

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА
МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТСЬКИЙ КОЛЕДЖ В М. ДОБРИЧ (БОЛГАРІЯ)
ВИЩА ШКОЛА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН І СУСПІЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
В М. ХЕЛМ (ПОЛЬЩА)
ВИЩА ШКОЛА ТУРИЗМУ ТА ЕКОЛОГІЇ В М. СУХА БЕСКИДЗЬКА (ПОЛЬЩА)
ІНФОРМАЦІЙНІ ПАРТНЕРИ:
УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ М. ПЛОВДИВ (БОЛГАРІЯ)
ВИЩА ШКОЛА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ НАУК М. ПШЕВОРСЬК (ПОЛЬЩА)
“ASPECT-PRO LTD” (БОЛГАРІЯ)
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ ЧДТУ

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

28-29 березня 2024 року, м. Черкаси

Черкаси



2024

УДК 379.85:640.4(063)
ББК 65.433
М34

Рекомендовано вченою радою
Черкаського державного
технологічного університету,
протокол № 8 від 15 квітня 2024 р.

Редакційна колегія:

Григор О. О., д-р політ. наук, професор;
Лазуренко В. М., д-р іст. наук, професор;
Чепурда Г. М., д-р іст. наук, професор;
Чепурда Л. М., д-р екон. наук, професор

Відповідальна за випуск: *Старинець О. А.*

Матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції
М 34 «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 28-29 березня 2024 року, м. Черкаси [Текст]: у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Т.1. – Черкаси: ЧДТУ, 2024. – 155 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

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

УДК 338.48(100)"2024"

АНАЛІЗ ТА ПРОГНОЗ ГОСТИННИХ КРАЇН ЄВРОПИ І СВІТУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Чепурда Л. М., *д-р екон. наук., професор,
завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Черкаський державний технологічний університет*

Розглядаючи та аналізуючи розвиток туризму в Європі та світі у 2023 році, слід відмітити країни, які потрапили в рейтинг найбільш гостинних країн.

Рейтинг найбільш доброзичливих країн Європи, за версією мандрівників, очолила Ірландія. Як свідчать результати недавнього дослідження Readers' Choice Awards, проведеного виданням про подорожі Condé Nast Traveller, саме Ірландія набрала найвищий бал 94,5 зі 100, таким чином ставши найбільш гостинною країною світу.

При складанні рейтингу враховувалося, наскільки місцеві жителі в тій чи іншій європейській країні відкрито налаштовані по відношенню до іноземних гостей, наскільки вони готові прийти на допомогу і полегшити перебування іноземців в країні, а також наскільки вони раді поспілкуватися з приїжджими.

Топ-10 найбільш доброзичливих країн Європи

1. Ірландія.
2. Словенія.
3. Румунія.
4. Шотландія.
5. Ісландія.
6. Норвегія.
7. Португалія.
8. Данія.
9. Мальта.
10. Хорватія.

Як повідомляв УНІАН, раніше досвідчена мандрівниця Дейл Петерсон перерахувала три популярних міста в Європі, які краще відвідувати взимку, адже влітку ці напрямки потерпають від надмірного туризму та високих температур. Це Венеція (Італія), Дубровник (Хорватія), Барселона (Іспанія).

У свою чергу пошукова система Holidu склала рейтинг найбільш переповнених туристами міст Європи в 2023 році. Очолив його хорватський

Дубровник, де в топ-сезон на кожного місцевого жителя припадає 36 туристів.

Популярний міжнародний туристичний портал Lonely Planet представив щорічний список локацій по всьому світу, які варто відвідати в 2024 році.

За категоріями, це:

- Найкращі країни світу для відвідування у 2024 році
- Найкращі регіони світу для відвідування в 2024 році
- Найкращі міста світу для відвідування у 2024 році
- Найкращі місця у світі за сталим розвитком для відвідування у 2024 році
- Найкращі місця у світі за культурною цінністю для відвідування у 2024 році

Як відзначають укладачі рейтингу, цього разу рекомендовані до відвідування туристичні напрямки у світі визначалися у п'яти категоріях: країни, регіони, міста, сталий розвиток та культурна цінність.

Найкращі країни світу для відвідування у 2024 році

1. Монголія, Азія.
2. Індія, Азія.
3. Сент-Люсія, Кариби.
4. Мексика, Північна Америка.
5. Марокко, Африка.
6. Чилі, Південна Америка.
7. Бенін, Африка.
8. Узбекистан, Азія.
9. Пакистан, Азія.
10. Хорватія, Європа.

Найкращі регіони світу для відвідування в 2024 році

1. Штат Монтана, США.
2. Графство Донегал, Ірландія.
3. Велосипедний маршрут Транс-Дінаріца, Західні Балкани.
4. Острів Кенгуру, Південна Австралія.
5. Тоскана, Італія.
6. Країна Басків, Іспанія.
7. Південний Таїланд.
8. Узбережжя Суахілі, Танзанія.
9. Гірськолижний регіон Заальфельден-Леоганг, Австрія.
10. Крайня Північ Шотландії.

Найкращі міста світу для відвідування у 2024 році

1. Найробі, Кенія.
2. Париж, Франція.
3. Монреаль, Канада.
4. Мостар, Боснія і Герцеговина.
5. Філадельфія, США.
6. Манаус, Бразилія.

7. Джакарта, Індонезія.
8. Прага, Чехія.
9. Ізмір, Туреччина.
10. Канзас-Сіті, Міссурі, США.

Найкращі місця у світі за сталим розвитком для відвідування у 2024 році

Концепція сталого розвитку передбачає впровадження комплексу заходів, націлених на задоволення поточних потреб людини при збереженні навколишнього середовища і ресурсів, тобто без шкоди для можливості майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби.

1. Еквадор, Південна Америка.
2. Іспанія, Європа.
3. Патагонія, Аргентина та Чилі.
4. Гренландія, Європа.
5. Стежки Уельсу, Європа.
6. Шлях Каміно де Сантьяго, Португалія.
7. Палау, Австралія та Тихоокеанський регіон.
8. Хоккайдо, Японія.
9. Балтійські стежки.
10. Південна Африка.

Найкращі місця у світі за культурною цінністю для відвідування у 2024 році

1. Польща, Європа.
2. Середній Захід, США.
3. Нікарагуа, Центральна Америка.
4. Дунайські лайми, Болгарія.
5. Нормандія, Франція.
6. Єгипет, Африка.
7. Ікарія, Греція.
8. Алжир, Африка.
9. Південні озера та Центральний Отаго, Нова Зеландія.
10. Нічні поїзди, Європа.

Як повідомляв УНІАН, раніше команда туристичної компанії Holidu назвала найбільш «смертоносні» природні локації в світі, де щороку гинуть сотні туристів, такі як:

1. Гора Монблан (Італія. Франція)
2. Гора Бен Невіс (велика Британія)
3. Гора Фудзі (Японія)
4. Гора Еверест (Непал)
5. Гора Кіліманджаро (Танзанія)
6. Йосемітський національний парк (США)
7. Столова гора (Південна Африка)
8. Гора Маттерхорн (Швейцарція)
9. Гранд-Каньон (США)

10. Скелі Мохер (Ірландія)

В 2024 році в країнах Європейського Союзу найбільш популярним напрямом визнали «розумний туризм».

Що таке «розумний» туризм

Розумний туризм (Smart Tourism) спрямований на те, щоб зробити туристичний сектор більш інноваційним з використанням цифрових технологій. Його метою є надати туристам більш ефективний, персоналізований та приємний досвід, одночасно сприяючи стійкості та управлінню туристичними напрямками.

Столиці «розумного» туризму в Європейському Союзі вибирають з 2019 року. Раніше ними ставали Гельсінкі (Фінляндія), Ліон (Франція), Малага (Іспанія), Гетеборг (Швеція), Бордо (Франція), Валенсія (Іспанія), Пафос (Кіпр) і Севілья (Іспанія).

Ірландський Дублін визнали європейською столицею «розумного» туризму в 2024 році, тоді як італійське місто Гроссето назвали піонером європейського «зеленого» туризму.

Рішення було прийнято на основі їхніх досягнень в області доступності, сталого розвитку, а також цифровізації та культурної спадщини, повідомляє SchengenVisaInfo.

Дублін і Гроссето були відібрані серед 40 напрямків у 21 країні.

В якості призу міста-переможці отримують від Європейської комісії рекламну підтримку та допомогу у виготовленні сувенірної продукції.

Як повідомляв УНІАН, раніше експерти Expedia визначили головні туристичні тренди на 2024 рік. Головні серед них – пошук бюджетних альтернатив популярним напрямкам, таких як, Болгарія, Греція, Румунія та відродження концертного туризму і виїзні свята з будь-якого приводу.

УДК 640.41-027.542:339.13(100)

АЛГОРИТМИ ВИХОДУ НАЦІОНАЛЬНИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

Чепурда Л. М., *д-р екон. наук, професор,
завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,*

Луцький І. М., *здобувач вищої освіти
ступеня доктора філософії денної форми навчання,
Черкаський державний технологічний університет*

Міжнародний ланцюговий готельний бізнес – це явище з виходом готельних мереж за кордон. Цей феномен почав активно розвиватись в 70-ті роки минулого століття. Основна ознака цього явища – створення форми організація готельного бізнесу, яка здатна забезпечити клієнтів очікуваний

рівень якості обслуговування готелю, незалежно від його країни залишитися.

Вихід національних операторів на міжнародний ринок обумовлено такими чинниками: $\frac{3}{4}$ розвиток та насичення національного ринку; $\frac{3}{4}$ активізація міжнародних операторів на національному готельному ринку; $\frac{3}{4}$ наявність необхідних матеріальних та нематеріальних ресурсів; $\frac{3}{4}$ необхідність у нових ринках збуту готельних послуг.

Щоб вийти на міжнародний ринок, перш за все оператор має визначитися з тим, яким чином їх бренди будуть представлені географічно на світовому ринку готельних послуг.

Моніторинг обраного ринку має включати ряд елементів, зокрема: цільовий аналіз ринку, дослідження попиту, правової бази та політичних факторів, а також соціально-економічний аналіз країни і дослідження діяльності конкурентів на цьому ринку.

Для того, щоб вийти на міжнародні ринки готельних послуг операторам також необхідно попередньо визначитися із формою управління підприємства готельного господарства, яке буде функціонувати під їх егідою. Наведемо приклади того, як національні готельні мережі розвинуті за межами нашої країни. Влітку 2021 року мережа готелів Premier відкрила перший міжнародний готель під назвою Premier Hotel Miskolc (Угорщина).

Вивчивши об'єкти та інфраструктуру готелю, Європейською організацією сертифікації готелів було присвоєно йому 4-зіркову категорію комфорту. В невеликому і дуже затишному готелі було об'єднано ділову та туристичну спільноти міста Мішкольц. В готелі є 24 комфортабельних номери з видом на місто та традиційний сніданок Premier Buffet Breakfast. Лідерські позиції готелю вже підтверджені високими рейтингами на популярних платформах бронювання.

Розвиток і розширення мережі готелів Reikartz Hotel Group продовжує дивувати своїми досягненнями навіть мережі готелів Marriott і Hilton, адже їх список по всьому світу на 2021 рік – це 40 бізнес-готелів і 3-4 «зіркових» курортів в Україні та за кордоном, а також 40 ресторанів, які забезпечують роботою населення. У червні 2022 року мережа Reikartz Hotel Group відкрила два нових готелі в Бухарі та Коканді (Узбекистан). Крім Узбекистану, ця мережа представлена в інших країнах: Грузія, Казахстан, Швеція та Німеччина.

Отже, ми бачимо, що протягом останніх років, кількість національних мереж за межами нашої держави збільшується. Для успішного виходу національної мережі на міжнародний ринок існує певний алгоритм. Якщо результати виявляються позитивними, проводиться оцінка правового та політичного середовища, розглядаються програми розвитку галузі та регіону, а також досліджуються умови іноземного інвестування (якщо такі є).

За наявності сприятливих умов, розпочинається вивчення потенційного конкурентного середовища, яке і визначить доцільність функціонування на обраному ринку готельних послуг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андренко І. Б., Шестірко А. А. Особливості функціонування готельних ланцюгів в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-6>.
2. Долга Г. В., Хитрова О. А. Управління готельним господарством у кризових умовах: реалії сьогодення та світовий досвід. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Вип. 41. 2022. С. 32–36. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-41-6>
3. Нечева Н. В., Шикіна О. В. Місце готельних мереж на світовому ринку готельних послуг. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Збірник наукових праць*. № 9–10 (298–299). 2022. С. 131–137. DOI:10.32680/2409-9260-2022-9-10-298-299-131-137.
4. Скляр А. О. Проблеми ведення туристичного та готельного бізнесу під час війни в Україні. 2022. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/11/223.pdf>.

УДК 338.48

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Чепурда Л. М., *д-р екон. наук, професор,
завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,*
Мокрий А. В., *здобувач вищої освіти
ступеня доктора філософії денної форми навчання,
Черкаський державний технологічний університет*

Для підприємств туристичного бізнесу важливим є збереження конкурентоздатності у світі, що постійно змінюється. Для цього необхідно швидко підлаштовуватися під нові запити клієнтів, щоб якнайкраще задовольняти їх потреби. Впровадження нових підходів дозволяє підприємствам залучити більше користувачів та покращити їх досвід, а отже, примножити прибуток. Таким чином, виникає потреба у дослідженні сучасних тенденцій, які можуть впливати на процес залучення клієнтів туристичними підприємствами.

