадження переваг і канікул для різних інвесторів туристичної сфери, в тому числі для іноземних;
- розробка нормативних документів з вимогами до організації послуг промислового туризму.
- активне проведення маркетингових досліджень щодо популяризації промислового туризму;
- розвиток інфраструктури;
- підготовка висококваліфікованих кадрів в галузі промислового туризму;
- збільшення кількості та якості наданих туристичних послуг.

Таким чином, заходи щодо розвитку індустріального туризму сприятимуть диверсифікації напрямків розвитку промислового регіону, інвестиційному розвитку міста, оскільки доходи від надання послуг туристам є додатковим джерелом надходжень до бюджету.

ЛІТЕРАТУРА

1. Програма розвитку промислового туризму в місті Кривому Розі на 2016-2020 роки – Електронний ресурс. – Режим доступу: http://krt.dp.ua/files/pdf/The_program_of_development_of_industrial_tourism_2016-2020.pdf.
2. Звіт з виконання у 2017 році Програми розвитку промислового туризму в місті Кривому Розі на 2016 – 2020 роки – Електронний ресурс. – Режим доступу: https://so.kr.gov.ua/ua/osxfile/pg/381077777_d1_2o.
3. Некоторые положительные результаты: в Кривом Роге увеличилось количество туристов – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://1kr.ua/news-47604.html>.
4. Туристичний журнал «Зручно Тревел» – Електронний ресурс – Режим доступу: <https://zruchno.travel/News/New/1496?lang=ru>.
5. Індустріальний туризм і міські дослідження – Електронний ресурс – Режим доступу: <http://infotour.in.ua>.

ІННОВАЦІЇ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В СФЕРІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Плецан Х.В., к.держ.упр., доцент
кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу
Київський національний університет культури і мистецтв

Стрімкі зміни у розвитку суспільних процесів, високі темпи науково-технологічного розвитку, виникнення різних форм власності і нових економічних відносин вимагають від туристичних підприємств наявності сформованої соціально-орієнтованої організаційної культури. Нині, організаційна культура є одним із найважливіших ресурсів збереження та розвитку туристичного бізнесу. Переконані, що це дієвий стратегічний інструмент, який допомагає фахівцям-туризмознавцям спрямовувати власний потенціал в напрямку досягнення цілей діяльності туристичного підприємства.

Загалом, організаційна культура є потужним мотиватором фахівців, який максимізує відповідальність кожного співробітника туристичного підприємства, створює моделі для наслідування, полегшує взаємодію між працівниками, об'єднує керівництво та співробітників. При цьому, розвиток сучасного туристичного підприємства залежить від розробки та впровадження інноваційних технологій, спрямованих на розширення сервісних туристичних можливостей.

Загалом, інновація – це оригінальне рішення, що володіє світовою новизною і одержало втілення в доступних споживачам продуктах, послугах або технологіях. Розглядаючи інновації в організаційній культурі в туризмі, зазначимо, що це всебічне організаційне та управлінське нововведення, яке складається в цілеспрямованих змінах, вироблених на різних рівнях індустрії туризму. Основні зусилля у розвитку інновацій в туристичній сфері спрямовані на підвищення конкурентоздатності туристичного підприємства.

Зауважимо, що формування інноваційної організаційної культури – це складний та тривалий процес. Першочерговим етапом є визначення місії туристичного підприємства та визначення розвитку основних базових цінностей. Таким чином, процес формування поділимо на 4 основні етапи: виявлення стану існуючої організаційної культури → збереження життєдайних елементів базової організаційної культури → оновлення (заміна) тих елементів організаційної культури, які вибули → впровадження нових, які відповідають сучасним реаліям та об'єднують персонал своїми ціннісними характеристиками.

Формування основ організаційної культури у фахівця туристичного підприємства розпочинається з перших хвилин. На туристичному підприєм-

стві створюються оптимальні умови, що забезпечує професійний розвиток і успішну кар'єру кожному працівнику.

Особливий акцент на інновації формування та підвищення ефективності організаційної культури має бути відведено на коучинг. Навичкам коучингу керівників мають навчати цілеспрямовано. На нашу думку, будь-які види навчань туристичне підприємство має розглядати, як інвестиції в працівників, тому всі рішення приймаються з погляду на бізнес-потреби компанії. Оцінка персоналу має проводитися щорічно і складатися з самооцінки співробітника і оцінки його роботи безпосередньо керівником.

Інноваційна організаційна культура може ідентифікуватися як «рольова», яка має бути націлена на стабільність, надійність, кожен працівник повинен займати своє місце в ієрархії і виконувати роль в загальному потужному механізмі, мати чіткі обов'язки. Кожен працівник повинен займатися своїм напрямком ведення туризму на туристичному ринку і нести за нього відповідальність. У разі виявлення проблем або не доопрацювань, працівник буде відповідати самостійно без втручання третіх осіб. Сьогодні у світі практикуються крос-функціональні переміщення, тобто переміщення з одного відділу в інший. Ми вважаємо, що це буде доречна інновація формування організаційної культури туристичного підприємства, адже коли фахівець компетентний у діяльності всіх відділів, він компетентний у функціонуванні всього туристичного підприємства.

У сфері туристичного підприємства потрібні такі співробітники, які можуть швидко та нестандартно мислити у екстреній ситуації і знаходити креативні рішення простих проблем та ділитися своїм досвідом. Для цього ми хочемо запропонувати впровадження тімбілдингу. Тімбілдинг – це спеціально розроблені заходи, які спрямовані на згуртування колективу, формування сильної команди, що успішно та без проблем ідуть до вирішення та досягнення поставлених цілей. Тімбілдингом ще називають проведенням спільного активного відпочинку, психологічні ігри. Спільне проведення часу всього колективу і моделюють життя всередині колективу, направляючи його на спільну ефективну діяльність, на покращення організаційної культури. У професійному середовищі туристичного підприємства буде доречним здійснювати тімбілдинг за допомогою спеціальних тренерів, які і спрямовують колектив на вироблення командного духу, проводити різні заходи в неофіційній обстановці, поза межами офісу, поза межами стандартного проведення робочого дня. Формування команд покаже, як проходить спілкування всередині колективу, зрозуміти проблеми та скорегувати недоліки для успішного функціонування організаційної культури.

Сьогодні на туристичному підприємстві ще однією інновацією, яку ми хочемо запропонувати є моральний тімкодекс. Моральний тімкодекс – це колективно розроблений і прийнятий кодекс моральних норм та принципів, які відповідають за відносини саме цього колективу і покращують організа-

ційну культуру на туристичному підприємстві. До основних функцій морального тіймкодексу віднесемо:

- *управлінську* – це функція, яка регламентує поведінку працівників всередині колективу, відповідає за взаємодію та відносини з клієнтами, частково визначає порядок прийняття рішення;

- *функцію розвитку* – це функція, яка показує та визначає ті організаційні цінності, які орієнтують працівників туристичного підприємства на досягнення єдиної цілі;

- *репутаційну* – це функція, яка відповідає за репутацію туристичного підприємства з боку зовнішнього середовища та покращує привабливість з боку конкурентів.

Зауважимо, що спільні для працівників організаційні цінності, переконання та звичаї посилюють внутрішню координацію, зацікавленість у спільній діяльності та сприяють самоусвідомленню себе як частини загального результату, власної необхідності. Залучення та участь в обрядах, звичаях та ритуалах сприятимуть розвитку почуття причетності та відповідальності, а відтак – відданості організації, дотриманню відповідних правил та підвищенню продуктивності праці.

Пріоритетним для кожного конкурентоспроможного туристичного підприємства має бути інноваційний мотиваційний компонент. Винагорода за пророблену роботу має бути грошова, моральна і статусна. Побудова системи мотивації – ключова управлінська компетентність. Вмотивовані до успішності менеджери усіх рівнів виявляють велику наполегливість у досягненні поставлених цілей шляхом розвитку інноваційного мотиваційного аспекту сфери туризму, формування нової системи цінностей і винагород крізь призму відповідних складових. Зокрема, можливість саморозвитку. Задоволення потреб, престиж і ефективність.

Вищезазначені інновації мотиваційного компоненту можна реалізувати через:

- реформування нормативно-правової бази системи сфери туризму, тощо;

- на законній основі запровадження нової системи оплати праці: встановлення високого рівня заробітної плати, надбавок, співвідношення роботи та результату, тобто позиційне преміювання в якому головну роль відіграватиме ефективність професійної діяльності;

- впровадження системи стимулювання креативності та ініціативності;

- розподіл посадових обов'язків з врахуванням професійних та соціально-психологічних якостей;

- пріоритетність позитивної основи в професійній діяльності, стимулювання, нематеріальне мотивування (подяка, похвала, нагорода, відзначення), що матиме вагоме мотиваційне значення для фахівця-туризмознавця на шляху до успішності;

- запровадження та реалізація системи нематеріальних заохочень;

- створення умов для творчого розвитку, самовираження;
- прозора система просування по службі, з урахуванням особистісних якостей фахівця, його компетентності та професіоналізму, досягнутих результатів, навчання та підвищення кваліфікації;
- позитивний імідж та престиж туристичного підприємства.

Успішний керівник буде мати тільки тоді 100% результат, коли буде ефективною робота в командах, підтримка один одного і поділ перемоги і винагороди на всіх. Працівники туристичного підприємства мають стати як «команда мрії» – синтез орієнтації на інновації, продуктивність та демократичність комунікацій. Вищезазначене, вважаємо доречно зобразити на рис. 1.

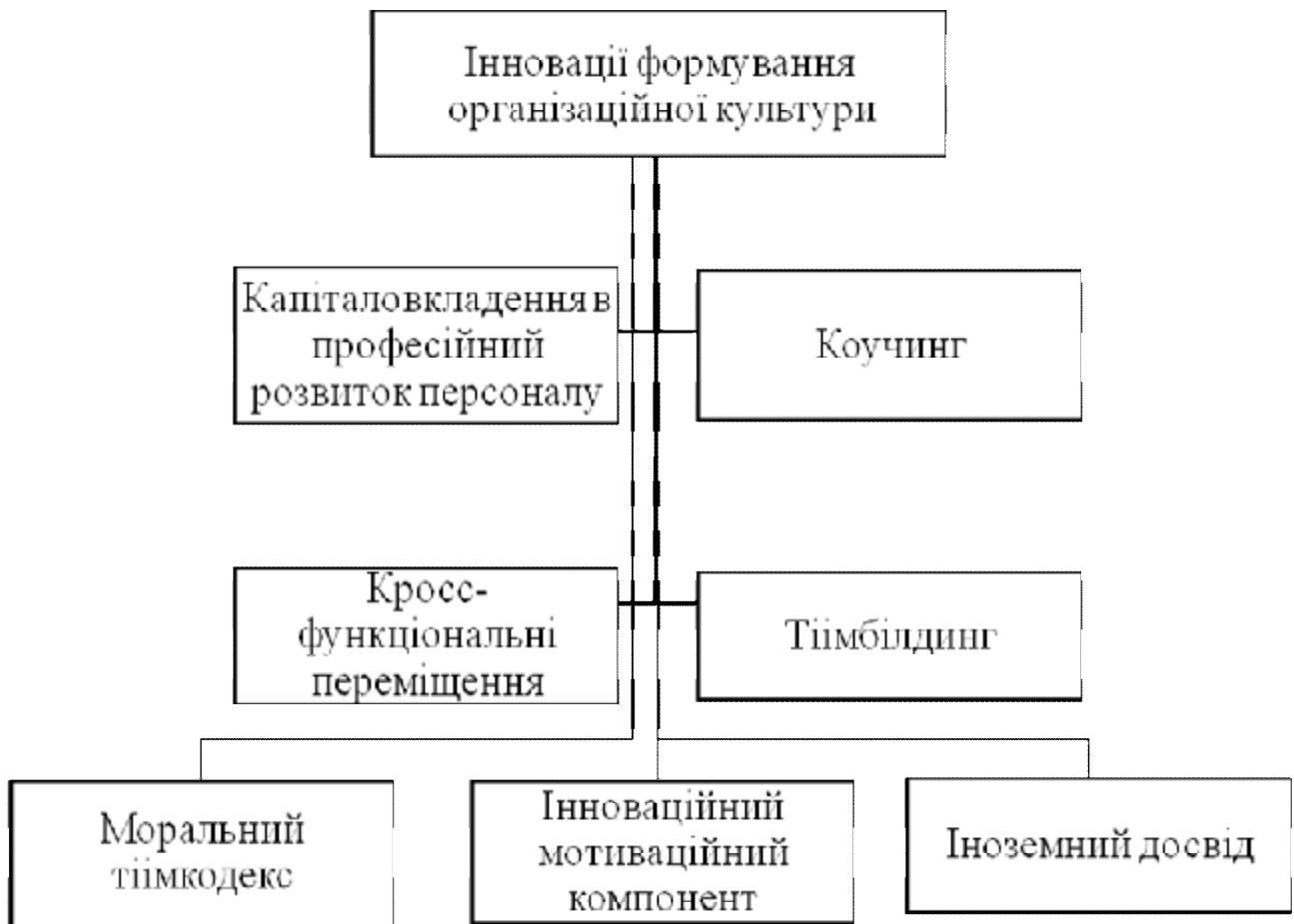


Рис. 1. Інновації формування організаційної культури на туристичному підприємстві [авторська розробка]

Таким чином, в умовах сьогодення дуже важливим фактором успішності туристичного підприємства є формування та розвиток організаційної культури шляхом впровадження інновацій з чітко визначеними метою, місією та стратегіями конкурентоздатного функціонування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Амстронг М. Практика управління людськими ресурсами / М. Амстронг; [пер. с. англ. ; под. ред. С. Мордовина]. – СПб : Питер, 2014. – 832 с.
2. Гуляєва Н. М. Сучасний стан організаційної культури підприємства / Н. М. Гуляєва, О. В. Сьомко // Фінанси України. – № 15. – 2017. – С. 68–70.
3. Друкер Ф. П. Управление, нацеленное на результаты / Ф. П. Друкер. – Пер. с англ. – М., 2017. – 467 с.
4. Корпорації : управління та культура : монографія / А. Е. Воронкова, М. М. Баб'як, Е. Н. Коренєв, І. В. Мажура / За ред. А. Е. Воронкової. – Дрогобич : Вимір, 2016. – 376 с.

УДК 338.488.2:642

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Халілова-Чуvasва Ю.А., *к.політ.н., доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу*
Сорокіна Н.С., *асистент кафедри готельно-ресторанного бізнесу*
Одеська національна академія харчових технологій

Світова індустрія гостинності останні десятиліття користується величезною популярністю, як серед споживачів, так і інвесторів. Важливу роль у розвитку готельного господарства відіграє і туризм. Туризм збільшує попит на послуги підприємств готельного господарства та їх рівень. А це, в свою чергу залежить від впровадження інноваційних технологій в закладах гостинності. Важливу роль в удосконаленні послуг грають ІТ-технології. За три попередні роки інформаційні технології змінилися більше, ніж за попередні десять років. На ринку готельних послуг ті готелі, які швидше освоюють нові технології, займають топові позиції та отримують найбільші прибутки.

Метою даної статті є дослідження напрямків сучасних інновацій в ІТ-технологіях, охарактеризувати їх сутність та необхідність впровадження у сфері гостинності.

В індустрії готельного господарства можна виділити наступні напрямики використання ІТ-технологій:

1. ІТ-технології, які оптимізують менеджмент в готелі: це комп'ютерні системи центрального управління готелем, системи управління внутрішніми службами, які дозволяють ефективно обслуговувати гостей, технології оповіщення про готовність номерів, технологія замовлення їжі в ресторані.

2. Сервісні ІТ-технології: це глобальні системи бронювання, CRM системи. Глобальні системи бронювання дозволяють клієнту обрати для себе найзручніший варіант проживання, враховуючи всі переваги. Основою технології CRM є накопичення інформації про клієнта і управління цими дани-

ми [1]. Бази даних клієнтів дозволяють детально вивчати цільову аудиторію готелю, прогнозувати попит на послуги, проводити ефективну маркетингову політику.

3. Інтернет-маркетинг. З розвитком готельної індустрії та збільшенням кількості і різноманітності готелів, клієнтам стає важко зробити вибір. У боротьбі за свого клієнта у готелів все більше розвивається конкуренція, і щоб її виграти, необхідно бути в тренді і використовувати нові інформаційні технології. Інновації вважаються драйвером економічного зростання і джерелом конкурентної переваги компаній [2].

За останні роки змінилися сучасні тренди в індустрії гостинності. За результатами досліджень компанії Smart Insights за 2015 р., основними трендами тоді були:

– контент маркетинг. Якісний контент є визначальним для конкуренції між готелями. Журнали та книги, серіали, сюжетні інтернет-ролики, короткометражні фільми та документальні фільми – це все відноситься до контент-маркетингу і з'єднує інформування клієнта і його розваги.

– Big data. Персоніфікація та аналітика дозволяє ефективно збільшувати продажі і зменшувати витрати на рекламу, тому що стає можливим виявляти, звідки прийшов кожен клієнт і скільки коштувало його залучення.

– автоматизація менеджменту та впровадження CRM. Customer relation management – це революція в системі продажів. Це конвеєр по залученню нових клієнтів та утримання старих [3].

Всі ці інновації визначають життя і діяльність готелів. Однак, сучасні споживачі готельних послуг вимагають нових підходів, більших можливостей і зручностей. Тому готельєри, менеджери і маркетингологи йдуть далі в модернізації технологій в готельному господарстві. Головні тренди 2018 року було озвучено експертами готельного бізнесу на недавній конференції EyeforTravel в Амстердамі. До них відносяться:

Програми лояльності. В індустрії гостинності клієнти часто можуть стати членами «елітних» або «платинових» клубів, набираючи бали і отримуючи привабливі нагороди. За даними Accenture Interactive, учасники програм лояльності приносять на 12-18% більше доходу, ніж неучасники [4].

Голосовий пошук інформації. Оскільки персональні віртуальні помічники з вбудованими інструментами розпізнавання голосу, такими як Apple Siri, Amazon Alexa все частіше використовуються для вирішення повсякденних завдань, вони все частіше замінюють текстовий пошук. Згідно з дослідженням Statista, 43% людей вже вважають за краще використовувати голосовий пошук, так як це набагато швидше, ніж набирати текст і заходити на веб-сайт або використовувати додаток [5].

Підтримка клієнтів за допомогою чат-бота в будь-який час. Прогнозується, що до 2020 року у 80% компаній з'являться чат-боти, щоб залишатися конкурентоспроможними [6].

Мобільний маркетинг. 91% користувачів вважає важливим мати доступ з мобільних пристроїв. 80% часу в соціальних мережах користувачі проводять, використовуючи мобільні пристрої [7].

SMM. Використання соцмереж в готельній індустрії стрімко зросло в 2018 р. Це відбувається тому, що контент в готельній індустрії цікавий і зрозумілий, і є реальні продажі через соцмережі. Особливо популярні в 2018 році були такі соціальні мережі, як Facebook та Instagram.

Таким чином, якщо комплексно застосовувати всі ці інформаційні технології, то готель буде успішним, стабільним і не буде залежати ні від сезону, ні від конкурентів. Для клієнтів використання ІТ-технологій дозволяє економити час на пошук варіантів, віртуально побачити свій варіант, прочитати в інтернеті відгуки і прийняти оптимальне для себе рішення.

Використання ІТ-технологій стає головним завданням в боротьбі за клієнта і тому для готелю дуже важливо, як тільки з'являються нові технології, впроваджувати їх в найближчий рік в свою діяльність. Саме такий підхід дозволить готелю бути в тренді, залучати нових гостей і утримувати старих.

ЛІТЕРАТУРА

1. Путькина Л.В. Тенденции создания сервисной службы поддержки клиентов // Nauka-rastudent.ru. – 2016. – No. 02 (026) / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://nauka-rastudent.ru/26/3226/>
2. Dzhandzhugazova E.A., Blinova E.A., Orlova L.N., Romanova M.M. Innovations in hospitality industry// International Journal of Environmental and Science Education. 2016. T. 11. № 17. p. 10387-10400.
3. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.smartinsights.com/>
4. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.accenture.com/ru-ru/insight-customer-loyalty-gcpr>
5. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.statista.com/>
6. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://events.eyefortravel.com/digital-data-europe/>
7. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://magora-systems.ru/mobilnyi-marketing-2018/>

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Фрей Л.В. *к.і.н., доцент*

*кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет*

Проблеми застосування та розвитку інноваційної діяльності в туристичних підприємствах є досить актуальним питанням для туристичної галузі України. Адже в сучасних умовах успішна діяльність підприємств неможлива без інновацій та інвестицій. Ринкові умови розвитку та постійна конкурентна боротьба постійно висувають вимоги кількісних та якісних перетворень. Тому розробка та ефективне використання інновацій потребує збільшення обсягів інвестування підприємств, запровадження інвестиційної політики, яка б визначала пріоритетність фінансування інноваційної діяльності в туризмі зокрема [1, с. 198].

На сьогодні, розмір внутрішніх інвестицій в Україні є недостатнім. Тому важливим напрямом інвестування є залучення прямих іноземних інвестицій у туристичну галузь України.

Проте для залучення інвестицій варто, також, звернути увагу на розвиток інноваційної політики держави і залучення інноваційних проектів та продуктів у туристичну галузь, задля покращення її функціонування як в регіонах так і в Україні. У сучасних умовах велику роль у підвищенні ефективності роботи підприємств туристичного бізнесу відіграють інновації, активне впровадження яких дозволить суб'єктам господарювання забезпечити стійкі темпи розвитку та посилити конкурентні позиції на вітчизняному та світовому туристичних ринках [2].

Найвдалішим прикладом інноваційних нововведень на сьогодні, напевно, є підвищення та вдосконалення рівня сервісу обслуговування туристів. Країни, які не є досить багаті на туристичні об'єкти, вирішили надавати такий рівень обслуговування на своїх курортах, який туристи не зможуть знайти в інших куточках земної кулі. Вдале поєднання природних ресурсів та людського фактору обслуговування може дати хороші плоди для туристичної діяльності. Прикладом є країни Південно-Західної Азії, зокрема, Маврикій та Сейшельські острови.

Пропонуємо проаналізувати застосування інновацій туристичними фірмами України. Зокрема, серед лідерів можна назвати такі підприємства, як «Join Up» та «Anex Tour». Зазначені компанії досить давно працюють на туристичному ринку і за час свого існування встигли охопити значну частку ринку, напрацювали широку агентську та клієнтську базу та отримали вигідні контракти. Таких успіхів вони досягли через ведення активної інноваційної політики під час створення, становлення та виходу на туристичний ринок

країни. В обох компаніях працюють потужні пошукові системи, діють відділи бронювання та резервування авіаквитків, готельних та інших послуг. Клієнти мають змогу заходити в особистий віртуальний кабінет та бути в курсі всіх змін, що стосуються як туристичних продуктів, так і особистих замовлень. Нині вони активно розвивають нові напрямки діяльності, організовують тури майже у всі країни світу та напрацьовують ексклюзивні форми відпочинку, які з кожним днем стають все популярнішими серед туристів [4].

Також варто виділити компанію «TPG», яка вчасно зробила ребрендинг та активно почала застосовувати інновації у своїй діяльності. Зокрема ними було повністю модернізовано сайт, заключено багато важливих партнерських договорів із іншими компаніями, зокрема пріоритет віддавався світовим авіакомпаніям, таким як: Air France, Lufthansa, Austrian Airlines, SAS, Baltic Airlines, KLM, Delta, МАУ, Transaero, Аерофлот, що дає їм змогу організовувати свої чартерні рейси, які є актуальними для їхніх пасажирів. Інноваційна політика даної компанії направлена на повну автоматизацію роботи менеджерів, які обслуговують постійних клієнтів. Крім того, клієнти-туристи самі мають доступ до інформації, яка їх цікавить, і можуть здійснювати певні операції самостійно [5].

Також інноваційний курс тримають такі компанії, як TUI, Coral Travel, Tez Tour, проте їх обсяги на ринку України не такі великі, хоча вони також здійснюють потужну рекламну політику, залучають деякі види інновацій та розвивають нові напрямки відпочинку для українських туристів [6].

Варто виділити такі українські туристичні підприємства, як «Феєрія Мандрів» та «Поїхали з нами», які теж досягли значних результатів у своєму розвитку. Так, компанія «Феєрія Мандрів» за короткий термін свого існування зуміла правильно позиціонувати себе на ринку. Вони обрали правильний контент, відкриваючи нові туристичні напрями, зуміли зацікавити туристів. Фірма створила свою інноваційну форму представлення турів, що зацікавила туристів, і є прикладом, як може розвиватись компанія на шляху інноваційних нововведень.

Щодо мережі туристичних агентств «Поїхали з нами», то можна відзначити, що за 8 років своєї діяльності вони зуміли розширитись від 1 до 300 агентств та ще більше представництв в Україні. Такі зміни відбулись за рахунок активної інноваційної політики, ефективної стратегії ведення та розвитку бізнесу в сучасних умовах [6].

Задля детальнішого ознайомлення із прикладами та ефективністю застосування інновацій туристичними фірмами України, пропонуємо розглянути табл. 1 найпопулярніших туристичних підприємств на ринку країни, що ведуть активну інноваційну політику у своїй роботі.

Отже, аналізуючи наведені дані в табл. 1 можемо побачити, приблизну частку, яку займає певна компанія на туристичному ринку України.

Високий ступінь невизначеності та коливання попиту на туристичному ринку, важка прогнозованість наслідків криз та інших негативних факторів впливу спонукають туристичні підприємства до винайдення

шляхів подальшого розвитку, які лежать в площині інноваційних перетворень як підприємницької складової ринкових змін, так і залученні інвестиційного капіталу для розвитку нових форм і методів управління та збільшення продажу продукції [2].

Таблиця 1 – Рейтинг туристичних підприємств України

№	Турпідприємство	%
1	Join Up	27
2	Anex Tour	25
3	TPG	13
4	Coral Travel	7
5	TUI	6
6	Pegas	6
7	Поїхали з нами	6
8	Феєрія Мандрів	5
9	Tez tour	5

Вирішення інвестиційних проблем полягає у забезпеченні високих темпів економічного та соціального розвитку туристичної сфери; також – у зменшенні інвестиційних ризиків, та формування довіри інвесторів у дієздатності вкладання коштів у туристичну галузь; забезпечення фінансової стабільності і платоспроможності туристичних фірм у процесі реалізації інвестиційних програм та проектів [2].

Відповідно, в процесі ефективного функціонування туристичних підприємств важливим елементом виступають інновації, які в туризмі слід розглядати як сукупність інформаційно-технічних, виробничих, організаційно-управлінських і комерційних нововведень, що спричиняють появу на ринку абсолютно нового або оновленого туристичного продукту чи послуги, що дозволяють задовольнити потреби туристів у відпочинку, розвагах, оздоровленні, подорожах та найкращому обслуговуванні, при цьому отримати максимальний економічний ефект [7, с. 29].

Враховуючи все вище викладене можна сказати, що всі підприємства на туристичному ринку України прагнуть інноваційних змін у своїй діяльності заради того, щоб бути конкурентоспроможними та зможти максимально зацікавити і залучити більшу кількість споживачів.

Проте інноваційні зміни потрібно вводити поступово та обдуманно, бездоганно вивчаючи ринок, спираючись на досвід розвинутих країн світу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Свиридова Н. Д. Проблеми інвестирования в сферу туризма // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2015. – № 2(84). – Ч. 2. – С. 198–201.
2. Проблеми інноваційно-інвестиційної політики вітчизняних туристичних підприємств: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://drive.google.com>
3. Майовець Є. Й. Маркетингові комунікації / Є. Й. Майовець, О. В. Кузик. – Львів : Львівський національний університет ім. Івана Франка, 2013. – 69 с.

4. ANEX TOUR [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.anextour.com.ua>
5. TPG [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tpg.ua>
6. Інновації в туризмі: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blog.liga.net>
7. Гарбера О. Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України / О. Є. Гарбера // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 23. – С. 29–31.

УДК 338.488.2:640.43

НЕТРАДИЦІЙНІ ТА ОРИГІНАЛЬНІ ПОСЛУГИ ТА ЇХ ПРОПОНУВАННЯ СПОЖИВАЧАМ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Івашина Л.Л., к.т.н., доцент
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет

Зміна поведінки підприємства на ринку, яка проявляється у реформуванні підходів до торгово-виробничої та комерційної діяльності від пасивного до активного, спрямована на пошук свого шляху до успіху.

Кожного року в Україні з'являються нові типи та форми закладів ресторанного господарства, від фаст-фудів до елітних ресторанів.

Сучасний керівник закладу ресторанного господарства повинен зважати на інноваційний контекст сьогодення, тобто ситуацію, в якій впровадження безперервних або окремих нововведень складного характеру стають суттєвою частиною організації та її галузевого сегмента.

Зберігаючи найкращі традиції національної кухні, ресторани є візитною карткою гостинності, певною формою проведення дозвілля і спілкування, ознакою престижу і фінансового достатку. Кожен ресторан відрізняється від інших власним стилем: національний, епохи лицарських турнірів і замків, сільський, мисливський, річковий, елітний, царський тощо. Серед атрибутів інтер'єру можна побачити картини, фонтани, каміни, акваріуми, композиції з декоративних квітів, ігрових автоматів тощо. Але основне, що складає престиж, – це смачні страви та широкий асортимент, кулінарна майстерність, професійний рівень обслуговування клієнтів, інфраструктура сервісу та гостинний прийом.

Експерти одностайні в думці, що будь-який хороший ресторан в будь-якій ніші принесе успіх, якщо він дійсно хороший. Ресторатори знаходяться в постійному пошуку цікавих бізнес-ідей, які допоможуть зацікавити відвідувачів і виділитися на конкурентному ринку.

На сьогодні втілено багато цікавих бізнес-ідей в сфері ресторанного господарства: ресторан-лікарня – Hospitalis в Ризі, ресторан-туалет в китайському

місті Тайпей і не менш шокуючий ресторан, що пропонує Банкет канібала. Бізнес-ідей ресторанного бізнесу дуже багато, і, здається, їм немає кінця. Тому що, якщо придумати оригінальну ідею в цій сфері, то бізнес буде обов'язково прибутковим, а ресторан приверне відвідувачів. У новому китайському ресторані Food-O-Rama головною фішкою стала тема сюрпризів – відвідувачі не знають, що їм подадуть на стіл до останньої хвилини, оскільки меню цього ресторану обмежується трьома позиціями: маленька порція, середня порція і велика порція. З напоїв – тільки алкогольні напої та безалкогольні напої. У якості «сюрпризу» відвідувачу ресторану Food-O-Rama можуть принести як традиційну звичну їжу: італійські буріто, піцу, біфштекс, так і екзотичні страви, наприклад, мурашок у шоколаді.

Якщо раптом, виникає така делікатна ситуація, що гість не хоче ту страву, яку йому подали, вона вирішується просто – він може помінятися з іншим гостем або попросити офіціанта його замінити. Але тема сюрпризом на замовленнях їжі не закінчується. Цікаво, що точне місце розташування цього таємничого ресторану також нікому не відомо, і воно ніяк не афішується. Відвідувачам потрібно дуже постаратися, щоб потрапити в цей загадковий ресторан. Ну а сміливі гості, яким пощастить відшукати Food-O-Rama, зможуть насолодитися сюрпризами і таємністю по повній програмі. Японці продовжують бути «попереду планети всієї». На цей раз вони придумали трапезу не для людей зі слабкими нервами. До зали на лікарняному візку ввозиться тіло, котре офіціант-хірург у присутності відвідувачів починає препарувати та розкладати на тарілки.

Тіло – це контейнер у вигляді людини, нафаршировані продуктами, присмаченими червоним соусом («кров» буквально випливає з тіла). Але гострота відчуттів від цього не слабшає.

Екологічний ресторан. Ресторан з концепцією «все тільки виключно за правилами екології». Наприклад, екологічний ресторан Gather заснований на цій концепції. Знаходиться він в серці Каліфорнії – в місті Берклі (Berkeley). Ідея екологічного ресторану належить Ніколь Сіллапер (Nicole Sillarpere). Ресторан знаходиться в одному з найбільш екологічних будівель – The David Brower Center. Екологічний у всіх сенсах. Починаючи з будматеріалів і закінчуючи пропонованим меню. Відомо, що виробництво тих чи інших харчових продуктів – це цілий процес, який включає в себе їх транспортування. А це значить, що під час доставки продуктів, засіб пересування буде забруднювати повітря. Тому, в екологічному ресторані Gather для приготування страв використовують лише продукти харчування з місцевих ферм. Таким чином, вбито відразу два зайці – повітря не забруднюється, плюс підтримка місцевого сільського господарства, а значить економіки штату.

Також всі меблі в екологічному ресторані виготовлена з перероблених матеріалів, що підлягають подальшій переробці. Наприклад, плетені дерев'яні стільці, обтягнуті шкірою з старого одягу, або столи, зроблені зі старих шкільних парт. Старі речі в цьому екологічному ресторані отримують нове життя. І створюють вони дуже приємну, затишну і теплу атмосферу. І, звичайно ж, по-

дібного роду екологічний ресторан приверне не тільки цінителів і любителів затишних закладів, а й затишних захисників нашої планети.

Засекречений ресторан. Засекречений ресторан Charlie's Burgers – ресторан у Торонто з не зовсім звичайної концепцією. Він влаштовує обіди тільки за запрошеннями. Причому, отримати таке запрошення можуть далеко не всі. Для цього необхідно заповнити анкету і якщо ваші відповіді задовольнять власників цього ресторану, то вас запросять на званий обід з п'яти страв. Незважаючи на свою назву, в меню ресторану немає фаст фуду, за відгуками гостей цього незвичайного закладу, всі страви дуже смачні, вишукані і просто чудові. Готують обіди найкращі шеф-кухарі міста. При цьому на кожен обід страви подаються різні. Де розташований цей ресторан, теж невідомо широкому загалу. Запрошені гості званого обіду отримують лист-запрошення з докладними інструкціями, як знайти ресторан і зазначенням часу обіду. Ніхто не знає і господаря цього закладу. Ім'я власника ресторану Charlie's Burgers також не афішується широкій публіці. Елемент секретності і таємниці навколо цього ресторану тільки підігриває інтерес гостей та їх бажання потрапити до списків запрошених на загадковий обід. Ставка на таємницю і загадковість, а також тільки обраних клієнтів – оригінальний підхід до позиціонування закладу ресторанного господарства. Але, як показала практика, ефективний. Ресторан Charlie's Burgers, не встигнувши відкритися, став одним з найпопулярніших закладів міста, куди прагнуть потрапити всі гурмани і просто цікаві гості.

Кав'ярня ігор. Сучасні кафе та кав'ярні практично нічим не відрізняються один від одного, їх концепції схожі одна на одну як дві краплі води. Сучасні відвідувачі кав'ярень приходять туди за безкоштовним WIFI, щоб посидіти в інтернеті, за переписуватися в соціальних мережах і «поговорити» з blackberry або iPhone. Старих добрих кав'ярень, куди приходять друзі і сусіди, щоб поспілкуватися, розслабитися і весело провести час за чашкою кави або захоплюючою грою, вже майже не залишилося. Кав'ярня з Торонто Snakes and Lattes вирішила заповнити цей пробіл на ринку і запропонувати місцевим жителям простір для відпочинку та ігор. Відвідувачі цієї кав'ярні ігор можуть не тільки побалувати себе відмінним кави, але і поспілкуватися і навіть познайомитися за цікавою грою, яких у цьому кафе більше 1500 варіантів, від популярної Мафії до Mouse Trap. Організатори кав'ярні ігор Snakes and Lattes розробили дуже просту, але дуже цікаву концепцію, основна ідея якої – служити місцем розваги, знайомства та згуртування відвідувачів, пропонуючи традиційні і незаслужено забуті способи взаємодії та комунікації. Кав'ярня ігор Snakes and Lattes пропонує можливість для організації гарного колективного відпочинку – розважитися в цьому закладі можуть будь-які команди – від групи знайомих, сусідів чи друзів до офісних команд. Відпочинок в Snakes and Lattes можна порівняти з тренінгом з тим-білдингу, тут знайомляться, стають друзями і взаємодіють в ході гри і неформального спілкування в невимушеній розслабленій обстановці.

Антикризове кафе. У Львові є кафе на антикризову тематику. Називається воно «Антикризова кнайпа». У логотипі закладу є літери П і Ц, які розшиф-

ровуються як «піпєц». Елементи декору в інтер'єрі – запаси на зиму у вигляді консервних закруток, пшона, макаронів, дешевих сигарет без фільтру і цигарок-самокруток, а також валюти в трілітрових банках, типу тримати гроші в домашній склотарі надійніше, ніж у комерційних банках. Всюди розвішані прикольні слогани, наприклад: «Навіщо нам цей дебільний Єгипет? Їдь у Карпати!». Офіціанти одягнені в костюми банкірів, біржових консультантів, фінансових аналітиків. Меню кафе найпростіше, а ціни досить демократичні, антикризові, причому зазначені вони з копійками. Однією з «коронних» страв є – сухарі, які зазвичай сушать у кризу. Порція з десяти сухарів з соусом. Правда гості скаржаться на явно завищені не зовсім антикризові ціни на випивку. Але це не відлякує відвідувачів. Їм ідея робити гроші на кризі подобається.

Отже, нетрадиційні та оригінальні послуги в закладах ресторанного господарства набувають досить широкого попиту. Що стає цікавим для відвідувачів закладу. Рестораторам дає змогу втілювати багато цікавих бізнес-ідей в сфері ресторанного господарства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Литвиненко Т. К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу / Т. К. Литвиненко – К. : 2011. – 215 с.
2. Мостова Л. М., Новікова О. В. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства. Навчальний посібник. – К. : Ліра-К, 2010. – 308 с.
3. Найдюк В. С. Інновації в системі управління підприємствами ресторанного. / В. С. Найдюк // Сталий розвиток економіки. – 2012[12]. – 228–232 с.

УДК 338.487:339.287.44

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК СУЧАСНИЙ КАТАЛІЗАТОР РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Тихоненко Ю.М., к.і.н., доцент
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет

Прогресивний розвиток туристичної індустрії України сьогодні вже неможливий без формування її інфраструктури на базі відносин стратегічного управління взаємодії великого, середнього і малого бізнесу.

Розширення туристичного ринку та безповоротність інтеграційних процесів, збільшення витрат на маркетинг, скорочення життєвого циклу товарів і велика ймовірність скорочення життєвого циклу самих організацій, необхідність постійного оновлення, приховування інформації та формування категорії комерційної таємниці, уведення в господарський обіг ноу-хау, – все це породжує необхідність об'єднання зусиль організацій і створення системи кооперованих зв'язків у різних їхніх проявах і видах. Франчайзинг з

цього погляду можна розглядати як один із механізмів кооперації можливостей. Ця модель як організація бізнесу є системою взаємовигідних партнерських стосунків великого і малого бізнесу. Зацікавленість цією концепцією господарської взаємодії не випадкова, при цьому концепція франчайзингу все ще залишається малознайомою.

Теоретичним основам та практичному застосуванню франчайзингу присвячено багато праць як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Серед українських дослідників слід відзначити: Г. Андрощук [1], М. Бедринець [2], В. Довгань [3], Т. Ковальчук [4], О. Корольчук, В. Ляшенко та інші. Кожен з науковців зробив свій внесок у формулюванні поняття франчайзингу, формуванні його теоретичних основ, вивченні особливостей та розробці класифікації, встановленні історичних фактів зародження та розвитку в різних сферах економіки тощо. Проте, для розвитку франчайзингу на підприємствах туристичного бізнесу в Україні й на сьогоднішній день залишається актуальним ряд питань, які потребують дослідження.

Франчайзинг є відносно новим явищем в підприємницькій діяльності України, у той час, коли в більшості країн світу він, як ефективний інструмент розвитку бізнесу, застосовується давно. В умовах зростання сучасної конкуренції франчайзингові відносини є перспективним джерелом розвитку туристичного бізнесу та є економічно вигідними для держави, оскільки створюють нові робочі місця, сприяють застосуванню сучасних новітніх технологій в діяльності підприємств.

В Україні франчайзинг вперше було застосовано лише у 1993 році – відкриття франчайзингового підприємства іноземною інформаційною компанією «Компас». У 1994 році відкрився перший ресторан швидкого харчування на основі франчайзингових відносин – «McDonald's», а в 1999 році засновано перше вітчизняне франчайзингове підприємство – заклад швидкого харчування «Pizza Celentano».

Франчайзинг починає утверджуватися на українському ринку. Вітчизняні торгові мережі активно використовують елементи франчайзингу для організації фірмової торгівлі.

Ухваливши рішення продавати свою систему ведення бізнесу, торгову марку, фірмовий стиль, ноу-хау, торгові або виробничі секрети за допомогою франчайзингу, правовласник прагне успішно просувати свій продукт на ринку, звівши до мінімуму при цьому власні капіталовкладення. Наприклад, компанія «Укрстандартфраншиза» і Асоціація франчайзингу в Україні, які спеціалізуються на аналізі та оцінці франчайзингу пропонують допомогу в оцінці готовності туристичних підприємств до діяльності і в складанні франчайзингового пакету. Фахівці цих компаній, проаналізувавши інформацію про фірму, роблять висновки про стан справ на даному підприємстві та оцінюють його готовність до співпраці на умовах франчайзингу.

Привабливість і, відповідно, широкий розвиток франчайзингу пояснюється комплексним характером відносин, достатньо високим рівнем їхньої прозорості, а також перевагами системних зв'язків. Це дає змогу сформувати гомогенну й одноманітну мережу з ефективним розподілом капіталовкладень,

створити широку систему збуту товарів і послуг, підсилити конкурентні переваги учасників мережі щодо інших учасників аналогічного ринку, забезпечити можливість швидшого виходу на ринок з мінімальним ризиком нових учасників системи. Крім того, внутрішня координація системи на різних рівнях дає змогу оптимізувати витрати, зокрема з виведення на ринок модифікованих і нових товарів і послуг, їх просування і розподілу, що природним чином дає конкурентні переваги як конкретному учасникові, так і франшизній мережі в цілому.

У зв'язку зі зростанням інтересу до франчайзингу як до важливого та ефективного важелю розвитку туристичного бізнесу, а також враховуючи його специфічні особливості в залежності від сфери застосування, доцільно визначити поняття «франчайзинг туристичних підприємств» наступним чином: це особлива система організації та розвитку туристичного підприємства франчайзера, спрямована на комплексний інноваційний підхід удосконалення бізнес-процесів його діяльності з метою розширення території збуту туристичного продукту та отримання додаткових фінансових надходжень в обмін на надання франчайзі (індивідуальна особа або підприємство) прав володіння франчайзинговим пакетом туристичних послуг на умовах франчайзингового договору.

Тобто, використання інструментів франчайзингу як сучасної інноваційної стратегії розвитку туристичних підприємств дає змогу франчайзеру розширити їх межі діяльності, підвищити якість товарів та послуг для максимального задоволення потреб споживачів та отримати додатковий дохід. Франчайзі, в свою чергу, отримує можливість відкрити власну справу за відпрацьованою бізнес-концепцією франчайзера з мінімальними бізнес-ризиками на умовах франчайзингового договору.