Проблеми розвитку туристичного бізнесу досліджуються у працях вітчизняних та закордонних учених, серед яких: С. Уліганець [1], С. Віннакота [2], З. Зарезаде [3] та ін. Однак сучасний світ постійно змінюється, тому ця тема не втрачає своєї актуальності.

Метою є дослідження сучасних тенденцій розвитку туристичного бізнесу.

Сучасний світ постійно змінюється, і для збереження зацікавленості клієнтів туристичним підприємствам важливо швидко адаптуватися до змін. Останні дослідження визначили кілька ключових технологій і стратегій, які суттєво впливають на розвиток туристичного бізнесу:

1. Аналітика даних для аналізу вподобань споживачів.

Передові методи аналізу даних дозволяють туристичним підприємствам збирати та аналізувати великі обсяги даних, пов'язаних із уподобаннями споживачів, моделями поведінки та ринковими тенденціями. Використовуючи статистику на основі зібраних даних, компанії можуть адаптувати свої маркетингові зусилля, удосконалити пропозицію продуктів і розробляти стратегії розвитку, щоб краще задовольняти потреби цільової аудиторії.

2. Штучний інтелект (AI) і машинне навчання (ML).

Алгоритми на основі штучного інтелекту та машинного навчання дають можливість компаніям надавати персоналізовані рекомендації та досвід окремим клієнтам на основі їхньої минулої поведінки та вподобань. Використання автоматизованих систем на основі штучного інтелекту дозволяє компаніям оптимізувати процеси, підвищити ефективність і покращити загальний досвід клієнтів.

3. Створення ексклюзивного контенту.

Створення захоплюючого та неповторного контенту, такого як 360-градусні відео, віртуальні тури та інтерактивні враження, стало потужним маркетинговим інструментом у туристичній індустрії. Надаючи цікавий контент, компанії можуть привернути увагу, викликати емоції та підвищити рівень конверсії.

4. Маркетинг у соціальних мережах.

Компанії можуть використовувати мобільні додатки, рекламу в соціальних мережах, партнерство з впливовими особами та створений користувачами контент для взаємодії з мандрівниками, підвищення впізнаваності бренду та збільшення кількості бронювань.

5. Екологічно чисті та стійкі практики.

З підвищенням обізнаності про екологічні проблеми мандрівники шукають екологічні та стійкі варіанти туризму. Підприємства можуть виділитися та залучити екологічно свідомих мандрівників, запровадивши екологічні практики, просуваючи відповідальні туристичні ініціативи та підтримуючи місцеві громади.

6. Спільні платформи та партнерства.

Співпраця між туристичними підприємствами, організаціями, що керують туристичними напрямками, урядовими установами та іншими зацікавленими сторонами, є важливою для сприяння інноваціям і стимулювання колективного зростання. Формуючи стратегічні партнерства та беручи участь у спільних платформах, компанії можуть отримати доступ до нових ринків, ділитися ресурсами та створювати синергію, яка приносить користь усій туристичній екосистемі.

Впровадження розглянутих підходів надає підприємствам туристичної сфери значних конкурентних переваг, пов'язаних із залученням більшої кількості клієнтів і, в результаті, збільшення прибутку.

Розвиток маркетингових технологій і впровадження інновацій надає туристичним підприємствам безпрецедентні можливості взаємодіяти з мандрівниками та забезпечувати стійке зростання. Використання систем обробки великих даних, штучного інтелекту, соціальних мереж, створення ексклюзивного контенту допоможе компаніям адаптуватися до мінливих потреб споживачів і запропонувати незабутні враження, які сподобаються сучасним туристам. Однак успіх у цій справі вимагає активного підходу до впровадження технологій і глибокого розуміння ринкової динаміки, що розвивається.

ЛІТЕРАТУРА

1. Уліганець С. І., Сировець С. Ю. Навчально-методичний комплекс «Інформаційні технології в туризмі». Київ: «Альфа-ПК». 2023. 50 с.
2. Vinnakota, Sunny. Leveraging Artificial Intelligence in the Hospitality Industry: Opportunities and Challenges. *Journal of South Asian Development*. 2023. Vol. 5 URL: https://www.researchgate.net/publication/372783951_Leveraging_Artificial_Intelligence_in_the_Hospitality_Industry_Opportunities_and_Challenges.
3. Zarezadeh, Zara & Rastegar, Raymond & Gretzel, Ulrike. Reviewing the Past to Inform the Future: A Literature Review of Social Media in Tourism. *Czech Journal of Tourism*. 2018. Vol. 7. DOI: <https://doi.org/10.1515/cjot-2018-0006>.

УДК [338.48-32:069.1]:355.01(477)

ТЕНДЕНЦІЇ В ТУРИЗМІ ТА ДІЯЛЬНОСТІ МУЗЕЇВ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Белікова М. В., канд. іст. наук, доцент,
доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу,
Національний університет «Запорізька політехніка»

В умовах воєнного стану туризм несе в собі великі ризики для життя і здоров'я туристів, що пов'язано з небезпекою під час подорожей. Туристична галузь зазнала значних змін і викликів, з одного боку, сьогодення ситуація з військовими діями на сході та півдні країни, обмеження пересування, невизначеність щодо майбутнього призвели до зниження попиту на туристичні послуги. З іншого боку, виникла потреба адаптуватися до нових реалій, шукати нові формати і напрямки розвитку.

Під час воєнного стану спостерігалися наступні тенденції у туристичній сфері України. Туризм на 80% став жіночо-дитячим: жінки з дітьми шукали можливості для відпочинку у віддалених від військових дій регіонах країни.

Звичного літнього морського пляжного сезону не було і знову не буде через військові дії, окупацію курортів та мінування на півдні України. Замість цього туристи віддали перевагу відпочинку на природі, у горах, на озерах та річках. Про масовий туризм на територіях, де велись/ведуться бойові дії, потрібно забути років на двадцять.

Знайти якісного співробітника готелів стало дедалі важче, при тому що відбуваються скорочення штату. Багато працівників готельної сфери виїхали з країни та перейшли до інших галузей. Готелі змушені економити на зарплатнях і соціальних гарантіях, що погіршує мотивацію і лояльність персоналу. В той же час нові готелі будуються і відкриваються, особливо на заході країни.

Йдуть обговорення про екскурсії місцями пам'яті, але мало хто розуміє, як з тим працювати. У зв'язку з війною, зросла зацікавленість до історичних та культурних об'єктів, пов'язаних з подіями Революції Гідності, АТО/ООС, Голодомору, Другої світової війни тощо. Однак, не всі музеї та екскурсороводи готові до такого виду туризму, який потребує особливого підходу до написання контрольного тексту екскурсій та формування атмосфери поваги та співчуття.

Багато розмов відбуваються про розвиток територій і нових локацій, але територіальні громади не готові до цього, часто не розуміють, яку вигоду принесуть туристи.

Під час воєнного стану багато музеїв та пам'яток закрито для відвідувачів за рішенням обласних військових адміністрацій, а також постраждали від обстрілів, пожеж та пограбувань [1]. Пізнавальний туризм в Україні під час воєнного стану є складним та ризикованим, потребує додаткової підготовки екскурсороводів, знання місцезнаходження укриттів, яких недостатньо, високої відповідальності та обережності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Белікова М. Палацово-парковий ансамбль «Садиба Попова»: наслідки військового урбіциду та питання відновлення після деокупації. *Замки та палаці в туризмі : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 28 листопада 2023 р.)*. К.:ТОВ «Геопринт», 2023. С.178-181.

УДК 338.487

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИХ ТУРИСТИЧНИХ ЗАКЛАДІВ

Бойко З. В., канд. геогр. наук, доцент,
доцент кафедри туризму та економіки підприємства,
Дніпровський національний університет «Дніпровська політехніка»

Ринок лікувально-оздоровчого туризму є прогресивний та має свої унікальні відмінності від інших видів туризму.

Тенденція медичних подорожей спостерігається в Західній Європі, де в багатьох країнах переважають як в'їзні, так і вихідні поїздки. Нові напрямки Центральної та Східної Європи, що пропонують привабливі пакети, ще

більше полегшують виїзний медичний туризм з розвинених країн Західної Європи [5].

Потенціал лікувально-оздоровчих закладів, який популярний серед молоді, середньовікового та літнього населення, в кожній з яких є свої потреби надання туристичних послуг [1].

Рушійною силою європейського ринку лікувально-оздоровчого туризму є зростання тенденції індивідуальних проблем зі здоров'ям. Як результат, велика частка даного ринку туризму знаходиться в Європі, з підвищеною обізнаністю про різні захворювання, що призводить до значного збільшення фізичної активності, а також будови нових оздоровчих та медичних закладів цього типу [1]. За статистикою Асоціації медичного туризму вирішальною мотивацією туристів, які будуть користуватися даним видом туризму у виборі країни є вартість обслуговування (33%) та якість лікувального обслуговування в закладах (42%) (рис. 1).

Велнес-туризм, або оздоровчий туризм, спрямований на підвищення емоційного, інтелектуального та духовного благополуччя мандрівників. Він поєднує в собі різноманітні споживчі та туристичні тенденції, і ця ідея резонує з туристами, які шукають унікальних вражень. Однак важливо відрізнити його від медичного туризму: адже оздоровчі подорожі не передбачають передбачають не діагностику захворювань і їх лікування, а комплексний відпочинок з відновленням психологічних і фізичних сил, набуттям внутрішньої гармонії та насолодою від життя.

Країни Європи, в особливості Західної Європи: Німеччина, Франція, Швейцарія та Бельгія мають великий потенціал та перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму, завдяки витрат з боку держави на удосконалення та розробку нових приладів і методів оздоровлення туристів [1].

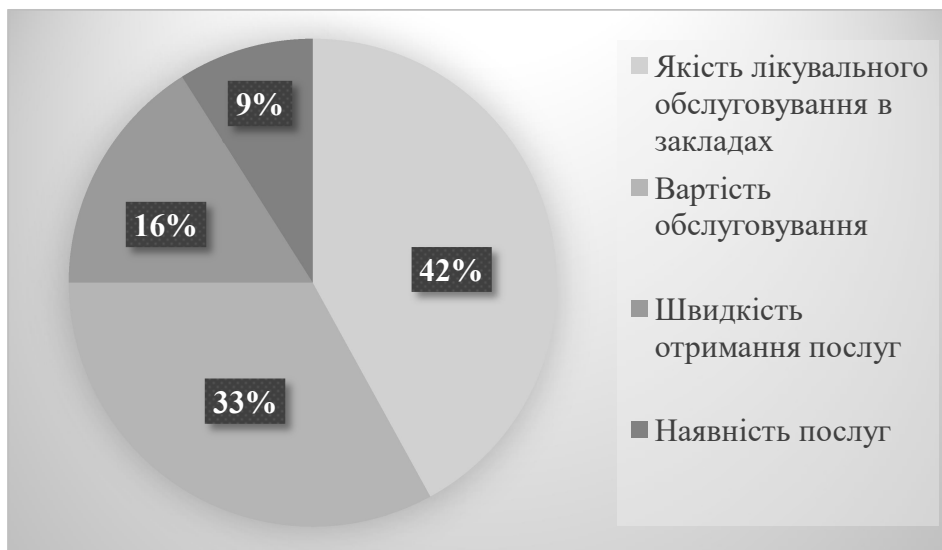


Рисунок 1. Ключові чинники лікувально-оздоровчого туризму
Джерело: складено автором за [1]

Велнес виходить за рамки релаксації і є ключовим елементом стилю життя, що відкриває значну можливість для індустрії подорожей і туризму, оскільки люди, які дотримуються велнес-стилю, будуть шукати подібні послуги під час подорожей. Велнес-туризм – це більше, ніж спа-туризм, і включає в себе здорову кухню, спеціальні фітнес-програми або тіло-розум-дух, програми активного довголіття, навчання, пригоди, духовне просвітлення, і має здатність покращувати життя [2].

Дивлячись на розвиток нових процедур та приладів, зростають та підготовлюються нові категорії лікувально-оздоровчого персоналу, які будуть надавати дані послуги туристам. Світовий ринок оздоровчого туризму зріс з \$821,75 млрд у 2022 році до \$819,9 млрд у 2023 році. Прогноз ринку велнес туризму зросте до 1178 мільярдів доларів США в 2027 році при середньорічному темпі зростання 9,5% (рис. 2).

Застосування в системі охорони здоров'я виключно процедур лікувальної медицини, безумовно, недостатнє. Щоб задовольнити зростаючі суспільні очікування та потреби в охороні здоров'я, системи повинні рухатися до повного використання всіх сегментів ринку охорони здоров'я, включаючи комплексне санаторно-курортне лікування. Це тим більше виправдано у світлі старіння населення. Одним із ключових пріоритетів, поряд з обмеженням наслідків інвалідності та збереженням хорошого психічного здоров'я, значення має тривалість життя та покращення якості проживання літнього населення. З цієї причини зміцнення курортного сектора та застосування широкого спектру заходів щодо зміцнення здоров'я на цій основі видається важливим елементом національної політики охорони здоров'я для обмеження ризику захворювання.

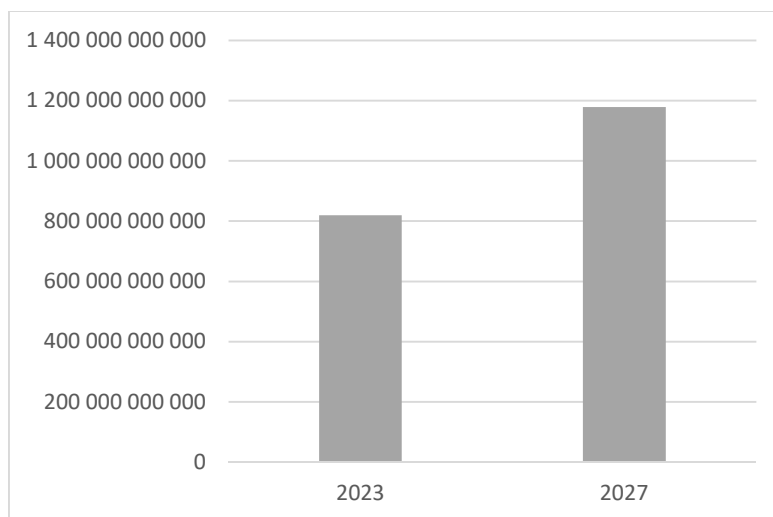


Рисунок 2. Прогноз розвитку лікувально-оздоровчого туризму на 2023-2027 рр.

Джерело: складено автором за [3, 4]

Отже, основними напрямками підвищення ефективності функціонування лікувально-оздоровчих туристичних закладів має стати розширення сфери цілісно сприйнятих послуг, що надаються в санаторіях, це повинно

проявлятися в безперервності і складності реалізованих дій, спрямованих на зміцнення потенціалу здоров'я молоді, і ефективної підтримки людей похилого віку в запобіганні соціальної ізоляції. Хоча курортна охорона здоров'я в європейських країнах адресована в першу чергу людям похилого віку, вона повинна бути відкрита також для потреб молодого населення, яке бореться з проблемами здоров'я або бажає збільшити свій оздоровчий потенціал, часто в поєднанні з оздоровчим туризмом. Діяльність, спрямована на цю групу зацікавлених сторін, повинна розглядатися як довгострокові соціально-економічні інвестиції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Turski I., Mashiko N., Tkachenko T., Khmara M., Komarnitskyi I., Oliinyk M. Medical Tourism – Analysis of the state of International Tourism and Prospects for Domestic Development/2021.
2. Wellness Tourism 2020. URL: <https://www.globalwellnesssummit.com/wp-content/uploads/Industry-Research/Global/2011-wellness-tourism-worldwide-wellness-for-whom.pdf>.
3. Офіційний сайт Graphical research. URL: <https://www.graphicalresearch.com/industry-insights/1842/europe-medical-tourism-market>.
4. Офіційний сайт Hospitalitynet. URL: <https://www.hospitalitynet.org/news/4108643.html#void>.

УДК 911.3

КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОЇ КЛАСТЕРНОЇ СПІВПРАЦІ В ТУРИЗМІ

*Довгань Н. С., канд. геогр. наук,
асистент кафедри країнознавства та туризму,
географічний факультет,*

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Очевидно, що завдяки співпраці з іншими ми можемо досягти нових результатів. Сьогодні ми керуємося усталеним і застарілим уявленням про те, як ми маємо створювати економічне зростання шляхом співпраці, тому потрібно застосовувати нові підходи. Перехід від стандартного до інклюзивного, від підтримки окремих акторів до системної трансформації, від короткострокових цілей до сталого та довгострокового мислення, та від традиційної співпраці до спільної творчості. І туризм одна з найпридатніших сфер економіки для співпраці зацікавлених сторін через кластерну взаємодію.

Кластерна співпраця організовується для вирішення викликів або проблем. Наріжними каменями кластерів є амбіції учасників, а також залучення організацій, які сприяють різною, але взаємодоповнювальною

діяльністю – діяльністю місцевих та регіональних влад, навчальних закладів та наукових дослідників, а також малих підприємств.

Кластерна співпраця має складне завдання з декількох причин:

1. зацікавлені сторони настільки різні за своєю культурою, моделями управління та структурами стимулів, що вони мають мало спільних інтересів, що перетинаються;

2. застрягання в адмініструванні;

3. нездатність здобути та/або вберегти свою самостійність;

4. віднайти, але не вміти підтримувати свою актуальність;

5. а також, не мати чи не обмінюватися результатними, які були б привабливими та переконують зацікавлених сторін у подальшому існуванні кластерної співпраці.

Щоб вирішити *першу проблему*, саме керівникам кластерної співпраці потрібно сприяти створенню спільної для всіх учасників *цінності*. Це означає підняти даної проблеми на високий стратегічний рівень: без отримання прямих і негайних індивідуальних вигід, а отримання стійкого довгострокового системного ефекту. *Друге складне завдання* полягає в тому, що кластерна співпраця повинна бути достатньо прагматичною, щоб не застрягти в адмініструванні, а натомість зосередитися на пришвидшенні розвитку, щоб створювати чи змінюватися. *Третє складне завдання* полягає в тому що ті, хто і бачить цінність створення кластерної організації, часто розглядають власні інтереси як причину підтримки її створення. Важливо зберігати спроможність кластера виконувати свої завдання, а будь-які перешкоди мають бути попереджені, виявлені та/або усунені. Як тільки деякі учасники, маючи абсолютно різні інтереси, починають набувати більшого впливу, функція кластера втрачає своє право на існування, а незабаром і довіру тих, хто не отримує від співпраці стільки, скільки отримує хтось. *Четверте складне завдання* базується на постійній комунікації. Недалекоглядний і орієнтований на результат учасник часто не може побачити цінність участі, що, як очікується, матиме ефект через багато років (чи ніколи). Кластерна організація повинна тісно співпрацювати та перетворювати загальну стратегію на доступні та переконливі короткострокові віхи чи результати. *П'яте складне завдання* спирається на попередні, де довгострокове бачення – є головною рушійною силою. Співпраця, яка постійно дає позитивні результати, не має шукати підтвердження короткостроковими успіхами, тому що цінність для кластеру, міста чи географічного регіону є важливіша, ніж власний бренд кластера.

Все вище зазначене створює *додаткове складне шосте завдання*, яке полягає в узгодженні великого бачення, де кожен окремий актор є важливим елементом кластеру.

Досвід розвитку кластерів дає наступні **керівні принципи**:

1) *визначення механізму взаємодії в системі кластеру*. Кожна кластерна співпраця мають створити механізм взаємодії – механізм досягнення мети, де

б наявний ресурс, в нашому випадку рекреаційний та соціо-економічний, і способи його залучення створювали нові.

2) *довгострокова мета дозволить кластеру створити спільну ідентичність.* Ідентичність кожного учасника в середині кластера, сформована задовго до формування самого кластеру, тому може потребувати уніфікації, не втрачаючи фокусу на причинах його існування.

3) *залучати потрібно тих, хто хоче бути залученим.* Залучення важливіше, ніж участь, так само, як результати важливіші, ніж виконання. Взаємодія має ґрунтуватися на пошуку інших, які здатні надихати та рухати один одного, що забезпечить хороший імпульс і буде економічно вигідними.

4) *інклюзивність.* Той, хто цікавиться або шукає кластерну організацію за власною ініціативою, ймовірно, захоче бути залученим. Інклюзія також стосується культури через щедрість і відкритість, і, звичайно, можливість того, що нові компетенції збагатять кластер.

5) *довіра у стосунках.* Довіра є ключем до співпраці та спільної творчості. Вона не існує між брендами, а лише між особами, які їх представляють. Довіра забезпечує ідейне лідерство. Сформульовані лідером сміливі ідеї, кидають виклик поточній ситуації та змінюють стратегію подальшого напрямку розвитку.

6) *навчання задля нових досягнень.* Там, де досягнення ризикують бути зафіксовані як кінцева ціль, саме навчання забезпечує розвиток, зміни та включеність в процес розвитку. Жодна співпраця не досягає успіху зупиняючись, навіть якщо сьогоднішня версія є успішною, та відстають і втрачають актуальність.

7) *Вихід за межі власної системи.* Там, де сфера інтересів кластера виросла з місцевої до регіональної, чи навіть національну, кластерним організаціям необхідно брати участь у форумах і за столами, де приймаються рішення, що стосуються їхньої власної системи. Наприклад, галузеві асоціації, національні робочі групи є важливими судинами, якими рухаються інформація, знання, досвід та головне формується система зацікавлених зі стійкими зовнішніми зв'язками.

Впровадження таких принципів на початку кластерної співпраці в Камінь-Каширській громаді запрограмувало їх на успіх та залучило чимало вмотивованих учасників. *«Розвиток туризму пріоритетний напрямок роботи Камінь-Каширської міської ради»* – Віктором Пась, міський голова м. Камінь-Каширський. Місцева влада не лише на словах підтримує тих, хто вирішує розвивати туризм, а й сама виступає ініціатором багатьох проєктів та активностей, всіляко сприяє кожному, хто звертається до неї за допомогою та конкретними діями показує, що розвиток туризму є для неї одним з найпріоритетніших напрямків. Надія Савчук, начальниця відділу проєктної діяльності та міжнародного співробітництва Камінь-Каширської міської ради у Волинській області, кардинально змінила погляд на туризм в громаді. Камінь-Каширська громада є чудовим прикладом плідної співпраці кластеру з місцевою владою і своїми активними діями сприяє розвитку сільського

зеленого туризму. 4 лютого 2022 року депутати одногосно прийняли Програму розвитку сільського туризму. Представники місцевої влади не планують зупинятися та будуть організовувати заходи, передбачені програмою навіть у воєнний час, а саме проведення різноманітного навчання для всіх бажаючих займатися сільським зеленим туризмом, а також по мірі можливості, займатися маркетинговою діяльністю.

Місцева громада повинна усвідомлювати, які туристсько-рекреаційні ресурси та сприятливі умови для прийому туристів вони мають. Сільський туризм є перспективним напрямком малого бізнесу в сфері туристичної діяльності. Керівники та учасники кластерів вважають, що найкращим способом заохотити місцеве населення займатися сільським туризмом – це на власному досвіді показати, що він є не тільки перспективним, а й прибутковим видом туризму. Для підняття рівня зацікавленості місцевого населення вважають за необхідне проводити курси та тренінги, на яких розповідатимуть зацікавленим про переваги сільського туризму, перспективи розвитку свого краю та познайомити з досвідом організації діяльності успішних кластерів. Багато людей не вбачають свій край туристично привабливим та не знають, яким чином можна залучати туристів до себе в регіон. Подібне навчання має підштовхнути людей до бажання розвивати свій край і безпосередньо самим брати в цьому участь. В рамках кластеру учасники вже співпрацюють за напрямками організації одноденних турів, екскурсій, спільних обідів, а також розміщення туристів у зелених садибах. Що найважливіше, так це те що місцева влада використовує *комплексний підхід*. Так, ними було розроблено *концепцію кластеру* сільського зеленого туризму «Водні плеса Камінь-Каширщини». Розвиток кластеру сільського зеленого туризму «Водні плеса Камінь-Каширщини» передбачений у таких документах: Стратегія розвитку Камінь-Каширської територіальної громади на 2022-2032 роки; Програма інформатизації «Цифрова трансформація Камінь-Каширської міської ради на 2023–2025 роки»; Програма розвитку туризму та рекреації в Камінь-Каширській територіальній громаді на 2022–2025 роки; Програма розвитку міжнародного співробітництва та міжрегіональної співпраці Камінь-Каширської міської ради на 2021–2025 роки; Інвестиційний паспорт Камінь-Каширської міської ради.

Успіх або можливості більше не створюються всередині власної системи, навіть якщо вона локального рівня, а у співпраці за межами своїх географічних і тематичних обмежень. На місцевому рівні учасники рухаються в спільному напрямку заради загальних вигод, на національному рівні є потреба у прогнозі та залученні, щоб керувати спільними програмами, які б дозволили досягти регіональних цілей та стимулювати приплив нових ресурсів.

СТАН СВІТОВОГО РИНКУ ТА СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ КАВОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Золотухіна І. В., *д-р техн. наук, доцент, професор кафедри економіки,
підприємництва та готельно-ресторанної справи,*

Центральноукраїнський національний технічний університет

Івашина Л. Л., *канд. техн. наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,*

Черкаський державний технологічний університет

Зерна кави вирощують у понад п'ятдесяти країн світу. Останнім часом на ринку кави склалася ситуація, за якої зернова кава стає набагато популярнішою за розчинну, тому спостерігаємо збільшення частки зерна в загальній структурі експорту. Країни Латинської Америки займають провідне місце у світовій кавовій індустрії, будучи важливими постачальниками зеленої кави. Бразилія лишається світовим лідером із вирощування кави. Аналіз стану світового ринку кави дозволив виокремити основні проблеми, що впливають на обробку, виробництво та ціну:

- коливання клімату, погіршення погоди в регіонах, де кава культивується. Кавовий ринок сильно залежить від кліматичних умов. Посуха в Бразилії та Східній Африці стає перешкодою на шляху постачання кави від найбільших експортерів та призводить до зростання світових оптових цін на каву;

- багато країн вирощують каву виключно для експорту, в той час як споживається вона найбільше в країнах, де її обробка є неможливою, насамперед через погодні умови (наприклад, країни з холодним кліматом);

- якість продукту: зараз на кавовому ринку переважає найневибагливіший сорт кави – робуста, на його частку припадає близько 65...70%. Попит на елітну каву також є, але він невисокий;

- недостатнє стимулювання виробників агропромислової продукції в країнах, що розвиваються, які не отримують належної допомоги з боку державних структур;

- недостатньо розвинена транспортна інфраструктура, насамперед, морська та повітряна – це також великий недолік у деяких країнах;

- велика кількість посередників (фермери, посередники, обжарювачі, постачальники, роздрібні торговці) на шляху кави, яка йде на експорт, суттєво збільшує собівартість продукту у кілька разів;

- пошкодження, що завдаються комахами-шкідниками та хворобами кавовим деревам через порушення режиму поливу, харчування, коливання температури;

– сезонні фактори динаміки цін, що показують цінову залежність від сезонності до зростання цін із грудня по травень у зв'язку із завершенням збирання врожаю у провідних країнах-виробниках;

– технологія збирання врожаю, оскільки в Африці збирають його вручну, тоді як у Бразилії, Мексиці, Колумбії та інших країнах переважають машини, що дозволяють збирати автоматично врожай без особливих зусиль, збільшуючи обсяги та швидкість збирання врожаю, а також менше витрат на плату за працю;

– зростання цін внаслідок збільшення додаткової вартості (результат зростання цін на утримання плантацій, культивування нових сортів кави тощо);

– інформаційна фальсифікація кави.