Для України використання франчайзингу в туристичній індустрії – питання актуальне (особливо в тих важких умовах, в яких наша держава перебуває зараз), яке потребує поглибленого дослідження та аналізу. Адже франчайзинг є дієвим каталізатором прискорення виходу країни з глибокої економічної кризи, а також налагодження партнерських стосунків та виведення бізнесу на новий, європейський щабель розвитку підприємницької діяльності в цілому та в туристичній сфері зокрема.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрощук Г. Франчайзинг: определение, преимущества, перспективы / Г. Андрощук, В. Денисюк // Бизнес-информ. – 1997. – №9. – С.10.
2. Бедринець М. Д. Франчайзинг: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні. – Фінанси України. – 2008. – №2. – С. 96–104.
3. Довгань В. В. Франчайзинг: путь к расширению бизнеса. Практическое пособие для предпринимателей. – Тольятти : Дока – Пресс, 1994. – 231 с.
4. Ковальчук Т. Проблеми франчайзинга в сучасній економічній літературі // Економіка України. – 2002.

УДК 338.488-52

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВІТНІХ СПОРТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНІ ПОСЛУГИ

Білостоцька О.Р., магістрант
Шидловська О.Б., к.т.н., доцент
Національний університет харчових технологій

Тренд здорового способу життя в останні роки почав активно набирати прихильників серед українців. Якщо раніше більшість людей починала задумуватися про загальний стан свого організму вже постфактум, коли стикалася з негативними моментами, то зараз піклування про якість свого здоров'я та тіла виходить на перше місце. Термін «здоровий спосіб життя» поєднує в собі 5 основних складових: фізичну активність, сон, правильне харчування, контроль загального стану організму та нормалізацію психічного стану [1]. Особливе місце серед даних складових займає спорт, про що свідчить розширення асортименту спортивних напрямків та розроблення великої кількості новітніх методик.

В Україні сегмент готельного господарства, що охоплює спортивний сектор, залишається напівпорожнім, адже більшість засобів розміщення, що надають подібні послуги мають низький рівень сервісу та не відповідають вимогам, що висувають сучасних готелів [2].

Серед послуг, що пропонують підприємства гостинності, переважають тренажерні зали, іноді послуги професійного тренера. Але, зважаючи на технологічні інновації у сфері спортивного обладнання та велику кількість розроблених новітніх програм та методик тренувань, асортимент готельних послуг можливо розширити. Отже, зважаючи на актуальність спорту серед великого сегменту потенційних споживачів доцільним є впровадження інноваційних спортивних технологій як готельних послуг для максимального задоволення побажань даного контингенту.

До найперспективніших досягнень науки в області спорту, які можливо запровадити у готелях, належать EMS-тренажери, DIS-консоль, «розумні» гантелі та фітнес-трекер.

Одними з найцікавіших тренувань з точки зору готельної інновації є EMS-тренування. Вони являють собою вплив на м'язи пристроєм, який посилає електричні сигнали через електроди, закріплені на поверхні шкіри. Таким чином формуються імпульси, схожі зі скороченнями м'язів при силовому тренінгу [3]. Для проведення даних тренувань на людину одягають спеціальний костюм, до якого підключають електроди, що регулюють силу електричних імпульсів за допомогою стаціонарного пульта управління. Основними перевагами даного пристрою є коротка тривалість тренування у поєднанні з позитивними фізичними показниками, можливість проведення тренування одразу для 6-8 гостей готелю, підбір інтенсивності впливу електричних імпульсів в залежності від повного анамнезу фізичного стану та здоров'я. Для проведення даних тренувань достатньо лише окремого кабі-

нету. EMS-тренування розраховані на контингент з середнім та високим рівнем достатку, тому доцільно вводити дану послугу до асортименту готелів категорії 4-5 зірок.

DIS-консоль являє собою невеликий пристрій, який можливо підключити до телевізора та тренажера, щоб поєднати його з інтерактивним килимком або рукавичками для тренувань. У консоль вставляється картридж, а на екрані відображається програма тренувань і, у подальшому, фіксуються всі показники фізичного стану людини. Дану технологію можливо запровадити у номерах готелів, площа яких не дозволяє створити окрему залу для фітнес-тренувань, але спортивні послуги користуються попитом серед гостей.

«Розумні» гантелі виглядають як звичайні, але їх можливо підключити до будь-якого мобільного пристрою і контролювати такі показники, як кількість повторень, суму втрачених калорій, сумарну вагу підіймань за тренування. Цікавою особливістю даних гантель є те, що в залежності від стану виконання запланованої програми тренування та інтенсивності її виконання вони підсвічуються трьома кольорами: зеленим, жовтим та червоним. Дану інновацію можливо застосовувати у тренажерних залах готелів, що може позитивно вплинути на їх імідж, особливо серед постійних гостей, результати яких будуть фіксуватися програмою кожний їх приїзд.

Найпопулярнішою, але найпростішою у провадженні інновацією є застосування фітнес-трекерів, які видаються кожному гостю при поселенні до готелю, підключаються до мобільного додатку та фіксують показники організму гостя протягом всього перебування у готелі. Існують готелі, в яких дані фітнес-трекери поєднуються з електричними консолями, що встановлюються у ресторанах готелів поряд з кожною стравою, і скануючи QR-код, можливо дізнатися повний склад нутрієнтів даної страви.

Отже, впровадження останніх досягнень науки у сфері спорту у асортимент готельних послуг дозволяє їх диференціювати, також слідувати тренду здорового способу життя, який активно набирає обертів у всьому світі, а тому залишатися конкурентоспроможними серед десятків готелів, що надають аналогічні послуги.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барабаш Є. В. Інноваційні технології в готельному бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/barabash.htm.
2. Саненко Л. І. Принципи впровадження інноваційних технологій в готелях та їх переваги [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/sanenko.htm.
3. About Ems Training [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://xbodyworld.com/about-ems-training/>

РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Субота В.В., старший викладач
кафедри фізичного виховання та здоров'я людини
Черкаський державний технологічний університет

Необхідною передумовою активного та успішного просування готельно-ресторанної галузі на ринок держави є сучасна туристична інфраструктура. Розвиток туристичної індустрії залежить насамперед від наявності зручних готелів, гарних місць для харчування у цьому регіоні та якості обслуговування туристів.

При розгляді практичних рекомендацій вчених-економістів цієї області можна зробити висновок про те, що залишаються не вивчені належною мірою ряд питань, пов'язаних з економічною діяльністю готелів та ресторанів на основі міжнародних стандартів якості, що враховують специфіку українського готельного ринку. Саме тому треба приділяти значну увагу розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні, як основної складової туристичної діяльності.

Метою нашого дослідження було розглянути стан та недоліки готельно-ресторанного бізнесу в Україні та визначити перспективи розвитку.

Об'єктивна оцінка готельного будівництва в нашій країні свідчить про значне відставання від світових стандартів у цій сфері. Так, наприклад, будівництво готелів в Україні здійснювалось за застарілими проектами. Готелі, збудовані у 80-х роках, морально застаріли ще на стадії будівництва. Крім того, терміни будівництва готелів в Україні майже в п'ять разів триваліші, ніж за кордоном. Маючи сприятливе географічне положення для розвитку туризму та готельної індустрії, на сьогоднішній день Україна займає одне із останніх місць у списку європейських країн по кількості готелів. Хоча за останні два роки їх кількість збільшилась і склала понад 1600 (понад 150 готелів було побудовано перед футбольним чемпіонатом «Євро-2012»), що складає понад 587000 місць, тим не менш в Україні на тисячу мешканців припадає у середньому по два готельних номери, тоді як у Європі цей показник складає не менше 14-18 [6].

Світова готельна індустрія вийшла на сучасний, вищий рівень розвитку, в той час як наше вітчизняне готельне господарство вирішувало «проблему», пов'язану з рівнем забезпеченості готельними місцями, що називались «ліжко-місцями».

Для вирішення цієї проблеми уже недостатньо заходів щодо дооснащення чи додаткового благоустрою готельного господарства. Потрібні заходи, спрямовані на комплексне переобладнання багатьох готельних підприємств та оснащення їх сучасними меблями, технологічним обладнанням, засобами автоматики та телемеханіки, електронною апаратурою управління, а також туристичним, спортивним інвентарем найновіших зразків. Тільки той

туристичний комплекс може розраховувати на успіх і популярність серед населення і зарубіжних туристів, у схему благоустрою якого входить широкий набір новітніх засобів для занять спортом у будь-яку пору року, оздоровчими процедурами, для творчої й ефективної роботи ділових людей, змістовного дозвілля та культурного відпочинку, і все це тільки за високого рівня технічного й естетичного стану.

Також дуже важливою є необхідність у комплексному підході до визначення якості туристичних послуг, таких як:

Інформаційні послуги. Потрібно запровадити агресивну рекламу на туристичних сайтах, в турагенціях, що певною мірою знизить зовнішню конкуренцію. Для реклами є вигідною підтримка різноманітних фестивалів, конкурсів. Рекламування готельної галузі рекомендується провадити в межах співпраці в галузі, що дозволить суттєво знизити фіксовані витрати, розкидавши їх по всіх учасниках [4].

Послуги транспортних перевезень.

Послуги розміщення. Такими показниками для засобів розміщення можуть бути:

- забезпечення найбільш швидкого розміщення туристів у готелях, мотелях, кемпінгах тощо;
- забезпечення рівня обслуговування, що відповідає вимогам до даного розряду готелю та категорії номера;
- дотримання санітарно-гігієнічного порядку в готелях (мотелях), що відповідає високим сучасним вимогам до даного розряду;
- відповідність необхідної кваліфікації, знання іноземних мов, висока культура спілкування з туристами обслуговуючого персоналу;
- підтримання зовнішньої території та інтер'єру готелів у такому ж стані, в якому вони були зданими в експлуатацію.

Послуги харчування. Власникам елітних ресторанів треба враховувати, що іноземні туристи, наприклад, теж роздивляються ціни у ресторанах, перш ніж відвідати ресторан, тому що смачно та гарно попоїсти за кордоном можна не тільки в елітному ресторані, але в кафе також. Окрім туристів українські ресторатори повинні також орієнтуватися на пересічного мешканця, для якого відвідування ресторану стає майже «неможливим». Тому український ресторатор повинен придумувати щось нове буквально кожен день. В цьому бізнесі те, що було вчора, сьогодні вже не годиться. Тому власник повинен або постійно знижувати ціну, або пропонувати за ту ж ціну більше послуг.

Культурно-масові та фізкультурно-оздоровчі послуги.

Додаткові послуги. Надання широкого спектру додаткових туристичних послуг, пов'язаних із перебуванням туриста; створення умов для розваг з урахуванням особливостей контингенту туристів; забезпечення побутовими послугами та ін. Якість цих послуг залишає в пам'яті туриста найбільш стійке враження тому, що саме ці послуги щоденно задовольняють його потреби першої необхідності.

Останнім часом людському чиннику в індустрії гостинності приділяється важлива увага. Створення для робітників і службовців сприятливого

клімату для роботи робить можливим вищий рівень трудової активності, який стимулює високу трудову активність кожного і відбивається на доходах підприємства в цілому. Надання працівникам можливості кар'єрного росту позитивно впливає на моральний стан колективу [5].

Якість й успішна реалізація готельних послуг є залежними, зниження якості призводить до втрати клієнта. Ефективність діяльності готельних підприємств, їх розвиток буде сприяти підвищенню потенціалу національного господарства, використанню рекреаційних ресурсів, зайнятості населення, його оздоровленню та духовності, набуватиме важливого значення. Необхідність ефективної діяльності готельних підприємств в Україні пов'язана з постійним розвитком сучасної економіки, активної її інтеграції в європейський та світовий простір, появою нових вимог до туризму.

Висновки. Підсумовуючи вище зазначене, слід відзначити, що стан готельної та ресторанної сфери впливає на розвиток індустрії туризму загалом, створення туристичних послуг, інші ключові сегменти економіки – транспорт, будівництво, зв'язок, торгівлю та ін. Таким чином, створення високоефективного готельного та ресторанного господарства відіграє важливе значення як один з пріоритетних напрямів структурної перебудови економіки України, що підвищить життєвий рівень українців.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеев Д. Ресторан за інтересами // Журнал "Ресторанні відомості", №101, 2006. – С. 12–14.
2. Барановський В. А. Ресторанний бізнес: Навчальний посібник. – РнД. : Фенікс, 2005. – 220 с.
3. Єфімова О., Єфімова Н. Економіка готелів і ресторанів. – М. : Нове знання, 2004. – 279 с.
4. Кристофер Енертон-Томас. Ресторанний бізнес. – М. : Росконсульт, 1999. – 240 с.
5. Рідель Х. Бари й ресторани. Техніка обслуговування. – М. : Академія, 2002. – 69 с.

УДК 640.418+005.21:338.487

ПРОЦЕДУРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕЧНОСТІ СЛУЖБОЮ FOOD&BEVERAGE СТУДЕНТСЬКОГО ХОСТЕЛУ ХАРКІВСЬКОЇ АКАДЕМІЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

Жуков Є.В., к.т.н., ст. викладач

***Київський національний торговельно-економічний університет
Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ***

Серед колективних засобів розміщення харківської дестинації помітно виділяються студентські хостели, які призначені для надання готельних послуг суб'єктам академічного туризму. Одна із відмінностей хостелів пов'язана з наданням специфічної готельної послуги, яка відома під назвою

«Гостьова кухня» і яка полягає у створенні умов для самостійного приготування їжі. Одночасно із цим, студентські гостели можуть надавати послуги харчування у власних закладах ресторанного господарства.

Для надання послуг харчування в хостелах створюється служба Food&Beverage. В її склад входить заклад ресторанного господарства, функціонал якого пов'язаний з виготовленням продукції власного виробництва. Крім того, ця служба здійснює продаж продукції власного виробництва і закупних товарів та організацію їх споживання.

Відповідно до тексту статті 1-55 Закону № 771/97-ВР служба Food&Beverage хостелу визнається оператором ринку харчових продуктів, яка під час виробництва та обігу закупних товарів і продукції власного виробництва має постійно застосовувати процедури, котрі ґрунтуються на принципах системи аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках (Hazard Analysis and Critical Control Point – HACCP).

Вивчення стандартів міжнародних організацій хостельєрів (International Youth Hostel Federation та Hostels of Europe), в яких узагальнена належна практика гостинності, дозволяє стверджувати, що організація харчування гостей студентських хостелів є затребуваним видом сервісу. Особливий попит на таку основну готельну послугу виникає на час навчальних семестрів у закладах вищої освіти конкретної академічної дестинації. При цьому належне харчування здобувачів вищої освіти пов'язано з організацією не менш як триразового добового харчування.

З точки зору розробки, впровадження та підтримування у робочому стані постійно діючих процедур, які засновані на принципах HACCP, особливої уваги приділяє надання сервісу «Сніданок» закладами харчування при студентських хостелах. Це твердження пов'язано з наступними обставинами:

- в теперішній час такий сервіс надається за меню вільного вибору страв у форматі Du Jour методом самообслуговування через лінію прилавків самообслуговування;

- меню сніданку обов'язково включає основну гарячу страву із сировини тваринного походження (м'ясо, птиця або риба), яка протягом певного часу після виготовлення зберігається на роздавальній лінії;

- перспективним є надання сервісу «Сніданок» у буфетному форматі або у форматі шведського столу.

В таких умовах слід результативно управляти небезпечними факторами біологічного походження, такими як *Escherichia coli*, *Salmonella Enterica*, *Campylobacter spp.* тощо. Для цього службі Food&Beverage сучасного студентського хостелу слід провести HACCP-аналіз усіх страв, які входять до двотижневого циклічного меню сніданку, і на основі отриманих об'єктивних свідочств розробити та впровадити плани контролю досліджених небезпечних факторів.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

УДК 338.48:005.9 (048)

УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ ПОТЕНЦІАЛОМ У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Сидоренко І.О., PhD, к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки підприємства та менеджменту
Академія праці, соціальних відносин і туризму, м. Київ

В умовах глобалізації та євроінтеграції України до міжнародної спільноти важко переоцінити роль людського потенціалу. Це пояснюється підвищенням ролі процесу ефективного регулювання соціально-економічних процесів будь-якої країни світу. Україна на державному рівні підтверджує прихильність до загальноєвропейських у світі принципів соціальної справедливості та активного впровадження на національному рівні конкретних заходів в інтересах демократичного і соціального розвитку.

Проблеми управління людським потенціалом у сфері туризму, в умовах глобалізації економічних процесів та євроінтеграції України, займає пріоритетне місце. Професійна особистість є головною передумовою підтримання стійких позицій вітчизняних підприємств сфери туризму на внутрішньому та міжнародному ринках. Крім того, ефективна кадрова політика підсилюється умовами інтеграції України у світовий економічний простір, виходу країни на міжнародний ринок і розширенням таким чином, кола потенційних конкурентів.

Будь-яка модель управління країною або підприємством базується на відповідній концепції. Кадрова політика у сфері туризму в цьому випадку, не є винятком, і виступає інструментом досягнення цілей. Політика міжнародного бізнесу у сфері управління людським потенціалом багато в чому спирається на універсальний підхід до керування персоналом у розвинутих країнах світу: США, Японія, країн ЄС тощо.

Сьогодні найважливішими завданнями країн світу, що розвиваються, є створення умов для освіти широких верств населення, формування достатньої маси кваліфікованих кадрів, виховання менеджерів, які відповідають вимогам сучасних тенденцій міжнародного бізнесу і розвитку сфери туризму зокрема.

Клімат у міжнародному менеджменті сфери туризму у свою чергу, на пряму залежить від національних стереотипів і ціннісних орієнтирів, етики бізнесу (чесність, відкритість, дотримання даного слова, здатність ефектив-

но функціонувати на міжнародному ринку у відповідності до вимог чинного законодавства, встановлених правил і традицій).

Зміст людського потенціалу залежить від кваліфікації, особистого професійного досвіду й оточуючого середовища. Середовище вирізняється складовими і варіюється від окремої людини, підрозділу, підприємства, транснаціональної корпорації, до країн, певних регіонів світу в цілому. Крім того, важливою складовою успіху в міжнародному туризмі є розуміння працівниками спільної місії підприємства, корпоративної мети та повсякденного економічного знання.

За даними ООН наша країна сьогодні посідає 6 місце за інтелектуальним рівнем освіченості серед 144 країн. Завдяки зростанню обсягів інвестицій в освіту, розвинені країни Заходу зберігають провідне становище у світовій економіці. Більшість держав, що не володіють запасами сировинних ресурсів (Японія, Тайвань, Корея), стратегією свого розвитку обрали саме освіту та розвиток людини. Завдяки цьому вони досягли значних успіхів у прискоренні НТП, піднесенні економіки в цілому. За останні сорок років країни Східної Європи та Центральної Азії зазнали глибоких політичних та економічних змін. Зокрема, перехід від централізованого управління до ринкових умов господарювання колишніх радянських республік. Повернення до державного суверенітету та демократизації багатьох країн у світі, супроводжувалися порівняно швидкою, але важкою інтеграцією до світової ринкової економіки.

В умовах глобалізації міжнародного туристичного бізнесу актуальності набули концептуальні підходи системності до процесу управління, коли всі зусилля спрямовуються на максимізацію вартості фірми, підприємства, компанії (регіону, країни). У розвинених країнах світу концепція управління базується на трьох основних складових: ідеологія, принципи, внутрішні та зовнішні процеси. Ідеологія дає розуміння розвитку; принципи – усвідомлення необхідності розробки та оцінювання альтернатив розвитку; ефективна налагодженість процесів, їх систематизація і системність визначають досягнення мети, продуктивність та ефективність керуючої та керованої підсистем.

Сьогодні виникає проблема централізованого та децентралізованого управління оскільки, регіональні об'єднання розрізняються за глибиною інтеграційної стратегії та інституціональним устроєм, сферами й масштабами діяльності, кількістю держав – членів [1, с. 315].

Процес управління людським потенціалом в умовах глобалізації не є виключенням, оскільки супроводжується низкою специфічних ознак: концептуально новими підходами до визначення місця шлюбу та сім'ї у відтворенні населення; посилюється роль заробітної плати у життєзабезпеченні та вихованні дітей, їх оздоровленні, лікуванні, отриманні освіти і фаху.

В умовах глобалізації міжнародного туристичного бізнесу жодна система управління не може ефективно існувати за відсутності мотивації та стимулювання праці, оскільки саме мотивація спонукає працівника і колек-

тив загалом до досягнення особистих і колективних цілей. Мотивація є вирішальним причинним наслідком результативності діяльності людей. Мотивування має стратегічне значення, оскільки людський капітал – передумова розвитку підприємств, галузі, регіону, країни тому, одним з головних стратегічних завдань розвитку економіки України як на національному так і міждержавному рівнях є пошук ефективних засобів управління працею, що у свою чергу забезпечують активізацію людського капіталу [2, с. 281].

Висновки. Основними моделями управління людським потенціалом, що використовують американські та японські провідні компанії, є: «людський капітал», «ринок праці» та «відданість організації». Різниця між ними полягає у системному підході до навчання персоналу, термінів найму працівників, просуванню по кар'єрних сходах; зовнішніх та внутрішніх стимулах праці, а також індивідуальному або груповому підходах в орієнтації робочих завдань. У США відзначається непропорційна увага до техніки і технології на шкоду людському фактору, у той час як японська управлінська практика відрізняється тим, що враховує соціально-культурні фактори та зорієнтована на людину.

Типовими сучасними моделями економічного розвитку країн світу, а також складових процесу управління людським капіталом (потенціалом) є ліберальна (США, Канада, Великобританія, Ірландія); корпоративістська (Швеція, Японія). Характерною ознакою шведської моделі є високий рівень захищеності працівників та малозабезпечених і економічно неактивних верств населення (пенсіонери, діти, інваліди, студенти) та соціально-ринкову моделі (Німеччина).

У розвинутих країнах, на даний час, використовується дві основні моделі корпоративного управління: англо-американська (Велика Британія, Індія, Ірландія, США, Австралія, Канада, Нова Зеландія, ПАР) і німецько-японська (Німеччина; Японія).

Сьогодні в країнах світу людський потенціал визначає темпи економічного розвитку і науково-технічного прогресу. Країни Європи вже давно дійшли висновку, що мінімальна заробітна плата, підвищення якої є найпродуктивнішим методом боротьби з бідністю, має забезпечувати потреби працівників та їхніх сімей, що відображено у ратифікованій Україною Конвенції МОП № 131 та Європейській соціальній хартії. Реформа оплати праці має відбуватись на засадах справедливого розподілу результатів праці та підвищення рівня трудових доходів до стандартів ЄС з метою зростання престижності праці українців. Соціально-правова захищеність характеризується рівнем життя населення, розвитком соціальної інфраструктури, дієвістю правоохоронної системи та розвитком інститутів соціального захисту. До країн, які мають високий (ІЛР) належать всі держави Західної Європи, Північної Америки, а також деякі країни Океанії, Південної Америки, Південно-Східної Азії.

Розвиток людського потенціалу через туризм, культуру та впровадження інновацій у всі сфери життєдіяльності людини є найважливішими

аспектами для всіх країн світу без виключення, а особливо для тих, які проводять реформаторські заходи щодо зміни економічної, політичної, правової систем управління. Адже висока культура, етика бізнесу, освіченість та високий інтелектуальний рівень особистості в країні впливає не тільки на взаємовідносини між країнами, а й на добробут та якісний рівень життя суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Липов В. В. Міжнародна економіка: світова економіка та міжнародні економічні відносини. – К. : «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 368 с.
2. Сидоренко І. О. Людський капітал і мотивація в туризмі // Зб. тез доповідей між нар. наук.-практ. конф. – Тернопіль, ТНТУ, 2015. – С. 280–283.

УДК 338.48 (477)

ТЕОРІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Юхновська Ю.О., к.е.н., доцент
*докторант кафедри «Фінанси та економічна безпека»
Дніпропетровський національний університет
залізничного транспорту імені академіка В. Лазаря*

Наукові засади формування і розвитку регіонального потенціалу туристичної галузі України як передумови нарощення конкурентоспроможності територіальних суспільних систем, досліджені не у повній мірі. Тому на сучасному етапі розвитку регіональної економіки України нагальною проблемою є розробка теоретичних та прикладних досліджень у напрямку формування та розвитку регіональних ринків туристичної галузі.

Ріст ринку туристичних послуг зумовлений з одного боку, зростанням їх попиту, з іншого – ростом пропозиції. До причин зростання попиту варто віднести: зростання мобільності населення планети; збільшення доходів та зменшення вільного часу сучасної людини; підвищення стандартів життя в розвинутих країнах світу; відкритість зовнішнього світу (особливо відчутним є фактор для країн пострадянського простору); соціально-психологічну переорієнтацію населення на комфорт та пізнання культурних цінностей; посилення ролі туристичних послуг для підтримки іміджу особи, ін. Ріст пропозиції спричинений, в основному, розвитком підприємництва, зумовленим високим рівнем оборотності та рентабельності капіталу сфери, її конкурентним потенціалом.

Концепція формування та розвитку регіонального потенціалу туристичної галузі (далі РПТГ), повинна базуватись на систематизації теорій регіоналістики, оскільки розвиток такого ринку окреслюється певними терито-

ріальними межами, що зумовлює необхідність розробки методологічних засад його функціонування за теоріями регіонального розвитку. Основними теоріями регіоналістики, положення яких є визначальними для формування РПТГ, на нашу думку, є такі:

- теорії розміщення (І. Тюнена, А. Вебера, В. Крісталера, Б. Беррі, М. Кастельє, У. Ізард, ін.), які визначають оптимальне розміщення осередків туризму у регіоні, враховуючи низку факторів та умов (наявність кваліфікованого персоналу, матеріально-технічної бази, географічне розташування, інфраструктурне забезпечення тощо), що дозволить забезпечити ефективність функціонування регіонального ринку туризму в цілому;

- теорія полюсів росту (Ф. Перру, Ж. Будвіль, П. Потье, ін.), за якою РПТГ розглядається як потенційний високоприбутковий сектор економіки, розвиток якого генеруватиме значний соціально-економічний ефект для регіону шляхом стимулювання розвитку суміжних до туризму сфер;

- теорія дифузії нововведень (Г. Мюрдаль, Т. Хагерстранд) передбачає необхідність поширення інноваційних технологій на РПТГ, як необхідної умови його функціонування;

- теорія геомаркетингу (А. Шоу, Л. Уелд, ін.), яка визначає дослідження РПТГ у просторовому аспекті з позиції оцінки конкурентів, попиту та пропозиції послуг туризму.

У сукупності наведені теорії регіонального розвитку дозволяють виокремити методологічне спрямування дослідження механізмів формування та розвитку регіональних ринків туристичної галузі в Україні. Разом з тим, окрім теорій регіоналістики, формування та розвитку РПТГ визначають теорії розвитку туризму, серед яких виокремимо ті з них, які містять у положеннях просторовий аспект, зокрема:

- теорію еволюції туристичного простору, за якою розвиток регіону як туристичної дестинації відбувається циклічно і включає декілька етапів: експлорація, вступ, розвиток, консолідація, стагнація та занепад або відродження;

- теорію відправної-приймаючої регіональної системи, згідно якої регіон розміщення ринку туризму (приймаючий регіон) слугує місцем зіткнення інтересів туристів з різних регіонів, а також туристів та місцевого населення;

- теорію туристичного простору, згідно якої регіон, як туристична дестинація, сформована з таких первинних (природних та історично сформованих матеріальних та духовних) та вторинних (інфраструктурних) туристичних елементів;

- теорію туристичної функції, яка визначає причину приїзду в туристичний регіон, якою є суспільно-економічна діяльність, спрямована на обслуговування туристів та задоволення їх туристичних потреб;

- теорію територіальних рекреаційних систем, що обґрунтовує взаємозв'язок між основними елементами туристичного регіону як рекреаційної системи, зокрема: туристами, туристичними ресурсами (природними та ан-

тропогенними), інфраструктурою, персоналом у туризмі та установами, які управляють рекреаційною системою;

- теорію туристичної урбанізації, положення якої дозволяють виокремлювати міські агломерації як осередки формування та функціонування регіонального ринку туризму;

- теорію функції туризму (К. Пшецлавський), яка розкриває функції туризму та дозволяє їх систематизувати на позитивні та негативні.

Разом з тим, оскільки РПТГ формується під впливом інституціонального середовища, слід виокремити інституціональні теорії для розуміння сутності РПТГ, зокрема:

- теорію інституціоналізму, що дозволяє розглядати РПТГ як систему соціальних інститутів, що забезпечує його функціонування;

- теорію трансакційних витрат, що дозволяє розглядати РПТГ з позиції взаємовідносин, що постійно відбуваються на ньому та витрат, що їх супроводжують;

- теорію прав власності, яка визначає приватну власність як основну форму власності, що через зацікавленість у досягненні, забезпечує результативність діяльності на РПТГ;

- теорію інформаційного суспільства, яка відстоює необхідність розвитку сфери послуг, в тому числі високотехнологічних, що стає передумовою формування та розвитку РПТГ.

Окрім наведених вище теорій регіональної економіки, теорій туризму та інституціональних теорій, розвиток РПТГ забезпечують положення теорій конкуренції:

- теорія абсолютних переваг, яка обґрунтовує розвиток РПТГ на основі використання унікальних переваг надання туристичних послуг на певній території, що визначається природно-кліматичними, професійними, інфраструктурними, інноваційними та іншими чинниками;

- теорія порівняльних переваг, що визначає розвиток РПТГ на основі використання конкурентних переваг регіону порівняно з іншими. В першу чергу, до них відносяться співвідношення рівня цін на туристичні послуги, рівня якості надання туристичних послуг, рівня кваліфікації персоналу тощо;

- теорія конкурентних переваг, яка обґрунтовує переваги регіону, який нарощує туристичну активність шляхом розвитку інноваційних видів туризму;

- теорія співвідношення факторів характеризує рух вхідних та вихідних туристичних потоків регіону, що залежать від наявності та надлишку для них факторів розвитку РПТГ.

Дослідження наведених теорій дозволяє виокремити особливості формування РПТГ та окреслити напрямки його розвитку, як потенційного високотехнологічного сектора регіональної економіки.

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ У КОНТЕКСТІ «ЕКОЦЕНТРИЗМУ»

Дяченко Л.А., к.е.н., доцент
кафедри адміністративного забезпечення соціокультурної сфери
ВП «Львівська філія Київського національного університету
культури і мистецтв»

Дослідження питання аспектів розвитку туризму в сучасних умовах є достатньо різностороннім. Розглянемо розвиток туризму у контексті «екоцентризму», що зумовлене розвитком екологічної кризи, забрудненням оточуючого середовища, обмеженості природних ресурсів та є важливим у розвитку суспільства.

Виявлено, що категорія «туризм» має низку значень. За Манільською декларацією зі світового туризму (Філіппіни, 1980р.) «туризм» – один із видів активного відпочинку, що являє собою подорожі, які здійснюються з метою пізнання певних районів, нових країн і поєднуються в ряді країн з елементами спорту [1, с. 315]. Відомо, що існують різні види туризму, до якого відноситься також «туризм екологічний». «Туризм екологічний», за визначенням Міжнародної організації екотуризму, це – відповідальна подорож у природні зони та області з метою збереження навколишнього середовища і підтримання добробуту місцевих жителів [1, с. 318].

Існують приклади, коли використання туристами, в часі подорожі, рекреаційних ресурсів не завжди є відповідальним. Існують такі практичні приклади поведінки туристів, що підтверджують їх не дуже відповідальне ставлення до природи, заподіяння шкоди для навколишнього середовища, порушення балансу екосистеми тощо. Саме не відповідальна поведінка туристів, у сукупності із іншими негативними чинниками впливу на природу та довкілля, зумовлює «рекреаційну дигресію» перевантажуючи природний комплекс при надмірному впливі туристів на певні території. Розвиток сфери туризму, поряд із низкою переваг, має також певні недоліки. До таких недоліків також відносяться проблеми великого навантаження на певні природно – територіальні комплекси, що не сприяє можливостям зберігати їх рівновагу природних компонентів, порушує сформований природний ландшафт, знищує екологічні та рекреаційні якості природи тощо.

На противагу негативному впливу на довкілля, є потреба впровадження змін у організації та розвитку туризму, пошуку нових і ефективних природоохоронних заходів, регулюванні туристичних потоків, нових форм та засобів організації рекреаційної діяльності тощо. Водночас, зміни у організації та розвитку туризму повинні забезпечувати туристам також найсприятливіші умови для відпочинку серед природи, можливостям отримувати оздоровчі послуги при відповідальному використанні усіх природних ресурсів із врахуванням їх стійкості до рекреаційного навантаження тощо.

Розглянемо, особливості організації та розвитку туризму у контексті «екоцентризму». «Екоцентризм» – це ідеологія і філософія охорони довкілля, яка розглядає збереження і відновлення довкілля як пріоритетну та самостійну цінність, не залежну від будь-яких людських критеріїв корисності [2]. До особливостей даної теорії відноситься наступне: взаємодія людини з природою передбачає максимальне задоволення не лише потреб людини, а також і потреб природи; взаємодія людини з природою не повинна порушувати екологічної рівноваги у природі; етичні норми і правила поширюються також на взаємодію людей і природи тощо. Дослідження даного питання показали, що існують певні суперечності між даною теорією та теорією «біоцентризму». Відповідно до теорії «біоцентризму» живі істоти природи вимагають турботи [2]. «Екобіоцентризм», як «глибинна екологія», передбачає вивчення фундаментальних питань впливу людини на екосферу, частиною якої є людина. Дана теорія стверджує, що є потреба змінювати фундаментальні принципи ставлення людини до природи, а шкода, яка заподіяна природі – це шкода і для людей. Безумовно, кожна із зазначених вище теорій, має своїх прихильників та опонентів. Ситуація, яка склалася в сучасних умовах, щодо впливу людини на довкілля, потребує більш пильної уваги суспільства.

Виявлено, що існують також негативні впливи на природу та довкілля при наданні туристичних послуг. До них може відноситися наступне:

- заподіяна шкода природним екосистемам, живій та не живій природі;
- засмічення територій, перевантаження природного комплексу;
- неетичне відношення до природних об'єктів: скелі, камені, надра землі;
- рекреаційна дигресія – перевантаження природного комплексу внаслідок впливу на нього відпочивальників, туристів тощо.

У підсумку слід зазначити, що існує потреба у розв'язанні низки завдань, які полягають у наступному:

- формування нового руху за якісне середовище;
- формування нового світогляду відносин людини та природи;
- побудова нової внутрішньої трансформації людей, колективів при використанні природних ресурсів, що не передбачатиме негативні впливи на природу;
- формування соціальної відповідальності людей, які здійснюють вплив на природу;
- побудова такої екологічної політики, яка сприятиме розвитку у туристів нової екологічної свідомості та практично закріплюватиме її при користування туристичними послугами;
- ведення людьми такого способу життя, який би не шкодив природі;
- пропаганда у ЗМІ екологічної свідомості, екологічної активності та відповідальності тощо.

Саме тому, що розвиток туризму, як однієї із галузей національної економіки, що динамічно розвивається та забезпечує фінансові надходження

до бюджету України, є потреба краще збалансувати діяльність усіх учасників туристичного ринку. Ця діяльність повинна передбачати також формування іншого менталітету туристів, оновленої туристичної політики, що забезпечуватиме більш відповідальне ставлення туристів до природи та їх внутрішню трансформацію, формуватиме у них вищий рівень власної соціальної відповідальності та екологічної свідомості при практичному використанні природних ресурсів тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Смолій В. А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. – К. : Видавничий дім «Слово», 2006. – 372 с.
2. Максименко М. Т. Філософський енциклопедичний словник / М. Т. Максименко. – К. : Вид-во ВГЛ «Абрис», 2002. – 742 с.

УДК 069: 379.85

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИХ ЗАПОВІДНИКІВ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

Белікова М.В. *к.і.н., доцент,
доцент кафедри міжнародного туризму
Запорізький національний технічний університет*

Розширення номенклатури додаткових і супутніх послуг підприємствами туристичної сфери пов'язано з глобальною трансформацією туристичної інфраструктури, зокрема історико-культурних заповідників.

Туристи щорічно витрачають на послуги розміщення 20,7% витрат, квитки для подорожей – 20,3%, на харчування – 19,9%, музейні послуги – 3,6% та ін., а, отже, історико-культурні заповідники та музеї допомагають заробляти ін. підприємствам туристичної сфери.

Історико-культурні заповідники створюються на основі ансамблів, комплексів пам'яток та окремих пам'яток природи, історії, культури та територій, що становлять особливу історичну, наукову і культурну цінність. Деякі заповідники відкрито в давніх храмах, що були свого часу важливими державними, громадськими, політичними й освітніми центрами. Вони проводять велику науково-дослідну й реставраційну роботу, широко популяризують культурну спадщину нашого народу. Експозицією таких заповідників є самі пам'ятки – їх архітектура, живопис, скульптура, декоративні оздоби, інтер'єр тощо. Бувають і додаткові експозиції – виставки, що знайомлять з історією пам'яток, їхніми художніми особливостями або пов'язаними з ними історичними подіями.

За різними даними в Україні функціонує близько 60–63 історико-культурні заповідники (10% від усіх музеїв), з них 13 мали статус націона-

льних – 21% від усіх існуючих історико-культурних заповідників на сьогодні. На сьогодні в наслідок відсутності дієвої системи управління розвитком конкретних історико-культурних заповідників та музейних закладів з урахуванням слабких та сильних сторін діяльності, наявні низькі показники ефективності діяльності історико-культурних заповідників. Історико-культурні заповідники України як складова туристичної інфраструктури потребують змін в організації туристських послуг. А отже, аналіз перспектив розвитку історико-культурних заповідників України як складової туристичної інфраструктури є актуальним.

В Україні ставлення до послуг історико-культурних заповідників є вторинною за своїм значенням у сфері гостинності через невідповідність сучасним стандартам життя, нездатність задовольнити потреби вимогливого відвідувача та взагалі музейних закладів як неперіоритетних в країні.

На сьогодні перспективи розвитку історико-культурних заповідників в туристичній сфері є наступні. По-перше, музейна аудиторія заздалегідь планує свої подорожі, тому заповідники можуть сприяти цьому, розміщаючи інформацію про зміст та ціни музейних послуг, час роботи, розклад транспорту та маршрути, якими можна дістатися до найатрактивніших об'єктів історико-культурних заповідників України, яка буде доступною в соціальних мережах, на музейних сагах, туристичних порталах та ін.

По-друге, музейна аудиторія зацікавлена в бронюванні музейних послуг онлайн для заощадження часу і для оптимізації свого перебування на території історико-культурних заповідників. Вдосконалюватимуться сайти заповідників, що можуть стосуватись онлайн відвідувачів, такі як послуги придбання квитків онлайн, донатаційних зон, розміщення коментарів та скарг, на які адміністрація може оперативно реагувати.

По-третє, на території музеїв мають надаватися додаткові послуги, – послуги харчування в кафе, в сувенірних крамницях можна придбати сувенірні та подарункові товари, друковані матеріали та ін., відповідні музейній тематиці. Шляхом надання додаткових і супутніх послуг, пошуку спонсорів і зацікавлення їх можливостями власної реклами на території історико-культурних заповідників та їх брендівих предметах, йтимуть історико-культурні заповідники, орієнтовані на туристів.

По-четверте, відвідуваності історико-культурних заповідників туристами з інвалідністю сприятимуть умови для їхнього прийому – пандуси, спеціальні підйомники та туалети, кнопки виклику персоналу.

По-п'яте, історико-культурні заповідники мають просувати власні брендіві назви та логотипи в соцмережах, використовувати їх підчас фестивалів та ін. заходів подієвого туризму, так само, як на сувенірах і рекламних матеріалах.

По-шосте, маркетинговими сильними сторонами історико-культурних заповідників буде розширена номенклатура послуг та знижки – родинні,

групові, студентські, дитячі, для пенсіонерів, суми знижок будуть різнитися у залежності від рівня прибутків та інфляції, політичної та економічної ситуації в країні.

По-сьоме, перспективами розвитку історико-культурних заповідників України буде збільшення власних надходжень до 50 – 70% від необхідного фінансування завдяки синергетичному ефекту від надання різноманітних послуг на території історико-культурних заповідників, при умові, що держава буде створювати умови для інвестування та фандрайзингу історико-культурних заповідників приватними підприємствами і не зменшувати державне фінансування при зростанні зароблених коштів в спецфондах заповідників.

ЛІТЕРАТУРА

1. Белікова М. В. Аналіз відвідуваності історико-архітектурного музею-заповідника «Садиба Попова» Запорізької області / М. В. Белікова // Глобальні та національні проблеми економіки. Електронне фахове видання. Миколаївський національний університет ім. В. О. Сухомлинського. – 2016. – Випуск № 9. – С.241–244. – Режим доступу до сайта: <<http://global-national.in.ua/issue-9-2016/17-vipusk-9-lyutij-2016/1699-belikova-m-v-analiz-vidviduvanosti-istoriko-arkhitekturnogo-muzeyu-zapovidnika-sadiba-porova-zaporizkoji-oblasti>>. [Посилання дійсне на 22.01.2019 р.].
2. Белікова М. В. Аналіз маркетингу та менеджменту Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника / М. В. Белікова // Глобальні та національні проблеми економіки. Електронне фахове видання. Миколаївський національний університет ім. В. О. Сухомлинського. – 2016. – Випуск № 11. – С. 276–279. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайта: <<http://global-national.in.ua/archive/11-2016/58>>. [Посилання дійсне на 10.06.2018 р.].
3. Белікова М. В. Перспективи розвитку історико-культурних заповідників України в туристичній сфері. Монографія [Текст] / М. В. Белікова, В. М. Зайцева.). – Інтернет видання. – LAP LAMBERT Academic Publishing, 2018. – 122 с.+19 с. додатків.
4. Савченко А. Конспект музейної зустрічі № 7. Сервіс у музеях. – [Електронний ресурс] / А. Савченко. – Режим доступу до сайта: <<http://prostir.museum.ua/post/36561>>. [Посилання дійсне на 22.01.2019 р.].
5. Смаглій К. В. Європейський досвід реформування музейної сфери: уроки для України // Будуємо нову Україну. Збірник конференції. – С. 128–154. – [Електронний ресурс] / К. В. Смаглій. – Режим доступу до сайта: <http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/4581/Smahliy_Yevropeys'kyu_dosvid.pdf>. [Посилання дійсне на 22.01.2019 р.].
6. Analytical Base-Line Report on Culture Sector and Cultural Policy of Ukraine. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <<https://www.slideshare.net/ghegador/analytical-baseline-report-on-the-culture-sector-and-cultural-policy-of-ukraine-studies-and-diagnostics-on-cultural-policies-of-the-eastern-partnership-countries>>. [Посилання дійсне на 22.01.2019 р.].

РОЛЬ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Шестель О.Г., *к.філол.н., доцент*

кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Заїка О.І., *старший викладач*

кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Черкаський державний технологічний університет

У період поглиблення процесів європейської інтеграції все більш актуальною стає проблема міжкультурної комунікації фахівців у різних галузях професійної діяльності. З розширенням зовнішніх зв'язків виникає потреба формування концептуально нового підходу до організації професійної діяльності, спрямованого на підготовку конкурентоспроможних фахівців, здатних брати активну участь в організації міжнародної економічної діяльності.

Актуальність дослідження пояснюється недостатнім висвітленням ролі міжкультурної комунікації в професійній діяльності фахівців галузі туризму в науковій літературі.

Метою дослідження є визначення ролі міжкультурної комунікації в професійній діяльності фахівців галузі туризму.

Різні аспекти формування міжкультурної комунікації досліджували такі вчені: П. Донець, В. Манакін, К. Мацик, І. М'язова, І. Наместнікова та інші. Дослідженню проблеми міжкультурної комунікації в туристичній освіті присвячено роботи Н. Козирєвої, О. Мошняги, М. Соколової. Аналіз останніх публікацій засвідчив, що, незважаючи на вагомі результати досліджень, теоретичні та практичні аспекти формування міжкультурної комунікації майбутніх фахівців туристичної галузі розглянуто недостатньо.

Міжкультурна комунікація характеризується як комплекс взаємозв'язків, під час яких люди, що належать до різних національних спільнот, здійснюють професійне спілкування, обмінюються досвідом, духовними цінностями. Специфіка полягає в тому, що учасники міжкультурної комунікації під час прямого контакту використовують спеціальні вербальні та невербальні засоби, що відрізняються від тих, якими вони користуються для спілкування всередині власної культури. Культура спілкування безпосередньо залежить від загального рівня мовців і від їх уміння дотримуватися загальноприйнятих етичних норм. Дослідниця М. Галицька зауважує, що «при взаємодії культур можуть виникати ненавмисні збої у процесі комунікації і конфлікти, спричинені відмінностями вербальних і невербальних кодів у носіїв різних культур» [2, с. 27].

Фахівці галузі туризму повинні враховувати, що під час взаємодії культур можуть виникати труднощі в процесі комунікації, а також конфлікти, спричинені відмінностями вербальних і невербальних особливостей у носіїв різних культур. Зазначимо, що важливу роль у міжкультурному спілкуванні відіграють як вербальні компоненти, так і невербальні. Ф. Бацевич стверджує, що частка невербальних сигналів у міжособистісному спілкуванні становить 60% – 80% [1].

Основним видом професійної діяльності менеджера туризму є безпосередньо комунікація, зокрема, повсякденне спілкування з іноземними клієнтами, що вимагає необхідність володіння етикою міжкультурної комунікації, культурою поведінки та відповідними знаннями з культури, історії, традицій країни, з представниками якої працює фахівець. За визначенням Ф. Бацевича, «міжкультурна комунікація – це процес спілкування (вербального і невербального) людей (груп людей), які належать до різних національних лінгвокультурних спільнот, як правило послуговуються різними ідентичними мовами, відчувають лінгвокультурну «чужинність» партнера по спілкуванню, мають різну комунікативну компетенцію, яка може стати причиною комунікативних невдач або культурного шоку в спілкуванні» [1, с. 9].

Отже, для менеджерів туризму вкрай важливими є комунікативні навички, а міжкультурна комунікативна компетентність – одна з ключових для фахівців галузі туризму. Як зазначає дослідник В. М. Манакін, «Завданням міжкультурної комунікації є формування міжкультурної компетентності, необхідних знань про різні народи та культури з метою уникнення міжетнічних і міжкультурних конфліктів та встановлення комфортних умов спілкування в різних сферах та життєвих ситуаціях» [3, с. 10].

Важливим професійним завданням спеціаліста є вміння долати соціальні та культурні відмінності між представниками різних націй. Менеджер туризму повинен бути готовим до міжкультурної комунікації, вміти оцінювати важливі досягнення світової культури, орієнтуватися в культурному контексті сучасного суспільства. Уміння правильно формувати комунікативну стратегію та проявляти себе як активного учасника міжкультурного комунікативного процесу – основа професійної діяльності фахівця галузі туризму. Від діяльності фахівців сфери обслуговування залежить якість побуту суспільства, що зумовлює актуальність належної підготовки до здійснення професійних завдань.

Таким чином, культура спілкування є одним із пріоритетних компонентів професійної культури фахівців. Менеджери туризму повинні володіти комплексом знань і зразків поведінки, націлених на вирішення проблемних ситуацій міжкультурного спілкування, а також умінь реалізовувати їх на практиці з метою забезпечення ефективності професійної діяльності. Зазначимо, що важливими для подальшого дослідження залишаються проблеми формування й розвитку навичок міжкультурної комунікації майбутніх спеціалістів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : Підручник / Ф. С. Бацевич. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
2. Галицька М. М. Міжкультурна комунікація та її значення для професійної діяльності майбутніх фахівців / М. М. Галицька // Освітологічний дискурс. – 2014. – № 2. – С. 23–32.
3. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація : Навч. посібник для університетів / В. М. Манакін. – Київ : Академія, Серія «Альма-матер», 2012. – 285 с.
4. Тепла О. М. Формування міжкультурної комунікації у процесі навчання іноземних студентів української мови / О. М. Тепла // Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. Пам'яті академіка Леоніда Булаховського. – 2010. – Вип. 12. – С. 179–182. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/kdsm_2010_12_33.

УДК 338.48 : 005.95/96

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Герман І.В., викладач

*кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет*

Туристична сфера України в умовах існуючих соціально-економічних трансформацій стає все більш динамічною і пріоритетною сферою економічної діяльності. У її розвитку вирішальну роль відіграє висококваліфікований і мотивований кадровий персонал.

Разом з тим сучасні дослідження показують, що на підприємствах туристичної сфери спостерігається значна невідповідність наявного кадрового потенціалу та рівня розвитку сфери взагалі зростанню потреб і запитів щодо обсягів і якості пропонованих нею послуг. Тож подальший розвиток сфери послуг висуває якісно нові вимоги до кадрового забезпечення туристичного господарства, потребує нових підходів та інвестицій у формування кадрового потенціалу. Адже саме інвестиції в людські ресурси слід розглядати як неодмінний чинник підвищення ефективності і конкурентоспроможності галузі. Цим зумовлюється важливість і необхідність різнобічного наукового дослідження проблем формування і використання кадрового потенціалу, його кількісних і якісних характеристик, а також ефективної системи управління кадровим потенціалом підприємства тощо.

Ефективний розвиток і забезпечення фінансової стійкості вітчизняних підприємств та організацій туристичної сфери передбачає створення конкурентоспроможного туристичного продукту, що можливо лише за умови використання компетенцій персоналу, високого рівня підготовки фахівців для

сфери туризму, постійного їх розвитку, створення умов для реалізації принципів гідної праці, що дасть можливість підвищити якість трудового життя.

Можливість розвитку кадрового потенціалу залежить від складу та якості професійної підготовки усіх робітників, від існуючої системи мотивації, організаційної структури та організації використання потенціалу кожного працівника в трудовому процесі. На сучасному етапі постійно змінюються та розширюються вимоги до професійної підготовки робітників, їхніх навичок та вмінь, виникає необхідність у підготовці персоналу до роботи в складних умовах та майбутніх змін. У сучасних умовах докорінним чином змінилася роль людини у виробництві. Якщо раніше вона розглядалася лише як один із факторів виробництва, то сьогодні людина перетворилася на головний стратегічний ресурс, головне надбання підприємства у конкурентній боротьбі. Це пов'язано зі здатністю людини до творчості та з раціоналізаторськими здібностями, що зараз стає основною, вирішальною умовою успіху будь-якої діяльності. У зв'язку з цим витрати, які пов'язані з персоналом, почали розглядатися як довгострокові інвестиції у людський капітал, який зараз визнано основним джерелом прибутку [3].

Управління кадровим потенціалом – процес, спрямований на його вимірювання, розвиток, оптимізацію та реалізацію в цій організації. Для управління кадровим потенціалом необхідно знати, який кадровий потенціал має підприємство, в якому напрямку його розвивати та як закріпити персонал з високим потенціалом.

Сутність управління кадровим потенціалом розглядається на основі його двоїстої природи: з одного боку, це реалізовані здібності в певних умовах, а з іншого – це невиявлені здібності. Тому доцільно розділяти зміст управління кадровим потенціалом на дві підсистеми:

– управління реалізованою частиною кадрового потенціалу, яке пов'язане з оперативною роботою з персоналом;

– управління нереалізованою (невиявленою) частиною кадрового потенціалу, яке пов'язано із забезпеченням поєднання наявних трудових ресурсів та стратегією розвитку підприємства [1].

Система управління кадровим потенціалом підприємства туристичної сфери складається з комплексу взаємопов'язаних підсистем, які виокремлені за функціональними елементами або організаційними ознаками, кожна із яких виконує певні завдання.

Доцільно розглянути систему управління кадровим потенціалом, запропоновану Е. Онищенко [2], яка охоплює чотири підсистеми.

Перша підсистема охоплює цикл робіт щодо формування кадрового потенціалу підприємства та складається з чотирьох напрямів: планування потреби у персоналі; найманих працівників; комплектування управлінського персоналу на підприємстві; рівень оплати праці і склад пільг, що надаються.

Друга підсистема управління розвитком кадрового потенціалу є реалізацією кадрової політики і стратегії підприємства щодо розвитку персоналу, враховуючи роботу зі штатними працівниками підприємства і реалізацію прогнозів щодо забезпечення потреби в персоналі у стратегічній перспективі. Третя підсистема у кадровому управлінні – це управління якістю трудового життя, що означає міру задоволення працівниками своїх особистих потреб у процесі роботи на підприємстві. Четверта складова в системі управління якістю трудового життя – це управління його використанням.

В Україні професійною освітою для туристичної сфери сьогодні займаються понад 60 середніх і вищих навчальних закладів різних форм власності. До їх числа входять загальноосвітні і спеціалізовані профільні школи, ліцеї, гімназії, коледжі, інститути, університети, академії.

Отже, в нових умовах навчальні заклади повинні підтримувати постійний зв'язок з потенційними роботодавцями і враховувати їхні вимоги щодо якості підготовки майбутніх спеціалістів, важливості формування професійних компетенцій, освоювати міжнародні методики навчання, використовувати практичні інструменти освоєння теоретичного матеріалу, розвивати міжнародні зв'язки та надавати можливість для стажування [1].

Згідно розпорядження КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р уряд схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Документ розроблено з метою створення умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму і курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь. Запровадження Стратегії передбачається за напрямками, серед яких: забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, імплементація законодавства ЄС у сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму, формування та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму. Реалізація акта передбачається за рахунок коштів державного, місцевих бюджетів та інших джерел не заборонених законодавством, а обсяг фінансування визначатиметься щороку з урахуванням конкретних завдань і реальних можливостей.

Реалізація Стратегії передбачає досягнення таких показників: збільшення витрат туристів під час подорожей в Україні до 80 млрд. гривень у 2026 році; збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму та курортів до 6,6 млрд. гривень у 2026 році; забезпечення діяльності інституту саморегулюючих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації та відповідних регіональних туристичних організацій); функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи, що містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни, придатні для використання в туризмі, у тому числі об'єкти культурної спа-

дщини та природно-заповідного фонду; надає можливість створити нові робочі місця, розширити можливості населення щодо працевлаштування та самозайнятості; створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також забезпечити поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі [4].

ЛІТЕРАТУРА

1. Калінін А. М. Концептуальні підходи до визначення сутності кадрового потенціалу підприємства / А. М. Калінін // Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2014. – Т. 19, вип. 2/5. – С. 51–54.
2. Онищенко Е. К. Кадровий потенціал та його місце в структурі потенціалу підприємства / Е. К. Онищенко // Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля : зб. наук. праць. – 2011. – № 23 (II). – С. 117–123.
3. Шило К. М. Організаційно – економічні засади системи управління кадровим потенціалом підприємств туристичної сфери / К. М. Шило // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу – 2014. – Вип. № 3 (27). – С. 80–83.
4. Офіційний сайт «Законодавство України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http : // zakon2.rada.gov.ua/](http://zakon2.rada.gov.ua/).

УДК 338.48 (477.46)

ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ м. ЧЕРКАСИ

Ярославська Л.П., к.і.н., доцент

кафедри фізичного виховання та здоров'я людини

Загородній В.В., к.мед.н.,

завідувач кафедри фізичного виховання та здоров'я людини

Черкаський державний технологічний університет

Місто Черкаси має багату історико-краєзнавчу спадщину та є одним із провідних місць для розвитку туристичної діяльності. Важливою складовою рекреаційного туристичного потенціалу м. Черкаси є його суспільно-географічне положення. Враховуючи зручне географічне розташування міста, адже Черкаси є центральним транспортним вузлом України, багаті природні та кліматичні умови, стабільний екологічний стан – все це створює сприятливий мікроклімат для розвитку рекреаційної туристичної діяльності та впровадження в реальних проектах ідеї створення привабливого черкаського туристичного кластеру. Територіально місто Черкаси протяглось на 17 км берегової смуги уздовж Дніпровського водосховища з піщаними пляжами та на 8 км завширшки загальною площею 69 км². Одним із факторів, що визначає ступінь придатності для туристичної діяльності, є рельєф, який впливає на діяльності річок та височин.

Головними перевагами міста для мешканців, гостей та туристів є величезне та найширше Кременчуцьке водосховище, найбільший в Україні со-

сновий бір. Лісовий масив – Черкаський бір, який оточує місто з півночі та з північного заходу, є найбільшим в Україні (28,5 тис. га) сосновим лісом природного походження. Сосновий ліс, заплави річок у передмісті та області привабливі для туристичних мандрівок, полювання, збирання грибів та є найбільш придатними для відпочинку та оздоровлення людей.

До паркової зони міста можна віднести Черкаські міські парки: «Сосновий бір», «Перемоги» (де розташований зоопарк), «Ювілейний», «Соборний парк», «Хіміків», Долина Троянд, дитячі парки тощо, які крім естетичної насолоди, виконують оздоровчі та санітарно-гігієнічні функції.

На південних околицях Черкас у сосновому лісі над Дніпром розташований кліматичний курорт Соснівка. У сосновому лісі діють дитячий санаторій «Сосновий бір», санаторій «Україна», а поруч – тризірковий готель «Україна», клуб «Космос-боулінг», на березі Дніпра – спортивно-розважальні центри «Селена», «Спортохота», «Бочка» тощо. Щороку в Черкасах проводяться понад 200 спортивно-масових заходів, змагань та турнірів для дітей, молодого покоління та дорослих.

Адже кліматичні особливості нашої місцевості також сприяють створенню клімато-терапевтичних закладів та проведенню відпочинку і оздоровлення з використанням кліматичних ресурсів. За температурним режимом та режимом зволоження клімат м. Черкаси є помірно-континентальним з м'якою зимою і теплим літом. Загалом, на особливості мікроклімату міста впливає розташування великої водойми.

Проведення зимового відпочинку вимагає поєднання відповідних погодних умов. Середня місячна температура у січні становить – 6,0 °С, у липні – +19,8 °С. Відносна вологість повітря в середньому за рік становить 76 %, мінімальна вона у травні (64 %), максимальна ж – у грудні (87 %). У Черкасах переважають вітри з північного заходу. Пересічна швидкість вітру в січні становить 4,5 м/с, у липні – 3,1 м/с.

Таким чином, наше місто у кліматичному відношенні має найсприятливіше співвідношення тепла і вологи, що сприяє розвитку різних видів туризму та туристичної діяльності.

Серед видів туризму, які найбільше розповсюджені у місті, можна виділити спортивний, лікувальний, подієвий, корпоративний, пізнавальний, відпочинковий туризм. Сосновий ліс, заплави річки, берегова смуга водоймища, природні заказники, урочища створюють умови для розвитку човнового, кінного, велосипедного і пішохідного туризму, спортивного орієнтування тощо. Традиційно Черкаси є базою для проведення всеукраїнських змагань із спортивного орієнтування, морського багатоборства, греблі на байдарках і каное, тріатлону, стрільби із луку, греко-римської боротьби, баскетболу тощо. Спортивно-розважальні центри «Селена», «Спортохота», «Бочка», пляжі «Живчик», «Рів'єра» готові до проведення змагань з пляжного волейболу та пляжного футболу.

Кожен спортсмен, команда, які приїжджають в Черкаси – це потенційні інвестори, які проживають в готелях, купують товари в наших магазинах, пе-

ресуваються нашим громадським транспортом та залишають щодня мінімум 200-300 грн в економіці міста. Це є одним із потенціалів розвитку міста.

До лікувального туризму можна віднести санаторно-курортне оздоровлення та лікувальні процедури стоматологічного, косметичного напрямку тощо. Адже лікування зубів, наприклад, в Німеччині чи Австрії коштує від 1000 євро, що значно дорожче, ніж ціни у черкаських приватних клініках. У сосновому лісі всі бажаючі можуть пролікуватись та відпочити у санаторіях «Україна», «Сосновий бір», кардіоцентрі. Тільки очільникам міста потрібно звернути увагу на покращення інфраструктури міста, відповідного рівня готельного фонду для іноземного туриста.

Подієвий туризм. Упродовж багатьох років місто відоме проведенням численних фестивалів, автогонок. У Черкасах неодноразово проходили музичні фестивалі – «Через терни до зірок», фестивалі джазової та рок музики «Черкаські джазові дні»; традиційні фестивалі: «Іван та Марічка», «Сила Борщу», «Черкаська Масляна», «Черкаська Смакота», «Полуниця – насолода смаку», «Черкаські співочі вечори» у літньому театрі «Древляндія» – фестиваль скульптур з дерева, «Живий камінь» – фестиваль скульптур із каменю, які проходять у Долині троянд, парку «Сосновий бір», у черкаському аеропорту проводять масові заходи, на яких збирають велику кількість людей з інших міст, туристів, які залишають у скарбниці міста свої кошти.

Корпоративний туризм, бізнес-навчання. Наявність великих концертзалів чи приміщень для проведення презентацій і навчань – дає поштовх до розвитку корпоративного туризму. Великі компанії з Києва привозять свої колективи по 300–400 осіб на вихідні. В день – навчання, а увечері – відпочинок в Черкасах, на черкаських островах тощо.

Культурно-пізнавальний, відпочинковий туризм. Кемпінги, відпочинок на березі Дніпра, островах, бушкрафт в Мошногірському лісі чи в Холодному Яру є головними напрямками для розвитку туристичної галузі.

В останній час значним попитом у міського населення користується сільський зелений та екологічний туризм, що є перспективним напрямком розвитку туристичної діяльності.

Таким чином, враховуючи вище зазначене, можна зробити висновок, що м. Черкаси в сучасних умовах господарювання має великі можливості для розвитку туризму та рекреаційного туристичного потенціалу. Туристичні напрями допоможуть створити умови для вивчення історико-культурної спадщини області, ознайомлять з природними пам'ятками краю, зможуть забезпечити відпочинок для різних категорій населення. Проте необхідно вжити заходи для покращення туристичної інфраструктури міста та області, серед яких: будівництво, реконструкція та модернізація сучасних готельних комплексів, санаторно-курортних і оздоровчих закладів з відповідною інфраструктурою; спортивних комплексів; сучасних кемпінгів, баз відпочинку, туристичних баз; міського гребного каналу; реставрації пам'яток архітектури та історії; ремонту автомобільних доріг по основних туристичних маршрутах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Беляєва С. С. Соціально-орієнтована рекреаційна привабливість міста Черкаси / С. С. Беляєва, Л. Л. Івашина // Наук. журн. «Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова». Том 20. Вип. 1/1, 2015. Серія «Економіка»: ФОП Головка О. А., 2015. – С. 90–94.
2. Згіблов О. Види туризму в Черкасах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vikka.ua/blogs/01279-vidi-turizmu-v-cherkasah.htm>
3. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні – Чернівці : Книги-XXI, 2003. – 300 с.
4. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території : Монографія. – Львів : Новий Світ-2000, 2012. – 176 с.
5. Черкаси [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%B0%D1%81%D0%B8>

УДК 338.48-53:2:63

ПОТЕНЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ЧЕРКАЩИНІ

Мариненко С.І., *старший викладач*
кафедри фізичного виховання та здоров'я людини
Черкаський державний технологічний університет
Мариненко Г.П., *старший учитель*
Черкаська гімназія №31

Українське село має надзвичайно багату історико-архітектурну спадщину, культуру, самобутній побут, даровані природою мальовничі ландшафти, а також лікувально-рекреаційні ресурси. Не всім українцям по кишені відпочивати на закордонних курортах. Тому, незважаючи на розбиті черкаські дороги, все більшою популярністю, насамперед у жителів міст, користується такий різновид відпочинку як зелений туризм – відпочинок у сільській місцевості. Для сільських жителів розвиток зеленого туризму – це вирішення болючого питання зайнятості. На Черкащині зелений туризм розвивається вже багато років. Найактивніше – у Звенигородському, Корсунь-Шевченківському та Чигиринському районах. Такі подорожі відкривають перед городянами нові можливості – вони їдуть у села чи хутори, щоб насолодитися єдністю з природою, подихати свіжим повітрям, харчуватися натуральними та свіжими продуктами, пити джерельну воду й екологічно чисте молоко. Крім того, туризм на селі включає також пізнавальний елемент. На Черкащині існують усі передумови розвитку відпочинку в селі, який можна розглядати як специфічну форму підсобної господарської діяльності у сільському середовищі з використанням природного та культурного потенціалу регіону, або як форму малого підприємництва, що дає можливість певною мірою вирішити проблему зайнятості сільського населення, покращити його добробут, повніше використати природний та історико-культурний

потенціал сільської місцевості. Справа розвитку сільського відпочинку має реальну державну перспективу і сприяє поліпшенню соціально-економічної ситуації сільської місцевості.

Сільський туризм виступає важливим чинником стабільного динамічного збільшення надходжень до бюджету, активізації розвитку багатьох галузей економіки (транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо).

Сільський відпочинок на Черкащині за рахунок збереження етнографічної самобутності повинен набути національного значення.

Причини розвитку сільського зеленого туризму на Черкащині:

– він дає поштовх для відродження й розвитку традиційної культури: народної архітектури, мистецтва, промислів – усього, що складає місцевий колорит, і що, поряд із природно-рекреаційними чинниками, є не менш привабливим для відпочиваючих;

– через сільський відпочинок мешканці урбанізованих територій з масовою культурою мають можливість пізнати справжні українські традиції;

– етнокультура села репрезентує Черкащину світові й приваблює також іноземних туристів. Тому як передумову успішного розвитку відпочинку в сільських етнографічних районах треба розглядати формування ідеології відродження й розвитку всього спектра традиційної культури, починаючи від форм господарських занять до надбань духовної сфери, що діятимуть як сприятливі чинники для індивідуального відпочинку на Черкащині й Україні вцілому.

Сільське населення Черкащини здатне отримувати реальні доходи у сфері сільського туризму від таких видів діяльності, як:

- облаштування туристичних маршрутів;
- облаштування й експлуатація стоянок для туристів;
- робота гідом чи екскурсоводом;
- транспортне обслуговування туристів;
- егерська діяльність (полювання, аматорське та спортивне рибальство);
- прокат туристичного спорядження;
- послуги приймання туристів;
- кулінарні послуги;
- підготовка культурних програм;
- народні промисли.

Сильні сторони Черкаського регіону як території, сприятливої для розвитку сільського туризму:

- переважно чисте та безпечне довкілля;
- гарні краєвиди, багаті флора та фауна;
- наявність річок, озер, лісів;
- багатство історико-культурних пам'яток;
- невелика ціна на проживання та харчування;
- збережені сільські традиції;
- гостинність населення.

Слабкі сторони Черкаського регіону, що можуть заважати розвитку сільського туризму:

- низька якість нічліжної бази;
- відсутність достатньої практичної туристичної інформації про регіон;
- не досконале знання господарями іноземних мов;
- не надто привабливий імідж в очах іноземці;
- відсутність системи резервування місць;
- недостатньо розвинута інфраструктура.

Потенційні можливості та вигоди від розвитку сільського зеленого туризму в регіоні:

- розвиток сільського туризму значно збільшить доходи селян, що поліпшить економічний розвиток черкаських сіл;
- збільшиться зайнятість сільського населення, особливо жінок;
- приїзд туристів сприятиме більшому піклуванню, а відтак, кращому збереженню культурно-історичних пам'яток регіон;
- будуть створюватися нові робочі місця в сфері обслуговування, медицини, транспортній мережі, які зможуть надати роботу і випускникам вищих навчальних закладів.

Сільський туризм вважається видом підприємницької діяльності та включає в себе ведення особистого селянського господарства, організацію різних форм відпочинку у приватній садибі господаря з широкими можливостями використання природного ресурсу, матеріального і культурного потенціалу регіону.

Висновок. Перспективи розвитку сільського відпочинку у Черкаському регіоні виглядають потенційно сприятливими з огляду на наявність значних рекреаційних ресурсів. Зокрема, розквіт сільського відпочинку має відбуватися при активній співпраці з рекреаційними природно-заповідними установами регіону. Лише сільський зелений туризм у сучасних економіко-демографічних умовах здатний реально допомогти малим поселенням України вижити, адже саме малі села своєю специфічністю притягують відвідувачів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гончаренко Л. Туристичні шляхи Черкащини / Л. Гончаренко. – Черкаси : Ін-лес, 2000. – 409 с.
2. Новикова В. І. Типізація регіонів за ступенем розвитку рекреаційної діяльності / В. І. Новикова // Український географічний журнал. – 2007. – №1. – С. 43–47.

ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

УДК 338.57:338.48

ПРОГНОЗУВАННЯ ЦІН НА ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ ЗАСОБАМИ СИСТЕМИ «CURVE EXPERT»

Роскладка А.А., д.е.н., професор,
завідувач кафедри кібернетики та системного аналізу

Роскладка Н.О., д.е.н., доцент,
професор кафедри туризму та рекреації
Київський національний торговельно-економічний університет

Формування і розвиток туристичного ринку в Україні упродовж останніх років відбувалися в умовах падіння обсягів споживання туристичних послуг, загострення інфляційних процесів з відповідним ростом цін на туристичні послуги, послуги відпочинку і культури, послуги закладів з організації харчування та тимчасового розміщення, обмеженого попиту внаслідок скорочення реальних грошових доходів населення. Так, упродовж 2014-2017 рр. ціни на туристичні послуги виросли порівняно з 2013 р. у 2,8 рази при зниженні реальної купівельної спроможності населення за цей період на 25,6 % (табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка індексу споживчих цін на туристичні послуги та реальних грошових доходів населення України, 2006-2017 рр. (у % до попереднього року)

Роки	Індекси споживчих цін на товари і послуги	у т. ч. за групами:				Індекси реальних грошових доходів населення
		послуги туристичні	послуги відпочинку і культури	послуги закладів з організації харчування	послуги закладів з тимчасового розміщення	
2006	109,1	109,1	114,3	115,3	119,8	111,8
2007	112,8	118,0	115,0	110,4	121,9	114,8
2008	125,2	123,2	115,6	130,9	117,4	107,6
2009	115,9	138,5	123,5	117,1	112,8	90,0
2010	109,4	102,9	107,6	108,0	105,3	117,1
2011	108,0	105,1	107,2	108,3	105,7	108,0
2012	100,6	101,7	105,0	104,6	104,5	113,9
2013	99,7	99,6	102,8	101,7	101,6	106,1
2014	112,1	149,0	104,3	107,9	103,2	88,5
2015	148,7	167,2	118,4	128,5	112,0	77,7
2016	113,9	111,3	111,4	113,7	112,1	100,8
2017	114,4	101,5	114,8	113,6	114,5	107,4

Джерело: складено за даними статистичних збірників «Індекси споживчих цін» (2002-2017 рр.)

Для прогнозування індексів споживчих цін на туристичні послуги нами використано систему «Curve Expert» («Експерт кривих»), яка є спеціалізованою системою для згладжування і побудови кривих. За його допомогою можна моделювати статистичні дані з використанням лінійної регресійної моделі, нелінійних регресійних моделей, інтерполяції та сплайнів. Пакет містить більше 30 вбудованих моделей. Крім цього, за допомогою «Curve Expert» можна створити власну модель і включити її в систему. Графічні можливості дозволяють наочно перевірити правильність знайденої регресійної кривої.

Для прогнозування індексів споживчих цін на туристичні послуги занесемо вихідні дані з таблиці 1 до робочого аркушу системи «Curve Expert» (рис. 1).

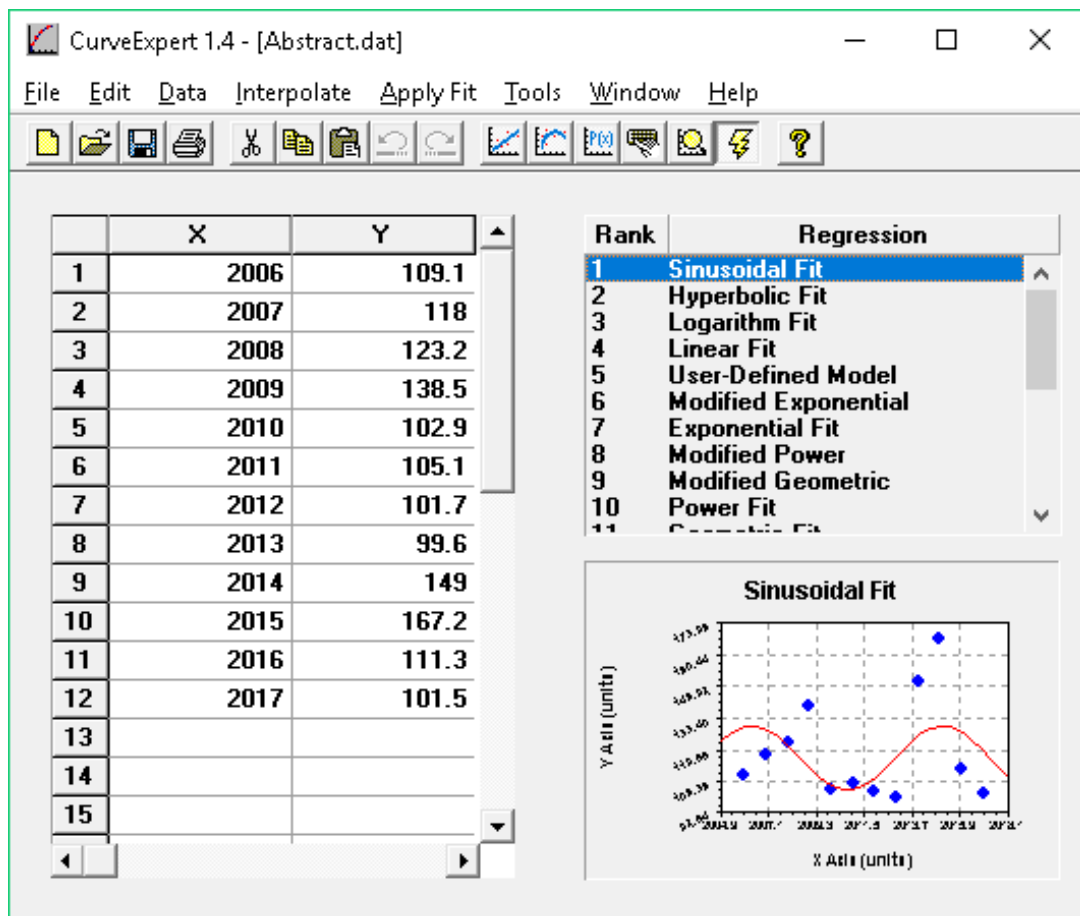


Рис. 1. Ранжування регресійних моделей для показника індексів споживчих цін на туристичні послуги

Джерело: розраховано авторами

Увімкнувши автоматичний підбір найкращої регресійної моделі для заданої статистичної бази прогнозування показника індексів споживчих цін, отримуємо 21 модель, які розташовані в системі «Curve Expert» у порядку спадання рангів.

За результатами ранжування найкращою виявилася синусоїдальна модель (Sinusoidal Fit), яка має рівняння $y = a + b \cos(cx + d)$.

На рис. 2 наведено графік статистичної бази для прогнозування показника індексів споживчих цін на туристичні послуги разом із графіком регресійної прогнозної моделі.

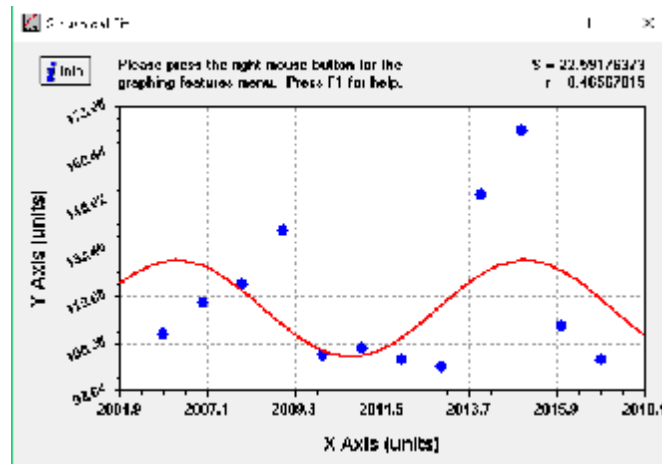


Рис. 2. Регресійна модель з найвищим рангом для показника індексів споживчих цін на туристичні послуги (Sinusoidal Fit)

Джерело: розраховано авторами

Система «Curve Expert» також дозволяє отримати значення коефіцієнтів прогнозної моделі. Для показника індексів споживчих цін на туристичні послуги отримано такі значення (рис. 3):

$$a = 116.341; b = 10.377; c = 0.718; d = -297.220.$$

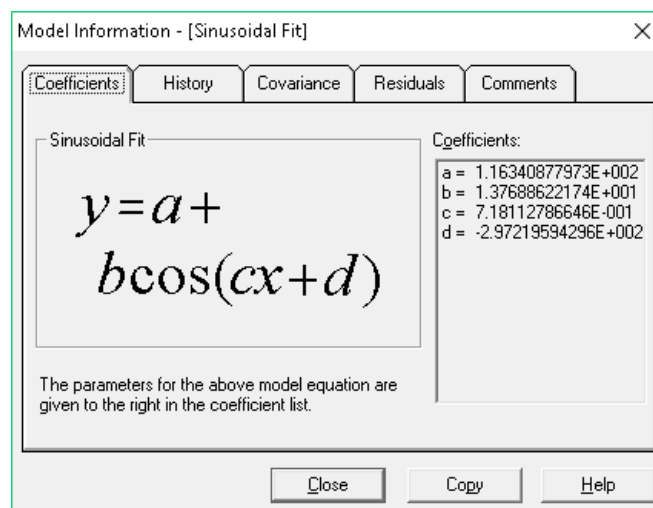


Рис. 3. Інформація про рівняння моделі Sinusoidal Fit для показника індексів споживчих цін на туристичні послуги

Джерело: розраховано авторами

Доволі низьке значення коефіцієнту кореляції ($r = 0.466$) моделі з найвищим рангом свідчить про значну нестабільність зміни показника індексу споживчих цін.

ЛІТЕРАТУРА

1. Індекси споживчих цін за 2017 рік : статистичний збірник / за ред. І. М. Жук. – Київ : Державна служба статистики України, 2018. – 180 с.
2. Сагалакова Н. О. Туризм: бізнес-процеси, ціни і ціноутворення : монографія / Н. О. Сагалакова. – Київ : КНТЕУ, 2016. – 416 с.

УДК 711.459

ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МІСТОБУДУВАННЯ м. ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА

*Маланюк Т.З., доцент кафедри організації туризму
та управління соціокультурною діяльністю
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
ім. Василя Стефаника»*

Історія розбудови Івано-Франківська демонструє унікальний приклад містобудівного та фортифікаційного мистецтва в загальному контексті європейської архітектурної спадщини [1, с. 60].

Місто закладено в надзвичайно вигідному з погляду тодішньої гідрологічної ситуації місті, що збільшувало його обороноздатність. Про те, що вибір місця був вдалий і не випадковий, свідчать карти і плани Станиславова, на яких добре опрацьовано гідрологічні об'єкти. Сукупний аналіз карт приводить до висновку, що Станиславівську фортецю будували на території, оточеній з трьох боків потрійним півкільцем річок і потоків, ставів і боліт. Крім того, місто закладено на густозаселеній території з кількома родовими гніздами дрібної шляхти [6, с. 16].

Бурхливе XVII ст. принесло в містобудівну і фортифікаційну галузь Західної Європи суттєву трансформацію: на зміну традиційним середньовічним фортечним стінам і замковим вежам, які ставали легкою мішенню для артилерії, прийшла якісно нова система будівництва оборонних укріплень бастионного типу, що давала можливість вдало поєднувати потужний оборонний потенціал як давніх, так і нових міст з добре продуманою внутрішньою інфраструктурою. Саме за таким принципом ідеальних міст епохи відродження формувався план забудови Станиславова.

Місто стало четвертим у Галичині після Замостя, Жовкви й Золочева, яке формувало своє архітектурне обличчя за новим стилем. Творцем першого генерального плану забудови міста став підполковник пішої гвардії А. Потоцького Франсуа Корассіні з Авіньйону, а згодом капітан Шарль Бенуа

продовжив роботи, розпочаті його попередником. Будівництво самої фортеці тривало понад десять років і вже на середину 1670-х рр. вона являла собою кристалоподібний шестикутник, утворений виступами земляних бастіонів, з'єднаних насипними валами і системою рavelінів та наповнених водою ровів. Усі внутрішні споруди в місті, включаючи палац власника міста А. Потоцького, були побудовані на той час з дерева [4, с. 21].

Наприкінці 1670-х рр. А. Потоцький розпочав серйозну перебудову фортеці, викликану потребою спорудження нового палацу та розбудовою міста. Керував роботами Ф. Корассіні. Крім того, він спроектував і звів у Станиславові резиденцію власників міста у 1682 р. У підсумку територія міста в межах трансформованого таким чином укріпленого кордону зросла приблизно на третину.

Першими цивільними спорудами міста стали ратуша і палац власників, а також будинки на ринковій площі. Четвертий варіант ратуші споруджений протягом 1929–35 рр. за проектом С. Трелі у стилі конструктивізму зберігся до нині [1, с. 60–61].

На початок XVIII ст. місто, що стало стратегічним регіональним центром, незважаючи на грабунки і руйнування, активно розвивалось і перебудовувалось [7, с. 36].

За час перебування у складі Австрії місто мало сприятливі умови для подальшої розбудови та пожвавлення господарського і громадського життя.

У цей період було споруджено об'єкти, які тепер внесено до реєстру пам'яток національного значення: колегіальний костел, 1703 р.; костел єзуїтів, 1729 р., перебудова 1753-63 рр.; колегіум єзуїтів, 1744 р.; вірменська церква, 1762 р.

Важливою подією, що надовго визначила подальший розвиток міста, стало прокладення через Станиславів у 1866 р. залізниці Львів-Чернівці.

Найвищі будинки в місті під австрійською владою довгий час були триповерховими. Перший і єдиний чотириповерховий будинок споруджено на початку XX ст. (тепер – вул. Галицька, 29), а п'ятиповерхові почали будувати з 1912р. (на 1939р. їх було всього 10, вищі за них появились лише в 1960-х рр.). Перші поверхи будинків займали крамниці, ательє, майстерні, аптеки, кав'ярні.

Багато побудованих під австрійською владою споруд донині визначають архітектурне обличчя міста і залишаються найкращими пам'ятками архітектури цього періоду в м. Івано-Франківську [4, с. 36; 1, с. 66].

У міжвоєнний період місто було осередком функціонування культурно-просвітницьких, громадських, кооперативних та релігійних організацій, котрі сприяли збереженню національної ідентичності, провадили значну просвітницьку роботу серед населення [4, с. 90]. Більшість будинків у цей період було споруджено у стилі конструктивізм.

У перші післявоєнні роки в обласному центрі практикували проведення обласних сільськогосподарських виставок. До шостої такої виставки, що відкрилася в середині жовтня 1955-го, гуцульські майстри спорудили головний павільйон обласної сільськогосподарської виставки в дальній частині

міського парку ім. Т. Шевченка, яка прилягає до вулиці Гетьмана Мазепи, за проектом архітектора Івана Боднарука. З вулиці через арку до будинку веде алея.

Будинок дерев'яний, одноповерховий, кладений з протес у «зруб з лишком», з потужними ризалітами, які розташовано на головному і тильному фасадах.

У кожному творі архітектора Івана Боднарука вражає скрупульозна авторська графіка – це, очевидно, вплив Краківської академії мистецтв [3, с. 12–13].

За ініціативи головного архітектора міста Л. Попиченка в 1982 р. було проведено конкурс на розпланування і забудову центральної частини м. Івано-Франківська.

Будинки тут споруджували в кінці XIX – на початку XX сторіч і вони не змінювали свого вигляду до наших днів. Перманентну реконструкцію вели тут від 50-х рр., і вона не носила послідовного характеру. Реконструкції і ремонти не стосувалися реставрації самих будинків, їхніх фасадів.

Якраз тоді розвиток центральної частини міста пішов таким шляхом, коли історично сформовану вуличну мережу було загально збережено, а квартальну забудову доповнено численними будинками – «пломбами» середньої поверховості, їх архітектурний образ суттєво збагатили елементи регіональної народної архітектури, що позитивно сприйняли як у професійному середовищі, так і мешканці міста. Тут можна сказати, що новий «мікростиль» вступив у мирну взаємодію в центрі Івано-Франківська з сецесією і конструктивізмом [3, с. 64–65].

Отже архітектура м. Івано-Франківська розвивалась в усі історичні часи містобудування, залишивши її нащадкам унікальну архітектурну спадщину, яка в основному збережена до сьогодення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Історико-архітектурний нарис. / Р. Гандзюк, М. Головатий, З. Федунків. – Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2015. – 95 с.
2. Полєк В. Майданами та вулицями Івано-Франківська / В. Полєк. – Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2007. – 148 с. – (Моє місто; № 5).
3. Соколовський З. Архітектори радянського Івано-Франківська / З. Соколовський. – Івано-Франківськ, «Лілея-НВ», 2014. – 108 с.
4. Станіславів – Станіслав – Івано-Франківськ (до 350-річчя Івано-Франківська) : монографія / Керівник авторського колективу, головний редактор В. Великочий. – Івано-Франківськ – Львів – Київ : Манускрипт-Львів, 2012. – 584 с.
5. Станіславівська фортеця : зб. ст. / упоряд. : І. Бондарев, З. Федунків. – Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2010. – 191 с.
6. Федунків З. Станіславів на давніх мапах і планах / З. Федунків – Івано-Франківськ, «Лілея-НВ», 2014. – 176 с.
7. Шпільчак В. Станіславів-Івано-Франківськ : Місто давнє і сучаснє / В. Шпільчак, З. Соколовський, М. Головатий. – Львів : Світ, 2011. – 296 с.