Не дивлячись на проблеми у розвитку світового ринку кави, український ринок кави продовжує розвиватися, і основними трендами, що впливають на його розвиток, є наступні:

– стійке збільшення попиту на кавові зерна та мелену каву;

– українці переходять від дешевих і неякісних продуктів до якісних;

– культура споживання кави в Україні поступово змінюється, люди вважають за краще пити каву у закладах ресторанного господарства. У зв'язку з цим обсяг ринку кав'ярень регулярно зростає і попит на кав'ярні перевищує пропозицію;

– розширення мереж кав'ярень не тільки у великих містах;

– використання кавових напоїв з метою профілактики ряду захворювань, як гормон гарного настрою;

– зростання прямого імпорту кави від виробників;

– збільшення інвестицій у кавову галузь: учасники ринку все активніше інвестують у будівництво нових потужностей і фабрик з виробництва кави;

– підвищення кількості компаній, які займаються виробництвом і подальшим експортом високоякісної кави та кавових продуктів;

– зростання обсягів імпорту зеленої кави;

– впровадження сучасних технологій обсмажування та остаточної подачі кавових зерен;

– дотримання світових стандартів бренду в обслуговуванні клієнтів.

Отже, проблем на кавовому ринку багато, і пов'язані вони, в першу чергу, з кліматом і недостатньою автоматизацією в деяких регіонах зростання кавових зерен, якістю зерна, що поставляється, нерозвиненою інфраструктурою, споживчими уподобаннями, а також з тим, що на шляху експорту кави стоїть безліч посередників.

Не дивлячись на це, з роками кавовий бізнес стрімко набирає популярності, а культура споживання кави розвивається. Для успішного функціонування кав'ярень на ринку необхідно враховувати останні тенденції розвитку галузі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Воронюк Т. А. Кав'ярня як різновид спеціалізованих закладів ресторанного господарства. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2019. Вип. 202. С. 373–383. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2019_202_38.
2. Coffee Market Report January 2024 URL : <https://www.icocoffee.org/documents/cy2023-24/cmr-0124-e.pdf>.
3. Гірняк Л. І., Глагола В. А. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. № 16. С. 71–76.

УДК 338.467

СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Зубехіна Т. В., канд. пед. наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Луцький національний технічний університет

Розвиток туризму впливає на конкурентоспроможність та інноваційність України та її регіонів на світовому ринку. Наростання кризових явищ у світовому туристичному бізнесі свідчить про необхідність впровадження ефективних механізмів розвитку туризму в Україні та її регіонах.

Усі галузі постійно зазнають впливу нових тенденцій та інновацій. Індустрія подорожей не є винятком. Вона залишається конкурентоспроможною та чуйно реагує на потреби клієнтів. Завдяки своєму зростанню та багатогранному характеру індустрія туризму є потужною силою, що сприяє сталому розвитку в трьох галузях: економічній, соціальній та екологічній. Сучасні туристи стають дедалі вибагливішими не тільки щодо матеріальних цінностей, а й щодо власного досвіду та потреб. Вкладаючи в подорож мінімальну кількість грошей, вони прагнуть отримати максимум послуг і вражень. Іншими словами, туристи більш обережні у витратах. Туристи більш обізнані про дозвілля і його можливості та готові отримувати більш якісні послуги за ті самі гроші.

Згідно зі статистикою, 2023 року внутрішні туристичні потоки збільшилися в дорожчому сегменті. Основним пріоритетом для розміщення є так звані VIP-об'єкти, що пов'язано із закриттям кордонів і вимушеним відпочинком в Україні людей, які їздили на відпочинок за кордон.

Розглядаючи сучасні тенденції розвитку туризму в Україні, можна помітити, що рівень туристичних послуг є одним із найважливіших показників національного добробуту. Крім того, розвиток туризму сприяє розширенню внутрішнього ринку як основи економічного зростання: розвиток інформаційних технологій у туризмі; зростання самоорганізованих

подорожей; розробка туристичних продуктів залежно від типу потреб туристів («зелений» туризм, освітній, військовий, гастрономічний тощо); внутрішній туризм.

Потенціал туризму в Україні формує передумови для майбутнього розвитку туристичної та курортної індустрії. Нині, в умовах війни, західна територія України являє собою рекреаційний заповідник, який перебуває у стадії інтенсивного розвитку, тому пріоритетними напрямками розвитку туристичного ринку є такі:

1) забезпечення сталого розвитку вітчизняної туристичної галузі до конкурентоспроможного та економічно ефективного рівня.

2) створення сприятливих умов для залучення інвестицій, сучасної інфраструктури туризму, ефективного використання природного історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу.

3) збільшення в'їзного туризму

4) збереження та часткова реставрація, місцями відновлення, пам'яток історії та архітектури;

5) сприяння духовному розвитку населення, зміцненню здоров'я людей та формуванню загальнолюдських цінностей громадян;

6) залучення до співпраці державних і недержавних підприємств.

Вторгнення росії в Україну 2014 року, тимчасова анексія Автономної Республіки Крим, окупація частини Донецької та Луганської областей, пандемія COVID-19, масштабне вторгнення Росії в Україну та подальша активізація війни з руйнуванням інфраструктури України (зокрема й туристичної) - все це все це справило серйозний негативний вплив на туризм та його розвиток. Активні бойові дії вплинули на безпеку туризму і призвели до зниження (мінімізації) іноземного туристичного попиту. Водночас, незважаючи на війну та ультиматум росії проти євроінтеграції України, ЄС та Україна визначили спільний напрямок розвитку і рухаються в ньому [1].

Через війну розвиток інноваційного туризму не міг бути головним пріоритетом. До масштабного вторгнення туризм входив до п'ятірки найбільш швидкозростаючих галузей економіки України. За даними ДАРТ, податки, сплачені представниками туристичної галузі України у 2022 році, склали 1 051 018,22 млн гривень, що на 31 % менше, ніж 2 031 086 млн гривень, сплачених у 2021 році. Цей показник на 31 % нижчий за показник 2021 року – 2 031 008,6 млн грн. Таким чином, загальна кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, зменшилася на 17% порівняно з попереднім роком. При цьому кількість юридичних та фізичних осіб зменшилася на 14 % та 18 % відповідно [2].

Однак ситуація у воєнний час динамічна. У січні-березні 2023 року податкові надходження збільшилися в 10 регіонах України. Найбільший приріст (98 %) зафіксовано в Чернівецькій області, яка цього року заплатила до бюджету 5 млн 152 тис. грн порівняно з 2 млн 600 тис. грн за аналогічний період 2022 року [3].

Війна затримує процес європейської інтеграції України, але вона не може вплинути на технологічний розвиток. Розвиток туризму в Україні має бути спрямований на залучення цифрових туристів і цифрову трансформацію

туристичних і готельних організацій. Тенденції у сфері туризму свідчать про зростаючий попит на туристичні організації з добре розвиненими цифровими системами. Туристи все частіше використовують безконтактні технології, цифрові туристичні інструменти, цифрові гаманці та платежі, а також обирають аеропорти з новітніми технологіями (біометрична посадка та оплата). Крім того, цікавим новим продуктом є автомобілі з дистанційним керуванням, а доступність комплексного страхування подорожей має стати туристичною перевагою України. Ці останні тенденції мають стати конкурентною перевагою для українського туристичного ринку, який має інвестувати в інноваційні розробки.

Отже, для України застаріла та несучасна інфраструктура була майже повністю зруйнована війною. Повоєнне відновлення передбачає інвестиції, які мають бути використані та реалізовані максимально ефективно в контексті теперішніх сучасних тенденцій та інновацій. Особливістю розвитку туризму в Україні є розробка сучасних опцій, таких як безконтактна реєстрація клієнтів, безконтактне замовлення їжі та напоїв, безконтактне замовлення відвідування туристичних пам'яток. Ці інструменти мають забезпечити безпеку туристів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Державне агентство з розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2022-roci-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-turistichnoyi-galuzi-skorotilisya-mayzhe-na-31>.
2. Омельчак, Г. (2023). Особливості інноваційного розвитку туризму України в умовах війни та євроінтеграції. *Сталий розвиток економіки*, 1(46), 106-109. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2023-46-14>.
3. Податкові надходження від туристичної галузі у 1 кварталі зросли в 10 регіонах України. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/05/12/700058/>.

УДК 338.48(075.8)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ МАНДРІВОК В УКРАЇНІ

Лепкий М. І., канд. геогр. наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Смаль Б. А., доктор філософії,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Луцький національний технічний університет

В літературі дослідників наведено різні поділи видів новацій туристичної діяльності. О. Я. Лотиш приділяє особливу увагу продуктовим і технологічним новаціям в індустрії мандрівок [3]. А. П. Голод рекомендує зосередитися на тур-операціях і технологічних новаціях. Оскільки технологічні новації являються новими тільки в визначених туристичних

суб'єктах та вже мають певне розповсюдження на загальному ринку, то туропераційні зазвичай випрацьовуються та вводяться серед деяких суб'єктів господарської діяльності та сприяють диференційованому регіональному ринку надання мандрівних послуг [2].

Такі науковці, як М. М. Огієнко, Г. О. Саркісян, Ю. Ю. Любаров «виділили наступні види галузевих мандрівних новацій: логістичні, інституційні, маркетингові, бізнесові, продуктові, процесні, концепційні, ресурсні, організаційні та інфраструктури» [4]. А проф. А. А. Вдовічен та доц. Вдовічена О. Г. запропонували поділяти новації в бізнесі подорожей використовуючи поділ за відомим економістом Й. Шумпетером – продуктові, ресурсні, техніко-технологічні, маркетингові, організаційно-управлінські [1].

З часу початку широкомасштабної війни мандрівна галузь повністю зупинилася, згодом вона почала частково відновлюватися в відносно незагрозливих областях України, в основному це стосується західної частини нашої держави.

Мандрівна галузь являється однією із немаловажних складових економіки України, так як до війни вона посідала третє місце за кількістю надходжень, що становило велику частку надходження до бюджету нашої держави. Згідно статистичних даних ДАРТ, протягом першого півріччя 2022 року, суб'єктами туристичної діяльності було здійснено оплату податків на 25,7% менше аналогічного півріччя 2021 році. Число туристичних підприємств також скоротилося на 17%, протягом першого півріччя 2022 року, серед яких закритося 24,5% юридичних підприємств і 13,5% ФОП, що задіяні в мандрівках і рекреації. Крім того, протягом перших шести місяців 2022 року, зменшилось на 21% доходів від туристичних операторів, що вилилось у 83 млн. грн. податків, на відміну від 106 млн. грн. податків першого півріччя 2021 року (рис. 1) [5].

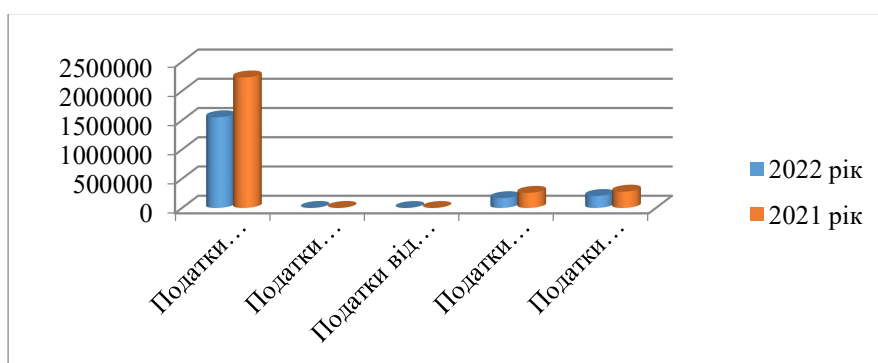


Рисунок 1. Надходження від подорожей в 2021-2022 роках (млн. грн.)

На сьогоднішній день, війна в Україні продовжується, і це впливає на ситуацію в галузі мандрівок, що погіршує сучасний стан галузі. Незначна кількість підприємств туристичної галузі, задля існування на ринку туристичних послуг, зменшують кількість працюючого персоналу, утримуються від прибутків, але продовжують працювати в туристичному бізнесі.

Під час війни важко розвивати та удосконалювати туристичну галузь, але потрібно намагатися забезпечити діяльність мандрівного напрямку в тих областях, які є відносно безпечними, що дозволить допомогти Україні з економічної точки зору та підтримувати громадян, за рахунок відновлення емоційної та психологічної рівноваги у період повномасштабної війни.

На теперішній час певна кількість суб'єктів туристичної діяльності продовжує свою діяльність в туризмі за рахунок державної програми релокації бізнесу, так як наша держава старається надавати допомогу не тільки громадянам України, але і бізнесу. Велику частину допомоги суб'єктам туристичної діяльності надається іноземними партнерами та різноманітними міжнародними організаціями. Основною складовою туристичного бізнесу з 2014 року є західні області нашої держави.

З часу початку широкомасштабних військових дій на території нашої країни ми не можемо знайти ні однієї безпечної території для оздоровлення та відпочинку. В теперішній час військового стану забороняється проводити різноманітні масові заходи. Стали недосяжними мандрівні атракції, що знаходяться біля кордону з Білоруссю.