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ НАУКОВО-МЕТОДИЧНОЇ ЛІТЕРАТУРИ З ПРОБЛЕМ РОЗРОБКИ ТА ЗАСТОСУВАННЯ ВІДПОВІДНОЇ МЕТОДИКИ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Бсляєва С.С., к.е.н., доцент
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет

Як одна з найбільш пріоритетних і перспективних галузей, туризм у всьому світі спонукає до розробки цікавих, безпечних (навіть в екстремальних умовах) і потрібних людині пропозицій, які, в свою чергу, вимагають відповідної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму та постійне удосконалювання вмінь і навичок тих, хто вже працює в цьому сегменті ринкових відносин. На туристичному ринку послуг відбувається зростання кількості туристичних фірм, зокрема туристичних агентів, екскурсійних бюро, індивідуальних пропозицій з боку фізичних осіб-підприємців. Таким чином, актуальним є не тільки розуміння важливості знання й теоретичної бази щодо наявних природних ресурсів певної місцевості, особливостей культурно-історичної спадщини, інших краєзнавчих аспектів майбутньої дестинації туристів, але й кваліфікації та компетентності фахівців галузі туризму й, навіть, креативності, вміння враховувати зміни в політичному, соціальному, економічному, екологічному та інших спектрах життєдіяльності. Українська система освіти, ґрунтуючись на провідних методиках системи навчання, запроваджуючи технології та методологію Болонського процесу навчання, поступово опановує досвід провідних навчальних закладів, у першу чергу, країн Європи, що сприяє підвищенню вагомості результатів наукових досліджень щодо проблематики професійної освіти та мотивації фахівців різних галузей економіки для навчання протягом усього свого життя. Інтегративні процеси, визначення пріоритетів України в напрямку до європейських цінностей, елементи формування єдиного простору освіти та потреба навчатися – особливість нашого сьогодення та стратегія розвитку.

Перед системою освіти постають нові важливі завдання враховувати необхідність радикального оновлення способів підготовки високопрофесійних кадрів для економіки, у т. ч. й для сфери туризму. Ґрунтуючись на законах України, у першу чергу, на Конституції, маємо враховувати основоположні принципи, закладені в стратегічні документи країни, зокрема в «Національну доктрину розвитку освіти України у XXI столітті», «Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року» [1]. Зростання туристичних потоків передбачає наявність єдиних професійних кваліфікацій туристичної діяльності, тобто знання мови, культури, економіки, правової та соціальної системи країн-партнерів, дотримання єдиних технологічних і гуманітарних норм. Професійна туристична освіта порівняно недавно

увійшла в проблемне поле педагогічних досліджень, але вже отримані очевидні результати. Аналіз сучасних вітчизняних наукових праць, де започатковано вирішення проблеми туристичної освіти, дає можливість визначити відповідні аспекти освітніх теорій (табл. 1) [2].

Таблиця 1 – Представники освітніх теорій щодо вирішення проблем туристичної освіти

Пор. №	Напрямок теорії	Вчені-дослідники
1	філософія туризму	В. Антоненко, І. Зязюн, В. Лях, В. Пазенок, Т. Пархоменко, П. Яроцький
2	теорія становлення та розвитку системи безперервної професійної туристичної освіти	Н. Фоменко, Г. Цехмістрова
3	теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму	А. Конох, В. Федорченко
4	теоретичні основи інтенсифікації навчання в системі професійної туристичної освіти	П. Олійник
5	формування комунікативної культури майбутніх фахівців сфери туризму	М. Галицька, І. Кухта
6	педагогічні умови організації навчальної практики майбутніх фахівців туристичної сфери	Н. Хмілярчук, М. Пальчук, Л. Поважна
7	принципи і завдання туристичного виховання	Л. Мороз, М. Скрипник
8	зарубіжний досвід професійної підготовки фахівців сфери туризму	Л. Кнодель, Л. Чорна

Серед вітчизняних науковців, котрі досліджували тему впровадження методики визначення творчого потенціалу майбутніх студентів, які опановують спеціальність «туризм», варто назвати, зокрема, й Л. Кнодель, Л. Черток, Н. Хмілярчук. Важливим спектром досліджень науковці обрали вивчення та аналіз методики навчання в країнах Європи, країнах, які входять до Всесвітньої туристичної організації [3]. Ряд дисертаційних робіт вітчизняних науковців присвячений дослідженню методики навчання, аналізу найкращих практик й інноваційних теоретико-методичних розробок. Так, зокрема, предметом дисертаційної роботи, наприклад, Н. Хмілярчук, стала навчальна практика як складова професійної підготовки майбутніх менеджерів туристичної сфери (з врахуванням досвіду Швейцарської школи туризму та готельної справи міста Хур) [4]. Різним аспектам професійної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму присвятили свої праці зарубіжні вчені, зокрема: К. Веймар, Х. Вертнер, Р. Ігер, К. Маурер, М. Хіц (Австрія); Т. Баум, Р. Даніеле, К. Купер, С. Рейно, М. Сігала, Дж. Трайб (Велика Британія); Р. Говерс, Ш. Кляйн, В. Хопкен, В. Шертлер (Німеччина); Г. Зоріна, І. Зорін, Д. Єрмілова, В. Квартальнов, С. Лук'янченко, Д. Лякішев, Л. Ляшева, О. Сеселкін (Росія); М. Бонн, Б. Ван Хоф, Д. Конноллі, М. Ніколс, П. Шелдон (США); Т. Бігер, А. Інверсіні, Ф. Гонон, Л. Кантоні, Р. Маджі, П. Паоліні, Р. Шег, Т. Штайнер (Швейцарія).

Зарубіжному досвіду професійної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму присвятили наукові праці: Т. Бігер, К. Веймар Д. Єрмілова, І. Зорін, О. Зверева, Ф. Гонон, В. Квартальнов, А. Кіриловський, Л. Кнодель, О. Олійникова, О. Сеселкін, Д. Торопов, В. Федорченко.

У вище зазначених дослідженнях розроблено методологію професійної туристичної освіти, розкриті теоретичні та практичні основи професійної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму на прикладі Австралії, Австрії, Великої Британії, Мальти, Нідерландів, Німеччини, Росії, США, Фінляндії, Франції, Швейцарії, Швеції. Окремі аспекти професійної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму (на прикладі Лозаннської школи менеджменту гостинності) розглядали: В. Квартальнов, О. Сеселкін. Теорії та методиці вищої туристичної освіти в європейських країнах присвятила свою роботу Д. Єрмілова. Д. Лякішев обґрунтував місце та роль Швейцарії в системі сучасних світових відносин (охарактеризував економічні питання туризму: економіка, менеджмент, маркетинг) [5]. К. Веймар та Т. Бігер провели порівняльний аналіз систем професійної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму Австрії та Швейцарії [6, с. 136-137].

Отже, в сучасних умовах господарювання, враховуючи динамічні зміни в економіці країн світу, глобалізаційні процеси на планетарному рівні сучасний ринок праці в Україні та світі, зокрема й розвиток туристичної індустрії вимагають високого рівня професійної підготовки сучасного фахівця з туризму, основними критеріями якого є теоретичні, практичні, комунікативні навички організації туристичної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon4.rada.gov.ua>
2. Сафарян С. І. Основні чинники формування творчої особистості та розвитку її творчих здібностей у процесі навчання / С. І. Сафарян [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.narodnaosvita.kiev.ua/Narodna_osvita/vupysku/1/statti/2safaryan/2safaryan.htm
3. Кнодель Л. В. Теорія і практика підготовки фахівців сфери туризму в країнах-членах Всесвітньої туристської організації: автореф. дис. ... д-ра. пед. наук: 13.00.04 / Л. В. Кнодель. – Тернопіль, 2007. – 40 с.
4. Казьмерчук А. В. Формування професійної культури майбутніх менеджерів туризму в позааудиторній діяльності вищого навчального закладу / Житомирський державний університет імені Івана Франка / 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук: Житомир – 2017 [Електронний ресурс].
5. Степанець Н. П. Досвід розвинутих країн у підготовці фахівців для сфери туризму: компетентісний підхід / Н. П. Степанець // Географія та туризм: Наук. зб. – К. : Альтерпрес, 2012. – Вип. 20. – С. 19–25.
6. Закардонець Н. І. Можливості реалізації передових ідей швейцарського досвіду професійної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму у вищих навчальних закладах України / Наукові записки. Серія : Педагогіка. – 2012. – №3.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМАТИКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ВЕЛОСИПЕДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Корнілова Н.В., к.е.н., доцент
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет

На сьогодні велосипедний туризм стає дуже популярним видом проведення активного відпочинку. Передова практика вказує на пріоритетне використання подорожей із активним пересуванням, зокрема велосипедом (І. Заседка [2009]; П. Романів [2012]; С. Лазор [2013]). Ця тенденція зумовлена, з одного боку, бажанням людей зберегти навколишнє середовище, оскільки велосипед є одним з найбільш екологічних видів транспорту, а другого боку – бажанням вести здоровий спосіб життя, випробувувати свої сили та вдосконалювати можливості [1, 2, 3].

Україна має найсприятливіші умови для подорожей на велосипеді. Згідно з рейтингом конкурентоспроможності туристичної галузі, складеним Всесвітнім економічним форумом, Україна за рівнем туристичної привабливості посідає 76 місце серед 140 країн світу [1, 2].

Одним із перспективних регіонів в Україні для розвитку та функціонування велосипедного туризму є Західний, який включає Львівську, Івано Франківську, Закарпатську та Чернівецьку області. Західний регіон України володіє унікальними природно-антропогенними ресурсами, багатую екосистемою та має велику історико-культурну спадщину. Наявність цих ресурсів створює всі умови для розвитку цього виду туризму, проте наявний ресурсний потенціал досі використовується неефективно [1, 2, 3].

Велосипедний туризм має свої особливості в порівнянні з іншими видами туризму. Велотурист для подорожі використовує більш складну техніку – велосипед, а велосипедна група і кожен її спортсмен окремо, є учасником дорожнього руху, і зобов'язана підкорятися Правилам Дорожнього Руху. Велосипедний туризм полягає у проходженні велосипедних маршрутів, які містять загально туристичні та специфічні для велотуризму об'єкти екскурсійного характеру. Складність таких походів може коливатися від простої до вкрай складної, маршрути прокладаються з урахуванням усіх можливостей, які дає велосипед для швидкого пересування. На відміну від спортивного велотуризму, маршрути не ускладнюються навмисно та немає ділення походів на категорії [5].

Головними чинниками розвитку велотуризму в Україні є: різноманітність та висока привабливість природних та історикокультурних рекреаційних ресурсів, різноманітний рельєф території України, серед негативних сторін: недостатній розвиток інфраструктури велосипедного туризму. Найсприятливіші умови для подорожі в Західній Україні – там знаходиться найбільше велосипедних стоянок, пунктів ремонту та велоготелів.

До основних проблем розвитку галузі належать:

- 1) недостатня державна підтримка розвитку туризму в Україні;
- 2) обмежене фінансування туризму;
- 3) складність процедури узгодження інвестиційних проектів;
- 4) недостатнє кадрове та методичне забезпечення;
- 5) відсутність комплексної інформаційної, маркетингової та рекламної підтримки;
- 6) недостатній розвиток велосипедної інфраструктури;
- 7) низький рівень культури дорожнього руху;
- 8) відсутність активної позиції та серйозного ставлення правоохоронних органів до захисту велосипедистів;
- 9) незнання іноземних мов;
- 10) відсутність сертифікації послуг закладів розміщення, особливо у приватному секторі.

Важливий крок для розвитку велотуризму було зроблено у 2008–2010 рр. – в Карпатах успішно реалізовано проект «ВелоКраїна». Головна мета – створення інфраструктури для рекреаційних велосипедних поїздок у гори і популяризація цього виду відпочинку серед українських та іноземних туристів. Територія проекту включає Івано-Франківську, Закарпатську та Чернівецьку області, а центри розташовані в популярних серед туристів населених пунктах – Яремче, Ворохті, Яблуниці, Верховині, Косові, Рахові і селищі Глибокому на Буковині. Станом на 1 січня 2018 року, «ВелоКраїна» може запропонувати 45 промаркованих маршрутів в Українських Карпатах. Частиною «Велокраїни» є велопрокат та проживання туристів. У приватних садибах і готелях із позначкою «Велокраїна», велотурист може знайти веломийку, приміщення для нічного зберігання велосипеда, мапи, набір інструментів. Усі ці послуги – безкоштовні, причому незалежно від того, живе він у цій садибі чи ні [5].

Таким чином, враховуючи вищезазначене пропонуються такі рекомендації для розвитку велотуризму в Україні:

1. Створення чітких веломаршрутів та системи електронного відображення їх основних характеристик (протяжність, вид покриття, рекомендації щодо проходження, заходи безпеки, провідні інструктори для консультацій тощо);
2. Проведення зонування і проектування територій, перспективних для розвитку велосипедного туризму та визначення пілотних районів для розвитку велосипедного туризму;
3. Розробка заходів (рекламні та PR-кампанії у пресі, на радіо і телебаченні) щодо покращення іміджу регіону, розвитку та популяризації цього виду туризму в регіоні, Україні та за її межами;
4. Розміщення соціальних реклам про безпеку велоруху, анонс майбутніх велосипедних заходів. Дана рекомендація може істотно вплинути на психологічне сприйняття прав велосипедистів серед інших учасників дорожнього руху та громадян;
5. Створення інформаційно-туристичних центрів, рекламно-інформаційних пунктів на митних переходах, залізничних та автовокзалах тощо;

6. Підготовка, друк і розповсюдження рекламно-інформаційних довідників та путівників;

7. Налагодження співробітництва з європейськими країнами, асоціаціями велотуристів у різних містах України та лідерами в розвитку велосипедного туризму для підготовки та обміну досвідом велосипедистів;

8. Ремонт та облаштування автошляхів, оснащення їх сучасними технічними засобами організації та безпеки руху, доведення їх стану до міжнародного рівня;

9. Проведення сертифікації існуючої велосипедної інфраструктури.

Велотуризм, на сучасному етапі розвитку, спрямований на людей будь-якого віку, які бажають мандрувати та активно проводити вільний час, піклуються про своє здоров'я та прагнуть до нових вражень. Велосипед використовується для подорожей вихідного дня, походів різної тривалості та складності. Є можливість як самостійно відправитися у подорож, так і організувати її з допомогою туристичних операторів, які спеціалізуються на даному виді активного відпочинку. Проте відсутність належної інфраструктури, невелика кількість функціонуючих туристичних веломаршрутів, недієва рекламна кампанія та недостатнє фінансування стримує розвиток велосипедного туризму в Україні.

Поширення велосипедів в містах, прокладення велодоріжок, розроблення нових веломаршрутів сприятиме формуванню значних соціально-економічних та екологічних переваг в країні. Вони пов'язані з формуванням здорового способу життя у населення, це дасть можливість розвантажити центральну частину населених пунктів від автомобілів, а також сприятиме зниженню антропогенного навантаження на навколишнє природне середовище. Використання велосипедного транспорту сприятиме урізноманітненню дозвілля туристів, може стати додатковим джерелом грошових надходжень та важливим кроком у майбутнє.

Однак, доводиться констатувати, що на даний момент велотуризм в нашій країні, значною мірою залишається неорганізованим, а тому немає офіційної статистики щодо кількості подорожуючих велотуристів, їх статевої, вікової диференціації, а також вичерпної інформації про найбільш затребувані ними маршрути. Все це – предмет майбутніх досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антипов В. . Психологическая адаптация к экстремальным ситуациям – М. : ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 176 с. Географія та туризм 131.

2. Велосипедный туризм / Сост. А. А. Булгаков. – М. : Ключ, 2008. – 624 с.

3. Гуляев В. Г. Организация туристической деятельности. – М. : Нолидж, 2008. – 312 с.

4. Основи спортивного туризму в рекреаційній діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journals.uran.ua/>

5. За підтримки Європейського Союзу – проект ВелоКраїна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bikeland.com.ua/>

ТУРИСТСЬКИЙ ПІШОХІДНИЙ ПОХІД – ОДИН ІЗ ОЗДОРОВЧИХ НАПРЯМІВ РЕКРЕАЦІЇ

Загородній В.В., *к.мед.н.*,

завідувач кафедри фізичного виховання та здоров'я людини

Ярославська Л.П., *к.і.н.*, *доцент*

кафедри фізичного виховання та здоров'я людини

Черкаський державний технологічний університет

Туристський пішохідний похід є не тільки загальнодоступним засобом активного відпочинку та оздоровлення населення, а й спорт. Значення пішохідного туризму для суспільства важко переоцінити, адже він сприяє раціональному використанню вільного часу, активному та здоровому способу життя. Молоде покоління у походах готується до майбутньої трудової діяльності та військової служби, розвиває прикладні навички життя у природних умовах. Особливе значення має оздоровчий ефект пішохідного туризму, який полягає у вдосконаленні функціональних резервів і посиленні імунобіологічних властивостей організму під впливом сукупності природних факторів і фізичного навантаження. Регулярна участь у пішохідних походах є ефективним заміником фізичної праці, що пробуджує в людини радість до життя, служить загартуванню і підвищує життєдіяльність організму.

Туристські пішохідні походи є одним із засобів пересування спортивно-оздоровчого та спортивно-рекреаційного туризму. Оздоровчий, рекреаційний туризм розглядається як новий напрям у туризмі, що використовує і розглядає подорож як комплекс оздоровчих факторів, безперервно діючих на учасника туристської мандрівки.

За визначеннями О.В. Колотухи, розрізняють спортивно-оздоровчий туризм та спортивно-рекреаційний туризм. Спортивно-оздоровчий туризм – специфічний вид рекреаційно-туристської діяльності, головною формою якої є оздоровчий туристський похід або туристській табір з радіальними виходами. Цей вид діяльності спрямований на відновлення фізичних, психічних, духовних сил людини, активний відпочинок та рекреацію, удосконалення туристських знань, умінь та навичок, підготовку туристів до туристсько-спортивних заходів [4]. Спортивно-рекреаційний туризм – різновид туризму, основною формою якого є туристський похід вихідного дня або багатоденний оздоровчий похід. У цьому випадку сама подорож місцевістю, яка володіє рекреаційними ресурсами (ліс, чисте повітря, чисті водойми, красиві ландшафти), з використанням дозованих оздоровчих фізичних навантажень є технологією відпочинку і зміцнення здоров'я. Яскравим прикладом активних форм спортивно-рекреаційного туризму є екологічні туристські походи

«дикими» чистими територіями, з максимально дбайливим ставленням до даних територій, з пізнавальними екологічними цілями тощо [4].

Виходячи із вище викладеного, розглянемо туристські пішохідні походи з оздоровчим спрямуванням залежно від їхньої мети, які можна класифікувати як рекреаційно-оздоровчі пішохідні походи, які мають на меті оздоровлення учасників та повноцінний відпочинок. Для рекреаційно-пізнавальних пішохідних походів, окрім оздоровлення, ставляться ще й пізнавальні (освітні) цілі та завдання, наприклад, історичні, екологічні, географічні тощо. Під час проведення рекреаційно-спортивних пішохідних походів учасники долають складні маршрути, природні перешкоди не ставлять для себе далекосяжних спортивних цілей, не прагнуть отримати спортивне звання та брати участь в змаганнях. Одним із завдань оздоровчих туристських пішохідних походів є навчання учасників необхідної туристської техніки і тактики проведення походів, а також безпосереднє оволодіння учасниками методикою проведення походів. Особливістю оздоровчих туристських пішохідних походів як методу профілактики, відновлювання, реабілітації осіб є комплексність, що діє протягом усього походу як на тіло, так і на душу людини, його природність у поєднанні з природою, посереднє фізичне навантаження. Не варто забувати і про пізнавальний інтерес та позитивне спілкування з новими людьми, цікаве спілкування тощо. Ще важлива перевага – це доступність і вартість туристичних походів. Можна сміливо зауважити, що похід буде коштувати набагато дешевше інших видів відпочинку.

Відмітимо основні фактори впливу на учасників під час проведення туристських пішохідних походів з оздоровчим спрямуванням:

1. Фізіотерапевтичні – елементи природного середовища (чисте повітря, чиста вода, сонячна інсоляція, повітряні і водні ванни, терапевтичний вплив цілющих рослин, ягід, фруктів, гармонія природних звуків і природного світла, багатофункціональний вплив багаття, навколишньої рослинності тощо).

2. Лікувально-оздоровчі – регулярна дозована природна фізична активність туриста з навантаженим рюкзаком і природними перешкодами нормалізує роботу всіх життєво-важливих систем організму, в першу чергу, серцево-судинної і дихальної, підвищує настрій внаслідок вироблення ендогенних опіатоподібних гормонів, заспокоює нервово-гуморальну регуляцію всього організму, нормалізує сон та апетит; відбувається поступове відновлення раніше порушених систем організму – нормалізується тиск, робота шлунково-кишкового тракту, залоз внутрішньої секреції тощо. Підвищити захисні сили організму людини і збільшити працездатність – основне завдання активного відпочинку, рухової активності.

3. Психотерапевтичні – спокійна, комфортна, невимушена, розкріпачена, дружня психологічна атмосфера туристичної групи, де відбуваються знайомства, цікаве спілкування, проявляється взаємодопомога; виконуються

пісні, бесіди, танці біля вогнища; відсутність нервової напруги, повсякденних турбот, телефонних дзвінків, впливу ЗМІ.

4. Соціальні – ненапружена робота в команді: спільне приготування їжі на вогнищі, встановлення намету, спільний нічліг в нових умовах, прийом їжі, допомога один одному в усіх побутових питаннях, при цьому група туристів ізольована від навколишнього світу з його напругою і проблемами.

5. Дієтологічні – здорове харчування. Проста здорова їжа, яка задовольняє потреби без переїдання; можливе використання спеціальних дієт і часткового голодування за показаннями.

6. Розвиток волі, витривалості, терпіння, комунікабельності, віри, надбання різних навичок, робота в команді, пізнання навколишнього світу, зміна світовідчуття, світогляду, самосвідомості.

7. Крім цього, як вже зазначалося, відсутній негативний вплив таких шкідливих факторів сучасної цивілізації, як інформаційне перенапруження, шум, вібрація, гіподинамія, запиленість і загазованість повітря, неякісна вода, нездорове харчування, концентрація збудників інфекційних хвороб і промислових алергенів, штучне освітлення і неадекватні біоритми, великі скупчення людей, звичний поспіх, детренованість організму тощо.

8. Залучення до історичної спадщини, екологічної охорони природи [2].

Таким чином, оздоровчі туристські пішохідні походи є найбільш вдалим видом активного відпочинку, оскільки тривале спілкування з природою, враження від пейзажів, активне пересування, дружнє спілкування в неформальній обстановці далеко від міської метушні приносить неймовірну користь організму людини, зміцнивши як фізичне, так і психічне здоров'я, знімає напругу і втоми. Активний відпочинок сприяє оздоровленню організму шляхом природних фізичних навантажень, розвиває особистість, має пізнавальну цінність, допомагає долати труднощі, самовдосконалюватися та більш раціонально розподіляти свій час. Заняття активним туризмом сприяють формуванню екологічної та національної самосвідомості та культури, особливо у молоді, розвитку духовності, розширюють уявлення про можливість життєдіяльності людини в тісній єдності з природним середовищем.

ЛІТЕРАТУРА

1. Грабовський Ю. А. Спортивний туризм : навч. посібник / Ю. А. Грабовський, О. В. Скалій, Т. В. Скалій. – Тернопіль : Навчальна книга-Богдан, 2008. – 304 с.

2. Лифинський Александр. Оздоровление организма во время пешеходных походов. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.brodyaga.org/club/group/7/forum/message/113/1162/#message1162>

3. Москалец Т. В. Туризм, как рекреационный потенциал страны / Т. В. Москалец // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету ім. Т. Г. Шевченка. – 2012. – Вип. 98. – С. 262–266.

4. Спортивний туризм. Інформаційно-методичний збірник № 15. Туристсько-спортивний словник-довідник / Авт.-упор. Колотуха О. В. – К. : ФСТУ, 2017. – 144 с.

СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ РЕКРЕАЦІЇ

Онопрієнко О.В., доцент

*кафедри фізичного виховання та здоров'я людини
Черкаський державний технологічний університет*

Онопрієнко О.М., доцент

*кафедри теорії та методики фізичного виховання
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

Рекреаційно-оздоровчий туризм поєднує функції повноцінного відпочинку та оздоровлення людини. Основу різних форм рекреаційно-оздоровчого туризму становлять природні способи активного пересування місцевістю – ходьба, гребля, їзда на велосипеді, ходьба на лижах тощо. Відповідно, залежно від умов і засобів пересування найбільш розповсюдженими є такі форми рекреаційно-оздоровчого туризму: пішохідний, водний, велосипедний, лижний, кінний. Під час подорожей і походів, туристи знайомляться з країною, її людьми, їх життям і національною культурою. Вони розширюють і поглиблюють свої знання в галузі ботаніки, зоології, географії, геології, метеорології і астрономії, сільського і лісового господарства, історії і культури. Спортивний туризм є одним з ефективних засобів задоволення рекреаційних потреб сучасного туриста.

На сьогоднішній день існує багато підходів щодо класифікації туризму. Сучасний туристичний ринок постійно бореться за клієнта та створює інноваційний туристичний продукт, що призводить до появи нових видів туризму. Залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі існують такі види туризму:

- дитячий;
- молодіжний;
- сімейний;
- для осіб похилого віку;
- для інвалідів.

Зрозуміло, що мета таких подорожей буде різною. Так, для дитячого туризму найбільш доцільними мають бути подорожі з культурно-освітньою, оздоровчо-лікувальною або спортивною метою. Що стосується молодіжного туризму, то найбільш часто подорожі проводять з спортивною та культурно-освітньою метою. Мета сімейного туризму – оздоровчо-лікувальна, культурно-пізнавальна, релігійна та спортивна. Особи похилого віку здійснюють, в основному, подорожі оздоровчо-лікувальні, релігійні, культурно-пізнавальні.

Спортивний туризм має за мету спортивне удосконалення в подоланні природних перешкод. Це означає удосконалення всього комплексу знань,

умінь і навичок, фізичної підготовленості, необхідних для безпечного пересування людини по місцевості. Для реалізації спортивної мети здійснюють подорожі, насичені природними перешкодами, що дає змогу класифікувати їх як спортивні походи. За участь у спортивних походах можуть присуджуватися спортивні розряди тощо. [1, с. 46].

Туристичні походи поділяють на «походи вихідного дня», походи 1-3 ступенів складності та категорійні походи 1-6 категорій складності. Окремими напрямками пішохідного туризму є «легка хода» і бекпекер. Відмінною рисою «легкої ходи» є мандрівник, який самостійно планує і здійснює подорожі за мінімальний кошт, не користуючись послугами туроператорів, дорожніх готелів та перевізників. Термін бекпекер відносно новий та вказує на людину, що мандрує світом з рюкзаком за спиною, де носить всі свої необхідні речі. Бекпекери - живуть в хостелах та гестхаузах. Є тип бекпекера-хіпі – ці не дуже то й охайні, живуть в тих же гестах, або палатках, їх подорожі набагато економніші і триваліші.

Пішохідні туристські спортивні походи можна проводити в усіх регіонах України. Одночасно слід зазначити, що територія має рівнинний рельєф і на ній майже відсутні істотні природні перешкоди, що обумовлюють категорію складності спортивних пішохідних маршрутів. Через це у більшості регіонів України можливо здійснювати спортивні походи лише до I категорії складності включно, а походи II та III категорії можуть здійснюватися тільки в Українських Карпатах. Погодні умови дозволяють здійснювати пішохідні мандрівки у рівнинних районах України з березня по листопад, а при сприятливих умовах і протягом всього року [2, с. 39].

До водного туризму відносяться подорожі по річках або озерах на туристських суднах, таких як байдарки, надувні човни і катамарани, плоти, котрі не обладнанні двигунами.

Україна має багато річок, озер і водосховищ, її територія омивається двома морями. Існують і підземні водостоки в печерах, які простягаються на сотні кілометрів і майже недосліджені. Густота річкової мережі в різних регіонах суттєво відрізняється, що зумовлено кліматичними особливостями і характером рельєфу. Наша держава володіє великим потенціалом у розвитку водного туризму, основою якого є 163 річки довжиною понад 100 км. Практично безмежні можливості відкриваються у розвитку водних мандрівок з Європи через Дунай і притоки Вісли до Дніпра, Дністра, Південного Бугу тощо [2, с. 45].

За всім комплексом природних умов для організації водного туризму (похилом русла, сезонним режимом, особливостями течії, наявністю природних перешкод і складністю у їх подоланні тощо) річки України поділяються на три групи: річки низовин, річки височин, річки гірських районів. З погляду їх використання з метою водного туризму кожна з трьох груп має власну туристично-спортивну складність [1, с. 72].

Гірські річки Карпат належать до третьої групи. Найбільш освоєні туристами праві притоки Дністра: Черемош, Білий Черемош, Чорний Черемош, Стрий у Передкарпатті й Тиса з притоками на Закарпатті. Розвиток техніки водного туризму і збільшення її масштабів привели до освоєння притока Черемошу Бистреця, Пробійної, верхів'їв Пруту і притока Стрия. Карпатські ріки долаються на катамаранах, байдарках, плотах. Можливе відновлення мистецтва плотогонів, тепер переважно з туристичною метою.

У велосипедному туризмі здійснюються походи, як правило, на досить значні відстані на велосипедах. Ці походи можуть здійснюватися в різних природних районах, часто вони прив'язані до дорожньої сітки, однак в складних велопоходах використовується і бездоріжжя [4, с. 263].

Велосипедний туризм має деякі особливості в порівнянні з іншими видами туризму. Це, перш за все, велика інтенсивність руху і, як наслідок, велотурист встигає побачити набагато більше ніж, наприклад, піший турист. Велотурист для подорожі використовує більш складну техніку – велосипед, а велосипедна група і кожен її спортсмен окремо, є учасником дорожнього руху, і зобов'язаний дотримуватися правил дорожнього руху.

Велосипедні подорожі є захоплюючим виглядом активного відпочинку, який дарує багато несподіваного, а інколи – до цих пір небаченого, оригінального, виняткового. Для велосипедних походів I і II категорії складності кожна область України є унікальною та дивовижною.

Таким чином, основними завданнями спортивно-рекреаційного туризму є: гармонійний фізичний розвиток людини; зміцнення здоров'я та попередження захворювань; забезпечення повноцінного відпочинку людей різного віку та професій; підтримання високої працездатності; досягнення активного творчого довголіття.

ЛІТЕРАТУРА

1. Грабовський Ю. А. Спортивний туризм. Навчальний посібник / Ю. А. Грабовський, О. В. Скалій, Т. В. Скалій. – Тернопіль : Навчальна книга-Богдан, 2008. – 304 с.
2. Грішнова О. А. Туризм і рекреація як чинники людського розвитку / О. А. Грішнова // Матеріали доповідей учасників другої науково-практичної конференції «Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно-рекреаційною економікою» (15–16 вересня 2006 року, Бердянськ). – Бердянськ : АУІТ «АРІУ», 2006. – 245 с.
3. Москалец Т. В. Туризм, как рекреационный потенциал страны / Т. В. Москалец // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету ім. Т. Г. Шевченка. – 2012. – Вип. 98. – С. 262–266.
4. Булашев А. Я. Спортивный туризм. / А. Я. Булашев, М. В. Тонкошкур. – Харьков : ХДАФК, 2009. – 120 с.

ТРАВМАТИЗМ ПІД ЧАС ЗАНЯТЬ З ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ

Матусевич А.М., старший викладач
кафедри фізичного виховання та здоров'я людини

Кандиба П.О., старший викладач
кафедри фізичного виховання та здоров'я людини

Черкаський державний технологічний університет

Лавренюк С.А. вчитель фізичної культури

**Білозівська загальноосвітня школа І-ІІ ступенів-філія опорного
навчального закладу «Білозівська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів»**

Білозівської сільської ради Черкаської області

Травматизм під час занять фізичною культурою – це нещасні випадки, що виникають під час заняття спортом (планових, групових чи індивідуальних, на стадіоні, в спортивній секції, на майданчику) під наглядом викладача фізичної культури або тренера. Травми під час занять фізичною культурою і спортом виникають значно рідше, порівняно з промисловими, побутовими, вуличними та іншими видами травм. Вони складають близько 3 % від загальної кількості [3]. Як правило, ці травми не загрожують життю травмованого, однак вони відбиваються на його загальній та спортивній працездатності, часто потребують довгого періоду на відновлення.

Найчастіше травми виникають під час занять боксом, футболу, хокеєм, боротьбою, мотоспортом, гімнастикою. Під час заняття кожним видом спорту трапляються характерні саме для цього виду спорту травми. Основна частина травм припадає на кінцівки, далі йдуть травми голови і тулуба. Іноді спостерігаються випадки розвитку хронічних процесів як результату раніше отриманих пошкоджень. Внаслідок повторних травм вони загострюються і призводять до тривалої втрати спортивної працездатності. Великі фізичні навантаження, які іноді застосовують, особливо при підготовці до різноманітних змагань, потребують добре відлагодженої системи відновлення пошкоджених ділянок і організму загалом.

Основні причини травматизму:

1. Організаційні недоліки при проведенні занять. Це непродумана організація уроку, проведення занять за відсутності вчителя, слабка дисципліна і підготовленість інвентарю, використовуваного на уроці. Це порушення інструкцій і положень про проведення уроків фізичної культури, некваліфіковане складання програми змагань, порушення їх правил, перевантаження програми і календаря змагань.

2. Помилки в методиці проведення уроку, пов'язані з порушенням дидактичних принципів навчання (регулярність занять, поступове збільшення навантаження, послідовність), відсутність індивідуального підходу, недостатній облік стану здоров'я, статевих і вікових особливостей, технічна і фізична підготовленість учнів (форсування навантажень). Часто причиною

травм є зневажливе ставлення до підготовчої частини уроку, розминці, неправильне навчання техніці фізичних вправ, відсутність страховки, само-страховки, неправильне її застосування, форсування навантажень, перенесення засобів і методів тренування спортсменів на учнів школи.

3. Недостатня матеріально-технічне забезпечення, оснащення занять: погана підготовка місць занять і інвентарю, погане кріплення снарядів, відсутність табельного інвентарю та обладнання, малі зали, відсутність зон безпеки, жорстке покриття і нерівності доріжок.

4. Незадовільний санітарно-гігієнічний стан залів, майданчиків: погана вентиляція, недостатня освітленість місць занять, запиленість, низька температура повітря і води басейну. Несприятливі метеорологічні умови: дощ, сніг, сильний вітер та ін. Недостатня акліматизація учнів.

5. Низький рівень виховної роботи, порушення дисципліни, поспішність, неуважність вчителя та учнів.

6. Відсутність медичного контролю. Допуск до змагань без проходження лікарського огляду, невиконання вчителем лікарських рекомендацій по термінах відновлення занять після захворювань, по обмеженню навантажень, комплектуванням груп залежно від ступеня підготовленості учнів.

Механізм виникнення травм різноманітний. Пошкодження можуть бути викликані падінням, ударом і стисненням, зіткненням, різкими змінами положення тіла, граничними: згинанням, розгинанням, розтягуваннями, підгортанням (стопа).

Усе розмаїття травм та захворювань можна умовно розділити на дві групи (зовнішні і внутрішні) і визначити чинники, що їх викликають.

До першої групи зовнішніх чинників належать:

– огріхи в організації (нераціонально складений розклад, багато чисельність груп, що займаються, перевантаження спортивних майданчиків, допуск до участі в спортивно-масових заходах учнів, які не мають відповідної підготовки і т. ін.) і методиці проведення занять (відсутність індивідуального підходу до учнів, недотримання правила поступовості підвищення навантаження, неповноцінна розминка або її відсутність і т. ін.);

– недоліки в матеріально-технічному забезпеченні занять, незадовільний стан місць занять, інвентарю, устаткування, одягу і взуття учнів та ін.);

– відхилення від гігієнічних норм (освітлення, вентиляція, температурний режим під час проведення занять у спортивному залі), несприятливі метеорологічні умови (висока або низька температура повітря, атмосферні опади і т. ін.) під час занять на відкритих майданчиках;

– недотримання вимог лікарського контролю (несвоєчасний розподіл учнів на медичні групи, допуск до занять без медичного огляду).

У групу внутрішніх факторів травматизму входять:

– недостатня підготовленість до виконання заданих фізичних навантажень (наприклад, у зв'язку з тривалими перервами в заняттях або недавно перенесеним захворюванням, що призвели до зниження функціонального стану організму);

– стан втоми (і, як наслідок, розлад координації), погіршення захисних реакцій і зниження уваги, зміна збудливості та лабільності нервово-

м'язового апарату (це веде до погіршення техніки виконання рухів, що у деяких випадках може призвести до травми).

Таким чином, профілактика травм при заняттях фізичними вправами – це, передусім, усунення причин, що обумовлюють травматизм. Починаючи заняття, наприклад, потрібно подбати про раціональну розминку, завдання якої – не лише розім'яти, розігріти м'язи, суглоби, зв'язки, але й підготувати весь організм до роботи з основних вправ заняття. Слід також пам'ятати, що ефект від розминки зберігається недовго, тому перехід до основного навантаження не варто затягувати.

ЛІТЕРАТУРА

1. Коробков А. В. Физическое воспитание. / А. В. Коробков, В. А. Головин, В. А. Масляков – М. : Высш. школа, 1983.
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.lib.sportedu.ru (Центральна галузева бібліотека з фіз. культ. та спорт).
3. Ярославська Л. П. Безпека та охорона праці в системі фізичного виховання студентів ВНЗ : навч. посіб. / Л. П. Ярославська – Черкаси : ФОП Гордієнко Є. І., 2013. – 248 с.

УДК 796-057.87

ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ

*Матусевич А.М., старший викладач
кафедри фізичного виховання та здоров'я людини*

*Кандиба П.О., старший викладач
кафедри фізичного виховання та здоров'я людини
Черкаський державний технологічний університет*

*Лавренюк С.А., вчитель фізичної культури
Білозірська загальноосвітня школа І-ІІ ступенів-філія опорного
навчального закладу «Білозірська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів»
Білозірської сільської ради Черкаської області*

Сьогодні перед студентською молоддю, суспільством поставлене глобальне соціально-економічне завдання щодо інтегрування вітчизняного культурного потенціалу до світового товариства. Проте його реалізація під силу тільки фахівцям нової формації, які за своїми професійними і особистими якостями відповідають сучасним вимогам. Окрім глибоких професійних знань з обраної спеціальності, такий фахівець повинен володіти високими фізичними даними і працездатністю, особистою фізичною культурою, духовністю, неформальними якостями лідера.

Фізичне виховання студентів – складова частина вищої гуманітарної освіти, що сприяє формуванню особистості майбутнього фахівця у процесі становлення його професійної компетенції.

Мета фізичного виховання у вищих навчальних закладах – сприяти підготовці гармонійно розвинених висококваліфікованих фахівців.

Для досягнення мети фізичного виховання у ВНЗ передбачається вирішення таких **завдань**:

- всебічний розвиток фізичних якостей, на основі чого – зміцнення здоров'я та забезпечення високої розумової і фізичної працездатності;

- оволодіння спеціальними знаннями, формування потреби систематичних занять фізичними вправами з використанням різних раціональних форм;

- досягнення загальної фізичної підготовленості в обсязі вимог і норм, які відповідають обов'язковій програмі навчальних закладів;

- забезпечення необхідної фізичної підготовленості відповідно до вимог обраного фаху;

- знання основ організації методики впровадження найефективніших видів рухової активності;

- знання основ методики оздоровлення та фізичного вдосконалення традиційними й нетрадиційними засобами та методами фізичної культури;

- систематичне фізичне тренування з оздоровчим або спортивним спрямуванням;

- освоєння організаційних умінь і навичок для проведення самостійних форм занять фізичною культурою.

Фізичне виховання та навчання студентів складається з теоретичних, практичних та контрольних занять, котрі визначаються певною методикою та концепцією викладання, ухваленою у вищому навчальному закладі.

Навчання є основною складовою фізичного виховання. У процесі навчання визначальними є два моменти: навчальна діяльність викладача (викладання) та навчально-пізнавальна діяльність студентів (навчання). Зміст процесу навчання – взаємодія викладача та студентів з метою передачі знань, навичок з урахуванням їхнього майбутнього удосконалення.

Можна виділити такі форми навчання: самостійна, контролююча, самостійно-контролююча.

Під час самостійної форми навчання студент самостійно вивчає ті чи інші дії, аналізує їх, обирає засоби навчання. Ця форма ефективна для вивчення простих рухів.

Під час контролюючої форми навчання викладач виступає в ролі наставника, котрий навчає студента конкретним рухам, аналізує їх, підбирає методи і засоби викладання та виправляє неточності, помилки у його діях. Ця форма застосовується практично в усіх випадках, особливо на перших етапах навчання.

Під час самостійно-контролюючої форми навчання викладач навчає студента аналізувати свої рухи. Викладач контролює не їхнє виконання, а аналізує безпосередньо самого студента. Ця форма застосовується для удосконалення техніки рухів та під час вивчення нової техніки.

Основною формою організації навчання студентів є заняття.

Заняття можна визначити так: це разова, певним чином організована діяльність, що спрямована на вирішення завдань фізичного вдосконалення людини. Розрізняють зміст і форму занять.

Зміст занять визначається в основному чотирма складовими:

1. Сукупність фізичних вправ, що використовуються для залучення до роботи, вирішення освітніх, оздоровчих, виховних завдань і нормалізації стану організму після виконаної роботи, тобто для виходу з неї.

2. Діяльність викладача полягає у підготовці та поясненні навчальних завдань, вказівки щодо конкретизації завдань та організації їхнього виконання, спостереження за діями студентів, аналіз цих дій, оцінювання їхнього виконання, регулювання навантажень, тактовне спрямування в потрібному напрямку поведінки студентів тощо.

3. Діяльність студентів, що складається зі слухання викладача; спостереження за показом; усвідомленого проектування своїх дій; контролю за ними і їхнього оцінювання; обговорення з викладачем питань, що виникають; аналізу свого стану розвитку та підготовленості; регулювання емоційних проявів тощо.

4. Фізіолого-психологічні процеси і зміни в станах студентів, які охоплюють внутрішній, відносно прихований бік змісту заняття.

ЛІТЕРАТУРА

1. 1014 рухливих ігор та естафет у загальній системі фізичного виховання : навч. посіб. [Текст] / В. М. Войнов, С. В. Войнов, П. О. Кандиба, С. О. Коваленко, В. В. Щириця; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2014. – 420 с.

2. Рухливі ігри : навч.-метод. посіб. / [В. М. Войнов, Г. П. Бабаченко, Р. Є. Бондар та ін.]. – Черкаси : ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2000. – 100 с.

3. Змагально-ігровий метод у системі фізичного виховання студентів : навч. посіб. / В. М. Войнов, Л. П. Ярославська, П. О. Кандиба, В. В. Щириця. – Черкаси : Черкас. держ. технол. ун-т, 2011. – 299 с.

4. Фізичне виховання студентів з низьким рівнем фізичної підготовленості : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з фіз. вих. і спорту / І. Р. Боднар. – Луцьк, 2000. – 19 с.

УДК 338.48:008

СИНЕРГІЯ ГАЛУЗЕЙ КУЛЬТУРИ І ТУРИЗМУ – ВЗАЄМОВИГІДНЕ ПАРТНЕРСТВО

Данилюк А.М., доцент

*кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет*

Культурний туризм – це форма туризму, мета якого полягає у знайомстві з культурою і культурним середовищем місця відвідування, включаючи ландшафт, знайомство з традиціями мешканців і їх способом життя, художньою культурою і мистецтвом, різними формами проведення дозвілля місцевих мешканців. Успіх проектів культурного туризму залежить не тільки

від пам'яткоохоронної діяльності, збереження і популяризації культурної спадщини, а й від спроможності культурної політики створювати нові цінні території, в тому числі на основі культурної спадщини.

В основі культурного туризму лежить потреба в духовному освоєнні та духовному присвоєнні культури світу через його відвідування, безпосереднє осягнення та переживання різних культур в різних місцях, коли особисто побачене назавжди стає досягненням, приналежністю думки і почуття туриста, розсуваючи горизонти його світосприйняття [1].

Культурну, історичну і природну спадщину ділять на такі категорії, як:

- Надбання, яке використовується в основному туристами (фестивалі, видовища, пам'ятники тощо). Музичний потенціал регіону є одним з привабливих елементів культури. В деяких країнах музика виступає як основний фактор приваблення туристів.

- Надбання змішаного користування (менш значні історичні пам'ятники і музеї, театри, заповідники та ін.);

- Надбання, що використовується в основному місцевим населенням (цивільні споруди, культові об'єкти, кінотеатри, бібліотеки та ін.). [5].

На відміну від інших матеріальних ресурсів, наприклад, корисних копалин, ресурси культурного туризму не можливо вичерпати, навіть до певної міри знищити, адже їх можна реставрувати, відновити, врешті-решт, турботливо зберігати. Туристи споживають продукт культурного туризму духовно, їх цікавість до нього не вгасає, більше того, його старіння лише надає йому більшої цінності а, отже, і атрактивності. Тож ресурси культурного туризму не тільки вічні матеріально, а й безстроково затребувані духовно. Тому правильне використання такого ресурсу пов'язано з економічною і соціальною користю для власників цього ресурсу, розробників і реалізаторів турпродукту на його основі, доходи від витрат туристів для них є потенційно невичерпними. Цей процес спонукає до розбудови певної інфраструктури (закладів розміщення, харчування тощо), впровадженню новітніх технологій, наприклад, автоматизованого бронювання квитків і готельних номерів, підйому як далеких від туризму секторів економіки (ефект мультиплікації), так і професійної діяльності, збільшує грошові надходження до бюджетів усіх рівнів, і, відповідно, до подальших витрат на розбудову туризму в регіоні.

Сучасний стан культурного туризму в Україні потребує активізації проблем туризму на різних рівнях українського суспільства. Як відомо, наша країна має значний потенціал для розвитку в'їзного і внутрішнього культурного туризму. На державному обліку в Україні перебуває понад 130 тис. пам'яток, із них: 57206 – пам'ятки археології (418 з яких національного значення), 51364 – пам'ятки історії (147), 5926 – пам'ятки монументального мистецтва (45), 16293 – пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні (3541). Функціонує 61 історико-культурний заповідник, 13 з них мають статус національних. У Списку все-світньої спадщини ЮНЕСКО: Софійський собор з архітектурним ансамблем, Києво-Печерська лавра в м. Київ, історичний центр м. Львів. Але слід

відзначити, що до 70% об'єктів культурної спадщини перебувають у незадовільному стані (кожен десятий об'єкт – у аварійному) та потребують проведення робіт з реставрації або реконструкції, облаштування для туристичних відвідувань. На сьогоднішній день не розроблено методологічних аспектів аналізу функціонування пам'яток історії та культури екскурсійного туристичного об'єкта. Внаслідок цього складові історико-культурної спадщини залучаються до туристичної галузі безсистемно, а їх пізнавальна функція зводиться до мінімуму. Серед 418-ти пам'яток археології національного значення лише 54 використовуються як туристичні об'єкти; з 147 пам'яток історії національного значення туристичними об'єктами є 98; з 45 пам'яток монументального мистецтва національного значення в туристичній інфраструктурі представлено 28 [2]. Також слід відзначити, що нині в законодавстві не враховуються завдання, пов'язані з ефективним використанням історичного й культурного потенціалу країни для поліпшення якості національного туристичного продукту, в державі не вистачає коштів на реконструкцію, відновлення та утримання об'єктів історико-культурної спадщини. Усе це гальмує розвиток культурного туризму в Україні. Для подолання кризи необхідний комплексний підхід, об'єднання зусиль працівників освіти та науки, зокрема, туризмології, культури та менеджерів туризму.

Як стверджує В.А.Квартальнов, у стрімлітті урізноманітнити своє дозвілля, людина охоплює все нові культурні ресурси. Туристичний бізнес освоює нові території і нові культурні простори. Не секрет, що використання туристських ресурсів на ринках Європи і Америки сягає своєї межі [1], тому виникає потреба освоювати нові території, раніше невідомі або маловідомі, і від того ще більше цікаві. В Україні є всі шанси зайняти цю нішу на світовому ринку турпослуг, адже вона має пам'ятки культури світового значення.

Для вирішення проблем, вважає Л.Д.Божко, слід звернути увагу на поняття історико-культурного регіону під час розробки іміджевих брендів та маршрутів за напрямом. Складна історія освоєння суспільством території України сприяла виникненню в її рамках декількох самобутніх історико-культурних областей, що сформувалися в результаті взаємовпливу трьох основних історичних векторів геополітичного розвитку – західного, східного й південного. Ці регіони мають специфічну природну, етнічну, релігійну основу, які описані в дослідженнях (Туровський Р.Ф. «Культурна й політична географія України», Малигін А.Н. «Україна: соборність і регіоналізм») [3]: **Галичина** (Львівська, Івано-Франківська та частина Тернопільської області), **Волинь** (Волинська й Рівненська області), **Північна Буковина** (Чернівецька область), **Закарпаття** (Закарпатська область), **Західне Поділля** (Хмельницька, Вінницька та частина Тернопільської області), **Середнє Придніпров'я** (Кіровоградська й Черкаська області), **Дніпровське Полісся** (Київська, Чернігівська й Житомирська області), **Північно-Східна Україна** (Полтавська, Сумська й Харківська області), **Нижнє Придніпров'я** (Дніпропетровська та Запорізька області), **Донбас** (Донецька й Луганська області), **Українське Причорномор'я** (Одеська, Херсонська, Миколаїв-

ська області, а також частина Закарпатської), *Крим* (АР Крим і Севастополь). Головною складовою історично-культурних регіонів є колишня земля, що з часом набувала значення історичної області. Вона окреслює зональний тип регіональної культури, котрий вирізняється своєю ідентичністю, зберігаючись у пам'яті людей як символ етнічної історії. [4].

Кожен з регіонів на основі власної історико-культурної спадщини, етнічної ідентичності, традицій має можливість створення іміджевих брендів, формування унікального атрактивного продукту, зокрема, в царині культурного туризму, просуваючи його на вітчизняний і міжнародний туристичні ринки. При цьому необхідно ввести в дію базовий стандарт доступності соціального туру. Ті, хто буде розробляти, впроваджувати і реалізовувати на ринку туристичних послуг вітчизняний продукт, який не виходить за рамки стандарту доступності, мають отримувати певні привілеї (пільгове оподаткування, державне кредитування, скидки чи інші стимулюючі заохочення). Адже туризм не тільки приносить зиск регіону, але й дає місцевому населенню гордитися своєю унікальною спадщиною і надає можливість ділитися нею з туристами.

І все ж значний культурний потенціал України залишається маловідомим на міжнародних туристичних ринках. У тому числі це пов'язано із тим, що туристичний бізнес у нашій країні представлений здебільшого малими та середніми підприємствами. Загалом можна погодитися з думкою про те, що Україна поки що не увійшла «в простір трансатлантичних компаній, де існують своєрідні епіцентри використання великих імен, великих брендів і великих стратегічних схем» [6].

Як відзначає О.І. Дапко, реалізація культурного потенціалу вимагає сьогодні новітніх підходів до сфери культури, насамперед, оцінки креативного потенціалу, розробки відповідних стратегій, які переорієнтовували б державну політику з політики підтримки сфери культури на політику стимулювання розвитку [7, с.229].

Культурі, щоб бути повномірно затребуваній у світі, потрібна підтримка з боку туризму, а туризм для свого розквіту потребує культурного ресурсу. Це є міцним фундаментом міжнародних культурно-туристських обмінів. Партнерство культури і туризму, їх тісне співробітництво є не тільки викликами часу, а й імперативом нового століття, що потребує наукового освітнього забезпечення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Квартальнов В. А. Культура и туризм – вместе. Теория и практика физической культуры. – 2000. – №8. – [Електронний ресурс]. Режим доступу http://tourlib.net/statti_tourism/kvartalnov.htm
2. Кузьмук О. Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності [Електронний ресурс] / О. Кузьмук. – Режим доступу: // http://tourlib.net/statti_ukr/kuzmuk.htm
3. Малыгин А. Н. Украина: Соборность и регионализм / А. Н. Малыгин. – Симферополь, 2005.

4. Божко Л. Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів України.
5. Нефедова О. В. Туризм и культурное наследие: проблемы взаимодействия. Материалы I международной научной конференции «Глобализация и туризм: проблемы взаимодействия», Саратов, 15-16 апреля 2009 г. http://tourlib.net/statti_tourism/nefedova.htm
6. Парфіненко А. Культурний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій. Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2013. – Вип.43. – Ч.1. – С. 233–242.
7. Дацко О.І. Культура як чинник сталого розвитку регіонів: європейський досвід / О.І. Дацко // Проблемы и перспективы развития сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества и ГЖМ : сб. науч. тр., 2009. – Т.1

УДК 338.486.5

SWOT-АНАЛІЗ ЯК МЕТОД СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО АГЕНТСТВА

Литвин Т.П., викладач

*кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет*

У сучасних умовах розвитку ринку, компаніям, що укоренилися в ньому, і тим, що тільки виходять на ринок, доводиться усе складніше. Їх проблеми пов'язані з високим рівнем жорсткої конкуренції, надлишком подібних товарів і послуг, перенасиченням рекламних і інформаційних потоків, зростаючими вимогами споживачів до якості продукції, з постійними змінами кон'юнктури й місткості ринку, а також інноваціями, що прагнуть завоювати все більші частки. Тому, для успішного виживання і функціонування компанії, підвищення якості і конкурентоспроможності її продукції, треба вміти передбачати труднощі, з якими вона може зіткнутися у майбутньому, і нові можливості, які можуть відкритися для неї. Тобто компаніям необхідно визначати пріоритетні напрямки розвитку, розробляти бізнес-плани, пристосовуватися до змін зовнішнього середовища, використовувати нові технології організації управлінських процесів, змінювати стратегії діяльності, а отже, – здійснювати стратегічне управління[1].

Одним із методів проведення діагностики розвитку туристично-рекреаційного комплексу на регіональному рівні є дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища з використанням SWOT-аналізу. SWOT-аналіз як метод проведення аналітичних досліджень стану об'єкта широко використовується в практиці стратегічного планування і має ряд переваг, які впливають із алгоритму його проведення. Технологія проведення будь-якого аналізу передбачає поділ об'єкта дослідження на окремі складові (елементи) і їх подальше послідовне вивчення. SWOT-аналіз (в перекладі з

англійської) - це вивчення сильних і слабких сторін об'єкта, можливостей і перешкод на шляху його розвитку, а також оцінка шляхів підсилення слабких і максимального використання сильних сторін. Крім того, цей вид аналізу передбачає виявлення загроз для розвитку об'єкта, які є і можуть виникати в перспективі, та є ідеальним в стратегічному плануванні при формуванні стратегії. SWOT-аналіз виконує ряд функцій, серед яких основними є: – теоретична (збагачення наукових здобутків в сфері стратегічного планування і менеджменту); – прикладна (узагальнення описової частини аналізу стану ТРК регіону, формування стратегії, розробка заходів і завдань для пом'якшення, нівелювання чи ліквідації проблем та загроз в практиці розробки стратегії); – інформаційна (формування баз даних для розробки стратегії, здійснення контролюючої функції в рамках моніторингу реалізації стратегії та коригування останньої) [2].

SWOT – початкові літери слів Strengths (Сильні сторони), Weaknesses (Слабкі сторони), Opportunities (Можливості), Threats (Загрози). В 1963 році в Гарварді на конференції з проблем бізнес-політики професор К.Ендрюс вперше публічно озвучив акронім SWOT. Цей акронім був представлений візуально у вигляді матриці SWOT. Спочатку SWOT-аналіз був заснований на озвучуванні і структуризації знань про поточну ситуацію і тенденції, пізніше – став використовуватися в ширшому значенні - для конструювання стратегій. Тобто, з появою SWOT-моделі аналітики отримали інструмент для своєї інтелектуальної праці [1].

SWOT-аналіз – це процес встановлення зв'язків між найхарактернішими для підприємства можливостями, загрозами, сильними сторонами (перевагами), слабкими сторонами (недоліками), результати якого в подальшому можуть бути використані для формулювання і вибору стратегій підприємства. Він проводиться з метою дослідження підприємства як господарюючої системи у певному ринковому середовищі.

SWOT-аналіз – це своєрідний інструмент; він не містить остаточної інформації для прийняття управлінських рішень, але дає змогу впорядкувати процес обмірковування всієї наявної інформації з використанням власних думок та оцінок. SWOT-аналіз дає змогу формувати загальний перелік стратегій підприємства з урахуванням їхніх особливостей – адаптації до середовища або формування впливу на нього. Широке застосування та розвиток SWOT-аналізу пояснюються тим, що стратегічне управління пов'язане з великими обсягами інформації, яку потрібно збирати, обробляти, аналізувати, використовувати, а відтак виникає потреба пошуку, розробки та застосування методів організації такої роботи.[1]

Для визначення власних сильних і слабких сторін підприємства необхідно: скласти перелік параметрів, по якому оцінюватиметься підприємство; по кожному параметру визначити, що є сильною стороною підприємства, а що – слабкою; зі всього переліку вибрати найбільш важливі сильні і слабкі сторони підприємства. Наступним кроком є визначення ймовірності використання можливостей та впливу їх на діяльність організації. Під час проведення SWOT-аналізу необхідно визначити не тільки можливості та загрози

зовнішнього середовища, а й виявити ймовірність використання та вплив обраних можливостей і загроз на результати діяльності організації.

Хоча пройшло вже пів століття від дня, коли вперше було запропоновано SWOT-аналіз, цей метод є досі доцільним та ефективним у застосуванні, а також не викликає труднощів при складанні матриці, що значно полегшує роботу фахівців. Використання SWOT-аналізу для вибору стратегії розвитку підприємства, дає змогу попередити фінансові небезпеки та нейтралізувати слабкі сторони, використовуючи сильні сторони та можливості підприємства. Також це дасть змогу вивести діяльність суб'єкта господарювання на новий вищий рівень та покращити його фінансовий стан [3].

ЛІТЕРАТУРА

1. SWOT-аналіз як основний інструмент стратегічного управління, його переваги і недоліки [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/3_SND_2010/Economics/58123.doc.htm
2. SWOT аналіз розвитку туризму та рекреації [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://rest4u.com.ua/reviews/swot-analiz-rozvitku-turizmu-ta-rekreacii.html>
3. Swot-аналіз – метод попередження фінансових небезпек [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2013/23_3/275_Ste.pdf

ІСТОРИЧНЕ КРАЇНОЗНАВСТВО ЯК РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

УДК 502.7: 527.2

ЗАНЯТТЯ НА ЕКОЛОГІЧНИХ СТЕЖКАХ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ЕКОТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ НПП «ГОЛОСІЇВСЬКИЙ»

Волохова О.В., *начальник відділу екоосвіти*
Крижановська О.Т., *к.філол.н., провідний фахівець*
Національний природний парк «Голосіївський»

Національний природний парк «Голосіївський» – один з не багатьох національних парків у світі, розміщених в столиці країни. Територія парку є цікавим об'єктом для екотуризму. Територія парку та прилеглі до нього ділянки мають цікаве історичне минуле, проявами якого є численні пам'ятки історії та архітектури. Територія навкруги парку дуже насичена археологічними пам'ятками, починаючи від періоду неоліту і до давньоруських часів: тут знайдено поселення трипільців (4 тис. років до н. е) та скіфів (VI–IV століття до н.е.), стоянка епохи мезоліту (8-6 тис. до н.е). Шість пам'яток, що примикають до території парку занесені до Державного реєстру національного культурного надбання.

Збереження природної та культурної спадщини будь-якого народу це естетична категорія і важлива компонента екологічної освіти на природно-заповідних територіях. Заповідні куточки природи в поєднанні із історичними святинями це особливі місця відпочинку, де народжуються мелодії та приходять натхнення, де думка стає вільною і рине у височінь.

Національний природний парк «Голосіївський» є багатофункціональною природоохоронною установою, котрий покликаний комплексно вирішувати проблеми збереження біологічного та ландшафтного різноманіття, цінних природних та історико-культурних комплексів і об'єктів, формування у людей екологічного світогляду, створення умов для спілкування людини з природою.

При здійсненні рекреаційної діяльності особливо враховується вразливість природних комплексів та окремих його компонентів, особливо рідкісних та зникаючих видів рослин, тварин, рослинних угруповань та типів природних середовищ, що занесені відповідно до Червоної книги України, Зеленої книги України, Європейського Червоного списку тварин і рослин, що знаходяться під загрозою зникнення у світовому масштабі. Тому дуже корисно популяризувати діяльність парку, розкривати його ре-

креаційні можливості [1]. З метою формування екологічної свідомості та розвитку екологічної культури у НПП «Голосіївський» прокладено екологічні стежки та розроблено туристичні маршрути, які є популярною формою відпочинку, що сприяє підвищенню рівня екологічної освіти населення. Екологічні стежки у парку прокладені з урахуванням наукової цінності природних об'єктів. При виборі екологічного маршруту розглядалися масиви лісу, котрі вже мають розгалужену мережу стежок та місць відпочинку, стихійно створених численними відвідувачами, де населення активно відпочиває та відвідує святі місця. Оскільки основне призначення екологічних маршрутів – виховання культури поведінки людей у природі, то за допомогою таких стежок поглиблюються і розширюються знання екскурсантів про природу та про закономірності біологічних, ландшафтних, геологічних, екологічних та інших природних процесів.

Варто також зазначити, що для підвищення ефективності проведення екскурсій, велика увага приділяється облаштуванню стежок різноманітними тематичними стендами [2]. У своїй діяльності ми виходимо з того, що екскурсії мають спонукати відвідувачів зберігати та відтворювати як природне середовище так і – етнокультурне, яке є складовою Національного природного парку «Голосіївський». Еколого-освітня складова екскурсійної діяльності передбачає наявність елементів екологічної освіти та просвіти: пізнання природи, отримання туристами нових знань, навичок та вмій не просто поведінки у природі, а спілкування з нею. Етнокультурна складова – передбачає знайомство із народними традиціями та обрядами, що пов'язані із природою. У зв'язку із цим, розроблено різні типи екскурсій, які створені для різних вікових груп та спрямовані на розвиток різних компонентів екологічної свідомості – пізнавального, емоційного, поведінкового та мотиваційного.

Найбільш поширеним типом групових екскурсій є оглядові екскурсії для дорослих із дітьми. Вони включають в себе ознайомлення з парком та відвідування, у супроводі гіда, найбільш цікавих об'єктів, проходження екологічною стежкою та завершуватися відпочинком біля вогнища у спеціально облаштованому місці. Під час відпочинку дорослі діляться своїми враженнями від екскурсії, а дітям пропонується екологічна гра-квест «Легенди Голосіївського лісу». Для старшокласників та студентів пропонується читання акровіршів та відгадування назв рідкісних рослин, якими багатий парк «Голосіївський», а також легенди Голосіївського лісу. Даний тип екскурсій сприяє формуванню пізнавального компонента екологічної свідомості.

Викликають цікавість у підлітків та юнацтва екскурсії із елементами пригодницького туризму. Це тематичні спеціалізовані заходи, розраховані на шукачів пригод. Тематика підбирається, залежно від умов парку і побажань відвідувачів. Безумовно, такі екскурсії вимагають високої кваліфікації гіда та дотримання правил безпеки, але разом із тим, у екскурсантів формується культура поведінки у природньому середовищі.

Заняття на екологічних стежках – дуже важливий елемент розвитку екотуризму на території національного природного парку «Голосіївський».

Відвідувачі парку із задоволенням і зацікавленістю подорожують екологічними стежками Голосіївського лісу, де не тільки знайомляться із багатим рослинним і тваринним світом парку, милуються його ландшафтами та краєвидами, але й вивчають історію краю та знайомляться із легендами Голосіївського лісу. Національний природний парк «Голосіївський» задовольняє культурно-естетичні потреби відвідувачів і сприяє їхньому оздоровленню і відпочинку, розширенню кругозору.

ЛІТЕРАТУРА

1. Волохова О. В Крижановська О. Т. Території природно-заповідного фонду як ресурсний потенціал розвитку туристичних послуг в Україні.// Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 23 – 24 березня 2017 року, м. Черкаси у 2-х томах //Мін-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. –Т. 1.– Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А., 2017. – С. 286–290.

2. Волохова О. В., Позіхайло А. Ю., Задерейко В., Крижановська О. Т., Перспективи розвитку екотуризму на території національного природного парку «Голосіївський»// Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 22–23 березня 2018 року, м. Черкаси у 2-х томах // Мін-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. –Т. 1.– Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А., 2018. – С. 314–317.

УДК 477.46

ВІД МОГИЛИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА ДО ШЕВЧЕНКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАПОВІДНИКА

*Дзима В.В., завідувач відділу охорони пам'яток історії,
культури та природи*

Шевченківський національний заповідник

Утвердження базових цінностей, національної ідеї, світогляду українського народу значною мірою викристалізувалося і продовжує формуватися під знаком феномену Тараса Шевченка. За визначенням С. Я. Єрмоленко, «осмислення національно-культурних цінностей через Шевченкове слово – показовий суспільно-світоглядний художньо-естетичний процес» [1, с. 280]. Саме тому особливу роль в історико-культурному ландшафті країни відіграє Тарасова (Чернеча), яка стала одним із національних центрів єднання українців усього світу навколо ідеї створення Української Соборної Держави. Адже, як свідчить запис до книги вражень відвідувачів Шевченкової моги-

ли, «він і по смерті не перестав бути гарячим учасником у долі відданої йому нації, для якої ім'я Тараса Шевченка залишається назавжди символом національного об'єднання... 27.07.1908». Ще 22 травня 1861 року, проводжаючи Шевченка по Останньому земному шляху у вічність (від Успенського собору в Каневі до Чернечої гори), священник Гнат Мацкевич закликав: «Благоговій до граду нашого, Україно: в нас покоїться прах Тараса Шевченка...» [3, с. 80]. Тож для мільйонів людей шляхи до пізнання Тараса Шевченка пролягають і через Канів – місто, коло якого поет мріяв побудувати хату, а Чернеча гора, згодом перейменована на Тарасову, стала місцем його вічного спочинку.

Могила Шевченка завжди була в епіцентрі історичних і політичних подій, резонатором суспільних процесів. До цього йшли покоління українських патріотів, починаючи з далекого 1861 року.

1884 року за народні кошти на Тарасовій Горі збудовано «Тарасову світлицю» – перший народний музей Кобзаря, і встановлено монументальний чавунний пам'ятник-хрест, який вінчав Шевченкову усипальницю до 1923 року. Тоді більшовики скинули його з могили поета як символ релігії. Натомість на могилі Шевченка 1 липня 1923 року було встановлено чавунне погруддя роботи скульптора Каленя Терещенка.

Довгий час територія могили перебувала в приватній власності – Варфоломія Шевченка, який купив півдесятини землі під Шевченковою могилою за 100 карбованців сріблом з метою її передачі в державну опіку – Канівській думі, згодом – сина Варфоломія Шевченка – Андрія. Останнім власником цієї земельної ділянки був український педагог, літературознавець та редактор часопису «Киевская старина» Володимир Науменко.

Ідея національно свідомої української інтелігенції, згуртованої Київською Старою Громадою у 2-й пол. XIX – поч. XX ст., об'єднати довкола меморіалу Тараса Шевченка усі визначні пам'ятки історії, археології та природи остаточно визріла в умовах Української Народної Республіки та була затверджена рішенням Ради Міністрів Української Держави 10 червня 1918 року.

Завдяки зусиллям видатних громадських діячів-державотворців Симона Петлюри, письменника Василя Короліва-Старого, мецената Євгена Чикаленка, науковця Володимира Різниченка та участі багатьох інших добродіїв у 1917–1925 роках сформовано концептуальні засади діяльності Шевченківського заповідника. Саме на їх базі Рада Народних Комісарів УСРР 20 серпня 1925 року постановила «Оголосити територію могили Т. Г. Шевченка коло міста Канева, загальною площею в 4 десятини, за державний заповідник». З того часу заповідник у процесі свого становлення неодноразово змінював назву і підпорядкування.

У далекі 1930-ті роки, на тлі подій, пов'язаних із голодомором і репресіями в Україні, прийнято постанову Ради Народних Комісарів УСРР від 10 березня 1931 року «Про відзначення 70-х роковин із дня смерті

Т. Г. Шевченка». Таким чином було передбачено перетворити територію Шевченкової могили біля Канева на культурно-освітній осередок, а для здійснення цього побудувати новий пам'ятник і музей, відкрити бібліотеку й читальню, збудувати та устаткувати готель для екскурсантів-відвідувачів, продовжити роботу з озеленення території Тарасової Гори, не порушуючи її природного стану та вигляду.

18 червня 1939 року на могилі Тараса Шевченка в присутності майже сорока тисяч гостей було урочисто відкрито пам'ятник із бронзовою скульптурою роботи М. Г. Манізера (пам'ятка історії та монументального мистецтва) та музей Кобзаря (пам'ятка архітектури, арх. В. Г. Кричевський, П. Ф. Костирко). Слід зазначити, що за 80-літню історію Шевченківського меморіалу художнє оформлення та експозиція музею Кобзаря на Тарасовій Горі неодноразово зазнавали змін. Надзвичайно важливою для науковців заповідника була підтримка громадськості України і багатьох країн світу щодо збереження та відтворення національного образу канівського музею Тараса Шевченка, знівельованого під час реконструкції у 2010 році. Прагнення численних шанувальників України та інших країн світу щодо оформлення музею в національному стилі, належного обсягу музейних предметів переконливо свідчили про бажання громадськості бачити в музеї образ Тараса Шевченка в контексті української культури. Навесні 2015 року було розпочато здійснення першочергових заходів щодо повернення національного колориту музею: відновлено орнаментальний поліхромний вітраж, відкрито розписи в кесонах вестибюлю, створені за ескізами архітектора музею Василя Кричевського, оновлено музейну експозицію.

У результаті напруженої боротьби проти намагання союзного Міненерго розширити промислову базу за рахунок зон охорони заповідника, 30 років тому постановою №287 від 21 листопада 1989 на базі Канівського державного ордена Дружби народів музею-заповідника Тараса Шевченка «з метою дбайливого збереження шевченківських меморіальних місць і навколишнього природного середовища в м. Каневі», було створено Шевченківський національний заповідник. Відтоді починається новий етап в історії Тарасової Гори.

2008 року розпорядженням Кабінету Міністрів України до складу заповідника увійшли ще три музеї Канева – «Історичний музей», «Літературна Канівщина» та «Музей народного декоративного мистецтва». Сьогодні фондова збірка заповідника нараховує понад 80 тисяч музейних предметів. Її перлинами є меморіальні речі, оригінали мистецьких робіт, етнографічна та археологічна колекції, видання книг, документи тощо.

В історико-красознавчих дослідженнях – як традиційних (пошуки архівних, музейних, бібліотечних джерел, матеріалів з приватних колекцій, записи спогадів очевидців тощо), так і новаторських (наприклад, георадарне сканування пам'яток, зокрема, Шевченкової могили), при опрацюванні та узагальненні результатів із застосуванням арсеналу класичних та інновацій-

них методик у вивченні феномену Т. Г. Шевченка, – Тарасова Гора постає як «місце пам'яті» [2, с. 154], жива ілюстрація непростого шляху до розбудови державності. Найбільш повно та ґрунтовно історію Тарасової (Чернечої) Гори представлено в монографіях провідного наукового співробітника заповідника, заслуженого працівника культури України, кандидата філології З. П. Тарахан-Берези – «Святиня» [3] і «Святиня. Чернеча Гора та стародавній монастир Канівський» [4], що є результатом осмислення її автором величезної кількості документальних, історичних, мемуарних і фольклорних джерел, власних спостережень.

Наразі до складу заповідника входять пам'ятки історії, архітектури, мистецтва, археології та природи, що становлять історичну і культурну цінність, органічно пов'язані з Шевченковою могилою в один меморіальний комплекс. Особливої актуальності нині набуває тема відродження культурно-історичного середовища Тарасової (Чернечої) гори, збереження та гідна репрезентація пам'яток, розширення території, археологічні дослідження, захисту від забудови і промислової експансії унікального довкілля, яке відповідає поетичному світу Шевченка, його земному прагненню мати «хаточку в тім раю», бути похованим «на Вкраїні милій».

Держава завжди виявляла піклування про це знакове місце України, про що свідчить значна кількість законодавчих документів. Ще одним імпульсом для розвитку заповідника стали завдання, викладені в Постанові Верховної Ради України від 5 червня 2014 року «Про рекомендації парламентських слухань на тему «Тарас Шевченко як постать світового значення». Цим документом, зокрема передбачено внесення могили Тараса Шевченка і Шевченківського національного заповідника у м. Каневі до Списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО.

Як бачимо, Тарасова Гора з меморіальними комплексами і довкіллям в усіх непростих історичних та суспільних контекстах була, є і завжди буде національною святиною, втіленням єдності української спільноти.

ЛІТЕРАТУРА

1. Єрмоленко С. Я. Неокраєне крило Шевченкового слова // Мова і українознавчий світогляд: Наукове видання: Монографія [Текст] / С. Я. Єрмоленко. – К : НДІУ, 2007. – 444 с.
2. Коник А. «Історична пам'ять» та «політика пам'яті» в епоху медіакультури / А. Коник // Вісник Львівського університету [Збірник наукових праць]. – Вип. 32. – Львів, 2009. – С. 153–163.
3. Тарахан-Берега З. П. Святиня : Науково-документальний літопис Тарасової гори. – К. : Родовід, 1998. – 543 с.
4. Тарахан-Берега З. П. Святиня. Чернеча Гора та стародавній монастир Канівський : Науково-історичний літопис Чернечої гори. – Черкаси : Інтроліга TOP, 2018. – 416 с.

«А Я ТАК МАЛО, НЕБАГАТО БЛАГАВ У БОГА ТІЛЬКО ХАТУ»

Філіпович Т.І., зав. відділу
Шевченківський національний заповідник

Здавна краєзнавство, подорожування, мандрівництво, а згодом екскурсії та туризм, взаємодіяли між собою, були тісно пов'язані спільним прагненням пізнати навколишній світ, свою Вітчизну та рідний край.

Своє життя Тарас Шевченко вважав частинкою життя рідного народу. Він день і ніч марив своєю Батьківщиною.

І, мабуть, не можна назвати іншого в світі поета, який би з такою надзвичайною силою сказав про цю безприкладну любов:

Я так її, я так люблю
Мою Україну убогу,
Що проклену самого бога,
За неї душу погублю. [4, с. 40]

У далекій неволі, коли, здавалось, тільки смерть могла порятувати від важкої муки, одна надія хоч коли-небудь побачити свою безталанну Україну підтримувала в ньому прагнення до життя.

Тарас Григорович прагнув здійснити свою заповітну мрію – поселитися над Дніпром, збудувати хату, одружитися і залишитися жити в Україні. Ця думка жила в нього багато років.

Шевченко у снах бачив «голубії» степи України, «і Дніпро і кручі», «лани широкополі»:

Я тільки хаточку в тім раї
Благав, і досі благаю,
Щоб хоч умерти на Дніпрі,
Хоч на малесенькій горі. [4, с. 213]

Він мріяв хоч під кінець життя повернутися на береги рідного Дніпра:

Дай же, боже, коли-небудь,
Хоч на старість стати
На тих горах окрадених,
У маленькій хаті.
Хоча серце замучене,
Поточене горем,
Принести і положити
На дніпрових горах. [4, с. 43]

Відвідуючи Городищенський цукровий завод, поет, захопившись садом Олексія Хропаля (службовець фірми «Брати Яхненки і Симиренко»),

висловив бажання такий самий садочок розвести в себе, у своїй майбутній садибі:

Неначе над Дніпром широким
В гаю, предвічному гаю,
Поставлю хаточку, садочок,
Кругом хатини посаджу.
Посиджу я і походжу
В своїй маленькій благодаті.
Та в однині – самотині
В садочку буду спочивати... [4, с. 373]

Т. Шевченку пообіцяли в цьому допомогти: на заводі були свої садівники, багаті шкільки фруктових дерев, різних декоративних рослин і кущів, а маючи свій пароплав на Дніпрі, пообіцяли навіть перевезти дерева в Канів.

Варфоломій Шевченко у своїх «Споминах про Т.Г.Шевченка» писав:

«Ось і стали ми з ним декуди їздити й шукати йому задля кишля такого місця, «щоб Дніпро був під самим порогом».

Ця земелька – може, чи й було дві десятини – належала до власності пана Парчевського.» [2, с. 31–32]

В народі ж ця місцевість здавна називалася Мотовиловщиною. Тарасу Шевченку надзвичайно сподобалась ця місцевість. Про це свідчать його листи до Варфоломія: «...мені і вдень і вночі сниться ота благодать над Дніпром, що ми з тобою оглядали...» [5, с. 185]

Канівські поміщики не хотіли мати такого сусіда. Київський генерал-губернатор І.Васильчиков у листі до начальника III відділу писав: «...если бы Шевченко пожелал поселиться в здешнем крае, то я полагаю бы отклонить его намерение. Водворение его здесь я не почитаю удобным...» [3, с. 339]

Біля Успенської церкви с. Прохорівки Т. Шевченка наздогнав становий пристав з десятницькими і соцьким та заарештували його.

Повернувшись до Петербурга, поет не залишає наміру повернутися в Україну і оселитися тут: «Чи так, чи сяк, а де-небудь треба прихилитися. В Петербурзі я не всиджу, він мене задушить.

А тим часом прошу твоєї братньої поради... Слава мені не помага, і мені здається, як не заведу свого кишля, то вона мене і вдруге поведе Макарові телята пасти...

Максимович у Прохорівні уступає мені таке саме добро, як і у Парчевського, тільки що не коло Дніпра, от моє лихо! Видно Дніпро, та здалека, а мені його треба коло порога.» [5, с. 188]

Він надсилає Варфоломію план і проект хати, яку хотів би збудувати:

«...Посилаю тобі нашвидку зроблений план хати. Поміркуй і роби як сам добре знаєш. Мені тільки треба, щоб робоча була дубова та круглий ганок скляний на Дніпро». [5, с. 196]

Планів і проектів хати Шевченко виконав кілька.

Варфоломій Шевченко, дізнавшись, що Парчевський «продать землі тієї не волєн», знаходить інше місце, в Ржищеві. Та не склалося. А в червні 1860р. Варфоломій пише в листі Тарасу про нову ділянку: «...вище по Дніпру, од того місця де ти сам вибрав, коло Пекарів, на правім же березі, між Каневом і Пекарями, на городських землях, на високій горі, єсть лісочок, граничить з Монастирищем; посеред того лісочка – поляна, далеченько од города; внизу кілька рибальських хаток; на тій горі дуже багато дичок-яблунь і груш: садочок завести можна. А любий староденний Дніпро буде здаватися тобі під ногами...» [1, с. 343–344].

І Тарас Шевченко згоджується з цим, бо в одному з наступних листів від 22 січня 1861 р. писав Варфоломію: «... роби швидше з тим сердешним ґрунтом. Та що зробиш, зараз же і напиши мені, щоб я знав, що з собою робити: чи їхать мені весною в Канів, чи ні». А в іншому листі від 29 січня 1861 читаємо: «Кончай швидше в Каневі та напиши мені, як кончиш, щоб я знав, що робити з собою весною.» [5, с. 218].

Варфоломій Шевченко згадував: «... думка про ґрунт і хату не покидала його, і я сподівався що навесні 1861 р. Тарас прибуде на Україну в свою хату... І певно, прибув він, прибув навесні, але... як прибув!.. в домовині!.. а він

...так мало, небагато

Благав у Бога! Тільки хату,

Одну хатиночку в гаю

Та дві тополі біля неї...» [2, с. 33]

22 травня 1861 року було виконано заповітну волю поета – поховано на Чернечій горі біля Канева. Перейменована прочанами на Тарасову гору, ця вершина стала одним із національних центрів єднання українців довкола ідеї творення Української Соборної Держави.

Значення Тарасової гори як національної святині в культурному і суспільно-політичному житті країни особливо зростає у нинішній час утвердження державності української нації. Звідси й зростаючий інтерес численних прочан і туристів з України та десятків країн світу до духовної вершини українського народу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Листування Тараса Шевченка / За редакцією Сергія Єфремова – Черкаси: Брама-Україна, 2013.
2. Спогади про Тараса Шевченка. – К.: Дніпро, 2010.
3. Тарас Шевченко. Документи та матеріали до біографії 1814–1861. – К.: Вища школа, 1982.
4. Шевченко Т. Г. Повне зібрання творів: У 12 т. / Редкол. : М. Г. Жулинський та ін. – К. : Наукова думка, 2003. – Т.2.
5. Шевченко Т. Г. Повне зібрання творів: У 12 т. / Редкол. : М. Г. Жулинський та ін. – К. : Наукова думка, 2003. – Т.6.

ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНИЙ ФОНД КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ ЯК РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Дмитрук В.І., к.філол.н., доцент
кафедри адміністративного забезпечення соціокультурної сфери
ВП «Львівська філія Київського національного університету
культури і мистецтв»

Розвиток туризму в Карпатському регіоні – як один із стратегічних напрямів розвитку території – питання багатостороннє. Розглянемо, у контексті ресурсного потенціалу розвитку туризму, природно-заповідний фонд Карпатського регіону.

Досліджено, що природно-заповідний фонд, як спеціальна територія, створюється з метою збереження і розвитку генофонду біосфери, типової для природної зони, проведення науково-дослідних робіт, збереження культурної спадщини тощо [1, с. 139]. Природні комплекси або інші об'єкти мають певну історичну, екологічну чи естетичну цінність, а також використовуються учасниками ринку туристичних послуг. При використанні природно-заповідного фонду, з метою розвитку туризму, така діяльність учасників ринку регулюється низкою норм та документів. На території природно-заповідного фонду повинні бути спеціально визначені функціональні зони, здійснено маркування туристичних трас, розташована поряд транспортна мережа та інші господарські території. Природно-заповідні фонди мають режим особливої охорони території, облік її природних та історико-культурних особливостей.

До природно-заповідних фонду можуть відноситися: урочища, ландшафти, ліси, ґрунти, водні ресурси тощо. До складу Карпатського туристичного регіону належать такі області заходу України: Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська і Чернівецька [2, с. 184].

Природно-заповідний фонд Карпатського регіону, як ресурсний потенціал розвитку туризму, включає різні об'єкти державного та місцевого значення, парки, заповідники тощо:

- НПП «Сколівські Бескиди»,
- Надсянський регіональний ландшафтний парк,
- Карпатський НПП,
- НПП «Гуцульщина»,
- державний заповідник «Горгани»,
- Карпатський біосферний заповідник,
- Чорногірський масив (гора Говерла),
- Марамороський заповідний масив,
- Свидовецький заповідний масив,
- Кузійський заповідний масив,
- Угольсько-Широколужанський заповідний масив,

- заповідний масив «Долина нарцисів»,
- біосферний заповідник «Вулканічні Карпати» і «Східні Карпати»,
- Ужанський НПП,
- НПП «Синевир»,
- НПП «Вижницький» [2, с. 196].

Таке розмаїття природних туристично-краєзнавчих ресурсів у Карпатському регіоні є вагомим потенціалом розвитку туризму на його території, соціально-економічної та культурної взаємодії. Перспективні напрямки розвитку туризму у Карпатському регіоні, що здатні презентувати туристичний потенціал України загалом, полягають у наступному:

- розвиток лікувального туризму,
- розвиток аграрного та етнотуризму,
- розвиток сільського екологічного туризму,
- розвиток гастрономічного туризму,
- розвиток гірськолижного туризму тощо.

Відповідно до «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», Міністерство економічного розвитку і торгівлі України затвердило «План заходів з реалізації стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року у 2018 році» [3]. Даний документ містить низку розділів, перелік практичних заходів для виконання та очікувані результати.

У контексті використання природно-заповідного фонду Карпатського регіону та комплексного розвитку територій пропонується наступне:

- оптимізувати міжнародну взаємодію із іншими учасниками ринку туристичних послуг та транскордонне співробітництво,
- покращити туристичний імідж Карпатського регіону та України загалом,
- розробити нові туристичні маршрути на територіях природно – заповідного фонду, здійснивши попередню оцінку таких можливостей без шкоди для даних територій,
- покращити міжнародне транспортне сполучення, з метою забезпечити вищий рівень мобільності туристичних груп тощо.

У підсумку слід зазначити, що природно-заповідний фонд Карпатського регіону є вагомим ресурсом розвитку туризму, покращення туристичного іміджу України та сприятиме сталому розвитку його територій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Смолій В. А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. – К. : Видавничий дім «Слово», 2006. – 372 с.
2. Петранівський В. Л., Рутинський М. Й. Туристичне краєзнавство : навч. посіб. / За ред. проф. Ф. Д. Заставного. – К. : Знання, 2006. – 575 с.
3. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/> (дата звернення 31.12.2018 р.)

ТРАДИЦІЙНИЙ НАРОДНИЙ ОДЯГ ЯК ДЖЕРЕЛО ВИВЧЕННЯ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ КАНІВЩИНИ

Миколенко Л.В., старший науковий співробітник

Чулкова Т.М., старший науковий співробітник

Ярмош Т.В., старший науковий співробітник

Шевченківський національний заповідник

Одяг, як один з атрибутів традиційної культури, давно вже став об'єктом наукових досліджень. Проте, існують певні аспекти, що потребують ретельнішого дослідження. Це стосується, зокрема питань про походження окремих елементів одягу, їхніх етнічних особливостей та символіки, характерних для того чи іншого регіону. Безцінну джерелознавчу основу дослідження традиційного одягу сьогодні становлять колекції народного вбрання музеїв України та приватних зібрань.

Шевченківський національний заповідник, у складі якого з 2008 року, окрім музею Тараса Шевченка, перебувають ще три музейні підрозділи, налічує у своїх фондах понад 80 тис. одиниць зберігання. Серед них особливе зацікавлення викликає зібрання традиційного народного одягу. Найбільш широко колекція народного вбрання представлена у фондах музею «Народне декоративне мистецтво Канівщини» – вона нараховує близько 1000 одиниць зберігання. Фонд «Одяг» розділено на окремі групи, серед яких – «Сорочки» (чоловічі та жіночі), «Верхній плечовий одяг» (гуні, сердаки, кожухи, сіряки, свити, керсетки, кохти, юпки, кептарі, жилетки), «Жіноче поясне вбрання» (спідниці, плахти, фартухи, запаски), «Чоловіче поясне вбрання» (полотняні та сукняні штани), «Головні убори» (хустки, очіпки, стрічки, коронки, вінки, шапки). Окремим згруповані «Сучасний одяг» та «Прикраси». В експозиційних залах музею представлено 11 реконструкцій локальних етнографічних одягових комплексів традиційного народного жіночого вбрання. Цікавим є те, що експоновані зразки, зібрані в селах Канівщини, мають характерні ознаки, притаманні Полтавському, Київському, Черкаському регіонам. Зважаючи на особливе розташування, – по обидва боки Дніпра, на цій території органічно поєдналися і вишукана, переважно червоно-чорна «геометрія» Південної Київщини, і ніжна пастель «морозних візерунків» Полтавщини. У 2018 році вдалими доповненнями до експозиції музею стали великоформатні світлини фотопроєкту «Благословенні Богом українки» талановитих мисткинь з Черкас Ганни Криворотової та Катерини Друзь, на яких сучасні черкашанки та канівчанки постають у філігранно відтворених строях минулих століть. (У ході підготовки цього проекту було використано матеріали колекцій Черкаського краєзнавчого музею і Шевченківського національного заповідника).