Робота суб'єктів діяльності мандрівок потребує створення неповторних і конкурентоспроможних мандрівних турів, і при цьому повинні дотримуватися сприятливі та догідні умови для імовірних мандрівників. Основною умовою запровадження нововведень туроператорами і турагентами являється набуття запланованих підсумків від використання заходів із надання послуг подорожі, що спрямовані на залучення новацій в діяльність мандрівок по відношенню до кількості коштів, що необхідні для їх впровадження. Основні сучасні тенденції новаційного розвитку сфери мандрівок в Україні подані в табл. 1.

Таблиця 1. Інноваційні тренди мандрівок в Україні [6]

Назва тренду	Характеристика тренду
персоналізовані пропозиції та індивідуальні тури	пандемія COVID-19, війна ввели лімітування на групові мандрівки, скупчення людей і масові заходи
місцева і національна культура та традиції	війна стала поштовхом до патріотизму, попиту на українську мову, українську кухню, українську культуру
вибір та замовлення мандрівки на відстані	аналіз інформації в Інтернеті, порівняння і формування мандрівки, комбінування та поєднання різних послуг
автоматизація і диджиталізація послуг подорожі	онлайн-бронювання квитків, замовлення столиків, оплата сервісу за допомогою карток, чат-боти, віртуальні мандри
наявність тур фірм в соціальних мережах	висвітлення подій, реклама власних мандрівок, взаємодія з клієнтами, впізнаваність туристичної атракції
екологічні мандрівки	екологічно чисті продукти, екологічний транспорт, екологічна свідомість мандрівника
«інклюзивний туризм»	врахування вимог різних за віком мандрівників, зокрема пенсіонерів
активні види мандрівок	гірськолижні, велосипедні, оздоровчі мандрівки

Перебіг глобалізації призводить до формування тенденцій у розвитку мандрівок в Україні, суб'єкти сфери мандрівок впроваджують найкращі нововведення ведення своєї діяльності від зарубіжних колег, вводять новації і відповідним чином стараються найкраще пристосуватися до різноманітних змін, що відбуваються на світовому ринку мандрівок.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вдовічен А. А., Вдовічена О. Г. Модель управління розвитком туристичного бізнесу території на інноваційному підході. *Економічний аналіз*. 2018. Т. 28. № 4. С. 9-20. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/1512/6565>
2. Голод А. П. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування: монографія. Львів: ЛДУФК, 2017. 350 с.
3. Лотиш О. Я. Стратегічний аналіз і оцінка можливостей інноваційного розвитку туристичної галузі України. *Ефективна економіка*. 2017. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5717>
4. Огієнко М. М., Саркісян Г. О., Любаров Ю. Й. Розвиток регіональних туристичних ринків шляхом впровадження інновацій. *Економічний простір*, № 164, 2020. С. 152-159.
5. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
6. Савіцька О. П., Савіцька Н. В. Сучасні тренди інноваційного розвитку сфери туризму в Україні. *БІЗНЕСІНФОРМ*. № 9. 2021. С. 124-130.

УДК 338.48

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО ОПЕРЕЙТИНГУ

Лисяна В. О.,

*здобувачка PhD, аспірантка кафедри туризму та рекреації,
Державний торговельно-економічний університет*

Дослідження сфери туризму та гостинності в XXI сторіччі максимально фокусуються на підвищення якості обслуговування та організацію оптимальної системи управління. Туроперейтинг активно залучає цифровізацію бізнес-процесів. Такі рішення дозволяють легше контролювати операційні дії, тримати контакт зі споживачами, посередниками, швидко обробляти продажі, керувати бронюваннями та надавати безперебійні послуги в Інтернеті за рахунок актуальних оновлень.

Ринок для туроперейтингу поділено на два канали комунікації з прямими постачальниками послуг – OTA (Онлайн туристичне агентство) або IDS (Інтернет системи бронювання), або ADS (Альтернативні системи бронювання) та GDS (Глобальні системи бронювання). GDS є ліцензійним продуктом, до нього мають права на користування з комерційною метою туроператори та турагенти. Прикладами GDS є Amadeus, Galileo, Sabre, Woldspan. З часом попит на послуги туризму змінився і на початку 90-х років

XX сторіччя світ знайшов альтернативу GDS в ролі ADS. ADS створило основу для Next-Door, можливість користуватися послугами бронювання приватним особам, що підштовхнуло до активного розвитку самоорганізованого туризму. Найпопулярнішими серед таких онлайн платформ є Expedia.com, HRS.com, Skyscanner, Booking.com, Hotels.com тощо [5].

Основним викликом сучасного туроператора є надання пропозиції клієнту, забезпечивши швидкість та точність даних, вигідність та якість турпродукту та супровід на всіх етапах надання туристичної послуги. Зважаючи на необхідність цифрових інструментів туроператорської діяльності, ми виокремлюємо такі основні аспекти впливу на бізнес (рис. 1).

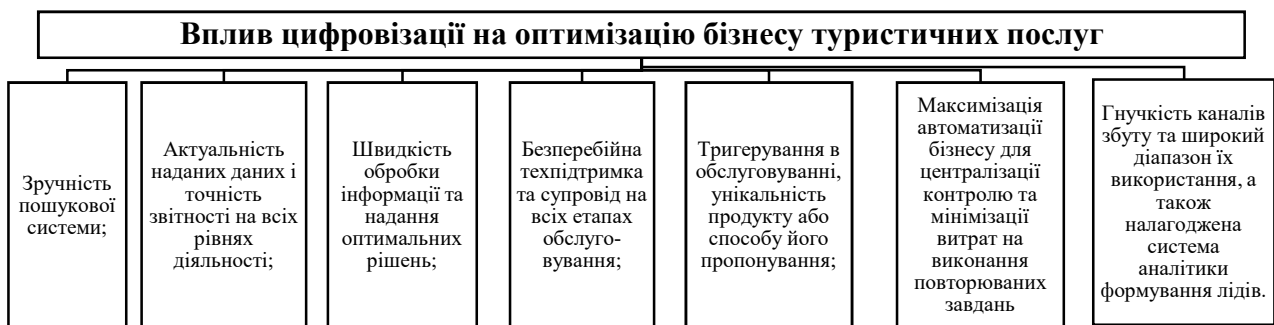


Рисунок 1. Напрямки впливу цифровізації на туристичний бізнес
Джерело: розроблено автором

Підтримка та активізація процесу цифровізації в туризмі є ключовим завданням політики компаній. Сучасні туристичні оператори використовують доступні інструменти цифровізації. Вони переводять базу даних, каталог пропозицій з параметрами ціноутворення та спеціальними пропозиціями в цифровий формат. Також вони активно моніторять автоматизований процес бронювання та використовують канали збуту B2B або B2C, забезпечуючи надійність та конфіденційність зібраної інформації. Цифрові платформи, автоматизація, штучний інтелект (AI), технологія блокчейну та віртуальна реальність (VR) є ключовими технологіями, які впливають на розвиток сучасного туризму і будуть це робити і в майбутньому [6]. Прикладом використання цих технологій є міжнародний туристичний оператор TUI, який використовує технологію блокчейну, що є основою для Bitcoin. Крім того, TUI використовує інструменти штучного інтелекту в контакт-центрі в Пальма-де-Майорка для поліпшення обслуговування клієнтів на основі розробленої цифрової платформи AIR (Artificial Intelligence Response), яка забезпечує автоматичні відповіді на запити, що мають типовий характер у 30% випадків, наприклад, щодо часу реєстрації та умов заселення [7, 8].

Мета діяльності бізнесу минулого покоління була задоволення споживчого попиту в подорожі. Сьогодні ж головною метою є повторна покупка, утримання уваги клієнта протягом всього процесу обслуговування та створення емоційної складової туристичних послуг. Цифрова

трансформація турсервісного бізнесу спрямована саме на це. Одне з досліджень, проведених у вересні 2022 року, досліджувало вимоги суспільства щодо цифровізації та показало, що 38% мандрівників з усього світу, які взяли участь у опитуванні, висловили бажання, щоб новітні технології допомагали зменшити черги та затори на громадських місцях. У той же час 29% респондентів вважають, що технології мають допомагати прогнозувати та повідомляти про затримки рейсів заздалегідь. Проте, лише 26% туристичних організацій використовують зручний для сучасного туриста інструмент - чат-бот, який значно зменшує точки контакту зі споживачем [4]. Дослідження McKinsey показує швидке оновлення цифрових технологій: компанії-респонденти у 2021 році тричі частіше заявляли, що принаймні 80% їхніх взаємодій з клієнтами відбуваються в онлайн-режимі [3].

Цифровізація повинна проходити покроково і систематизовано (рис. 2), як впровадження будь-якого бізнес-процесу, сукупність завдань, які виконуються менеджерами, лінійними співробітниками, клієнтами, контрагентами чи іншими стейкхолдерами у визначеному порядку для досягнення певної цілі.

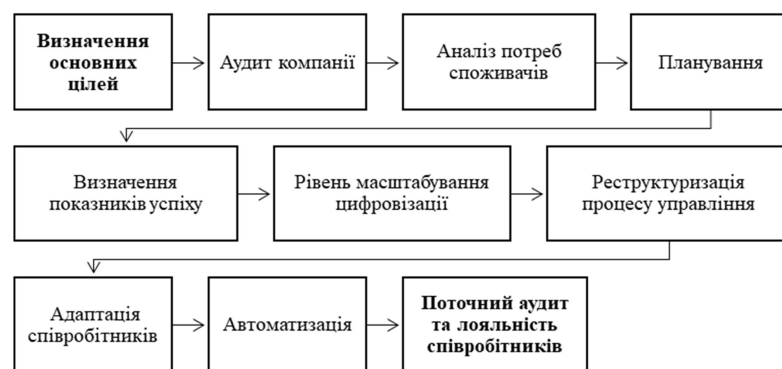


Рисунок 2. Кроки цифровізації бізнес-процесів

Джерело: систематизовано на основі [1-2]

При цифровізації компанії важливо залучити всіх рівнів співробітників. Це необхідно для того, щоб всі розуміли зміну канонів компанії, її цілей та шляхів досягнення. Кожен співробітник повинен розуміти, з чим саме він працює і навіщо це потрібно для компанії. Перші кроки в цьому процесі можуть бути непростими, але вони необхідні для подальшого розвитку. Впровадження цифрової складової в бізнес-процеси має декілька позитивних впливів. По-перше, це зниження витрат на започаткування та підтримку бізнесу. По-друге, це прозорість бізнес-процесів, що дозволяє швидко приймати об'єктивні рішення. По-третє, це зменшення поточних витрат і збільшення продуктивності та швидкості прийняття рішень. По-четверте, це низькі витрати, спричинені доступністю інструментів або зниженням вартості використання програмного забезпечення. Нарешті, це персоніфікація продукту, яка відповідає запитам клієнтів.

Отже, ми окреслили основні аспекти впровадження цифрових інструментів в туристичному бізнесі, їх позитивний вплив. Виокремили кроки

трансформаційних змін діджиталізації. Також було проаналізовано сучасні дослідження попиту на туристичну трансформацію бізнесу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Український інститут майбутнього. *Економічна стратегія України 2030. Український інститут майбутнього*. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikou.html> (Дата звернення: 09.04.2024).
2. Цифрова трансформація бізнесу. Частина 2 | *TechExpert*. URL: <https://techexpert.ua/digital-transformation-2/> (Дата звернення: 09.04.2024).
3. Flaherty G. The digital-first phenomenon – the balance between digital and service. *LinkedIn: Log In or Sign Up*. URL: https://www.linkedin.com/pulse/digital-first-phenomenon-balance-between-digital-service-flaherty?trk=articles_directory (дата звернення: 09.04.2024).
4. How Technology is Changing the Travel and Tourism Industry. *www.software.travel*. URL: <https://www.software.travel/blog/automation/how-technology-changing-travel-industry/> (Дата звернення: 09.04.2024).
5. Tour Operator Management System. *LinkedIn: Log In or Sign Up*. URL: https://www.linkedin.com/pulse/tour-operator-management-system-aishu-kri-rniac?trk=public_post_main-feed-card_feed-article-content (Дата звернення: 09.04.2024).
6. Tour Operator's Digital Transformation Strategy in 10 Steps. *Lemax*. URL: <https://www.lemax.net/blog/digital-transformation-of-a-tour-operator-in-10-steps/> (Дата звернення: 09.04.2024).
7. TUI Feature. *TUI Group – Einer der weltweit führenden Touristikkonzerne*. URL: <https://www.tuigroup.com/en-en/media/stories/special-themed-section/digitalisation-and-innovation/2017-06-22-tui-to-use-blockchain-opportunities> (Дата звернення: 09.04.2024).
8. TUI relies on Artificial Intelligence to support customer service. *TUI Group – Einer der weltweit führenden Touristikkonzerne*. URL: <https://www.tuigroup.com/en-en/media/press-releases/2019/2019-08-26-tui-relies-on-artificial-intelligence> (Дата звернення: 09.04.2024).

УДК 338.482

ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ ПОКРАЩЕННЯ РУХОВОЇ АКТИВНОСТІ

Матусевич А. М., старший викладач
кафедри фізичного виховання та здоров'я людини,
Черкаський державний технологічний університет

Однією з основних складових частин сучасної парадигми оздоровчої рухової активності є концепція формування здоров'я особи за допомогою її залучення до здорового способу життя, основний і генеруючий чинник якого – рухова активність [4]. Туризм є невід'ємною частиною системи фізичного, патріотичного та духовного виховання студентської молоді, зміцнення здоров'я, розвитку морально-вольових, фізичних та розумових

здібностей особистості шляхом залучення її до туристських походів та змагань з різних видів спортивного туризму.