Народний одяг органічно представлено в експозиційних залах музею Тараса Шевченка та в першому народному музеї Кобзаря – «Тарасовій світлиці». Тут він задіяний як один із художньо-презентаційних засобів «ознакування

українського типу, розкриття психології Шевченкових героїв, їх соціального становища; як смисловий акцент художньої інтерпретації не лише окремих образів, а цілої епохи» [2]. До того ж, концепт «одяг» поет вживав часто, усвідомлено й органічно: його творчість густо насичена описами побуту та одягу українців у різних варіаціях та ракурсах. Але, оскільки частина одягу давно вийшла з ужитку й «ідентифікатори на його позначення сприймаються як архаїзми» [2], у сучасного читача (відвідувача музеїв) досить часто виникають певні труднощі зі сприйняттям концепту «одяг» як у творчості Тараса Шевченка зокрема, так і класиків української літератури в цілому.

У зазначеному контексті вкрай важливою є просвітницька робота музеїв з використанням різних форм популяризації традиційного народного вбрання. Науковці Шевченківського національного заповідника, відповідно до тематики навчально-освітніх пізнавальних програм краєзнавства, етнографії і мистецтва на базі музейної експозиції та фондів зібрань проводять тематичні екскурсії, уроки, лекції, майстер-класи; організують заходи, спрямовані на відтворення звичаїв та обрядів річного календарного циклу (Різдва, Стрітіння, Великодня, Івана Купала, Покрови, тощо). Творчі проекти, які передбачають реконструкції та покази народних строїв, набувають «живого» звучання, колорит традиційного вбрання переносить учасників у часи старовини, змушують мимоволі запам'ятовувати давню одягову «азбуку», аби згодом з її допомогою навчитися зчитувати автентичну інформацію, яку несе в собі народне вбрання (прив'язка до території, вікова та гендерна градація тощо); дозволяє здобути нові знання про окремі елементи, зрозуміти їх класифікацію у загальній системі складових народного костюму. Серед подібних інтерактивів варто виокремити театралізовані дійства «Коляда мандрує світом», «Таємниці бабусиної скрині», «Недалечко червоне яєчко...», «Кожна одежина іменем красна», «Хустиночко, моя доле» тощо.

Однією з форм музейної діяльності є різнопланова виставкова робота, яка спрямовується на популяризацію фондів зібрань музею. Виставки із використанням традиційного народного вбрання формуються за історико-етнографічним принципом. Актуальними є і масштабні виставки з демонстрацією одягових комплексів певної етнічної спільноти чи регіону, і презентації окремих елементів, які стають яскравим доповненням до певних тематичних заходів. Наприклад, два нових виставкових проекти, які наразі представлено у музеї Шевченка («Музей починається з колекції» (з нових надходжень до фондової збірки Шевченківського національного заповідника) та «Навіки разом» (до 100-річчя Акту Злуки Української Народної Республіки й Західноукраїнської Народної Республіки), де серед інших артефактів представлено і декілька унікальних одягових комплекси Середнього Подніпров'я (Канівський район) та Закарпаття (Верховинський район).

Варто відзначити ще одне важливе завдання сучасних музейних інституцій – оцифрування колекцій для створення єдиної електронної інформаційної бази. Це дасть змогу «популяризувати ... цінні для українського суспільства речі, що зберігаються в музейних запасниках, відкриваючи доступ дослідникам, історикам, науковцям» [3]. Надзвичайно вагомим цей аспект є

для дослідження елементів одягу, які вимагають особливо дбайливого ставлення з огляду на їх «поважний» вік і фізичний стан. Оцифрування дозволить систематизувати і досконаліше вивчити елементи народного одягу, які зберігаються у фондах музеїв Заповідника, використовувати отримані дані в реалізації інших науково-дослідних, видавничих, рекламних проектах, спрямованих на пробудження інтересу суспільства до українських національно-культурних традицій.

Важливо, щоб відродження народного костюму і включення його елементів у сучасний одяг було не лише модною тимчасовою забаганкою, а стало осмисленим засобом вираження патріотичних почуттів, одним із важелів розвитку національної самосвідомості, найбільш яскравим, візуальним проявом ідентичності окремих регіонів, що символізує Україну загалом. Традиційний народний одяг Канівщини як самостійне історико-етнографічне явище та одна зі складових загальноукраїнської традиційно-побутової культури заслуговує на подальшу увагу дослідників і вартий того, аби про нього дізналися в Україні і в світі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Николаева Т. О. История украинского костюма [Текст] / Т. О. Николаева. – К. : Либідь, 1996. – 176 с. : іл.
2. Павлик Наталія. Концепт «одяг» у творчості Т. Г. Шевченка: комунікація символу й предмета // Переяславіка: Наукові записки Національного історико-етнографічного заповідника «Переяслав»: Збірник наукових статей. – Випуск 8(10). Переяслав-Хмельницький, 2015. – С.143–156.
3. Вакула Ірина. Оцифрування філокартичної Шевченкіани: з досвіду роботи Шевченківського національного заповідника. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Історико-культурна спадщина : збереження, доступ, використання». Київ, 2015. – С. 265–267

УДК 908:338.483.11](477.46)

НАЦІОНАЛЬНИЙ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК «ЧИГИРИН» ЯК ОБ'ЄКТ КРАЄЗНАВЧО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*Стадник І.Ю., к.і.н, доцент,
завідувач кафедри історії та права
Черкаський державний технологічний університет*

Однією з конкурентних переваг Черкащини на туристичному ринку України є наявність на її території значної кількості як пам'яток природи, так і пам'яток культурної спадщини. На особливу увагу на мапі Черкащини заслуговує Чигиринщина, яка акумулювала в собі цілу низку пам'яток історії та культури, пов'язаних зокрема з козацькою добою в історії України та

заповідні природні принади, зокрема Холодний Яр. Необхідність збереження місцевої самобутньої культури, відтворення національно-культурної спадщини та пам'яток природи Чигиринщини зумовило створення 7 березня 1989 р. заповідника згідно з постановою Ради Міністрів УРСР №77 «Про оголошення комплексу пам'яток історії, культури та природи м. Чигирин, с. Суботова і урочища Холодний Яр у Черкаській області Державним історико-культурним заповідником». 23 вересня 1995 р. Указом Президента України Чигиринському державному історико-культурному заповіднику було надано статус національного.

З часу створення заповідника активно проводилися робота по вивченню історії та культури краю, активізувалися археологічні дослідження на території Чигиринського краю, був виконаний великий обсяг робіт з відтворення культурної спадщини, зокрема збудовано каплицю Св. Покрови та відкрито музей Богдана Хмельницького, завершено створення його постійної експозиції, на Замковій горі відновлений бастион Петра Дорошенка, збудована церква Св. Апостолів Петра і Павла, завершено створення постійної експозиції музею археології Середнього Подніпров'я, проведені роботи із створення першої черги історико-архітектурного комплексу «Резиденція Богдана Хмельницького», в с.Суботів було зроблено капітальний ремонт церкви Св. Іллі та споруджено павільйон над залишками кам'яниці на Замчищі Хмельницьких, було залучено вітчизняних та іноземних фахівців та установи до проблеми охорони та збереження тисячолітнього дуба Максима Залізняка тощо.

Нині на території НІКЗ «Чигирин» знаходиться тридцять пам'яток історії, архітектури, археології, ландшафту та монументального мистецтва, з яких п'ять – національного значення та п'ять музеїв.

7 березня 2019 року Національному історико-культурному заповіднику «Чигирин» виповнилося тридцять років і співробітниками музею було підраховано, що за період з 1989 по 2019 рік музеї та об'єкти заповідника відвідали 1 566 330 осіб, для яких було проведено 49 234 екскурсії, науковцями заповідника за цей час було підготовлено 611 виставок в музеях та за межами закладу, а станом на 01.01.2019 р. у фондах заповідника налічувалося 41164 предмети, 29519 з яких належать до основного та 11645 - до науково-допоміжного фондів.

Новий час диктує нові вимоги і одним із важливих напрямів діяльності будь якої історико-культурної установи, серед завдань якої є приваблення туристів, має бути представлення свого туристичного продукту в світовій мережі. Національний історико-культурний заповідник «Чигирин» також має свій офіційний сайт, основна мета якого задекларована наступним чином: «відтепер ви матимете змогу віртуально ознайомитися з нашим славним містом, першою столицею Української козацької держави – стародавнім Чигирином, родовим маєтком гетьмана Богдана Хмельницького – Суботівим, гайдамацькою Медведівкою, таємничим Холодним Яром і, неодмінно, побажаєте їх відвідати».

Сайт містить багато інформації, яка буде корисна туристам, зокрема один із розділів сайту має назву «Туристична інфраструктура» та містить

докладну карту Чигиринщини із позначками цікавих пам'яток історії та культури, інших туристичних об'єктів, туристичних маршрутів, а також готелів, автовокзалу, ресторанів, кафе, аптек, поліклінік, туалетів, автомобільних стоянок тощо. Даний розділ сайту також містить докладний опис та контактні дані готелів, кав'ярень, шинків м. Чигирин, с. Медведівка та с.Суботів, комплексу здоров'я та відпочинку м. Чигирин, координати автостанції, вартість послуг, які може надати туристам НІКЗ «Чигирин» тощо.

Ще одним вагомим напрямом діяльності працівників заповідника є культурно-освітній напрям, що становить для туристичної галузі особливий інтерес, оскільки дає можливість туристам ознайомитися з природними, історичними, культурними та іншими особливостями Чигиринського краю, тими «родзинками», які власне і приваблюють гостей. В НІКЗ «Чигирин» запроваджуються також і нові прийоми залучення більшої кількості відвідувачів, розширення їх вікової та соціальної аудиторії, активізації їх уваги і зацікавлення екскурсантів в сприйнятті інформації і огляді експозиції. Зокрема для учнів шкіл співробітниками заповідника були розроблені цикли занять, проводяться музейні дні, пересувні виставки, майстер-класи. Спільно з навчальними закладами було реалізовано проекти «Освітньо-творчий діалог «Чигиринський край очима дітей», «Майстерня Святого Миколая», у 2017 р. завдяки ініціативній групі «Школа+музей» було реалізовано проект «Дитячий музейний простір» в музеї Б.Хмельницького, де представлені різноманітні музейні ігри та активності, розроблені науковцями заповідника тощо.

У 2011 р. пам'ятка «Чигиринська фортеця – Резиденція Богдана Хмельницького» ввійшла до десятки фіналістів та отримала спеціальну відзнаку, як визначна пам'ятка української історії в рамках Всеукраїнської акції «7 чудес України: замки, фортеці, палаци». В 2012 р. НІКЗ «Чигирин», вперше взявши участь у Всеукраїнському конкурсі якості продукції (товарів, робіт, послуг) «100 кращих товарів України», став його лауреатом у номінації «Екскурсійні послуги», а наступного року заклад був відзначений на обласному рівні. Пам'ятка ландшафту «Дуб Максима Залізняка» є переможцем Всеукраїнського конкурсу «Національне дерево України» в номінації «Меморіальне дерево».

Отже, створення Національного історико-культурного заповідника «Чигирин» дозволило акумулювати ресурси, та не лише активізувати роботу по збереженню і відтворенню національно-культурної спадщини та пам'яток природи, а по привабленню туристів, популяризації регіону як в Україні, так і далеко за її межами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Трощинська О. Національний історико-культурний заповідник «Чигирин»: 1989-2019 // Національний історико-культурний заповідник «Чигирин». – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://chigirinzapovidnyk.org.ua/>
2. Трощинська О., Діденко Я. НІКЗ «Чигирин» : підсумки 2018 року // Національний історико-культурний заповідник «Чигирин». – Електронний ресурс. – Режим доступу: http://chigirinzapovidnyk.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=487:-qq-2018-&catid=35:2012-01-25-20-44-30&Itemid=57

3. Вортман Д. Я. Національний історико-культурний заповідник «Чигирин» // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. – К. : Наукова думка, 2013. – Т. 10 : Т – Я. – С. 544.

4. Лазуренко В. М. Земля, осяяна Богданом. Чигиринщина. Золота підкова Черкащини. – Черкаси : ПП Гордієнко Є.І., 2008. – 396 с.

5. Лазуренко В. М. Чигиринщина : історія та сьогодення (короткий екскурс) // Чигиринщина в історії України. Збірник 1. Суботів: минуле і сучасність. Матеріали Першої історико-краєзнавчої учнівської конференції / За ред. доц. В. М. Лазуренка. – Черкаси, 2006. – С. 11–15

УДК 338.483(477.46)

КОРСУНЬ-ШЕВЧЕНКІВСЬКИЙ – ТУРИСТИЧНЕ МІСТО

Семененко М.Г., к.і.н.

Черкаський державний технологічний університет

На кам'янистих берегах річки Рось розкинулося невелике містечко Корсунь-Шевченківський. У Корсуні відчувається своя самобутня атмосфера і колорит. Унікальний палацово-парковий ансамбль Лопухіних-Демидових кінця XVIII століття – справжня окраса цього древнього міста.

Корсунь-Шевченківський був заснований в далекому 1032 році князем Ярославом Мудрим для захисту південного кордону Київської Русі від набігів кочевників. Згідно з однією версією назва міста Корсунь (так називалося місто до 1944 р.) походить від імені язичницького бога сонця Корса (Хорса) за іншою назву поселенню дали священики Десятинної церкви на честь свого рідного кримського Херсонеса.

Зараз Корсунь-Шевченківський – тихе провінційне містечко. Дивно, але раніше це було велике поселення, що мало важливе значення в історії України. Корсунь був столицею удільного князівства волинського князя Романа Мстиславовича, одним з центральних міст українського козацтва та гайдамацького повстання. У XVI столітті Корсунь був набагато більшим, ніж такі великі сучасні міста, як Біла Церква та Черкаси.

Місто пережило великі битви. Корсунська битва 1648 р., в якій війська Богдана Хмельницького в союзі з татарами здобули першу серйозну перемогу над польським військом. Героїчна переможна Корсунь-Шевченківська битва 1944 р. отримала назву «другий Сталінград». За неї місто отримало нагороду Орден Вітчизняної війни I ступеня.

Були в історії Корсуня і часи повного руйнування і занепаду. 1240 р. – місто знищили татаро-монголи, 1675 р. – поселення повністю спалено гетьманом Самойловичем, а жителі виселені за Дніпро. Але місто знову відбудовувалось, оживало, відновлювалось.

В кінці XVIII століття новий власник Корсуня Станіслав Понятовський, племінник польського короля Станіслава-Августа, відіграв велику роль

у відновленні міста. Він підняв економіку краю та в 1782 р. почав будівництво своєї літньої резиденції і шикарного парку на берегах Росі. На початку ХІХ століття маєток перейшов у володіння сім'ї Лопухіних-Демидових. Зараз це Національний історико-культурний заповідник, який відноситься до 7-ми чудес Черкащини.

В історико-культурному заповіднику знаходиться великий Ландшафтний парк, вхід в нього безкоштовний; музей історії Корсунь-Шевченківської битви на першому поверсі палацу і художня галерея у флігелі.

У ХІХ столітті це була велична і розкішна резиденція, одне з найбагатших маєтків в Європі. Внизу біля сходів, що ведуть до палацу, на маленькій площі стоять літаки, військові машини, танки, гармати.

На першому поверсі палацу музей історії Корсунь-Шевченківської битви. Корсунь-Шевченківська операція відбулася в січні-лютому 1944 р. Вона мала велике значення в ході Великої Вітчизняної Війни. Під час операції, військами 1-го і 2-го Українських фронтів було взято в кільце велике угруповання німецько-фашистських військ:

Експозиція музею представлена різними видами зброї, обмундируванням радянських і німецьких військ, особистими речами та медалями солдатів, офіцерів, генералів. Дивлячись на це, розумієш, якою ціною дісталася перемога, який героїзм був у людей, яких нелюдських зусиль це коштувало.

Посередині – найбільший зал. У ньому князівська родина Лопухіних приймала гостей і давала бали. Тільки рояль в кутку залу, поруч вишукане крісло з накинутою шаллю, нагадує про колишню красу і розкоші маєтку князів.

Поруч з палацовим комплексом на островах в дельті річки розкинувся парк. Цей твір ландшафтного мистецтва: несподівано великий, доглянутий, гарний. Його заклав польський князь Станіслав Понятовський. Жан Анрі Мюні, відомий архітектор ХVІІІ століття, на кам'янистих островах і берегах річки Рось створив парк в англійських традиціях. Сюди привезли безліч екзотичних рослин. Пізніше нові господарі додали в дизайн нотки російського романтизму. Площа парку приблизно 97 га.

Затишні тіністі алеї дарують влітку прохолоду, восени – чарівну золоту красу, навесні – пахощі бузку. Скульптури, фонтани, витончені містки, реліктові дерева, загадкові гроти, джерело Русалки, острови, каньйони, гори, галявини, гаї, шумки на річці – залучають до парку туристів і місцевих жителів.

Погулявши по парку, вирушаємо в дорогу назад. З моста окружної дороги бачимо посеред кам'яного острова «Зелений» на річці Рось велику фігуру. Це пам'ятник Росич, який створили в 1982 році.

На Зеленому острові ще в 1982 році був споруджений пам'ятник Росичу богатирю в кольчuzі, шоломі і з списом в руці. Офіційно монумент називається «Містам-форпостам Київської Русі». За легендою, цей могутній богатир жив за часів Київської Русі в Корсуні і обороняв місто від набігів кочівників. Пам'ятник-символ походження Київської Русі і русичів від назви річки Рось. «Звідки Русь почалася» – так кажуть про Рось.

Містечко Корсунь-Шевченківський асоціюється з цим легендарним богатирем Росичем. Колись потужний, сильний, непереможний герой, зараз постарілий богатир з доброї душою.

ЛІТЕРАТУРА

1. Давиденко Г. Жива окраса Корсуня / Г. Давиденко // Корсунський часопис. – 1998. – № 7–8. – С. 34–37
2. Корсунь староденний / П. Я. Степенькіна, С. П. Дремлюк, 2008. – 11 лип. – С. 2. А. Г. Ніколенко [та ін.] ; [Корсунь-Шевченків. держ. іст.-культ. заповідник]. – Черкаси : Чабаненко Ю. А., 2011. – 447 с.
3. Степенькіна П. Стародавній Корсунь : [історія міста, 1032–1778 рр.] / Парасковія Степенькіна // Па м'ять століть. – 2009. – № 1/2. – С. 47–54.
4. Степенькін С. Хрестоматія з історії Корсунщини XI– початку XIX ст. / упоряд. – Черкаси : Видавець Чабаненко Ю.А., 2015. – 432 с.

УДК 908:338.483.12:069](477.46)

МУЗЕЇ ЧЕРКАЩИНИ ЯК ОБ'ЄКТИ ТА СУБ'ЄКТИ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ

**Лисенко А.І., к.і.н., доцент кафедри історії та права
Черкаський державний технологічний університет**

Сучасна туристична індустрія постійно розвивається. Одним з її напрямків є саме культурний туризм як різновид культурного відпочинку, складовою якого є залучення туристів до культурної спадщини як певного регіону, так і країни загалом. Сучасний музей виступає як об'єктом, так і суб'єктом культурного туризму. Якщо музей є об'єктом культурного туризму, то його діяльність може бути різнобічною: він може бути окремою, самостійною метою туристичної подорожі, також музей може бути складовою туристичного маршруту.

Що стосується тези відносно того, що музей може виступити в якості суб'єкту культурного туризму, то в такому випадку музей сам ініціює розробку і реалізацію туристичних програм, в яких музейний продукт виступає основним чинником, що, відповідно, дає можливість розширювати комунікаційні можливості музею. Результатом діяльності музею як суб'єкта туристичної індустрії є розширення діапазону культурного впливу музеїв на соціум, збільшення кількості відвідувачів, розширення сфери діяльності музею відносно його аттрактивності, креативності тощо. Посилюється і реалізація соціальної місії музеїв: подолати культурну роз'єднаність і зблизити людей і соціальні групи. В реалізації такого напрямку діяльності активно впроваджується практична робота щодо вирішення питання про роль музею як агента соціальної інклюзії. Загалом музейний туристичний продукт характе-

ризується стабільністю, і не залежить від коливань у туристичних потоках, як інші види туризму (наприклад, оздоровчий туризм).

Черкащина є важливим для туристичної індустрії регіоном, так як вона має багату, унікальну, різноманітну та надзвичайно цікаву музейну спадщину. А сучасні тенденції розвитку туризму націлені на активне використання краєзнавчих музеїв, заповідників як об'єктів туристсько-рекреаційної діяльності.

Культурну спадщину Черкащини можна умовно виокремити в декілька основних блоків. До першого ми відносимо музеї, які знаходяться на території Черкащини, але мають загальнодержавне значення, так як пов'язані з іменами відомих в українській історії особистостей. Мова йде, по перше, про всі історико-культурні осередки, пов'язані з іменем Т.Г. Шевченка (садиба-музей Тараса Шевченка в с. Моринці Звенигородського району, музей «Кобзаря» в м. Черкаси, Шевченківський національний заповідник в м. Канів, Державний музей Тараса Шевченка в м. Канів, Будинок дяка в с. Шевченкове Звенигородського району, музей Тараса Шевченка в с. Мошни Черкаського району, літературно-меморіальний музей Тараса Шевченка в с. Шевченкове Звенигородського району, національний заповідник «Батьківщина Тараса Шевченка» в с. Шевченкове Звенигородського району).

По-друге, це історико-культурна спадщина, пов'язана з національно-визвольними змаганнями українців за незалежність, зокрема, з життям та державотворчою діяльністю Богдана Хмельницького (Національний історико-культурний заповідник «Чигирин», Музей Богдана Хмельницького в м. Чигирин, Історичний музей в с. Суботів Чигиринського району).

До другого блоку ми відносимо всі музеї Черкащини, які мають краєзнавчу цінність, але будуть цікаві для туристів як з інших регіонів нашої країни, так і для іноземних туристів. Насамперед, це демонстрація археологічної спадщини нашого краю (державний історико-культурний заповідник «Трипільська культура», розташований в Тальнівському, Уманському та Звенигородському районах Черкаської області – найбільший у Східній Європі заповідник, присвячений одній археологічній культурі, музей трипільської культури в с. Легезино Тальнівського району, археологічний музей в м. Чигирин).

Цікавими є музеї, пов'язані з військовою тематикою (музей історії Корсунь-Шевченківської битви в м. Корсунь-Шевченківський, військово-патріотичний музей в с. Шампань Звенигородського району).

Черкащина багата і на культурну спадщину, пов'язану з важливими подіями, пам'ятками, персоналіями: музей Василя Симоненка в м. Черкаси, садиба-музей В'ячеслава Чорновола в с. Вільховець Звенигородського району, літературно-меморіальний музей Івана Ле в м. Городище, літературно-меморіальний музей І. Нечуя-Левицького в с. Стеблів Корсунь-Шевченківського району, музей С. Гулака-Артемовського в м. Городище, Зелений будиночок (музей О. Пушкіна і П. Чайковського) в м. Кам'янка тощо.

Для бажаючих долучитись до історії цікавими є місця, пов'язані з іменами родини Шувалових (м. Тальне), родини Симиренків (с. Мліїв Городищенського району), родини Давидових та діяльності Південного товариства декабристів (м. Кам'янка), І. Піддубного (с. Красенівка Чернобаївського району) та ін.

Важливу нішу в зацікавленні Черкащиною складають такі музеї краю, які знайомлять туристів з регіональними особливостями області. Для знайомства з етнографічними особливостями Черкащини варто відвідати Черкаський обласний краєзнавчий музей, музей народного декоративного мистецтва в м. Канів, музей культури та побуту в м. Умань, музей млинарства в с. Стецівка Чигиринського району, етнографічно-туристичний комплекс «Козацький хутір» в с. Стецівка Чигиринського району, просвітницько-розважальний комплекс «Зерноленд», гордістю якого є етнографічний музей (с. Івківці Чигиринського району), приватний історико-етнографічний музей «Козацькі землі України» в с. Вереміївка Чорнобаївського району тощо.

Таким чином, діяльність музеїв як складової культурного туризму вражає своїм багатопрофільним спрямуванням. А сучасні музеї дотримуються гасла «бачити і відчувати», чому сприяє їх активна маркетингова діяльність і, як наслідок, популяризація та зростання ролі музейного продукту в туристичній індустрії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Водяник Л.Ю. Краєзнавчі музеї України та їх залучення до туристичної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///H:/Downloads/gt_2012_20_24.pdf
2. Зараховський О.Є. Культурна спадщина Черкащини як туристичний ресурс: наукометричний аналіз публікацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///H:/Downloads/131-454-1-PB.pdf>
3. Котлер Н. Музейний маркетинг і стратегія: формування місії, залучення публіки, збільшення доходів і ресурсів / Н. Котлер, Ф. Котлер, В. Котлер / Пер. з англ. Т. Олійник, Т. Пирогова, С. Рябчук, Р. Свято. – К. : ВД «Стилос», 2010. – 528 с.
4. Маньковська Р. В. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку / Р. В. Маньковська // Краєзнавство. – №3 – 2013. – С.75-84.

УДК 908:338.483.12:069](477)

СКАНСЕНИ УКРАЇНИ ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС

**Ілляшенко Ю.Ю., к.і.н., доцент,
доцент кафедри історії та права
Черкаський державний технологічний університет**

Музейний туризм є потужною складовою туристичної індустрії в Україні. Особливу роль у цьому виді туризму відіграють скансени – музеї просто неба, так звані «музеї живої історії».

В Україні, як, власне, й у всьому світі, скансени користуються неабиякою популярністю, адже їхні унікальні колекції – це невичерпне джерело інформації про етнічні, етнографічні, культурні, ментальні особливості нашого народу. Вони є тим своєрідним «містком» між минулими і сьогоденням,

що дає можливість сягнути глибинних пластів української історії й усвідомити важливість збереження духовного зв'язку між поколіннями.

Історія створення скансенів в Україні розпочалася в 1964 р. – з часу заснування поблизу міста Переяслав-Хмельницький Музею народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини, що є втіленням концепції еволюції народного житла від найдавніших часів до ХХ століття.

Варто акцентувати увагу на тому факті, що експонати цього музею є автентичними, адже на час будівництва музею в Україні залишилася ще безліч пам'яток традиційного українського побуту, самотутніх у своїй основі.

Ідея створення скансенів набула поширення в Україні: в 1965 р. в Ужгороді було засновано Закарпатський музей народної архітектури та побуту, в 1966 р. – музей просто неба у Львові (нині – це Музей народної архітектури і побуту імені Климента Шептицького (Шевченківський гай), у 1969 р. – в південній частині Києва, що має історичну назву «Пирогів» (Національний музей народної архітектури та побуту України), в 1977 р. – у Чернівцях (Чернівецький обласний державний музей народної архітектури та побуту).

На сьогоднішній день в Україні функціонують чотирнадцять великих скансенів, з яких один має статус національного (вже згадуваний Національний музей народної архітектури та побуту України), два – регіональних (Музей народної архітектури і побуту імені Климента Шептицького (Шевченківський гай) у Львові та Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини у Переяславі-Хмельницькому), решта – обласних, Закарпатський музей народної архітектури та побуту (м. Ужгород), Музей народної архітектури та побуту Прикарпаття (с. Кринос, Івано-Франківська обл.), Чернівецький обласний державний музей народної архітектури та побуту, Музей історії сільського господарства Волині (с. Рокині поблизу Луцька), Музей народної архітектури, побуту та дитячої творчості в селі Прелесне (Донецька обл.), Етнографічно-туристський комплекс «Козацький хутір» (с. Стецівка, Черкаська обл.), Музей архітектури і побуту «Старе село» (с. Колочава, Закарпатська обл.), Етнографічний музей «Українська Слобода» (с. Писарівка, Харківська обл.), Музей народної архітектури і побуту Державного історико-культурного заповідника «Посулля» (с. Пустовійтівка, Сумська обл.), Сарненський історико-етнографічний музей (філія Рівненського краєзнавчого музею, Рівненська обл.), Музей гуцульської культури просто неба НПП «Гуцульщина» (поблизу м. Косів, Івано-Франківська обл.).

ЛІТЕРАТУРА

1. Музей просто неба [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Музей_просто_неба

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ

УДК 556.16

ОЦІНКА ЯКОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВОДНИХ РЕСУРСІВ В УМОВАХ ЗАБРУДНЕННЯ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Унрод В.І.^{1,2}, *д.т.н., академик УТА*

В. Kaczmarek³, *PhD*

Хилик Я.О.¹, *студент*

¹*Черкаський державний технологічний університет*

²*Черкаське регіональне відділення Української технологічної академії*

³*Nicolaus Copernicus University, Toruń, Poland*

Водні ресурси поруч з атмосферними та космічними ресурсами належать до невичерпних природних ресурсів. Вони умовно невичерпні як фізичне тіло. Проте такі ресурси, як вода та повітря, суттєво піддаються значним змінам в процесі техногенезу, а при значному забрудненні можлива зміна їх якості. Національна стратегія регіонального розвитку України [1] декларує принципи розвитку регіонів в контексті соціально-економічних умов, проте в окремих розділах поверхнево розглядає екологічні проблеми. Зокрема, до переліку цільових показників включено лише загальний об'єм накопичених відходів. Наприклад, згідно даних аналізу екологічного стану України за 2016 р. [2] відмічається, що вказаний документ розробляли з врахуванням положень реформи децентралізації, що передбачає інтеграцію різних програм на національному, регіональному та місцевому рівнях, а також розподіл відповідальності між органами влади. В кінцевому результаті виявилось так, що із списку пріоритетів взагалі випали екологічні аспекти. При цьому було ліквідовано регіональні департаменти Міністерства екології та природних ресурсів, а їхні функції передано органам територіального управління. Було припинено з 2012 року видання Національної доповіді про якість питної води та стан питного водопостачання. Практично не функціонує система контролю якості децентралізованих водних джерел. Слід відмітити, що сталий розвиток аграрних територій неможливий без забезпечення використання та контролю якісними джерелами водопостачання для задоволення питних, побутово-господарчих і виробничих потреб. Декларовані інновації з вирощування екологічно чистої продукції АПК в Україні практично ігнорують питання якості і кількості водних ресурсів.

Про актуальність дослідження та стан водних джерел свідчить той факт, що в наукометричній базі Web of Sciences за 2013-17 рр. запит «Sustainable development water quality assessment agricultural territories» (сталий розвиток, оцінка якості води, аграрні території) дає посилання на значну

кількість цитувань цього документу. В Черкаському агропромисловому регіоні спостерігаються значні труднощі із забезпеченням природними ресурсами, зокрема прісною водою, внаслідок якісного та кількісного виснаження природних водоймищ, що пов'язано з забрудненням та нераціональним використанням води. Забруднення води здебільшого відбувається внаслідок скиду до неї промислових, побутових та сільськогосподарських відходів. В деяких водоймищах забруднення води настільки велике, що відбулася повна їх деградація як джерел водопостачання. Через порушення екологічної рівноваги спостерігається загроза значного погіршення становища водоймищ. Тому перед науковцями стоїть важлива задача – охорона гідросфери та збереження рівноваги в цілому в біосфері.

Концепцію узагальненої оцінки якості води у вигляді так званого індексу якості води (WQI) в 1965 р. запропонував Р. Хортон [3]. Протягом останніх років її суттєво розширено та вдосконалено [4–7]. Модифікації WQI прийнято як регіональні та державні нормативи в США, Канаді, Індії, Британії, Польщі та інших країнах. Найбільш повно стан питання вивчено в монографії [8], включаючи класифікацію, аналіз методологічних протиріч, методів програмного забезпечення та використання WQI для моніторингу і моделювання стану водних ресурсів з метою забезпечення сталого розвитку.

Оцінка сталого розвитку сільських районів проводиться на основі розрахунку комплексного інтегрального показника, який включає три складові: економічну, соціальну та екологічну. І якщо загально визнані методи кількісного оцінювання двох перших компонент тріади в цілому розроблено, то екологічна, зокрема, щодо стану водних ресурсів, не має таких критеріїв. Запропонована методологія побудована на тому, що якість води можна виразити у вигляді комплексного показника – узагальненої функції бажаності Харрінгтона, який, на відміну концепції WQI, базується не на експертних суб'єктивних оцінках, а на нормативних вимогах до якості води [7, 8].

Для практичного використання розроблено методіку інтегральної оцінки якості води для різних видів споживання, а також було проведено аналіз нормативної бази щодо вимог до якості води, наприклад для риборозведення, що наразі діє в Україні [9].

В основному забруднення води поділяють на фізичне, хімічне, біологічне і теплове.

Фізичне забруднення виникає внаслідок збільшення у воді нерозчинних домішок – піску, глини, мулу за рахунок змиву дощовими водами з розораних ділянок (полів), надходження суспензій з діючих підприємств гірничодобувної промисловості, пилу, що переноситься вітром у суху погоду тощо. Тверді частки знижують прозорість води, пригнічуючи розвиток водних рослин, забивають зябра риб та інших водних тварин, погіршуючи смакові якості води, а то й роблять її взагалі непридатною для споживання.

Хімічне забруднення води відбувається за рахунок надходження у водойми з стічними водами різних шкідливих домішок неорганічного (кислоти, луги, мінеральні солі) і органічного походження (нафта й нафтопродукти, миючі засоби, пестициди тощо). Шкідлива дія токсичних речовин, що

потрапляє у водойми, посилюється за рахунок так званого кумулятивного ефекту, що полягає в прогресуючому збільшенні вмісту шкідливих сполук у кожній послідовній ланці харчового ланцюжка. Так, у фітопланктоні вміст шкідливої сполуки виявляється вдесятеро вищим, ніж у воді, в зоопланктоні (личинки, дрібні рачки тощо) – ще вдесятеро, в рибі, яка харчується зоопланктоном, – ще вдесятеро. А в організмі хижих риб (таких, як щука чи судак) концентрація отрути збільшується ще вдесятеро і, отже, буде в десять тисяч разів вищою, ніж у воді! Нещодавно, наприклад, було повідомлення в пресі, що вміст ртуті в балтійській трісці подекуди дорівнює 800 мг на 1 кг маси риби. Це означає, що з'ївши п'ять-вісім таких рибин, людина одержує стільки ртуті, скільки її міститься в медичному термометрі.

Особливої шкоди водоймам завдають нафта й нафтопродукти, які утворюють на поверхні плівку, що перешкоджає газообмінові між водою і атмосферою і знижує вміст кисню у воді. 1 т нафти здатна розпливтися на 12 км² поверхні води. Осідаючи на дно, згустки мазуту вбивають донні мікроорганізми, що беруть участь у самоочищенні води. Гниття донних осадків, забруднених органічними сполуками, продукує в воду отруйні сполуки, зокрема сірководень, що забруднює воду в річці чи озері. Основними забруднювачами води є хімічні, нафтопереробні виробництва, великі підприємства АПК, гірничнорудна промисловість.

Останнім часом особливе місце серед забруднювачів води посідають синтетичні миючі засоби. Ці речовини надзвичайно стійкі, зберігаються у воді роками. Більшість із них містить фосфати, що сприяє бурхливому розмноженню у воді синьо-зелених водоростей і «цвітінню» водойм, яке супроводжується різким зниженням у воді вмісту кисню, «заморами» риби, загибеллю інших водних тварин. Під час «цвітіння» Кременчуцького водосховища та інших «рукотворних» морів на окремих зонах Дніпра стоїть сморід, а хвилі викидають на берег трупи риби.

Біологічне забруднення водойм полягає у надходженні в них зі стічними водами різних мікроорганізмів (бактерій, вірусів), спор грибків, багато з яких є хвороботворними для людей, тварин і рослин. Серед біологічних забруднювачів перше місце посідають комунально-побутові стоки (особливо, якщо вони неочищені чи очищені недостатньо), а також стоки підприємств цукрових заводів, м'ясокомбінатів, заводів, що обробляють шкіру, деревообробних комбінатів. Особливої шкоди біологічне забруднення водойм завдає в місцях масового відпочинку людей (курортні зони узбережжя морів). Через поганий стан каналізаційних та очисних споруд останнім часом в Одесі, Маріуполі й інших містах узбережжя Чорного й Азовського морів неодноразово закривались пляжі, оскільки в морській воді було виявлено збудників таких небезпечних хвороб, як холера, дизентерія, гепатит тощо.

Теплове забруднення води спричиняється спуском у водойми підігрітих вод від ТЕС, АЕС та інших енергетичних установок. Тепла вода змінює

термічний і біологічний режими водойм і шкідливо впливає на їх мешканців. Як показали дослідження гідробіологів, вода, нагріта до 26–30°C, діє пригнічуюче на рибу та інших мешканців водойм, а якщо температура води піднімається до 36°C, вся риба гине. Найбільшу кількість теплої води викидають у водойми атомні електростанції.

Усі природні водойми мають здатність до самоочищення. Самоочищення води – це нейтралізація стічних вод, випадання в осадок твердих забруднювачів, хімічні, біохімічні та інші природні процеси, що призводить до видалення з водойми забруднювачів й повернення води до її первісного стану. Проте здатність водойми до самоочищення має свої межі. Нині у водойми стало надходити багато стічних вод, а самі ці стічні води настільки забруднені різними токсичними (отруйними), що з них почали деградувати. Тому людство, якщо воно хоче мати майбутнє, повинно вдатися до спеціальних і трудомістких заходів для очищення забруднених вод і повернення джерел водопостачання до стану, коли б вони стали придатними для використання. До заходів, що мають забезпечити нормальний стан водних об'єктів, можна віднести:

- нормування якості води, тобто розробку критеріїв щодо її придатності для різних видів водокористування;

- скорочення обсягів скидів забруднень у водойми шляхом вдосконалення технологічних процесів.

Діючими в Україні законами передбачається, що для різних народногосподарських потреб має використовуватися вода певної якості. Неприпустимо, наприклад, використовувати питну воду для охолодження блоків ТЕС, забороняється скидати у водойми стічні води, які містять цінні відходи, що можуть бути вилучені шляхом раціональної технології. Головним напрямком захисту водного середовища в промисловості є перехід підприємств до роботи за схемою замкнутого циклу водопостачання, коли підприємство після очищення власних стічних вод повторно використовує їх у технологічному циклі, але забруднені стічні води взагалі не потрапляють у водойми.

У сільському господарстві, що є основним споживачем води, слід запровадити сувору економію води, раціональне її використання. Так, зміна суцільного поверхневого поливу на зрошуваних землях дощуванням або крапельним поливом дозволяє отримувати ті ж врожаї при витратах води у 5–7 разів менших. Зменшення кількості пестицидів, фосфатів, нітратів у водоймах можна досягти частковою заміною хімізації сільського господарства біологічними методами боротьби зі шкідниками й хворобами рослин, чітким дотриманням сівозмін, введенням більш продуктивних і стійких до хвороб і шкідників сортів рослин.

Очищення стічних вод – це руйнування або видалення з них забруднювачів і знищення в них хвороботворних мікробів (стерилізація). Сьогодні застосовується два методи очищення стічних вод: в штучних умовах (на

спеціально створених спорудах) і в природних (на полях зрошення, в біологічних ставках тощо). Забруднені стічні води послідовно піддають механічному, хімічному і біологічному очищенню.

Механічне очищення полягає у видаленні із стічних вод нерозчинних речовин (піску, глини, намулу), а також жирів і смол. Для цього використовують відстійники, сита, фільтри, центрифуги тощо. Сучасні передові методи на найкращих зарубіжних установках дозволяють виділити до 95% твердих нерозчинних забруднювачів зі стічних вод.

Хімічне очищення стічних вод проводиться після їх механічного очищення. При цьому в забруднену різними сполуками воду додають спеціальні речовини-реагенти, які, вступаючи в реакцію з забруднювачами, утворюють нешкідливі або нерозчинні речовини, що випадають в осадок і видаляються.

Біологічне очищення полягає у використанні природних або штучних водойм, де в стічні води (вже очищені механічним і хімічним способами) додають спеціальні мікроорганізми, що харчуються органічними домішками, наявними в стічних водах (органічними кислотами, білками, фенолами тощо), розкладаючи їх до простих нешкідливих сполук (води, вуглекислого газу, мінеральних солей).

Проведений аналіз проблем, пов'язаних із забрудненням навколишнього середовища АПК показує, що потрібно чітко визначати хімічний склад водних ресурсів та в кожному випадку впроваджувати сучасні методи їх очищення та контролю. Особливо слід відмітити користь використання інтегральної оцінки якості водних ресурсів. Якщо деякі особливо токсичні домішки у забрудненій воді взагалі не піддаються очищенню згідно нормативним ГДК, то потрібно їх максимально нейтралізувати.

ЛІТЕРАТУРА

1. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року [Електронний ресурс]. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2015 р. № 385. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF>.
2. The International Bank for Reconstruction and Development [Electron source] / The World Bank Ukraine Country Environmental Analysis. January 2016. NW Washington DC. USA. – Available at: <http://documents.worldbank.org/curated/en/327881470142199866/pdf/AUS16696-WP-OUO9-Ukraine-CEA-has-been-approved-P151337.pdf>.
3. Horton R.K. An index number system for rating water quality // J. Water Pollution Control Federation. - 1965. – Vol. 37, Issue 3. – P. 300-306.
4. Water Quality Indices – Important tools for water quality assessment: A Review / Poonam T., Tanushree B. [et al.] // International Journal of Advances in Chemistry. – 2015. – Vol.1, No.1. – P. 19–29. Available at: <http://airccse.com/ijac/papers/1115ijac02.pdf>.
5. Development of river water quality indices – a review / Sutadian A.D., Mutti N., Yilmaz A. [et al.] // Environ Monit Assess. – 2016. – Vol. 188, Issue 1. Available online at: <https://doi.org/10.1007/s10661-015-5050-0>.
6. Water Quality Assessment in Terms of Water Quality Index / Shweta Tyagi, Bhavtosh Sharma, Prashant Singh, Rajendra Dobhal // American Journal of Water Resources. – 2013. – Vol. 1, No. 3. – P. 34–38. Available online at: <http://pubs.sciepub.com/ajwr/1/3/3>.

7. Bikbulatov E. S., Stepanova I. E. Harrington's Desirability Functions for Assessing Quality of Natural Waters // *Ekol. Khim.* – 2011. – Vol. 20, No. 2. – P. 94–109.
8. Abbasi T., Abbasi S.A. Water quality indices. – Amsterdam: Elsevier Sci Ltd, 2012. – 384 p.
9. Voitenko L.V., Kopilevich V.A., Stokal M.P. The Conception Of Water Quality Assessment Used Harrington's Desirability Function For Different Kinds Of Water Consumption // *Біоресурси і природокористування.* – 2015. – Т. 7, № 1–2. – С. 25–36.

УДК 627.257

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОДУКТОВ ПЕРЕРАБОТКИ ПОЛИМЕРНОЙ ТАРЫ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ НОВЫХ КОМПОЗИЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ

Пушкарёв Ю.Н.¹, к.т.н., академик УТА

Унрод В.И.^{2,3}, д.т.н., академик УТА

Сайтарлы С.В.¹, ассистент

¹*Одесский национальный политехнический университет*

²*Черкасский государственный технологический университет*

³*Украинская технологическая академия,
Черкасское региональное отделение*

Современные технологии в пищевых производствах обуславливают потребность в создании новых полимерных композиционных материалов (ПКМ), которые должны обладать комплексом функциональных свойств. Как правило, создание ПКМ связано с введением в связующий полимер определенных наполнителей. При этом свойства полимерного материала определяется как структурными изменениями в полимерной матрице, так и видом наполнителя. Научный поиск доступных и дешевых наполнителей снижает стоимость ПКМ, повышая их экономическую эффективность, а следовательно уменьшает себестоимость конечных изделий.

В этом контексте перспективно использование в качестве наполнителей побочных продуктов переработки различных видов сырья и вторичных ресурсов.

Нами рассмотрена возможность использования в качестве наполнителя эбонитовых композиций порошкообразных продуктов химической деструкции использованной емкостной тары из полиэтилентерефталата (ПЭТ – бутылок), что актуально экономически и экологически.

С этой целью было проведено исследование комплекса свойств новых композитов, параметры их структурных сеток и химическая стойкость вулканизатов из композиций, наполненных продуктами химической деструкции ПЭТ.

Эбонитовые композиции на основе олигобутадиенов с различными наполнителями (технический углерод, каолин, тальк и др.) находят практическое применение для получения антикоррозионных покрытий оборудования, эксплуатирующегося в высокоагрессивных химических средах [1].

Особенности формирования покрытий из жидких эбонитовых композиций на основе олигобутадиендиолов методом двух ступенчатой вулканизации и их свойства рассмотрены в работах [2,3]. Возможность использования порошкообразного фторлона Ф-2М в качестве наполнителя эбонитовых композиций и покрытий на их основе показана в работах [4,5]. В работе [5,6] авторы опубликовали данные о получении порошкообразных продуктов химической деструкцией использованной емкостной тары из полиэтилентерефталата (ПЭТ-бутылок) методом аммонолиза, которые могут использоваться в качестве наполнителя в ПКМ на основе эпоксидных и полиэфирных смол.

В проделанной нами работе твердые продукты деструкции, после отмывки их на фильтре от водорастворимых примесей и последующей сушки, представляли порошковую массу молочно-белого цвета в широком диапазоне размеров частиц (от 3 до 250 мкм) и величиной средней насыпной плотности около 368 кг/м³.

В качестве связующей основы композиций использовали олигобутадиендиол (ОБД) марки KRASOL-LBH-5000 с молекулярной массой 4638 г/моль, вязкостью по Брукфильду 26,9 Па·с при 25°C, содержанием гидроксильных групп 0,421 ммоль/г и гидроксильным числом 23,62 мг КОН/г олигомера.

Предварительную вулканизацию композиции при комнатной (20-25°C) температуре проводили полиизоцианатным отвердителем WANNATE PM-200 (смесь 4,4' – дифенилметандиизоцианата (МДИ) с изомерами и гомологами с содержанием NCO-групп 32%) в количестве 20 масс. ч. на 100 масс. ч. ОБД.

Для осуществления серной вулканизации в композиции вводили серу с ускорителями дифинилгуанидином (ДФГ) и 2 – меркапто-бензотиазолом (каптаксом) в количестве соответственно 50, 2,5 и 2,5 масс. ч. на 100 масс. ч. ОБД.

Приготовленные путем смешения ингредиентов композиции наносили на стеклянные фотопластинки размером 9×12 см слоем толщиной 2±0,2 мм и выдерживали в горизонтальном положении до достижения ими резиноподобного состояния. Полученные этим способом пленки отслаивали от стеклянных подложек и вырезали из них образцы для проведения дальнейшей серной вулканизации и проведения испытаний. Серную вулканизацию проводили в термошкафу горячим воздухом без давления при температуре 150°C. Предел прочности при разрыве (σ_p) и относительное удлинение (ϵ) вулканизатов определяли на разрывной машине РМИ-250 со скоростью деформации 50 мм/мин (ГОСТ 270-75). Плотность образцов (ρ) определяли

по отношению их массы к объему. Твердость резиноподобных вулканизатов (σ_T) определяли с помощью угольчатого твердомера ТИР по ГОСТ 263-53.

Количество связанной серы ($S_{св}$) в эбонитовых вулканизатах определяли по результатам экстракции порошков эбонитов, полученных обработкой ацетоном в аппарате Сокслета.

О химической стойкости вулканизатов судили по изменению массы образцов (Δm) при выдержке их в 20% растворах серной и соляной кислот (ГОСТ 9.030 – 74).

На первом этапе структурирование композиций при комнатной (20–25°C) температуре осуществляется в результате химического взаимодействия изоцианатных групп с гидроксильными группами ОБД с образованием уретанового эластомера.

Физико-механические свойства образцов, полученных при комнатной температуре из композиций ОБД, наполненных деструктурированным ПЭТ в сравнении с образцами, наполненными каолином, приведены в табл. 1.

Образцы, наполненные деструктурированным ПЭТ, характеризуются более низкой плотностью по сравнению с образцами, наполненными каолином, при близких показателях их объемного наполнения.

Таблица 1 – Свойства образцов полученных при 20–25°C из композиций, наполненных каолином и деструктантом ПЭТ

Наполнитель	Количество наполнителя на 100 г ОБД		Твердость, ед. ТИР	Плотность, кг/м ³	Прочность при разрыве, МПа	Относительное удлинение, %
	г	см ³				
Каолин	20	7,8	38-42	1300	0,15	-
Деструктант ПЭТ	2,5	6,8	60-64	1030	0,23	76-100

Твердость структурированных при 20–25°C образцов из композиций, наполненных деструктурированным ПЭТ и каолином, возрастает с продолжительностью отверждения и через 9–10 суток достигает стабильных значений, не изменяющихся в течение года. При этом твердость образцов из композиций с деструктурированным ПЭТ (60–64 ед. ТИР) значительно выше твердости образцов, наполненных каолином (38–42 ед. ТИР).

Показатели прочности и относительного удлинения образцов, структурированных при 20–25°C невелики, однако они вполне достаточны для обеспечения возможности нанесения последующих слоев покрытия с дальнейшей вулканизацией всего многослойного покрытия при 150°C серно-ускорительной системой, содержащейся в композиции.

Введенная в композицию сера с ускорителями активно вулканизирует предварительно сшитый полиизоцианатом ОБД.

Показатели прочности и относительного удлинения образцов, структурированных при 20–25 °С, невелики, однако они вполне достаточны для обеспечения возможности нанесения последующих слоев покрытия с дальнейшей вулканизацией всего многослойного покрытия при 150°С серноускорительной системой, содержащейся в композиции.

Максимальные значения прочности достигаются в результате вулканизации в течение 60 минут при содержании связанной серы в вулканизате 89,78 %. Дальнейший прогрев при 150°С (более 60 минут) приводит к реверсии и снижению прочности вулканизата.

При оптимальной продолжительности вулканизации (60 минут при 150°С) образуются типичные эбонитовые вулканизаты, плотность которых (820–840 кг/м³) значительно ниже плотности эбонитов из композиции того же состава, наполненных каолином (1170–1200 кг/м³).

Показатели прочности при разрыве оптимально вулканизованного эбонита из композиции, наполненной деструктурированным ПЭТ (100 МПа), близки к показателям прочности при разрыве эбонита, наполненного каолином (120 МПа) [3]. Показатели химической стойкости в 20% растворах серной и соляной кислот (рис.2) выше стойкости эбонита, наполненного фторлоновым порошком Ф-2М, изменение массы которого в 20% H₂SO₄ составляет 0,263–0,683 %, а в 20% HCl – 1,36–1,68% [5].

Плотность эбонитовых вулканизатов из композиции, наполненной деструктурированным ПЭТ, значительно ниже (0,82 г/см³) плотности вулканизатов из композиций, наполненных каолином (1,17 г/см³).

Выводы:

1. Порошкообразный продукт химической деструкции емкостной тары из ПЭТ может рассматриваться как эффективный наполнитель композиции для получения эбонитовых вулканизатов и покрытий.

2. Структурированные диизоцианатом ОБД и эбонитовые вулканизаты отличаются более низкой плотностью по сравнению с аналогичными материалами из композиций, наполненных каолином.

3. Эбониты из композиций, наполненных деструктурированным ПЭТ характеризуется высокой прочностью и химической стойкостью.

Отсюда следует, что полученные данные представляют научный и практический интерес в дальнейших исследованиях специфики строения и структуры продуктов деструкции полиэтилентерефталата.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пушкарев Ю. Н. Эбонитовые композиции и покрытия на основе олигобутадиенов. – Харьков : Бурун Книга, 2012. – 172 с.

2. Асманская К. В., Сайтарлы С. В., Пушкарев Ю. Н., Унрод В. И. Особенности формирования покрытий из жидких эбонитовых композиций// Тези доповід. І науково–практ. конф. «Сучасні проблеми науки і технологій MPST – І – 2015» – Миргород, 2015. – С. 189–192.

3. Сайтарлы С. В., Пушкарєв Ю. Н., Унрод В. И. Вулканизация и свойства эбонитовых композиций на основе олигобутадиендиолов // Сб-к трудов VII Международной научной конференции «Наука и образование», 27.02-6.03.2015, Дубай, ОАЭ. – 2015. – С.49–52.

4. Сайтарлы С. В., Плаван В. П., Пушкарєв Ю. М. Вплив фторлонового наповнювача на властивості ебонитових композицій і хімічну стійкість покриттів//Тез. доп. конф. «Нові науковомісткі технології виробництва матеріалів, виробів широкого вжитку та спеціального призначення XIV Всеукр. наук. конф. молодих вчених та студентів». – К.: КНУТД, 2015. – С. 270.

5. Сайтарлы С. В., Бисяріна К. Г., Плаван В. П., Пушкарєв Ю. М. Вивчення ємнісно-омічних характеристик ебонитових покриттів з фторлоновим наповнювачем у розчинах кислот // Збірник наукових праць XV наукової конференції «Львівські хімічні читання» – Львів, 2015.

УДК: 338.24

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ – ОСНОВА ВИРОБНИЦТВА ТА КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Унрод В.І., д.т.н., академік УТА

Черкаський державний технологічний університет

Черкаське регіональне відділення Української технологічної академії

Розвиток суспільства в останні роки називають епохою високих технологій. Це пов'язано з тим, що високі технології (Hi-Tech – від англ. High technology), що з'явилися в 60-х рр. ХХ ст. і отримали згодом широке поширення, стали чинити величезний вплив на сферу життя людини.

У світовій практиці до високих технологій, як правило, відносять ті виробничі технології, в яких безпосередньо використані новітні досягнення фундаментальних і прикладних наук, наприклад, фізики, хімії, біології, генетики та інформатики, біохімії, а також в технології спеціальних добавок при виготовленні їжі.

Особливо слід відмітити, що світові гіганти харчової промисловості активно використовували в своєму виробництві наукові інновації.

Дослідження по використанню нанотехнології в цій галузі продовжуються, і навіть введений термін для продуктів такого виробництва: «наноїжа». Він означає, що в технології будуть використані вкраплення наночасток, здатних послужити появі нових видів продуктів заданного функціонального призначення.

Нанотехнології також можуть надати харчовикам унікальні можливості по контролю якості і безпеки продуктів в процесі виробництва. Йдеться про діагностику із застосуванням специфічних наносенсорів, здатних швидко і надійно виявляти в продуктах наявність забруднень або несприятливих агентів. За даними провідного світового аналітика промис-

лових нанотехнологій, компанії Helmut Kaiser Consultancy, в 2005 році на світовому ринку було наявності близько 300 продуктів харчування, вироблених з використанням нанотехнологій, при цьому обсяг самого ринку оцінювався в 5,4 мільярда доларів США. Прогноз розвитку сучасних аналітичних методів контролю якості продуктів показав, що нанотехнології в розвинутих країнах впроваджені для багатьох виробництв харчової промисловості Європи. На думку експертів світового рівня, виготовлена за допомогою нанотехнологій їжа, з відповідним хімічним складом, що зберігає смак і структуру природних продуктів споживання, до 2025 року стане нормою.

Високі технології, на відміну від технологій індустріального суспільства, мають ще одну важливу особливість – вони вимагають для свого створення комплексного, міжгалузевого та міждисциплінарного знання, тому в останній чверті ХХ ст. сильно зросла роль міждисциплінарних досліджень. Ні-Tech виникли і створюються на основі міждисциплінарного синтезу не тільки знань з наук природничо-наукового циклу (фізика, хімія, математика, біологія), але і технологічного (технологія обробки та контролю якості харчових продуктів). При цьому високі технології взаємопов'язані між собою.

Особливо відзначимо, що Ні-Tech часто важко за змістом віднести до певного виду. Наприклад, сучасні ІТ-технології, в першу чергу експрес аналітичного контролю виробництва, також виступають основою для розробки нанотехнологій і біотехнологій.

Початок ХХІ століття ознаменувався розвитком нанотехнологій і наноматеріалів. Вони вже використовуються у світі у найбільш вагомих галузях людської діяльності (промисловості, обороні, інформаційній сфері, радіоелектроніці, енергетиці, транспорті, біотехнології, медицині, харчовій технології). Аналіз зростання інвестицій, кількості публікацій з даної тематики і темпів впровадження фундаментальних і пошукових розробок дозволяє зробити висновок про те, що в найближчі роки використання нанотехнологій буде одним з визначальних чинників наукового, економічного і оборонного розвитку держав.

Новий (шостий) технологічний уклад ґрунтується на застосуванні нанотехнологій. У структурі шостого технологічного укладу, що визначає середовище поширення нанотехнологій, ключовими факторами виступають нанотехнології, клітинні технології та методи генної інженерії. Ядро укладу – наноелектроніка, молекулярна і нанофотоніка, наноматеріали і наноструктуровані покриття, оптичні наноматеріали, наногетерогенні системи, нанобіотехнології, наносистемна техніка, нанообладнання [5], які є гарантом якості продукції.

В Україні активний розвиток нанотехнологій почався, коли Національна академія наук прийняла і почала здійснювати комплексну відомчу програму «Наносистеми, наноматеріали і нанотехнології».

Виконання цієї Програми дозволило провести інвентаризацію робіт і розробників нанотехнологій, поліпшити кооперацію між вченими різних спеціальностей, підняти рейтинг української науки в цій галузі, організувати читання лекційних курсів в університетах, впровадити сучасне обладнання для центрів колективного користування.

Програма НАН України розвивається по 12 основним завданням, сформованим на основі існуючої структури НАН України з урахуванням попередніх результатів і досвіду ключових виконавців: 1. Нанофізика і наноелектроніка; 2. Технології багатофункціональних наноматеріалів; 3. Будова і властивості наноструктурних матеріалів; 4. Фізико-хімія поверхневих явищ; 5. Біонаноматеріали: синтез і властивості; 6. Діагностика наносистем; 7. Атомно-молекулярна архітектура наносистем; 8. Фізика напівпровідникових наноструктур; 9. Синтез і формування наноструктур; 10. Колоїдні нанорозмірні системи; 11. Тонкоплівкові нанотехнології з'єднання неорганічних матеріалів; 12. Фізика і технологія наноматеріалів, які працюють в екстремальних умовах [4].

Наступним важливим кроком у розвитку високих технологій стала Концепція Державної цільової програми реформування та розвитку оборонно-промислового комплексу України на період до 2020 року від 20 січня 2016 р. [2].

Метою Програми є створення умов для підвищення рівня функціонування оборонно-промислового комплексу, що дасть змогу задовольнити потреби Збройних Сил, інших утворених відповідно до законів військових формувань у сучасному озброєнні та військовій техніці, а також сприятиме створенню та розвитку цілісної системи оборонно-промислового комплексу на принципах збалансованості відповідно до потреб внутрішнього та зовнішнього ринку.

Важливо звернути увагу на інвестиційно-інноваційний варіант здійснення Програми – реалізацію державної політики, спрямованої на удосконалення системи функціонування оборонно-промислового комплексу за рахунок інвестиційно-інноваційної діяльності.

Перевагами такого варіанту є: удосконалення структури оборонно-промислового комплексу; залучення інвестицій в оборонно-промисловий комплекс з використанням державних, приватних та іноземних фінансових ресурсів, які будуть спрямовані на технологічне оновлення основних фондів підприємств; створення системи науково-технічної і виробничої кооперації; впровадження у виробництво нової техніки та наукоємних технологій і матеріалів, створення яких передбачено державними цільовими оборонними програмами; планування та виконання науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, підвищення технологічного рівня процесів виробництва; здійснення заходів щодо забезпечення збільшення обсягу та рівномірного протягом року фінансування державного оборонного замовлення.

Комплексний, оптимальний варіант розвитку спрямований на забезпечення технологічного лідерства оборонно-промислового комплексу серед

галузей промисловості, технологічне оновлення основних фондів, реструктуризацію, реорганізацію і корпоратизацію підприємств оборонно-промислового комплексу, залучення інвестицій для реалізації інноваційних проектів, що сприятиме забезпеченню максимального економічного ефекту від залучення фінансових і виробничих ресурсів для удосконалення діяльності підприємств оборонно-промислового комплексу, здійснення контролю за активами таких підприємств, а також дасть змогу розширити внутрішній та зовнішній ринок продукції військового призначення та подвійного використання.

Перевагами такого варіанта є: забезпечення технологічного розвитку підприємств оборонно-промислового комплексу за рахунок інвестиційно-інноваційної діяльності, у тому числі застосування офсетних схем та трансферу технологій, закупівля за кордоном ліцензій на виробництво окремих виробів; впровадження механізмів державно-приватного партнерства; збільшення частки приватних та іноземних фінансових ресурсів у реалізації проектів оборонно-промислового комплексу; зменшення навантаження на державний бюджет у частині фінансування заходів щодо реформування оборонно-промислового комплексу.

Звернемо увагу на проблеми, які стримують розвиток і реалізацію високих технологій, у тому числі нанотехнологій в Україні:

1) Недостатня база знань і підготовки фахівців. Всі розвинені країни інтенсивно готують молодих спеціалістів для нанотехнологічної діяльності (включаючи менеджмент), в Україні все це знаходиться в зародковому стані.

2) Недостатня інструментальна база нанотехнологій. Сотні фірм за кордоном розробляють нову експериментальну і технологічну апаратуру, включаючи проектування «чистих» лабораторій і цехів з високим рівнем автоматизації і роботизації. В Україні в стандарті «High Tech» працюють поодинокі лабораторії.

3) Значні витрати на впровадження нових технологічних рішень: дорогі сировина, технологічне обладнання, системи тестування та сертифікації продукту [3].

Розвиток нанотехнологій вимагає великих інвестицій. Суттєвою проблемою для України є слабкий розвиток малого високотехнологічного бізнесу та відсутність стартап компаній. В інших країнах серед гравців на ринку високих технологій саме вони займають до 40%. Отже, розвиток державно-приватного партнерства має стати одним із пріоритетів.

Цікаво відзначити той факт, що незалежно плановані в різних країнах напрямки досліджень збігаються або близькі за змістом. Це відкриває перспективи міжнародного співробітництва та інтеграції. Фактор відповідності розробок в Україні та в інших країнах, глобальна інтернаціоналізація нанодосліджень і нанотехнологій в провідних країнах світу – все це необхідні передумови для України енергійно розвивати міжнародний вектор кооперації з такими країнами.

Таких векторів може бути 5 – США, Європейський Союз (переважно Німеччина і Франція, Польща), Японія і Корея, а також КНР. З перерахованих країн інвесторами та спонсорами проектів найімовірніше будуть США, Німеччина і Японія. Співпраця може виявитися дуже вигідною.

Україна без сумніву може конкурувати на світовому ринку за такими напрямками в сфері нанотехнологій, як виробництво харчових продуктів, біомаркерів, аморфних матеріалів, виробництво систем водоочищення та біологічних харчових добавок. Ухвалення цих напрямків пріоритетними створить можливість розширити високотехнологічний сектор економіки.

Наноіндустрія повинна стати одним із інструментів інтеграції високотехнологічного комплексу України у міжнародний ринок високих технологій. Надійне забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної наукоємної продукції дозволить Україні відновити і підтримувати паритет з провідними державами в ряді ключових галузей: у сфері науки і техніки, ресурсо- та енергозбереженні, у створенні екологічно адаптованих виробництв, в охороні здоров'я та виробництві продуктів харчування, у підвищенні якості і рівня життя населення, а також забезпечить необхідний рівень економічної безпеки держави [5]. Очевидно, що нанотехнології перспективні при виробництві харчової продукції (в тому числі, антивікової, вітамінної), а також при використанні «розумної» упаковки. Невидима (для неозброєного ока), їстівна наноупаковка зі штрих-кодом на додачу може не тільки виявити псування, але і поліпшити смак їжі. Виробники вже потирають руки, оскільки наявність продовольства не буде залежати від обмежених ресурсів, поганой погоди, проблем з водою. Це сучасний спосіб нагодувати весь світ.

ЛІТЕРАТУРА

1. Економічна безпека / З. С. Варналій, П. В. Мельник, Л. Л. Тарангул та ін.; за ред. З. С. Варналія. – К. : Знання, 2009. – 647 с.
2. Развитие нанотехнологий – перспективный фактор обеспечения экономической безопасности Украины / В. И. Унрод, Л. Ю. Терновая // Матеріали конференції «Безпека середовища життєдіяльності людини: екологічні, медичні та економічні аспекти», конф., 25.02-01.03.2013 року, Свалявський р-н, с. Солочин / Ред. кол. : Л. І. Повякель, І. В. Карабанова. – К. : Т-во «Знання України», 2013. – 15 с. – С. 83–84.
3. Тернова Л. Ю., Унрод В. І. Інноваційний розвиток економіки України / Л. Ю. Тернова, В. І. Унрод / Стратегія сталого розвитку у контексті економічної безпеки України : Колективна монографія / Під ред. к.е.н., проф. Л. О. Коваленко. – ТПК "Орхідея". – Чернігів, 2014. – 524 с. – С. 159–270.
4. Україна. Кабінет Міністрів. Про схвалення концепції Державної цільової науково-технічної програми «Нанотехнології та наноматеріали» на 2010–2014 роки: розпорядження від 2 квіт. 2009 р. № 331-р. // Урядовий кур'єр. – 2009. – 22 квіт. – С. 11–12.
5. Унрод В. И. Введение в науку о наноматериалах и нанотехнологиях: учебное пособие. – Черкассы : Издатель Чабаненко Ю.А., 2013. – 262 с.

АНТИОКСИДАНТ ІНДУКОВАНИЙ СТРЕС І ГІПОЕЛЕМЕНТОЗ

Полумбрик О.М., д.т.н., професор кафедри харчових технологій

Унрод В.І., д.т.н., академик УТА

Черкаський державний технологічний університет

Черкаське регіональне відділення Української технологічної академії

Антиоксидант індукований стрес – найбільш поширена хвороба сучасності, яка спричиняє зміни структури нуклеїнових кислот, амінокислот, протеїнів, ліпідів та індукує розвиток онко-, серцево-судинних хвороб, аутизму, атеросклерозу, діабету тощо. Для населення України характерним є довготривалий оксидативний стрес, що пов'язано з низкою причин: війною, нестабільною політичною ситуацією, низьким рівнем життя, незбалансованим харчуванням. Оксидативний стрес супроводжується виснаженням внутрішніх резервів організму людини і потребує надійного захисту. Системи антиоксидантного захисту, які є на всіх рівнях структури організму, виступають як найважливіша внутрішня сила протидії стресовим ушкодженням і порушенням. В процесі захисної дії антиоксиданти поступово виводяться з організму, і тому необхідно постійно відновлювати їх кількість з продуктами харчування чи фармпрепаратами.

У метаболізмі антиоксидантів важливу роль відіграють мінерали. Дефіцит чи надлишок есенціальних елементів призводить до непередбачуваних метаболічних змін в організмі людини і потребує адекватного збагачення ними харчових продуктів. В наш час активно вичається взаємозв'язок гіпоелементозу цинку, феруму, купруму, селену, йоду, молібдену, мангану, кобальту і оксидативного стресу. Дефіцит мікроелементів, особливо цинку, селену і мангану, зменшує активність антиоксидантних ензимів, збільшуючи оксидативний стрес, що порушує коронарну мікроциркуляцію і призводить до серцевої дисфункції. Надзвичайно важливою в розвитку оксидативного стресу є роль цинку і селену. Селен в організмі людини міститься в органічній (селеноцистеїн і селенометіонін) і в неорганічній (селеніт і селенат) формах. Хоча селен, як і цинк, безпосередньо не реагує з вільними радикалами, він активує антиоксидантні ферменти – металоензими, глутатіон пероксидазу, тіоредоксинредуктазу тощо. Цинк є інгібітором НАД(р)Н оксидази, яка каталізує утворення синглетного кисню. Цинк також входить до складу супероксиддисмутази, яка перетворює синглетний кисень на пероксид гідрогену, а також до металотіонеїнів, які слугують пасткою гідроксильних радикалів. Споживання продуктів харчування, що містять цинк, гальмує розвиток вірусних інфекцій.

Для України характерний помірний дефіцит йоду і цинку. За оцінками Всесвітньої організації охорони здоров'я, на дефіцит цинку страждає третина населення Планети. Особливо він характерний для країн, що розвиваються. Однією з причин дефіциту цинку є погіршення засвоєння їжі через високий вміст у ній харчових волокон і фітатів. Добова потреба цього мікрое-

лементу для дорослої людини складає 15 мг. Основними групами ризику серед населення вважають дітей, вагітних жінок і осіб похилого віку. Дефіцит цинку в організмі людини прямо не пов'язаний з якимись певними ускладненнями. Якщо ознакою дефіциту йоду є зоб, кретинизм, і порушення функції щитоподібної залози, дефіциту феруму – анемія, дефіциту вітаміну А – розлад зору і сліпота, то різномаїття біологічних процесів, в яких бере участь цинк, ускладнює визначення вмісту саме його дефіциту в порушеннях функціонування різних систем організму.

Зважаючи на те, що цинк утворює сполуки лише в одній валентній формі, біодоступність цього мікроелемента пов'язана виключно з його засвоєнням. Деякі сполуки, зокрема фітинова і щавелева кислоти, харчові волокна, а також кава і чай гальмують засвоєння цинку в організмі людини. В той же час, цукри, амінокислоти, простогладини та лимонна кислота сприяють засвоєнню цинку. Вживання червоного вина також підтримує баланс цинку в організмі.

Для подолання дефіциту цинку серед населення країн, що розвиваються, застосовують різні стратегії – збагачення харчових продуктів сполуками цинку і використання біологічно активних добавок. Значне зменшення вживання в Україні виробів із м'яса, що спостерігається останніми роками, може стати потенційно небезпечним щодо зниження споживання цинку.

Вирішення проблеми дефіциту споживання мікроелементів населенням України потребує постійного всебічного контролю.

ЛІТЕРАТУРА

1. Трахтенберг І., Чекман І., Линник В. та ін. (2013) Взаємодія мікроелементів: біологічний, медичний і соціальний аспекти. Вісник НАН України. № 6. – С. 11–20.

УДК 664.786/581.1

БІОХІМІЧНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ ПРИ ПРОРОЩУВАННІ ЗЕРНА І ФАКТОРИ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ПРИСКОРЕННЯ ПРОЦЕСУ

Осипенкова І.І., к.т.н., доцент кафедри харчових технологій

Чепурна О.Л., ст. викладач кафедри харчових технологій

Нагурна Н.А., к.т.н., доцент кафедри харчових технологій

Черкаський державний технологічний університет

Основні біохімічні процеси, які відбуваються при солодуванні зерна, пов'язані зі зміною структури зерна і в першу чергу з гідролізом некрохмальних полісахаридів, які складають клітинні стінки ендосперму, а також азотистих речовин і крохмалю.

Згідно Фінчера клітинні стінки ендосперма містять мікрофібрилярну фракцію, розташовану в аморфній матриці. Фракція складається з целю-

лози, пов'язана з арабоксиланом, а матриця – з β -глюканата і арабіноксилана [1].

β -глюкан в ендоспермі клітинних стінок ячменю має пептидні зв'язки, тому першим етапом його гідролізу є протеоліз з відщепленням чистого глюканата від пептидів.

Під впливом протеолітичних ферментів відбуваються зміни азотистих речовин ячменю і руйнується гістологічний білок, який входить до складу міжклітинної речовини ендосперму.

Наявні у ячменю та солоді ферментні системи, а саме: цитолітичні, амінолітичні (амілази, фосфорилази, декстринази), ферменти азотного обміну, фосфатази, ліполітичні ферменти, оксидази – мають різну швидкість утворення і продукуються внаслідок пророщення в певній послідовності.

За даними А. Н. Баха і А. І. Опаріна, наростання ферментативної активності в пророслому зерні протікає скачкоподібно, по висхідній кривій [1].

Важливим технологічним чинником, що визначає здатність ячменю до солодування, є наявність глюкан-глюканаз.

Накопичення цитолітичних ферментів, які гідролізують гумі-речовини, різко зростає в перші 3–4 дні пророщення.

І.Я. Веселов і В.А. Зенченко, досліджуючи деякі сорти ячменю, встановили, що активність ферменту амілази в зародку знаходиться від 0 до 6,1 одиниць і в ендоспермі в межах від 0 до 0,82 одиниці, тоді як в готовому солоді активність амілази визначається вже в десятках одиниць [1].

Активність амілази проявляється в процесі пророщення і збільшується до 5-го дня пророщення.

Згідно дослідженню Палмера, утворення і активність гідролітичних ферментів залежить від кількості ендо- або екзогенної гіберелінової кислоти [1]. Для накопичення максимального рівня ендо- β -глюканази потрібний більш високий вміст гіберелінової кислоти, ніж для накопичення α -амілази.

Крім гіберелінів на процес утворення гідролітичних ферментів прямий або безпосередній вплив надають фітогормони – ауксини, абсцизова кислота, цитокініни. Абсцизова кислота гальмує зростання, в той час як кінетин сприяє оборотності цього явища. Тому процес утворення α -амілази регулюється спільною дією комплексу абсцизова кислота – кінетин і впливом мігруючих в алейроновий шар ауксинов.

Вважають, що гіберелін і ауксин впливають на генну систему регуляції синтезу нуклеїнових кислот і білків.

Сучасне уявлення щодо механізму біосинтезу ферментів при солодуванні зерна має вагоме значення для технології виробництва солоду.

ЛІТЕРАТУРА

1. Достижения в технологи солода и пива : интенсификация пр-ва и повышение качества / [И. Г. Лернер, Д. Б. Лифшиц, А. И. Жукова и др.]. – Пищевая промышленность, СНТЛ – Издательство технической литературы, 1980. – 351 с.

ФОРМУВАННЯ ОРГАНОЛЕПТИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ВИНА

Нагурна Н.А., к.т.н., доцент кафедри харчових технологій
Осипенкова І.І., к.т.н., доцент кафедри харчових технологій
Чепурна О.Л., ст. викладач кафедри харчових технологій
Черкаський державний технологічний університет

Виноградне вино – це напій, який одержують шляхом спиртового бродіння соку.

Для виробництва виноградних вин використовуються технічні (винні) сорти винограду, спирт-ректифікований екстра і в значно меншій кількості вищої очистки, для деяких – цукор і ароматичні настої.

Важливим показником якості вина є його аромат чи букет, який зумовлений не однією речовиною, а композицією цілої низки компонентів, що нараховує понад 400 компонентів. Він складається з первинного аромату, що надходить з винограду, до нього додається аромат бродіння і букет витримки.

Хімічний склад окремих складових частин виноградного грона за основними групами речовин неоднаковий, і це має вирішальне значення для формування майбутнього вина.

Ягода винограду складається з м'якоті, насіння і шкурки. В шкірці зосереджені ароматичні речовини у вигляді різноманітних ефірних олій і складних ефірів, барвні речовини (хлорофіл, антоціани, каротиноїди), деяка кількість поліфенолів у вигляді дубильних сполук, які в основному представлені танідами: (+)-катехіном, (-)-галокатехіном, (+)-епікатехінгалатом та іншими речовинами [3].

В гребнях і насінні переважають дубильні речовини. Крім того, в насінні зосереджена значна частина жирів і смолистих сполук.

Склад м'якоті дуже складний, він в технологічному відношенні має найбільше значення, адже речовини, які знаходяться в ньому, майже повністю переходять у вино. Основною частиною м'якоті є вуглеводи, представлені глюкозою, фруктозою і незначною кількістю сахарози. Друге місце за значенням належить винній та яблучній кислотам. Деякі сорти винограду містять в своєму складі незначну кількість лимонної кислоти, а також гліколеву і глюкуронову кислоти. Крім цього, в м'якоті знаходяться азотисті, пектинові, ароматичні, а у деяких сортів – значна кількість барвних речовин, ензими, вітаміни, мінеральні речовини, яким належить важлива роль в утворенні напою.

Залежно від того, яку участь беруть окремі частини виноградного грона в технологічному процесі, одержують ті чи інші відтінки в смаку, ароматі і забарвленні вина.

Так, для інтенсивного забарвлення вина виноградний сік (сусло) настоюють і навіть зброджують на мезгі (суміш шкірки, насіння та м'якоті) для того, щоб створити умови для переходу барвних речовин з шкірки в сік. Настоювання на мезгі використовують тоді, коли хочуть надати вину більш інтенсивного аромату і збільшити його екстрактивність.

На якість вина, формування його властивостей, особливо смакових, ароматичних і забарвлення, крім сорту винограду та екологічних умов його вирощування, вирішальний вплив має технологія виробництва.

Перше і найважливіше джерело смаку вина – це виноград.

Інтенсифікація смаку сортів винограду – це наука, що знаходиться в самому її зародженні. Наскільки зараз можна переконатися, більшість сортів винограду не володіє відмітним ароматом та смаком. Деякі все ж таки володіють, але тільки в рідких випадках відмічаються їх ароматичні компоненти. Тому, якщо на дегустації вина іде дискус про смаковий баланс Мерло (Merlot) і Мурведр (Mourvedre), це не коректний дискус. Ніхто, крім вкрай рідкісного винятку, не може, судячи лише за ароматом вина, визначити, який для нього використовували сорт винограду. Виключення складають вина, вироблені із таких сортів, як *Vitis labrusca* із Північної Америки, і дуже відрізняються виноградні сорти Гевюрцтрамінер (Gewürztraminer) і Мускат (Muskat) [1,2,4]. Навіть у випадку з останніми двома дегустатор має добре розбиратись в ароматах, щоб бути впевненим і, що Гевюрцтрамінер (Gewürztraminer) – це не багатий на квіткові аромати Рислінг (Riesling) або надзвичайно кислий Мюлер Тургау (Thur Thurgau) і відрізнити Мускат (Muskat) від пряного Сотерну (Sauternes) [2]. Простіше починати вивчення ароматів з білого вина тому, що більшість з них п'ють молодими, а витримані вина ускладнюють і без того складну задачу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Винный этикет / авт. – сост. М. Кочетков. – М. : АСТ; Владимир : ВКТ, 2010. – 190 с.
2. Пакетт М., Хэмек Дж. Вино. Практический путеводитель; пер. с англ. Е. Егоровой. – М. : КоЛибри, Азбука – Аттикус, 2017. – 232 с.
3. Хімія і біохімія вина: В. А. Домарецький, В. О. Маринченко, М. В. Білько та ін.: Підручник / За ред. д-ра техн. наук. проф. А. І. Українця, – К.НУХТ, 2007. – 261 с.
4. Шерберт Ф. Как выбрать вино или тайны сомелье / Филлип Хиллс; пер.с англ. А. А. Солдатовой. – М. : Астрель, 2007. – 254 с.

ЗАСТОСУВАННЯ АКТИВАТОРІВ РОСТУ І ІНГІБІТОРІВ ДИХАННЯ В СОЛОДОРОЩЕННІ

Чепурна О.Л., *ст. викладач кафедри харчових технологій*
Осипенкова І.І., *к.т.н., доцент кафедри харчових технологій*
Нагурна Н.А., *к.т.н., доцент кафедри харчових технологій*
Черкаський державний технологічний університет

Як активатори росту і інгібітори дихання запропоновано багато хімічних речовин: мінеральні і органічні кислоти і солі, спирти, мікро- і макроелементи та ін. В якості ростових і біологічно активних речовин для обробки ячменю в процесі солодування, наприклад, запатентовані гетероауксини – індолілоцтова кислота, гіберелінова кислота, біотин, екстракти ендокринних залоз, вітаміни комплексу В (В₁, В₂, В₆ і ін.) водні розчини ферментних препаратів – амілаз, протеаз, цитаз або їх до комплексів і т. п.

Ряд активаторів (хімічних і біологічних) знайшли практичне застосування при солодуванні.

Застосування гібереліну. В якості активатора росту при солододорощенні найбільшого поширення набув гіберелін, що містить близько 90% гіберелінової кислоти (ГК). Гіберелінова кислота належить до рослинних гормонів, ефективно стимулюючих зростання рослин, відноситься до детерпенонів і є регулятором росту – фітогормоном.

За даними Кліпнера і Пріора, вміст ендогенних ГПВ в пророслому зерні різне, і швидкість руху ендогенних ГПВ і екзогенної ГК різні. Якщо перша проникала через щитовий вузол вже через 1 год після введення, то друга – тільки через 3 год. Відзначено, що ендогенні ГПВ через 13–14 год після замочування зерна при 25 ° С збільшують швидкість переміщення з щитка до алейронових клітин, яка до цього часу досягає 2,5 мм/год.

Встановлено, що екзогенна гіберелінова кислота збільшує дію ендогенних ГПВ, збільшує вміст α -амілази і помітно підсилює асиметричне розчинення ендосперма, так як оболонка зерна пропускає екзогенну ГК тільки в зародкову зону, не покриту оболонкою.

Під дією ГК зростає активність протеаз, але діє тут ГК не як активатор протеолітичних ферментів, а як індуктор синтезу ферментів.

За даними Брігса, застосування ГК при солодуванні сприяє посиленню дихання зерна, стимулює утворення гідролітичних ферментів – α -амілази і інших карбогідраз, протеїназ, пептидаз і фосфатаз, збільшує вміст екстракту і знижує втрати при пророщування до 4% по відношенню до сухої маси ячменю. При цьому прискорюється процес солододорощення і значно змінюється склад азотистих речовин солоду: збільшується вміст розчинного азоту і амінокислот і підвищується відношення цукри/декстрини і амінокислоти/протеїни, а також кольоровість лабораторного сусла.

На основі досліджень були розроблені і рекомендовані для промислового використання технологічні режими використання ГК при солодуванні зерна. Дозування ГК проводять із розрахунку в середньому 250 мг на 1 т ячменю [1].

Вплив ГК на якість солоду і сусла представлено в табл. 1.

Таблиця 1 – Вплив ГК на якість солоду і сусла

Показники	Без застосування ГК	З застосуванням ГК
Солод		
Екстрактивність, % на абсолютно суху речовину		
Тонкий помел	77,3	78,5
Грубий помел	74,3	76,7
Ступень розчинення, %	3	1,8
Час оцукрювання ячменю тонкого помелу, хв	10	6
Лабораторне сусло		
Кислотність, мл 1 н. розчину луку на 100 мл сусла	0,9	1,2
Кольоровість, мл 0,1 н. розчину йоду на 100 мл води	0,25	0,35
Кінцева ступінь зброджування, %	73,7	74
Амінний азот, мг/100 г.	255	316
Число Кольбаха, %	40	45
Поліфенольні речовини, мг/л	80	79
Антоціаногени, мг/л	55	55

Застосування ГК в якості стимулятора при солодуванні, безумовно, ефективне. Однак пов'язані з цим деякі технологічні особливості ведення процесу викликають необхідність дотримування певної обережності у виборі доз ГК і суворого виконання технологічних режимів солодоращення.

Обробка ячменю харчовою молочною кислотою. Молочна кислота широко використовується у виробництві пива для підкислення заторів при приготуванні пивного сусла. Дослідили, що при додавання в кінці замочування або в початковий період рощення водного розчину молочної кислоти в кількості 1,5–2,0 г/кг ячменю прискорює процес і підвищує якісні показники солоду.

Солод, отриманий за 6 діб рощення таким способом, порівняно з контрольним солодом (без молочної кислоти) мав добрі якісні показники.

Обробка ячменю фосфоровмісними сполуками. За даними А. М. Малкова, при обробці ячменю витяжкою з суперфосфату розчин ортофосфату дифундує всередину клітини, блокує вільні валентності заліза, що містяться в цитохромних системах, які пов'язані з диханням зародка, і гальмує процес дихання [1].

Додавання в замочну воду водної витяжки з суперфосфату, що містить кальцієву сіль ортофосфорної кислоти $\text{Ca}(\text{H}_2\text{PO}_4)_2$, підвищує вихід солоду, а також скорочує тривалість рощення до 6 діб. Однак якість готового солоду, отриманого з використанням суперфосфату, була нижче, ніж в контролі.

Сумісне застосування молочної кислоти і діамонійфосфату (ДАФ). Для накопичення ферментів в пророслому зерні важливе значення має рН

середовища. В результаті окиснення вуглеводів, зміни складу фосфоровмісних сполук і дезамінування амінокислот в зерні накопичуються органічні кислоти і первинні фосфати, які збільшують кислотність вже з 2-го дня пророщення і досягають максимуму на 6-й.

Для досягнення ефективного впливу активаторів на інтенсифікацію процесу солодування і якості солоду досліджували спільну дію на зерно молочної кислоти і ДАФ.

Відзначено, що в початковий період замочування і в перший день рощення зародок швидко поглинав вологу, в той час як вологість ендосперму не змінюється. У цих умовах активація алейронового шару і ендосперму хімічно активними речовинами має істотне значення для накопичення гідролітичних ферментів. Попередніми дослідженнями було підтверджено синергічну дію молочної кислоти і ДАФ як активаторів пророщування зерна.

Показники солоду 6-добового рощення, отриманого при використанні молочної кислоти і діамонійфосфату, в порівнянні з контролем (повітряно-водяне замочування) наведено в табл. 2 [1].

Таблиця 2 – Вплив активаторів на якість солоду і сусла

Показники	Дослід (з активатором)	Контроль (без активатора)	Контроль (класична схема)
Солод			
Тривалість пророщування, доб.	6	6	7
Вихід солоду, % на абсолютно суху речовину	88,9	87,5	87,0
Вихід ростків, % на абсолютно суху речовину	4,3	4,9	5,0
Екстрактивність, % на абсолютно суху речовину			
Тонкий помел	78,8	77,3	77,4
Грубий помел	77,0	75,0	75,2
Ступень розчинення, %	1,8	2,3	2,2
Лабораторне сусло			
Час оцукрювання, хв.	8	15	10
Кольоровість, мл 0,1 н. розчину йоду на 100 мл води.	0,20	0,20	0,22
Кислотність, мл 1 н. розчину луку на 100 мл сусла	1,2	1,0	1,0
Амінний азот, мг/100 г.	226,3	202,6	204,0
Кінцева ступінь зброджування, %			
Активність	77,1	76,9	77,4
АС	11,8	10,8	10,9
ОС	10,3	9,9	10,5

Наведені способи інтенсифікації процесу солодоращення за рахунок застосування різних активаторів росту і інгібіторів дихання, які містять хімічно- і біологічноактивні речовини. Ці речовини впливають на біологічні процеси солодоращення, прискорюють притік води та поживних речовин

від ендосперму до зародку, стимулюють його пробудження до активної життєдіяльності, прискорюють біохімічний процес накопичення комплексу цитолітичних, амілолітичних і протилітичних ферментів, сприяють закінченню розрихлення ендосперму на 1–1,5 добу раніше.