Сучасний етап становлення освіти характеризуються значними інноваційними перетвореннями. Аналізуючи наукові джерела ми звертаємо увагу на те, що фахівці галузі постійно наголошують на пошуку шляхів підвищення ефективності фізичного виховання учнівської та студентської молоді.

Збільшення навчального навантаження в педагогічному процесі зміщує акценти навчання, та викликає негативні явища в гармонійному розвитку молоді в період навчання, зменшення кількості годин на рухову активність та збільшення теоретичного та практичного навантаження.

Аналізуючи наукові дослідження цієї проблематики встановлено причинно-наслідкові зв'язки між руховою активністю та рівнем їх фізичної підготовленості. Дефіцит рухових дій є основною причиною, яка провокує у даної категорії вплив гіпокінезії. В останній час збільшилась кількість молоді з вадами в стані здоров'я. За даними досліджень за останні роки значно погіршилась статистика рівня фізичного розвитку молоді, так, у учнів 10-11 класів 73% дівчат мають хронічні захворювання, до 42 % юнаків мають проблеми з виконанням контрольних нормативів фізичної підготовленості.

Вирішуючи питання пошуку резервів здоров'я учнівської та студентської молоді особливе місце займає визначення факторів що впливають на стан здоров'я юнацтва та шукають шляхи покращення впливу фізичних вправ.

Необхідність пошуку нових інноваційних занять оздоровчої рухової активності є очевидним.

Заняття туризмом складає значну частину фізичного виховання, оскільки це є проявом здорового способу життя, та працездатності. Такі заняття виконують безліч функцій: навчальну, мотиваційну, виховну, організаційну, оздоровчу, реалізація яких відбувається через сукупність прийомів, які утворюють спосіб досягнення мети.

Успішність навчального процесу та ефективність використання методів безпосередньо залежить від засобів навчання. У заняттях туризмом, так само як і в інших видах спорту, основні засоби підготовки це – загально-підготовчі вправи, спеціально-підготовчі вправи та змагання. Переважна більшість занять туризмом проходять на відкритому повітрі, що в свою чергу є помірним та регульованим фізичним навантаженням та покращує стан усіх систем та органів молоді. Туризм як засіб фізичного виховання включає в себе різноманітні за змістом та формою рухові дії, що позитивно впливає на працездатність, а також засіб покращення рівня здоров'я.

Правильно проведене організаційно-методичне забезпечення фізкультурно-оздоровчої діяльності учнівської та студентської молоді та організація навчального процесу в закладах освіти туристично-краєзнавчого напрямку, є запорукою в покращенні результативності навчання та підвищенні рівня залучення молоді до постійних та регулярних занять фізичними

вправами, що в кінцевому результаті покращує рухову активність. Збільшення кількості різноманітних засобів та методів фізичного виховання підвищує ефективність навчання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гончарова Н. М. Здоров'яформуючі технології у процесі фізичного виховання дітей молодшого шкільного віку: [монографія]. Луцьк: Вежа-Друк, 2018. 336 с.
2. Грабовський Ю. А., Скалій О. В., Скалій Т. В. Спортивний туризм: навч. посіб. Тернопіль: Навч. книга Богдан, 2009. 304 с.
3. Demianchuk O. Mordyk O. Prevention of traumatism and other risks during physical training lessons. Health Problems of Civilization. Biala Podlaska, 2014. V. 8, N. 2. S. 20–24.
4. Дутчак М. В. Парадигма оздоровчої рухової активності: теоретичне обґрунтування і практичне застосування. Теорія і методика фізичного виховання і спорту. Київ: Олімп. літ., 2015. № 2. С. 44–52.
5. Круцевич Т. Ю., Безверхня Г. В. Рекреація у фізичній культурі різних груп населення: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Олімп. літ., 2010. 248 с.

УДК 379. 851

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ І РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Плецан Х. В., доцент, кандидат наук з державного управління, доцент,
Сіваченко М. О., здобувачка освіти 4 курсу,
Київський національний університет культури і мистецтв

Культурний туризм як складне соціально-економічне явище вимагає індивідуального підходу, з урахуванням множини мотивів і можливостей для його реалізації. Новітні тенденції та трансформація свідомості українського суспільства вимагають адаптації до змінюваних умов господарювання. Постає завдання створення нової парадигми гостинності, заснованої на модернізації методів та механізмів розкриття та використання людського потенціалу як під час навчання майбутніх менеджерів, так і в ході їхньої професійної активності.

Ефективність економічного впливу туристичного ринку визначається різними формами його існування і групується на основі спільних характеристик, які впливають з практичних завдань. Дані про географічне розташування, представлені на схемах розташування туристично-рекреаційних локацій, є ключовими для планування особистих та колективних мандрівок, особливо коли наявні відомості про місцерозташування цікавих пунктів на мапі. Мапи і схеми є фундаментальними інструментами для планування, організації та виконання туристичних маршрутів, розвитку туристичних мереж [3]. Більш того,

класифікація може базуватися як на формах туризму, так і на його видах, а також узгоджуватися з підтипами туристичних активностей чи видами діяльності в галузі туризму.

Існує велика різноманітність способів подорожування, які також можна класифікувати. До цих способів належать автомобільні подорожі, автобусні, авіаційні, морські, річкові, залізничні, велосипедні, пішохідні, гірські, лижні, водні, підводні, спелеологічні та комбіновані подорожі. Кожен з цих видів подорожей пропонує унікальний досвід і має свої відмінності.

При вивченні ринку міжнародних послуг необхідно звернути увагу на те, що існує значна кількість сегментів ринку туристичних послуг, де відбувається обіг різноманітних послуг. З урахуванням того, що асортимент туристичних продуктів ділиться на основні, додаткові та супутні, слід визначити такі категорії ринку туристичних послуг: ринок гостинності, ринок транспортних послуг та ринок туроператорських компаній.

У цілому, сектор додаткових послуг варто розглядати як виробників, які фокусуються на виробництві різних туристичних аксесуарів та сувенірів, і які пропонують стандартні туристичні послуги. Ринок супутніх послуг включає такі галузі як гастрономія, виробництво спортивних та фототоварів, які користуються попитом серед споживачів. На ринку туризму клієнтам пропонується продукт у вигляді спеціально розробленого туру, що включає в себе заздалегідь підготовлений комплекс туристичних товарів і послуг, необхідних для подорожі за визначеним маршрутом. Основним завданням туроператорів є розробка інтегрованої концепції туристичного продукту в рамках туру для подальшої реалізації у вигляді готового, тобто упакованого продукту.

Туристичний потенціал України має великі можливості для подальшого розвитку та вступу на міжнародну арену. В цілому, туристичний потенціал країни включає природні, історичні, культурні ресурси та інші аспекти, які можуть задовольнити потреби туристів та сприяти їхньому відновленню та розвитку. Важливим завданням урядових структур є розробка стратегій для оптимального використання цих ресурсів з метою розвитку туристичного сектору в Україні.

Попри великі туристичні можливості, деякі з них в Україні потребують відновлення та реконструкції [2]. Наприклад, існує множина невідновлених архітектурних пам'яток, основним обмеженням для відновлення яких є фінансові ресурси. Естетика культурних ландшафтів також важлива для туристів, але в Україні вона не завжди відповідає місцевим традиціям. Крім того, потребує удосконалення транспортна інфраструктура. Туристична інфраструктура України потребує значної модернізації. Незважаючи на щорічне зростання готельного сектора, нестача готельних номерів призводить до високих цін, які можуть відлякувати іноземних туристів. Рівень якості послуг у рекреаційній сфері часто не досягає міжнародних стандартів. Багато пам'яток культури потребують реставрації, а багато економічних та екологічних питань лишаються нерозв'язаними.

Для підтримки розвитку туризму в Україні важливо зосередитися на плідній взаємодії культури і туризму. Культурна спадщина має велику цінність для приваблення туристів і може стимулювати як внутрішні, так і міжнародні туристичні потоки. На додачу, активний розвиток туристичної галузі сприятиме створенню робочих місць і загальної стабільності в країні. Для вирішення цих проблем, на нашу думку, слід проводити активну державну та регіональну політику з метою збереження пам'яток культурно-історичної спадщини та їх раціонального використання, створювати та впроваджувати нові туристичні маршрути, метою яких буде ознайомлення із недостатньо популярними пам'ятками, створювати та впроваджувати маркетингові плани розвитку регіонів, час від часу проводити реставрацію об'єктів, що піддаються руйнації, приймати участь в міжнародних та обласних туристичних виставках та салонах з метою представлення та популяризації національного туристичного продукту.

Як резюме підкреслимо, культурний туризм – багатогранний феномен: могутній фактор економіки, соціальний інститут і сфера культури. Культурний туризм дає змогу розширити кругозір і поглибити світосприймання особистості, що сприяє естетичному розвитку і духовному збагаченню людини. Саме культурний туризм дає змогу звернутися до вивчення культурної спадщини людства. Без залучення державної підтримки складно втримувати позиції на ринку, тому сьогодні дуже важливою є підтримка культурного туризму з боку держави як одного із найперспективніших напрямків. Наша країна володіє значним культурно-історичним потенціалом, який однак не в повній мірі використовується. Тому сучасний стан культурного туризму в Україні потребує активізації дій суб'єктів туристичної діяльності та держави щодо вирішення його основних проблем з метою раціонального використання ресурсів та подальшого розвитку цього напрямку. Крім того, розгляд аспектів розвитку культурного туризму в майбутньому дослідженні допоможе визначити ефективні стратегії та плани для подолання виявлених проблем та забезпечення довготривалого успіху туристичної індустрії в Україні. Ретельний аналіз минулих помилок і вивчення сучасних тенденцій буде ключем до розробки інноваційних підходів і стратегій для розвитку культурного туризму в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Державне агентство розвитку туризму України: *офіційний сайт*. 2024. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 10.01.2024).
2. Плецан Х. В. Ретроспективний аналіз розвитку і реформування національного туристичного ринку: зарубіжний досвід та можливості адаптації в Україні. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтва. Серія : Туризм*. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2020. 145 с.
3. Стан, проблеми і перспективи туристичної галузі в Україні. URL: <http://ua.textreferat.com/referat-963-1.html> (дата звернення: 10.02.2024)
4. Феномен туризму: розмаїття сенсів. [монографія] за ред. О. О. Красноруцького, Н. І. Моїсєвої. Харків, 2019. 252 с.

ТУРИСТИЧНИЙ БРЕНД ІЗРАЇЛЮ: ДОРОГА ГАНДІ

Смирнов І. Г., *д-р геогр. наук,
професор кафедри країнознавства та туризму,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*
Любіцева О. О., *д-р геогр. наук, професор,
завідувачка кафедри країнознавства та туризму,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*
Гринюк Д. Ю., *канд. геогр. наук,
асистент кафедри країнознавства та туризму,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

Найдовша туристична траса Ізраїлю – «Шосе 90», довжина якої складає майже 500 км, а тягнеться вона з півночі на південь через усю країну – від кордону з Ліваном до курорту Ейлат на Червоному морі, в сусідстві з Єгиптом. Саме ділянка цієї магістралі, яка проходить біля озера Кінерет і долиною річки Йордан (біля 200 км довжиною), отримала власну неформальну назву – «Шосе (Дорога) Ганді» [1]. При цьому нічого спільного з великим індійцем ця назва не має, вона лише відображає специфічні риси суспільного життя Ізраїлю в умовах постійної воєнної загрози з боку його арабських сусідів, що є нині актуальним і для України в умовах повномасштабної російської агресії. Практично усі державні діячі Ізраїлю пройшли через службу в лавах ЦАХАЛ (Сили оборони Ізраїлю), де часто їх знали за псевдо (зараз і в Збройних силах України існує така практика серед військових, які воюють на Сході та Півдні з російським агресором). Ставши політиками, ізраїльські діячі були не проти, щоб їх називали за їхніми військовими псевдо. Так от, «Шосе Ганді» названо на честь Рехавама Зеєві (1926-2001 рр.) – відомого ізраїльського військового, генерал-майора у відставці, а пізніше – міністра туризму Ізраїлю (2001 р.). У своїй діяльності він нічого спільного з індійським Ганді не мав, скоріше навпаки: за життя він зарекомендував себе, як людина рішуча, а його погляди та підходи до вирішення проблем не завжди однозначно сприймалися в ізраїльському суспільстві. 17 жовтня 2001 р. Р. Зеєві загинув внаслідок замаху на нього палестинських терористів в єрусалимському готелі «Хаятт». Міністром туризму Ізраїлю він встиг попрацювати всього півроку – з березня 2001 р. А от у його зовнішності, мабуть, якась подібність до індійського Ганді була. Розказують, що за молодих років під час військової служби Зеєві поголив голову, замотав її рушником і в такому вигляді з'явився на публіці, – в результаті і отримав прізвисько, яке «пристало» до нього на все життя.

Для туристів, що прагнуть познайомитися з північчю Ізраїлю, Шосе Ганді може стати тією ниткою, на яку нанизуються найрізноманітніші та

найвидатніші пам'ятки цієї частини країни, що розміщуються безпосередньо на Шосе 90, або у безпосередній близькості від неї [2]. Це важливі туристичні бренди Ізраїлю. Познайомимося з ними: у декількох км від того місця, де до Шосе 90 долучається дорога з Єрусалиму, знаходиться православний монастир Герасима Йорданського. На туристичних мапах це місце позначають арабською – Дейр Хіджле. Хоча цей монастир існує з V ст., те, що бачать туристи, збудовано хоча і на руїнах укріплення хрестоносців, але недавно – у XIX ст. Тут живуть декілька ченців, що перетворили монастир у квітучий садок в Іудейській пустелі. Якщо подумки прибрати антураж у вигляді яток з сувенірами, кав'ярень та кліток з папугами, то виявиться, що ця обитель являє собою маленький замок з суцільними мурами, що оточують дворик. Це гарне місце для відпочинку туристів після переїздів пустелею. З монастирем пов'язана зворушлива легенда, яка розказує про те, що його засновник св. Герасим знайшов у пустелі пораненого лева і вилікував його. У подяку лев служив старцю до самої його смерті, після якої і сам сконав на могилі господаря.

На титул місця, де хрестився Ісус Христос, в Ізраїлі є два претендента. Перший – Ярденіт, неподалеку від витоку р. Йордан з оз. Кінерет. Довгий час саме це місце зазначалося в усіх туристичних довідниках Ізраїлю. Воно і в дійсності дуже приємне, особливо після подорожі пустелями півдня країни: тут є і невелика річка з лісом на її берегах, і зухвалі нутрії, що випрошують корм у туристів. Але історики і богослови впевнені, що ця видатна подія відбувалася значно південніше, при впадінні річки у Мертве море – в Касрель-Яхуд (на кордоні Ізраїлю та Йорданії). Сьогодні тут теж є купальні. Куди їхати – вирішувати самим туристам. Якщо рухатись по «Шосе Ганді» ще далі на північ Ізраїлю, то шлях пройде вздовж берега оз. Кінерет. Десь на півшляху між Ярденітом і Табхою туристи зустрінуть православний монастир Марії Магдалини, який заснований на тому самому місці, де, за легендою, Ісус Христос вигнав з неї бісів. А фрески на стінах храму розповідають і про інші події, пов'язані з перебуванням Ісуса в цих місцях: насиченням хлібами, приборкання бурі, зустріч з мирноносцями, Нагорна проповідь, зцілення біснуватого, чудесний вилов риби. Одним словом, гарне нагадування, що основна частина життя Ісуса пов'язана як раз не з Єрусалимом, а з Галілеєю – місцевістю, де знаходиться монастир. Але для більшості українських туристів, як людей світських, цікавість являє не сам монастир (оскільки він збудований не так давно – в середині минулого століття), а оточуючий його доглянутий парк, який являє собою по суті грейпфрутовий сад. Тут для туристів є ще один цікавий природний об'єкт – теплі джерела з радоною водою незвичайного блакитного кольору. В одному з них можна навіть викупатися, а от в інших лише здійснити обмивання, або просто набрати води в пляшечку: за прийнятою думкою, примочки з такої води дуже помічні при хворобах очей.

У біблійних текстах оз. Кінерет (в Ізраїлі його ще називають Галілейським морем чи Тиверіадським озером) фігурує постійно. З ним пов'язані численні епізоди з життя Христа та його помічників – апостолів Петра та Андрія. Дві тисячі років тому ця місцевість виглядала інакше: узбережжя було пустельним, тому саме сюди Ісус приходив для усамітнення. Саме тут Він нагодував «п'ять тисяч мужів» п'ятьма хлібами та двома рибинами. Містечко Табха, де це все відбувалося, і знаходиться на березі Галілейського моря по трасі «Дороги Ганді» [3]. Нині ж у Табхі туристів зустрічають декілька католицьких церков з парком навколо. Від біблійних часів залишилися лише окремі артефакти – залишки давніших храмів. Звичайно туристи просто не зупиняють погляд на них, більше захоплюючись фонтанами з рибками та квітучими водними рослинами, але це неправильно. Так, у церкві Примноження хлібів та риб слід звернути увагу на мозаїку на підлозі центральної зали: це точна копія оригіналу, що датується IV ст. до Р. Хр. Невідомий стародавній художник зобразив рослини та птахів, які жили за його часів на цьому озері. А біля вівтаря туристам пропонується подивитися на одне з найвідоміших у християнському мистецтві зображень – дві риби та корзина з хлібом. Ще один важливий туристичний об'єкт у Табхі – церква Першості апостола Петра, що відділена від озера смугою пляжу. Будинок цей дуже суворий, майже без прикрас. Він стоїть на тому самому місці, де Христос розділив з учнями трапезу після чудесного лову риби та поновив Петра в апостольському званні. Північне закінчення «Дороги Ганді» знаходиться у Верхній Галілеї, яка являє собою гірський регіон з висотами 600-700 м. Найвища точка тут – гора Мерон (1200 м). У цих горах знаходиться містечко Цфат, яке для іудеїв є одним з чотирьох найважливіших (поряд з Єрусалимом, Тверією та Хевроном). Для українських туристів Цфат цікавий, по-перше, як центр кабалізму – містичної течії іудаїзму. За декілька годин, які турист проведе у Цфаті, він не побачить нічого містичного, зате напевно оцінить місцеві краєвиди (за погожих днів звідси можна побачити і озеро Кінерет і вершину гори Хеврон, на якій може лежати сніг) і квартали міста, що зайняті творчою спільнотою – художниками і скульпторами, – це по-друге. А по-третє, у якості місцевого сувеніру рекомендується придбати головку місцевого сиру, що за смаком нагадує несолону бринзу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Highway 90 (Israel–Palestine). URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Highway_90_
2. По Дорозі Ганді. *Сьогодні*. 2016. 16 вересня. С.12-13.
3. Gandhi's Road. URL: <https://dreamstime.com/>

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СПОРТИВНО-ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ ТА В УКРАЇНІ

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

З початком технічного прогресу значно зросла роль спортивно-подієвого туризму. Його популярність сьогодні дуже велика. До чинників розвитку такої популярності відносяться доступність та насиченість.

У світі сучасності склалася ціла індустрія спортивно-подієвого туризму. У системі світового туризму, за даними статистики, частка спортивно-подієвого туризму постійно збільшується близько на 1,5 % у рік. Вивченню теоретико-практичних аспектів організації і розвитку спортивно-подієвого туризму присвятили свої роботи такі вчені, як А. Александрова, А. Бабкін, Ю. Волков, М. Кабушкін, Д. Ісмаєв, Г. Карпова, В. Квартальнов, Р. Олльє, Х. Прінгл, І. Смаль, І. Шаповалова та ін [1].

Розвиток спортивно-подієвого туризму в Україні наразі має великі перспективи. Ми маємо інфраструктуру та гарні спортивні ресурси, але в цілому розвитку туризму у нас не приділяють достатньої уваги, тому країна і на половину не використовує весь можливий потенціал [3]. Обґрунтування мети спортивно-подієвого туризму та його сутності, а також розкриття перспектив та особливостей його розвитку у світі та в Україні зумовило мету нашого дослідження.

В історичному плані туризм розвивається як соціальне явище, яке задовольняє потреби людини у пізнанні, спілкуванні, вихованні, відпочинку. В умовах подорожей, туризм визначають як особливий вид діяльності для задоволення потреб людини у пізнанні навколишнього середовища, у фізичному та моральному вихованні, відпочинку. Досягненню туристських цілей: оздоровчих, спортивно-подієвих, культурно-пізнавальних, професійно-ділових, краєзнавчо-дослідних і т.п., сприяє використання відповідних засобів туризму.

Спортивно-подієвий туризм є невичерпний за змістом і в тому його унікальність. Головною його особливістю є безліч яскравих неповторних моментів. Участь у спортивних заходах, змаганнях, проектах, або ж відвідування їх є головною його метою. В сучасних умовах спорт стає необхідною, важливою частиною життя людства.

На стику культурних та спортивних заходів формується подієво-спортивна сфера, яка є основою спортивно-подієвого туризму.

Спортивно-подієвий туризм отримав розвиток у світі порівняно недавно. Туристів приваблює можливість відвідування спортивно-подієвого заходу, поєднаного з традиційними видами відпочинку, і це стає популярним.

Взагалі, термін «подієвий туризм» вперше став використовуватись Департаментом туризму та громадськості Нової Зеландії у 1987 р. та закріпив зв'язок між подіями та туризмом.

Спортивно-подієвий туризм є потужною індустрією. Це не тільки готелі, ресторани та кафе, які включають певне меню для спортсменів, але і величезна кількість спортивних об'єктів (стадіони, тренажерні зали, басейни, треки, траси для різних видів спорту та багато іншого). Крім того, це величезна кількість підприємств, що спеціалізуються на виробництві спортивного одягу, інвентарю, взуття, медичних препаратів, обладнання для контролю фізичного стану спортсменів і т. д.

Проведення великих подієвих заходів робить значний внесок у підвищення привабливості туристської території та часто дозволяє проводити брендингову кампанію. У свою чергу, міста, які вже володіють культурно-туристським брендом, можуть сприяти активному розвитку спортивно-подієвого туризму.

На цей час у світі існують міста, що спеціалізуються на подієвому туризмі, економіка яких ґрунтується на доходах від його розвитку. Крім того, практика розвитку туризму показує, що навіть поодинокі заходи, що перетворюються на традиційні масштабні події, здатні приносити чималий дохід. Яскравими прикладами подієвих заходів, що сприяють залученню до місць їх проведення значного турпотoku (від 50 тис. до 6 млн. туристів) є карнавали (карнавал у Ріо-де-Жанейро, Венеціанський карнавал) та фестивалі (міжнародний Каннський кінофестиваль, Весняний та Осінній фестивалі в Будапешті, півний фестиваль Октоберфест Німеччина, Мюнхен). Під час проведення масштабних фестивалів у багатьох країнах здійснюються збори на благодійність [4].

На розвиток спортивно-подієвого туризму в конкретному регіоні впливають природно-кліматичні, культурно-історичні фактори, політична ситуація у регіоні, демографічні, економічні чинники, а також матеріально-технічні фактори. До регіонів, у яких спортивно-подієвий туризм набуває найбільшого розвитку, відносяться Європа, Північна Америка, Азія, також варто відзначити Англію, Іспанію, Німеччину, Італію та Францію.

Серед негативних явищ для регіонів під час проведення масштабних спортивно-подієвих заходів можна виділити: гостру нестачу місць у готелях, зростання цін на товари та послуги, незручності для місцевих жителів, пов'язані з наданням транспортних послуг.

Проведення спортивно-подієвих заходів здатне впливати на розвиток як внутрішнього, так і міжнародного туризму, а також сприяє:

- розвитку сфери спортивно-подієвого туризму – залучення зовнішніх інвестицій та збільшення бюджетного фінансування для створення нової інфраструктури;
- збільшення відвідуваності місцевих музеїв, виставок, концертних залів, театрів; поживлення торгівлі та сфери надання послуг;
- зміцненню іміджевої позиції туристського регіону на міжнародному ринку.

Специфікою прихильників спортивно-подієвого туризму є:

- наявність великої кількості різноманітних спортивно-подієвих екскурсій протягом подорожі;
- орієнтація на прийнятну вартість подорожі;
- витривалість і мобільність.

Шанувальники спортивних видовищ орієнтовані на ресурси спортивно-подієвого туризму: внутрішні змагання, турніри, матчі, поєдинки та міжнародні події (Олімпіада, чемпіонати світу, Європи, Азії, Америки, Африки, кубки світу).

Інфраструктурою виступають:

- фірми, які займаються організацією змагань, подорожей;
- спортивні споруди, дитячі та юнацькі спортивні школи;
- заклади харчування та розміщення, які надають свої послуги безпосередньо на території спортивних арен спортсменам та вболівальникам. Саме рівень інфраструктури приваблює фанатів та дає прибутковість для спортивних споруд [2].

Практично у всіх країнах світу футбол є спортом номер один – 8,4%, серед інших: плавання – 8,1%, велосипедний спорт – 6,4%, баскетбол – 5,7%, теніс – 4,9%, та багато інших.

Спортивно-подієвий туризм – вид туризму, у якому турист стає живим свідком найбільших подій у світі спорту, мистецтва та культури. Такі поїздки дарують найяскравіші моменти у житті та надовго залишаються в пам'яті.

Отже, спортивно-подієвий туризм є економічно виправданим для тих країн, в яких він проводиться. Масові події приваблюють велику кількість відвідувачів, що в свою чергу ставить ряд вимог до проведення заходів, найважливішою є саме неповторність події, яка має зацікавити туриста для відвідування в подальшому, а також має бути розроблена чітка стратегія проведення заходу.

Подієвий туризм не можна віднести до швидкоокупного бізнесу з невеликими вкладеннями. Отримання прибутку вимагає часу. Наша країна є унікальним комплексом історичних, мистецьких і культурних пам'яток, подій, традицій. Маємо сподівання, що зовсім скоро ця ніша ведення бізнесу підніме туристичну індустрію України і стане відмінним джерелом доходу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Імас Є. Розвиток спортивної інфраструктури як чинник залучення різних груп населення до оздоровчо-рекреаційної рухової активності. *Теорія і методика фізичного виховання і спорту*. 2022. № 4. С. 27-30.
2. Найвидовижніші події світу // Подійний вояж – URL: <http://eventvoyage.com/stati/sobytijnyj-turizm>
3. Паньків Н. Є., Мороз В. Р. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі розробленого івент-туру «Відкрий для себе Покуття». URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu_2018_28\(5\)_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu_2018_28(5)_19)
4. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання восьме / за наук. ред. проф. Матвійчук Л. Ю., проф. Барського Ю. М., доц. Лепкого М. І. Луцьк: ВІП Луцького НТУ, 2022. 408 с.