ЛІТЕРАТУРА

1. Достижения в технологии солода и пива : интенсификация пр-ва и повышение качества / [И. Г. Лернер, Д. Б. Лифшиц, А. И. Жукова и др.]. – Пищевая промышленность, СНТЛ – Издательство технической литературы, 1980. – 351 с.

УДК 664.665

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ЯЄЧНОГО БІЛКА ЯК СТРУКТУРОУТВОРЮВАЧА В ТЕХНОЛОГІЇ БЕЗГЛЮТЕНОВОГО ХЛІБА

Медвідь І.М., аспірант

Шидловська О.Б., к.т.н., доцент

Доценко В.Ф., д.т.н., професор

Національний університет харчових технологій

Хліб має особливе значення серед продуктів харчування населення України, що зумовлено національними особливостями. Традиційно його виготовляють з борошна пшениці, жита, ячменю або їх сумішей. Потреба в безглютенових хлібобулочних виробах, що необхідні хворим на целиацію, забезпечується переважно за рахунок продукції іноземного виробництва. Це пов'язано з тим, що виготовлення такого хліба є особливо проблематичним, оскільки основна роль у формуванні його показників якості належить саме пшеничним білкам, що при замішуванні тіста утворюють клейковину, яка формує каркас виробу. Тому, для забезпечення бажаних якісних властивостей хліба з безглютенової сировини виникає необхідність використання в його технології структуроутворюючих інгредієнтів.

В існуючих науково обґрунтованих технологіях безглютенового хліба в якості структуроутворювачів широко використовують гідроколоїди, які завдяки високій водопоглинальній здатності впливають на консистенцію тіста [1]. Проте, вони здатні гальмувати життєдіяльність дріжджових клітин при дозріванні тістових заготовок, пригнічуючи доступ до них поживних речовин. З метою запобігання негативного впливу на активність бродильної мікрофлори та задля покращення структурно-механічних властивостей безглютенового тіста актуальним є пошук структуроутворюючих компонентів більш помірної дії.

Перспективною сировиною для створення необхідної структури хліба являється яєчний білок. Так як використання натуральних яєчних продуктів суттєво ускладнює організацію виробництва продукції і різко підсилює мік-

робіологічну небезпеку, доречним є застосування сухого яєчного білка, що дозволяє виключити ряд операцій та суттєво спростити процес підготовки сировини до виробництва [2].

В сухому вигляді дану сировину вносити не доцільно, оскільки в процесі замішування тіста при контакті з водою білок набухає і утворює в'язкий колоїдний розчин, який оточує дріжджові клітини, чим погіршує їх живлення. Відомо, що білкові молекули, маючи у своєму складі гідрофобні та гідрофільні угруповання, проявляють поверхнево-активні властивості. Завдяки цьому внесення відновленого яєчного білка сприяє значному покращенню газотримувальної здатності безглютенового тіста, внаслідок чого зменшуються втрати утворюваного в процесі спиртового бродіння вуглекислого газу, що призводить до кращого розпушення тістових напівфабрикатів.

Ячний білок в тістовій заготовці при випіканні денатурує, частково компенсуючи відсутність клейковинних білків, і виконує в певній мірі роль каркасу тіста [3]. Дія високої температури при випіканні хліба призводить до випаровування води та розширення пухирців газу в тісті, внаслідок чого підвищується тиск всередині тістової заготовки. Укріплення білкової мережі в тісті внаслідок денатурації овоальбуміну, який входить до складу яєчного білка, сприяє фіксації пухирців повітря та вуглекислого газу, утвореного при бродінні, внаслідок чого збільшується питомий об'єм і покращується пористість м'якушки готових виробів.

Крім цього, використання яєчних продуктів сприяє покращенню забарвлення та смакових властивостей хлібобулочних виробів, а також підвищенню їх біологічної цінності. Так, ячний білок містить у своєму складі багато незамінних амінокислот, найбільше серед яких лейцину, лізину, фенілаланіну та валіну. Зокрема, вміст лізину в сухому яєчному білку в 20 разів вищий, ніж в пшеничному борошні [4].

Таким чином, з огляду на наведені дані можна стверджувати про доцільність застосування яєчного білка в якості структуроутворювача в технології безглютенового хліба з метою покращення газотримування в тісті та показників якості готових виробів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дробот В. І. Вплив структуроутворювачів на якість безглютенового хліба із суміші рисового та кукурудзяного борошна / В. І. Дробот, Л. А. Михонік, А. М. Грищенко // Наукові праці НУХТ. – 2017. – Т. 23, №6. – С. 169–175.
2. Мельник Е. Применение сухих яичных продуктов при производстве мучных изделий / Е. Мельник // Хлебопродукты. – 2009. – №1. – С. 52–53.
3. Козубаева Л. А. Совершенствование технологии безглютенового хлеба / Л. А. Козубаева, Я. Ю. Музоватова // Современные проблемы техники и технологии пищевых производств: материалы XIV международной научно-практической конференции (29 ноября 2012 г.). – Барнаул : АлтГТУ, 2013. – С. 33–36.
4. Євсеєнко Т. П. Створення макаронних виробів з яєчним білком для білкового збагачення раціонів харчування / Т. П. Євсеєнко, В. Г. Юрчак // Проблеми харчування. – 2004. – №4. – С. 42–46.

КІЛЬКІСНА ОЦІНКА ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ЦІННОСТІ ВИРОБІВ З ПІСОЧНОГО ТІСТА З ДОБАВКОЮ ЧОРНОПЛІДНОЇ ГОРОБИНИ

Горяйнова Ю.А., к.т.н., доцент

Трикуль О.О., студент

*Донецький національний університет економіки та торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг*

При характеристиці енергетичної цінності будь-якого харчового продукту виходять із принципу адитивності – підсумовування енергетичного вмісту білків, жирів та вуглеводів у загальну калорійність.

Відомо, що найважливішим принципом раціонального харчування є відповідність калорійності харчового раціону добовим витратам енергії організму людини.

В Україні в даний час рекомендується застосовувати формули співвідношення енергії білків, жирів та вуглеводів – 1:2:3, тобто на кожну білкову калорію повинно припадати дві жирові і три вуглеводні калорії. Відповідно до цього у збалансованій типовій мегакалорії (1000 ккал) на білки повинно припадати 164 ккал, жири – 328 ккал, вуглеводи – 508 ккал, що з урахуванням коефіцієнтів енергетичної цінності речовин становить 40 г для білків, 35 г для жирів та 124 г для вуглеводів.

Будь-яке співвідношення складових цілого математично визначається часткою. Це дає можливість визначити частки енергетичних речовин за рекомендованими нормами і використовувати їх як базові значення $P_i^{баз}$, а частки енергетичних речовин в зразках, що досліджуються, – як конкретні значення показників якості об'єкта P_i при визначенні рівня якості енергетичної цінності харчового продукту:

$$P_i = \frac{M_i}{\sum M_i}, \quad (1)$$

де M_i – вміст енергетичних речовин в 100г харчового продукту, г.

$$P_i^{баз} = \frac{M_{in}}{\sum M_{in}}, \quad (2)$$

де M_{in} – вміст енергетичних речовин в типовій сбалансованій мегакалорії добового раціону (за формулою 1:2:3).

Базові значення енергетичних речовин (білків, жирів, вуглеводів) мають значення:

$$P_b^{баз} = 40 / (40 + 35 + 124) = 40 / 199 = 0,201;$$

$$P_{ж}^{баз} = 35 / 199 = 0,176;$$

$$P_v^{баз} = 124 / 199 = 0,623.$$

Енергію, що вивільняє харчовий компонент в організмі людини у процесах біологічного окислення, можна розглядати як частку в загальній енер-

гетичній цінності харчового продукту. Чим більше частка енергії харчового компонента, тим більше його вагомість в енергетичній цінності харчового продукту. Виходячи з цього, частки правомірно розглядати як коефіцієнти вагомості харчових компонентів при оцінці енергетичної цінності.

Енергетичні коефіцієнти вагомості основних харчових речовин визначали за формулою:

$$m_{ei} = \frac{E_i}{\sum E_i}, \quad (3)$$

де E_i – енергетична цінність основних харчових речовин при окисленні в організмі, кДж/г.

Значення коефіцієнтів вагомості за формулою 3:

$$m_b = 16,7/(16,7+37,7+15,7)=16,7/70,1=0,239$$

$$m_{ж} = 37,7/70,1=0,537$$

$$m_v = 15,7/70,1=0,224$$

В табл. 1 наведені абсолютні значення, відносні значення одиничних показників і комплексний показник якості енергетичної цінності виробів із пісочного тіста, а також характер впливу запропонованих технологій виробництва (з добавками чорноплідної горобини) на енергетичну цінність готових виробів у порівнянні з контрольним зразком, виготовленим за традиційною технологією.

Таблиця 1 – Кількісна оцінка енергетичної цінності пісочного печива з добавками чорноплідної горобини

Найменування зразка печива	Енергетична цінність, ккал/100г	Абсолютні значення енергетичних показників			Одиничні показники енергетичних показників			Комплексна оцінка енергетичної цінності	Порівняльна оцінка енергетичної цінності
		Білки	Жири	Вуглеводи	Білки	Жири	Вуглеводи		
Контрольний зразок	478	0,075	0,267	0,658	0,373	0,659	1,056	0,680	1,000
«Рожевий Захід»	475	0,074	0,268	0,658	0,368	0,657	1,056	0,667	0,981
«Зірочка»	440	0,078	0,215	0,707	0,388	0,819	1,135	0,787	1,157
«Галявинка»	470	0,068	0,236	0,696	0,338	0,746	1,117	0,732	1,076
«Південне»	448	0,066	0,197	0,737	0,328	0,893	1,183	0,823	1,210

Як видно з даних, калорійність (енергетична цінність) виробів за розробленою технологією нижча за контрольного зразка: печива «Південне» на 6,3% і на 7,9% печива «Зірочка». Поряд зі зниженням загальної калорійності, що відповідає сучасним тенденціям організації раціонального харчування певних контингентів населення, рівень якості енергії, що вивільняється при

споживанні цих видів печива, значно (на 15,7% і 21%) вищий завдяки кращій збалансованості між енергетичними складовими, тобто рівень відповідності збалансованості енергії формулі 1:2:3 підвищився на 15,7% і 21% у порівнянні з виробами печива за традиційною технологією.

УДК 641.8:641.52

ПОРОШОК З БАКЛАЖАНІВ – ПЕРСПЕКТИВНА СИРОВИНА

*Дзюндзя О.В., к.т.н., доцент кафедри готельно-ресторанної справи
Херсонський державний університет*

*Бурак В.Г., к.т.н., доцент кафедри інженерії харчового виробництва
Херсонський державний аграрний університет*

Актуальною проблемою сьогодення є забезпечення населення високоякісними продуктами харчування підвищеної харчової цінності. Зважаючи на сучасні екологічні умови, раціон харчування повинен містити в собі біологічно активні речовини (харчові волокна, пектини, антиоксиданти, вітаміни).

Основним джерелом надходження до організму життєво необхідних нутрієнтів є овочі, фрукти і ягоди. Зважаючи на це важливим є пошук рослинної сировини з високими технологічними властивостями.

За харчовими та смаковими властивостями баклажани є досить цінною сировиною. Користь баклажанів полягає в: низькій калорійності; сечогінних властивостях; здатності нормалізувати роботу серця; присутності речовин, що очищають судини від холестерину; вміст сполук, що покращують стан суглобів. Згідно з даними досліджень плоди баклажанів містять: білки, вуглеводи і незначну кількість жирів, вітаміни (нікотинова кислота (B5), тіамін (B1), рибофлавін (B2), каротиноїди). Вуглеводи представлені монозами (глюкоза, фруктоза), олігосахаридами (сахароза) і полісахаридами (крохмаль, пектинові речовини, клітковина). Також плоди баклажан багаті мінеральними солями фосфору, кальцію, калію, марганцю, магнію, заліза, алюмінію. Особливо великий відсоток припадає на частку солей калію. Вміст аскорбінової кислоти в залежності від сорту і району вирощування коливається від 0,89 до 19,0 мг на 100 г сирої ваги [1, 2, 3, 4, 5, 6]. В їжу і для переробки використовуються цілі плоди технічної зрілості без дефектів. Тому значна частка дефектної сировини не реалізується і гниє на полях та сміттєзвалищах. Як наслідок, виникає потреба пошуку можливих напрямів переробки баклажанів, незважаючи на наявність дефектів.

Завдяки розробці нових ресурсозберігаючих технологій вирішуються проблеми раціонального використання сировинних ресурсів. Це має не лише науковий, але й соціальний аспект, тому що при цьому формуються наукові основи раціонального харчування і відповідно підвищується якість життя.

Сушіння являє собою один із способів консервації, тому створення нових харчових порошоків є актуальним. Основна перевага порошоків – це здатність до швидкого відновлення в рідинах, при цьому отримані пюре мають властивості, що несуттєво поступаються вихідній сировині [7]. Зважаючи на це, розроблена ресурсозберігаюча технологія виробництва харчових порошоків з баклажанів надасть змогу забезпечити повноцінне і раціональне харчування, що є актуальним на сьогоднішній день [8, 9].

Порошок з баклажанів є перспективною сировиною для використання в закладах ресторанного господарства та харчової промисловості. Процес висушування баклажанів дозволяє уникнути сезонності їх споживання, спростити операції з механічної кулінарної обробки, скоротити тривалість технологічного процесу приготування страв і розширити їх асортимент, зменшити площі складських і виробничих приміщень, створити відповідні санітарно-гігієнічні умови.

Встановлено, що при сушінні баклажанів в інфрачервоних сушарках відбувається максимальне збереження поживних речовин. Мінеральний склад порошоків з баклажанів складає, мг/100г: кальцій ($48,5 \pm 2,0$), калій ($740,4 \pm 2,0$), залізо ($1,7 \pm 0,5$), фосфор ($98,80 \pm 1,5$), магній ($26,18 \pm 2,0$). Всі ці елементи є складовою кісткових тканин, мають радіозахисні та антианемічні властивості, а тому є життєво необхідні для людини. Кількість вітамінів складає, мг/100г: тіамін B_1 – $0,40 \pm 0,01$; рибофлавін B_2 – $0,5 \pm 0,06$; нікотинова кислота РР – $5,22 \pm 0,10$.

За органолептичними показниками порошки з баклажанів – це однорідна порошкоподібна суміш, від світло-коричневого до коричневого кольору, дисперсністю до 0,5 мм. За вмістом токсичних елементів і мікробіологічними показниками порошок з баклажанів відповідає вимогам, що висуваються до даного виду сировини. Встановлено, що оптимальним для відновлення порошоків баклажан є температура в діапазоні від 45 °С до 60 °С з тривалістю набрякання близько 10–15 хв., при співвідношенні порошку та рідин 1:3 та 1:4.

Перевагою розроблених порошоків є високий ступінь відновлюваності, зручність у використанні, тривалий строк зберігання без спеціальних умов. Застосування порошоків надає можливість створити активні в біологічному відношенні комплекси, які забезпечать фізіологічну повноцінність страв, але й дозволяють істотно вплинути на органолептичні показники, структурно-механічні властивості готової продукції.

Перспективою подальших досліджень є визначення шляхів подальшого використання порошоків з баклажанів та створення на їх основі кулінарної продукції. Визначення і дослідження їх впливу на структурно-механічні властивості і хімічний склад розробленої продукції визначає напрям подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сирохман, І. В. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення [Текст] : навч. посібник / І. В. Сирохман, В. М. Завгородня. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 544 с.
2. Пилипчук Г. Баклажани – заслужено популярні [Текст] / Г. Пилипчук // Медична газета України «Ваше здоров'я». – 2010. – №13. – С. 2–3
3. Singh AP, Luthria D, Wilson T, Vorsa N, Singh V, Banuelos GS, Pasakdee S. Polyphenols content and antioxidant capacity of eggplant pulp. Food Chem 2009; 114: 955–961.
4. Magioli C, Mansur E. Eggplant (*Solanum melongena* L.): Tissue culture, genetic transformation and use as an alternative model plant. Acta Botanica Brasilica 2005; 19 (1): 139–148.
5. Boubekri C, Rebiai A, Lanez T. Study of antioxidant capacity of different parts of two South Algerian eggplant cultivars. Journal of Fundamental and Applied Sciences 2012; 4: 16–25.
6. Jung EJ, Bae MS, Jo EK, YH Jo, Lee SC. Antioxidant activity of different parts of eggplant. J Med Plant Res 2011; 5(18): 4610–4615
7. Снежкін Ю. Ф. Харчові порошки з рослинної сировини. Класифікація, методи отримання, аналіз ринку [Текст] / Ю. Ф. Снежкін, Ж. О. Петрова. – Biotechno-logia Acta. – 2010. – Т. 3, № 5. – С. 43–49.
8. Obtaining the powder-like raw materials with the further research into properties of eggplant powders / O. Dzyundzya, V. Burak, A. Averchev, N. Novikova, I. Ryapolova, A. Antonenko, T. Brovenko, M. Kryvoruchko, G. Tolok // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. – 2018. Vol.5, Issue 11 (95). P. 14–20. doi: 10.15587/1729-4061.2018.143407
9. Dzyundzya O. Investigation of technological properties of powder of eggplants [Text] / O. Dzyundzya, V. Burak, A. Averchev, N. Novikova, I. Ryapolova, A. Antonenko, T. Brovenko, M. Kryvoruchko, G. Tolok // «EUREKA: Life Sciences» – 2018, – Vol. 5, p. 22–29.

ЗБАГАЧЕННЯ ПРОДУКТІВ ВІТАМІНОМ D

Бондарчук З.В., к.т.н., доцент кафедри харчових технологій
Куриленко Ю.М., викладач кафедри харчових технологій
Черкаський державний технологічний університет

Протягом останнього десятиліття нові дослідження показали, як вітамін D функціонує в організмі людини. Крім відомої ролі вітаміну D для підтримання нормальної концентрації кальцію і фосфору в сироватці крові, вітамін D виконує важливі фізіологічні функції, такі як імунomodуляція, протизапальні та інші різноманітні впливи; також, вітамін D впливає на аутоімунні процеси. Крім того, приблизно 1 мільярд людей у всьому світі страждають від недостатності вітаміну D. Вітамін D надходить до організму людини з двох джерел: раціону або синтезу в шкірі під впливом УФ-опромінення; єдиним джерелом вітаміну D при відсутності ультрафіолету є збалансоване харчування або добавки.

Проте, лише обмежена кількість продуктів у природі містять вітамін D₃. Багатим джерелом вітаміну D₃ є риба, жовтки і печінка. У деяких країнах харчові продукти обов'язково збагачують вітаміном D₃. Наприклад, у Сполучених Штатах молоко та зернові сніданки є основним джерелом вітаміну D₃, тоді як у Канаді збагачують молоко і маргарин. Є мало досліджень про

способи збагачення молочних продуктів вітаміном D₃. При порівнянні різних методів збагачення сиру Чеддер вітаміном D₃ виявили, що тільки 40–60% вітаміну D₃ залишається в сирі, залежно від використовуваного методу збагачення. Встановлено, що коли препарат вітаміну вносили безпосередньо до молока, більше 80 % вітаміну D₃ зберігалось в сирному зерні, незалежно від гомогенізації або форми внесення препарату (порошок, масло або емульсія).

Основною проблемою процесу збагачення продуктів харчування вітаміном D₃ є підвищення стабільності вітаміну та забезпечення рівномірного його розподілу в продуктах та підвищення ефективності цих збагачених продуктів. Емульсійні та кристалічні форми вітаміну D₃ використовувалися в експериментальних зразках йогурту та морозива; обидві форми вітаміну виявилися стабільними при зберіганні. Також було досліджено збагачення сиру вітаміном D₃ за допомогою емульсій молочних білків. Значно більше вітаміну D₃ було виявлено в сирній масі при використанні емульгованого вітаміну D₃ порівняно з неемульгованим. Проте, не спостерігалось суттєвих відмінностей у вмісті вітаміну D₃, коли емульсії формулювалися з різними емульгаторами, такими як казеїн, сироваткові білки або знежирене сухе молоко.

Емульсія, стабілізована сироватковими білками і карбоксиметилцелюлозою – це підходящий кур'єр вітаміну при виробництві молочних продуктів збагачених вітаміном D₃. Вітамін D₃, доданий в молочні продукти в емульгованій формі, не руйнується в йогурті або сметані в під час обробки або протягом зберігання цих продуктів.

В Україні на сьогодні мало уваги приділяється вмісту в харчових продуктах вітаміну D, дефіцит якого особливо помітний у вагітних жінок і літніх людей. У багатьох країнах підтримується збагачення продуктів вітаміном D на державному рівні.

Вирішення проблеми дефіциту споживання вітамінів населенням України потребує постійного всебічного контролю. Перспективним є дослідження способів збагачення продуктів вітаміном D.

ЛІТЕРАТУРА

1. Leskauskaitė D., Jasutiene I., Malinauskaitė E., Kersiene M. (2016) Fortification of dairy products with vitamin D₃. *International Journal of Dairy Technology* 69, No 2 177–183.
2. Tippetts M, Martini S, Brotherson C and McMahon D J (2012) Fortification of cheese with vitamin D₃ using dairy protein emulsions as delivery systems. *Journal of Dairy Science* 95 4768–4774.
3. Дубова Г.Є., Гайворонська З.М. Біодоступність вітаміну D у м'ясних продуктах. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – № 1 (57). – 2013. – С.129–134.

ВПЛИВ БЕЗЛАКТОЗНОГО ЗНЕЖИРЕНОГО МОЛОКА НА ЯКІСТЬ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ

*Ляхман Д.М., студентка кафедри харчових технологій
Семененко І.І., студентка кафедри харчових технологій
Андронович Г.М., викладач кафедри харчових технологій
Черкаський державний технологічний університет*

Різка погіршення екологічної ситуації у всьому світі, пов'язане з технічним прогресом, а також із недостатністю чи надлишком окремих компонентів їжі, привели до появи нових і сприяли різкому збільшенню кількості хвороб порушення обміну речовин, серцевосудинних і онкологічних захворювань. Тому важливим елементом турботи про здоров'я людини сучасного суспільства є забезпечення її здорового харчування.

В даний час існує різноманітний асортимент продуктів харчування, значне місце належить борошняним виробам. Дані вироби займають до 30 % щоденного раціону людини. Продукти, які реалізуються в даний час в торгівельних мережах, не задовольняють потреби людини в біологічно активних речовинах.

Також останнім часом набирає всеукраїнських масштабів захворювання на різноманітні харчові алергії, в тому числі – й на продукти, що вважаються традиційною сировиною для хлібопечення, зокрема, молоко. Одним із таких видів захворювання є гіполактазія (непереносимість лактози) – нездатність організму людини засвоювати лактозу.

На сьогоднішній день збагачення хлібних виробів здійснюється в чотирьох напрямках:

– створення способів виробництва хліба з цілого зерна (вироблення тонкодиспергованого борошна з цілого зерна пшениці та використання її в хлібопеченні дозволить збагатити хліб природними вітамінами і мінеральними речовинами);

– використання різних харчових добавок (в якості збагачувачів в хлібопекарській промисловості широко застосовують молочні продукти, а саме: молоко натуральне і сухе, молочні скотини та сироватку. Перспективним білковим збагачувачем служить соєве та горохове борошно);

– отримання принципово нових хлібних продуктів з нетрадиційної сировини хлібопекарського виробництва (використання картопляного, кукурудзяного крохмалю та інших продуктів);

– створення спеціалізованих дієтичних виробів із заздалегідь заданою харчовою цінністю і певним хімічним складом для людей, що страждають різними захворюваннями [1,2].

На сьогодні велику роль надають збагачувачам молочного походження та молочним продуктам, різним лікарським травам, фруктово-ягідним плодам, мінеральним речовинам.

Молочні продукти надають організму багато поживних речовин, таких як: незамінні амінокислоти, вітаміни, ферменти, мікроелементи.

Такими молочними продуктами зазвичай виступають: молоко, як сухе так і нативне; молочна сироватка в рідкому стані та суха; вершки; маргарин; масло, тощо. [3,4]

За оцінками [5,6] 70–75% населення світу страждають від лактазної недостатності. Поширення цієї патології в Україні складає в залежності від регіонів 15-35% дорослого населення [7]. Ураховуючи статистичні дані, основним способом зберігання здоров'я є заміна звичайного молока на безлактозне в основних продуктах харчування, серед яких значна кількість припадає на хлібобулочну продукцію.

Основною метою роботи було проведення дослідження впливу безлактозного знежиреного молока на процес бродіння, якість пшеничного тіста та готових виробів.

Проводили визначення за органолептичних показників готових виробів за допомогою сенсорного аналізу, газоутворювальну здатність тіста – на приладі АГ-1М, структурно-механічні – за розпливанням кульки тіста, пористість – на приладі Журавльов, вміст цукру – за кінетикою біохімічних змін [1].

Результати досліджень встановили, що заміна звичайного на безлактозне знежирене молоко дає змогу для виробництва продукту оздоровчого призначення. Вплив безлактозного знежиреного молока на якість тіста та готових виробів не має негативного впливу. Газоутримуюча і газоутворююча здатність найкраща в зразку з додаванням безлактозного знежиреного молока, що дає можливість скорочення тривалості бродіння тіста до 150 хвилин. За результатами кінетики біохімічних змін утворення цукру в зразках з безлактозним знежиреним молоком не відрізняється від зразка зі звичайним молоком.

ЛІТЕРАТУРА

1. Лабораторний практикум з технології хлібопекарського та макаронного виробництв / за ред. В. І. Дробот. – К. : Центр навч. літ-ри, 2006. – 341 с.
2. Ауэрман Л. Я. Технология хлебопекарного производства: учеб. – 9-е изд. Редактор Пучкова Л. И. Спб. : Профессия, 2005. – 416 с.
3. Росляков Ю. Ф, Вершинина О. Л, Гончар В. В. Научные основы разработки хлебобулочных изделий функционального назначения. Кондитерское и хлебопекарное производство. 2009 август; 8(95): 34-5.
4. Дробот В. И. Использование нетрадиционного сырья в хлебопекарной промышленности. – К. : Урожай, 1988. – 152 с.
5. Delacouer, H. Diagnosis of genetic high resolution melting analysis / H. Delacouer, et al. // Ann Biol Clin (Paris). – 2017. – 75(1) – 67–74.
6. Corgneau, M. Recent advances on lactose intolerance: Tolerance thresholds and currently available answers / M. Corgneau, J. Scher, L. Ritie-Pertusa, D. T. Le, et al. // Critical reviews in food science and nutrition. – 2017. – 57. – №. 15. – P. 3344–3356. –doi:10.1080/10408398.2015.1123671.
7. України 3. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо відповідальності за корупційні правопорушення» від 7 квітня 2011 року № 3207-VI // Електронний ресурс]. – 2011. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua>

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ БЕЗГЛЮТЕНОВОЇ СИРОВИНИ У ХЛІБОПЕКАРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ

Бишовець Л.Г., старший викладач
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський державний технологічний університет

В Україні і у світу в цілому існує тенденція зростання захворювань, пов'язаних з порушенням обміну речовин і виникненням алергій на певні компоненти харчових продуктів. Особливо небезпечні та складні у лікуванні порушення обміну білкових речовин.

Глютен (клейковина) – це загальна назва білка, що міститься у всіх сортах пшениці, частково жита і ячменю, а також у схрещених видах пшениці і жита – тритикале. Він складається з двох білків – гліадину і глютеніну, які надають тісту еластичності. Тобто всі традиційні хлібобулочні вироби містять глютен. Також він є у піці, макаронах і багатьох кашах.

Целиакія – сучасне аутоімунне захворюванням, яке є результатом негативної реакції організму людини на білок, що формує клейковину – гліадин. За даними ВООЗ, на целиакію страждає близько 1% населення земної кулі. 10 років тому целиакія була доволі рідкісною хворобою, але останнім часом кількість хворих значно зросла [1].

При хронічній нирковій недостатності, порушенні функціонування органів травлення, розладах центральної нервової системи, затримці фізичного розвитку, алергії на глютен, целиакії, пов'язаних з порушенням білкового обміну, рекомендована постійна безглютенова дієта.

Для вирішення проблеми харчування хворих сучасна хлібопекарська промисловість виготовляє дієтичну продукцію з безглютенової сировини, або із сировини, що підлягала спеціальному обробленню.

Сьогодні безглютенова продукція вітчизняного виробництва представлена хлібом безбілковим (ДСТУ-П 4588:2006 «Вироби хлібобулочні для спеціального дієтичного споживання») та хлібом безглютеновим (ТУ 8-22-61-88). Безглютенова продукція дорога і забезпечується, в основному, завдяки імпорту.

Однак, результатом наукових досліджень українських вчених на сьогоднішній час стало розширення асортименту виробів спеціального призначення: Бабіч О.В. «Розроблення технологій безглютенового печива для хворих на целиакію» 2006р., Лиман Н.П. «Маффіні – новий вид борошняних кондитерських виробів, дослідження по оптимізації його хімічного складу» 2010 р., Дорохович В.В. «Безглютенові борошняні кондитерські вироби» 2013 р. та Медвідь І. М., Шидловська О. Б., Доценко В. Ф., Федоренко Ю. О., «Перспективи розширення асортименту хлібобулочних виробів для хворих на целиакію» 2017 р. До рецептур цих виробів включають сировину, яка не містить глютену: безглютенові види борошна (рисове, гречане,

кукурудзяне, вівсяне), висівки, кіноа, амарант (щирицю), кукурудзяний та картопляний крохмаль, молочні та яєчні продукти, продукти переробки сої.

У літературних джерелах обмаль відомостей про технологічні властивості цієї сировини, що характеризують її спроможність утворювати тісто з певними структурно-механічними властивостями і забезпечувати високу якість виробів.

Основними характеристиками сировини, що використовується для приготування тіста, є її хімічний склад, дисперсність, водопоглинальна, газоутворювальна та газоутримувальна здатності. При поєднанні в одній рецептурі різних видів безглютенової сировини створюються складні системи, властивості яких залежать від технологічних властивостей сировини [2].

Безглютенова сировина відрізняється за низкою показників. Так, кислотність кукурудзяного борошна в 4,5 рази більша, ніж рисового, та в 1,3 рази – ніж гречаного. Гречане борошно, порівняно з рисовим і кукурудзяним, містить більше жирів, оскільки під час виготовлення гречаного борошна із зернівки не видаляється зародок, в якому зосереджений жир. У безглютенових видах борошна міститься різна кількість білків та клітковини, що може значно вплинути на здатність поглинати воду. У гречаному борошні міститься 12 % частинок розміром більше, ніж 264 мкм, що більше, ніж у пшеничному борошні другого сорту, що негативно впливатиме на показники якості безглютенового хліба з гречаним борошном. Більша, в порівнянні з крохмалем, водопоглинальна здатність борошна круп'яних культур обумовлена вмістом у його складі білкових речовин, оболонкових частинок і пентозанів. Порівняно з пшеничним борошном вищого сорту, в кукурудзяному, рисовому та гречаному борошні вміст власних цукрів менший відповідно на 41,2, 69,2 та 17,6 %, що може негативно вплинути на газоутворювальну здатність борошна круп'яних культур [3].

Багата вуглеводами випічка з кукурудзяного борошна відмінно підходить для приготування безглютенового печива, а також хліба, здоби, пирогів, кексів. Хліб з кукурудзяного борошна пухкий, з розсипчастим м'якушем, але через невелику кількість клейковини не надто пишній.

Відносно невисока калорійність, відсутність глютену, ніжна випічка, відмінний вибір рецептів – ось переваги рисового борошна. Співвідношення вітамінів, мікроелементів, крохмалю наділяє дієтичний продукт корисними властивостями. Випічка з рисового борошна виходить хрусткою, тому на її основі добре виходять хлібці. Пориста текстура забезпечить печиву, кексам, маффінам особливий смак, але якщо потрібно зробити їх менш сухими, то в тісто рекомендується додати більше рідини, яєць.

Як відомо, у 2017 іспанські вчені зуміли вивести новий сорт низькоглютенової пшениці, продукти з якої безпечні для хворих на спадкове захворювання целиакія. Дослідницька група Інституту сталого сільського господарства в місті Кордоба відредагувала компонент глютену – білок α -гліадин, що викликає несприятливу імунну реакцію. Таким чином вдалося зменшити кількість глютену й імунну реактивність пшениці на 85% [1].

Багато країн світу вирощують амарант або червону щирицю. Цей продукт у них входить в десятки найменувань овочевих, кондитерських та хлібних виробів. Ще в 1931 році відомий ботанік і академік М.Вавілов сказав, що амарант в майбутньому зможе нагодувати все людство, чисельність якого подвоюється кожні сто років. А продовольча комісія ООН, зарахувала амарант в продукт №1, який наситить народи і врятує людство від голоду [4].

Кіноа (рисова лобода) за смаком нагадує неочищений рис, не містить глютену, багата на необхідні організму мінерали та вітаміни групи А, В, С і Е, має високий показник рослинного білка. Першими кіноа почали культивувати індійці у гірських районах Південної Америки. Ще до поширення кукурудзи, кіноа була однією з найбільш споживаних культур, на якій росли інки. Зараз крупа залишилась популярною у США, країнах Карибського басейну та на батьківщині – у Венесуелі, Чилі, Еквадорі, Колумбії та Болівії. З борошна кіноа роблять пасту, випікають хліб та готують вітамінні напої. 2013 рік був проголошений Міжнародним роком кіноа. Виступаючи на 66-й сесії засідання, Генеральний секретар ООН Пан Гі Мун заявив, що ця сільськогосподарська культура може внести величезний вклад у забезпечення продовольчої безпеки у світі та досягнення цілей розвитку тисячоліття загалом [5].

Таким чином, завданням сьогодення є вивчення властивостей безглютенової сировини, розробка технологій дієтичної продукції, безглютенового хліба, борошняних кондитерських виробів. Важливо також вказувати на вітчизняних дієтичних продуктах спеціальне маркування – перекреслений колосок.

ЛІТЕРАТУРА

1. Іспанський, але не стид: вчені вивели низькоглютенову пшеницю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://agroday.com.ua/2017/11/29/ispanskyj-ale-ne-styd-vcheni-vyvely-nyzkoglyutenovu-pshenytsyu/](https://agroday.com.ua/2017/11/29/ispanskyj-ale-ne-styd-vcheni-vyvely-nyzkoglyutenovu-pshenytsy/)
2. Бабіч О. В. Розроблення технології «безглютенового» печива для хворих на целиацію : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. техн. наук : спец. 05.18.01 «Технологія хлібопекарських продуктів та харчових концентратів» / О. В. Бабіч. – К., 2006. – 20 с.
3. Грищенко А. М. Технологічні властивості безглютенових видів сировини / А. М. Грищенко, В. І. Дробот. – Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій Міністерство освіти і науки України. – Одеса : 2014. – Вип. 46. – Том 1. – 307 с.
4. Щириця – бур'ян чи надзвичайно корисна та прибуткова рослина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://babushkinsad.kiev.ua/2015/03/08/910.html>
5. Декілька фактів про кіноа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://harchi.info/blogs/san-ayt-j/dekilka-faktiv-pro-kinoa>

ПРИНЦИПИ ПОЄДНАННЯ СИРУ І ВИНА

Куриленко Ю.М., викладач кафедри харчових технологій
Бондарчук З.В., к.т.н., доцент кафедри харчових технологій
Черкаський державний технологічний університет

Спорідненість між сиром і вином є така близька, що такий зв'язок не вимагає будь-яких обґрунтувань. Вино завжди пасує до сиру і навпаки. Однак існують певні нюанси. Вино, як і сир, є продуктом ферментації і визрівання. Їх аромати і смаки часто подібні і доповнюють один одного, але за умови вдалого їх вибору.

Вино і сир не лише дуже натуральні, природні, але й, і це в прямому сенсі цього слова, витончені продукти. У першому випадку сировиною є зрілий виноград, у другому незбиране молоко. Якість вихідного матеріалу має велике значення. Походження, спосіб підготовки, умови та час визрівання і зберігання все це впливає на якість і смак цих популярних продуктів, сприяє створенню їх нескінченної палітри.

Чи дане вино і сир будуть гармоніювати між собою залежить від вищеперерахованих, а також багатьох інших чинників. Залежно від температури, ступеня зрілості і гатунку сиру або вина смаки будуть змінюватися. Можливих комбінацій – сотні, успішні комбінації можна порахувати на пальцях. Чим солідніше вино, тим більш стриманішим повинен бути сир.

Для свіжого сиру, виготовленого з пастеризованого коров'ячого молока, сквашеного молочною кислотою, непресованого у вигляді крему з м'якою мажучою консистенцією, підходять лише прості білі вина. Вони не повинні бути занадто кислими.

Кремовий сир з білою пліснявою, ніжний, але з повним ароматом і смаком з танучою оксамитовою консистенцією є особливо вишуканою стравою. Найвідомішими представниками цієї групи є Брі і Камамбер. Для сиру з білою пліснявою пасуватимуть м'які, сухі, а також благородні солодкі білі вина. Досконало пасують також до них молоді з фруктовим ароматом червоні бургундські вина, зрілі, не надто кислі бордоські вина або інші елегантні, збалансовані, м'які червоні вина.

Сири зі шляхетною пліснявою можна вирізнити за їх зеленим або синім рисунком на розрізі. Пліснява тут є спеціальна і введена керовано. Такі види можуть бути вироблені з коров'ячого, козячого чи овечого молока або з їх суміші. Найбільш відомими прикладами цих сирів є французький рокфор, італійська горгонзола та англійський стилтон. Гарний сир з синьою пліснявою також виробляється в Баварії. Ці сири чудово пасують зі шляхетними солодкими білими винами, що походять із Сотерну та Луари, а також з Німеччини та Австрії, що спеціалізуються на таких винах.

Тверді сири визрівають місяцями, а іноді й роками. З часом, коли зменшується вологість, насиченість аромату зростає, подібно як у зрілому вині.

Вина та сири з того ж регіону майже завжди добре поєднуються. Чим твердіше сир, тим більш танінніше може бути вино.

Для зрілого грюєра, парміджано-реджано, грана падано чи сбринца, пасує більшість поважних червоних вин, незалежно від того, походять вони з Італії (кьянті, барбареско), з Франції (бордо, боргунд) або з Іспанії (ріберо дель дуєро).

Діапазон козячого та овечого сиру дуже багатий, охоплюючи всі види, від м'якого до твердого, від ніжних до прямих. З цієї причини при виборі вина важко дотримуватися якогось правила. Найліпше тут може бути шляхетне солодке біле вино. Часто зустрічаються дуже успішне регіональне поєднання.

Створювати гармонійні комбінації враховуючи смак, текстуру й аромат – в цьому полягає мистецтво поєднання. Вивчаючи поєднання вина з їжею, відкривається цілий спектр нових смаків, якими можна насолоджуватися та розширювати пізнання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Джастин Хэмек, Мадлен Пакетт Wine Folly. Вино. Практический путеводитель М. : КоЛибри, 2018. – 232 с.
2. Dr. Ute Paul-Prossler Sery. Porady dla smakoszy, Arkady 2016. 190

АВТОРСЬКИЙ ПОКАЖЧИК

- Андронович Г.М., 187
Белікова М.В., 92
Беляєва С.С., 112
Білостоцька О.Р., 78
Бишовець Л.Г., 189
Бондарчук З.В., 185, 192
Бурак В.Г., 183
Волохова О.В., 135
Герман І.В., 97
Гладкий О.В., 14
Головата К.Ю., 34
Горайнова Ю.А., 181
Григоренко А.М., 57
Гриньох Н.В., 42
Данилова О.І., 19
Данилюк А.М., 128
Дащук Ю.Є., 28
Дзима В.В., 137
Дзюндзя О.В., 183
Дмитрук В.І., 144
Доценко В.Ф., 34, 179
Дутчак О.І., 44
Дяченко Л.А., 90
Жуков Є.В., 82
Загородній В.В., 100, 118
Заїка О.І., 95
Івашина Л.Л., 72
Ілляшенко Ю.Ю., 155
Kaszmarek В., 157
Кандиба П.О., 124, 126
Корнілова Н.В., 115
Крижановська О.Т., 135
Кушнірук Г.В., 37
Куракін О.Б., 53
Куриленко Ю.М., 185, 192
Лавренюк С.А., 124, 126
Лепкий М.І., 28
Лисенко А.І., 153
Литвин Т.П., 132
Ляхман Д.М., 187
Маланюк Т.З., 109
Мариненко Г.П., 103
Мариненко С.І., 103
Матусевич А.М., 124, 126
Медвідь І.М., 34, 179
Мезенцева І.В., 22
Миколенко Л.В., 146
Мельниченко С.В., 17
Нагурна Н.А., 172, 174, 176
Ніколайчук О.А., 59
Ольхова-Марчук Н.В., 22
Онопрієнко О.В., 121
Онопрієнко О.М., 121
Осипенкова І.І., 172, 174, 176
Петришин Д.Р., 37
Плецан Х.В., 62
Полумбрик О.М., 171
Пушкарьов Ю.Н., 162
Рибальченко Н.П., 40
Роскладка А.А., 106
Роскладка Н.О., 106
Сайтарли С.В., 162
Свідло К.В., 57
Семененко І.І., 187
Семененко М.Г., 151
Сидоренко І.О., 84
Смочко Н.М., 25
Сокол Т.Г., 47

Сорокіна Н.С., 66
Стадник І.Ю., 148
Субота В.В., 80
Тептюк Л.М., 50
Тітомир Л.А., 19
Тихоненко Ю.М., 75
Ткачова С.С., 31
Трикуль О.О., 181
Унрод В.І., 157, 162, 166, 171
Філіпович Т.І., 141
Фрей Л.В., 69
Халілова-Чуваєва Ю.А., 66
Хилик Я.О., 157
Худолей О.С., 52
Чепурда Г.М., 11
Чепурда Л.М., 8
Чепурна О.Л., 172, 174, 176
Чулкова Т.М., 146
Шестель О.Г., 95
Шидловська О.Б., 78, 179
Ярмош Т.В., 146
Ярославська Л.П., 100, 118
Юхновська Ю.О., 87

Наукове електронне видання

**МАТЕРІАЛИ
Х МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС
В УКРАЇНІ:
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ»
21–22 березня 2019 року
м. Черкаси**

Том 1

В авторській редакції

Технічний редактор *Т.А. Манжура*

Гарн. Times New Roman. Обл.-вид. арк. 11,96. Зам. 19-046.

Черкаський державний технологічний університет
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 896 від 16.04.2002 р.
бульвар Шевченка, 460, м. Черкаси, 18006.

Редакційно-видавничий відділ ЧДТУ red_vidav@chdtu.edu.ua