РОЛЬ ТУРИЗМУ У ФОРМУВАНІ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ СТУДЕНТІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

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

Успішне оволодіння вищою освітою сьогодні залежить від високого рівня здоров'я, яке взаємопов'язане з фізичною активністю. Ефективним засобом реалізації формування здорового способу життя студентів, розвитку та збереженню їх фізичної працездатності слугує оздоровчий туризм.

За даними МОН України навчальною роботою з питань формування здорового способу життя в загальноосвітніх навчальних закладах займаються педагоги-організатори, вчителі, вихователі, психологи та соціальні педагоги. Результатом такої роботи є ефективність проведення, що потребує сучасних підходів і методів, постійного аналізу, впровадження різних методик та засобів. Цей напрям виховання з огляду на сучасні життєві реалії такі як стрімке поширення алкоголізму, наркоманії та інфікування, послаблення виховної функції сім'ї, а також відповідальності батьків за виховання дітей потребує дуже великої уваги та праці. Дослідити й обґрунтувати вплив занять туризмом у ЗВО на формування здорового способу життя студентів зумовило мету нашого дослідження [3].

У ЗВО освітній процес передбачає тісний взаємозв'язок навчання, виховання та оздоровлення студента. Постійне зростання обсягу освіти сьогодні значно впливає на всі допустимі норми сприйняття студентом обсягу знань та характеризується неможливістю повноцінного засвоєння. Великі обсяги інформації, які потрібно запам'ятати студентам, негативно впливають на їх творчі здібності та здоров'я. Насамперед, стан населення України у XXI столітті значною мірою визначатиме саме здоров'я. Викорінювання шкідливих звичок, раціональне харчування, раціональний режим праці і відпочинку, оптимальний руховий режим, особиста гігієна, загартовування, тощо є основними елементами здорового способу життя [4].

Раціональний режим праці та відпочинку є необхідною складовою здорового способу життя. Дотримання правильного режиму сприяє чіткому ритму функціонування організму, що в свою чергу створює оптимальні умови для підвищення продуктивності праці, поліпшення працездатності та зміцнення здоров'я.

Зміцнення здоров'я та профілактики захворювань значною мірою залежить від обсягу знань та практичних умінь людей у процесі використання оздоровчих сил природи. Свідомого ставлення молоді у вищій школі до застосування загартовуючих процедур, певного рівня фізичного розвитку та здоров'я можна досягти шляхом роз'яснювання, переконання, організації практичної діяльності на заняттях з фізичної культури та спорту.

Раціональне харчування є наступною складовою здорового способу життя. Порушення фізіологічних законів (рівновага одержуваної і витраченої енергії та відповідність хімічного складу раціону фізіологічним потребам організму у харчових речовинах) є небезпечним для здоров'я [2].

Виконувати зазначені норми здорового способу життя дають змогу заняття туризмом, що є потужним засобом як оздоровлення, так і фізичного розвитку молоді [1]. Сучасна екологічна ситуація: забрудненість повітря, високий рівень шуму, тривале перебування студентів у закритих приміщеннях та інші травмуючі чинники негативно впливають на показники здоров'я, а саме суботній і недільний туристський похід стане важливим засобом оздоровлення і профілактики різних захворювань. У туристичному поході студент виконує сукупність технічних і фізичних дій: силових, витривалих, швидко-силових, складнокоординаційних, які є загальноприйнятими в методиці фізичного виховання, але різноманітніші та природніші за своїм змістом, а також значно ширші.

Оздоровча функція туризму спрямована на відновлення функцій організму, відповідно до всіх форм і видів туризму цілком застосоване визначення «оздоровчий». Оздоровлення учасників здійснюється шляхом зміни виду діяльності та дозованих фізичних навантажень, за допомогою взаємодії з природним середовищем (сонячні та повітряні ванни; купання та інші гігієнічні процедури), а також адаптації до незвичних умов, нормального, повноцінного харчування.

Систематичні заняття туризмом сприяють розвитку позитивних здібностей, позитивно впливають на формування морально-духовної зрілості, несуть нервово-психологічне розвантаження, дають потужний заряд бадьорості й енергії [1].

Формування навичок здорового способу життя сучасного студента є необхідною умовою всебічного розвитку, самовдосконалення та самореалізації. Займаючись туризмом, студенти мають змогу дізнатися багато корисного, налагодити спілкування з однолітками і викладачами, покращити стан свого здоров'я. Здорове тіло, здоровий дух дають можливість успішно та якісно опанувати нові уміння і навички, котрі знадобляться у всіх сферах життя.

У ЗВО однією з найважливіших сфер діяльності має стати формування здорового способу життя та культури дозвілля студентської молоді.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамов В. В. Спортивний туризм: підруч. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х. : ХНАМГ, 2011. 367 с.
2. Карпенко П. О., Мельничук Н. О., Пешук Л. В. Особливості харчування та здоров'я. *Журн. практ. лікаря*. 2004. № 5/6. С. 12-14.
3. Мулик К. В., Мулик В. В. Вплив різних видів фізкультурно-оздоровчих занять на рівень здоров'я студентської молоді. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету імені Т.Г.Шевченка*. Вип. 139. Т. II / Чернігівський національний педагогічний університет імені Т.Г.Шевченка; гол. ред. Носко М.О. Чернігів: ЧНПУ, 2016. С. 118-121.

4. Олексієнко Я. І., Хоменко І. М., Субота В. В. Фізичне виховання та спорт у закладах вищої освіти (теоретико-методичний курс для студентів ЗВО непрофільних спеціальностей) : навч. посіб. : Черкаси : Вид. відділ ЧНУ імені Б. Хмельницького. 2022. С. 328-331.

УДК 640.4:005.412

УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ТА РОЗВИТКОМ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

*Ткачова С. С., канд. екон. наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет*

Питанням управління змінами та розвитком приділяється все більше уваги в науковому, практичному та експертному колах. Негативний вплив чинників зовнішнього середовища, пов'язаних з повномасштабним вторгненням РФ в Україну, вимагає від власників, менеджерів ресторанного бізнесу розуміння особливостей управління змінами та розвитком, оволодіння спеціальними науково-методичними підходами, систематизацію практичного досвіду, формування унікальної підсистеми як важливої складової загальної системи ефективного управління бізнесом.

Теоретико-методологічні аспекти управління змінами та розвитком активно розглядаються у наукових працях вітчизняних та закордонних вчених. Особливості управління змінами та розвитком ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану розглянуто недостатньо. Це обумовило вибір теми та визначило напрями дослідження, під час якого проаналізовано зміни та визначено тенденції розвитку ресторанного бізнесу України.

Щодо змін та розвитку ринку. Ресторанний ринок України, за показниками 2021 р., оцінювався у 26,5 млрд. грн. або близько 963,4 млн. дол. США; кількість працюючих закладів становила 29,2 тис. Ринок мав загальну позитивну постковідну динаміку, яка оцінювалась у 35%, у порівнянні з 2020 р. За результатами 2023 р. очікуються показники ємності ресторанного ринку на рівні 18-19 млрд. грн. або близько 470-475 млн. дол. США. Ці показники приблизно складають 25-35% зростання, у порівнянні з 2022 р. Оціночна кількість діючих ресторанних закладів в Україні, станом на грудень 2023 р., складає 21,5-23 тис., з яких 10-15% в залежності від регіону країни, почали працювати протягом поточного року [1]. За даними іншого дослідження, кількість учасників ресторанного ринку країни на початку 2022 р. становила 36,5 тис., за час війни відбулось скорочення до 32 тис. закладів [2]. Отже, спостерігається негативна тенденція щодо скорочення ємності українського ресторанного ринку.

Щодо відкриттів нового бізнесу. Підприємницька активність у ресторанному бізнесі може характеризуватися за показником кількості реєстрацій ФОП та ТОВ з ресторанними кведами. Так, у «пандемічному»

2019 р. було зафіксовано 5 430 реєстрацій; у 2020 р. – 6 290; у 2021 р. – 12 699; у 2022 р. – 8 059; у 2023 р. – 13 721 реєстрація [2]. Наведені кількісні значення свідчать про позитивну динаміку показника підприємницької активності у 2023 р. – спостерігається значне зростання кількості реєстрацій: на 8% більше, ніж у 2021 р.; на 70% більше, ніж у 2022 р. Активне зростання та нові відкриття ресторанних закладів протягом 2023 р. відбувались: у Києві – більше 300 нових закладів; у Львові – близько 100 нових проєктів; в Одесі – більше 35 закладів, в Дніпрі та Харкові – більше 25 кафе та ресторанів у кожному з міст, в Черкасах – 24 заклади, в Івано-Франківську та Вінниці – більше 10 проєктів у кожному місті [1].

Щодо змін форматів нових проєктів. Протягом 2022-2023 рр. на ресторанному ринку України традиційно переважали заклади з форматами європейської, італійської та кавказької кухонь. Значно більше відкривалося закладів з українською кухнею та її «стилізаціями». Виріс інтерес відомих шеф-кухарів до українських страв, проводились заходи з метою популяризації української кухні. Додалося більше демократичних «східних» гастроконцепцій. Формати барів, кав'ярень, фаст-фуду та стріт-фуду значно переважали класичні ресторанні формати і склали більше 70-75% від усіх нових відкритих закладів. Формат барів склав приблизно 15-18% серед нових проєктів як у Києві, так і в Україні в цілому. Експерти зафіксували факт зменшення кількості, і відповідно питомої ваги, нових «фаст-фуд» проєктів, приблизне скорочення яких склало 30% протягом 2023 р. [1]. В Україні за час війни спостерігається тенденція до відкриття невеликих за кількістю місць кафе та ресторанів [3]. У Києві протягом 2022 р. переважна більшість відкриттів була пов'язана з форматами кав'ярень, пекарень, шаурмічних. Великих ресторанів відкривалось дуже мало. Майже не відкривались паби. Бари отримали ускладнення, у зв'язку з обмеженнями роботи, пов'язаними з комендантською годиною. З міркувань безпеки мали перевагу паби та бари в підвальних приміщеннях. Заклади з українською кухнею майже не відкривалися, оскільки в столиці вони переважно орієнтовані на туристів [4].

Щодо припинення роботи та закриттів закладів ресторанного бізнесу. Згідно з результатами дослідження компанії Poster, на початку війни усі заклади ресторанного бізнесу тимчасово припинили свою роботу. Однак, як зазначають дослідники, вже за 3 місяці відкрилося 70% закладів [2]. Загалом протягом 2022 р. в Україні закрилось близько 7 тис. різних закладів. Це заклади, які не працювали під час окупації або на самому початку вторгнення [3]. У цілому сфера гостинності, до складу якої входить ресторанний бізнес, у першій воєнній 2022 р. зазнала суттєвих втрат і скоротилася більше ніж на 65-70% у грошовому доларовому еквіваленті та на 55-60% – за кількістю працюючих закладів. З другої половини 2022 р. ситуація почала стабілізуватися та у більш безпечних регіонах України відображала позитивну динаміку, майже у двічі кращу, ніж у попередній період року. За оцінками експертів, аналогічна ситуація «відносної стабілізації» спостерігалася і протягом 2023 р. Київ, Львів, Західна та Центральна Україна мали позитивну динаміку надходжень та зростання ринку у кількості «балансу» відкритих та зачинених закладів. Протягом 2023 р. тенденція

«закриття» закладів складала, у середньому, приблизно третину від нових проектів, що забезпечувало позитивну динаміку зростання. Серед основних причин зупинки нових та припинення роботи вже працюючих закладів експерти виділяють помилки з обраними локаціями, «невдалі» концепції та фінансові «прорахунки» з недостатнім «запасом міцності», проблеми спрямованості роботи «в накопичення» [1].

Щодо змін основних показників діяльності бізнесу. Згідно з даними дослідження, середня виручка закладів ресторанного бізнесу у 2023 р. зросла на 40%, у порівнянні з 2022 р. При цьому внаслідок підвищення цін середній чек зріс на 38%. Середня відвідуваність закладів вийшла на плато 2022 р. до 2023 р. [2]. За дослідженнями директорки компанії «Ресторанний консалтинг» О. Насонової, за перший рік війни ціни в закладах зросли на 30%, що в принципі відповідало рівню інфляції. До кінця 2023 р. вони зростуть ще на 10-20%, оскільки підвищуються ціни на продукти, паливо, комунальні послуги. За прогнозом експертки, ціни в закладах ресторанного бізнесу продовжуватимуть зростати [3].

Розв'язана РФ війна створила жорсткі умови для виживання ресторанного бізнесу. Менеджменту закладів в межах управління змінами та розвитком потрібно проявляти набагато більше адаптивності, гнучкості, інноваційності у прийнятті та реалізації рішень. Український ресторанний бізнес за час війни навчився працювати у максимально складних умовах: з урахуванням комендантської години, із загрозою обстрілів та терористичних атак, з порушеннями логістики, з вимушеною міграцією великої кількості людей в більш безпечні регіони країни та закордон, з нестачею кваліфікованого персоналу, з тимчасовою відсутністю або дефіцитом енергоресурсів тощо. Усі вищевказані чинники негативно вплинули на функціонування закладів ресторанного бізнесу. Щодо впливу блекаутів на доходи ресторанного бізнесу. Під час першого тижня блекаутів найвищий рівень падіння виручки був зафіксований у західних регіонах України: Чернівецька область (15%), Тернопільська (14%), Хмельницька (13%), Чернігівська, Житомирська, Івано-Франківська (по 12%), Волинська і Рівненська (по 11%); у Львівській, Вінницькій, Одеській, Харківській та Черкаській областях – від 8 до 10%; найменший рівень падіння виручки було зафіксовано у центральних областях, столиці та Закарпатській області (від 5 до 3%). Другий тиждень блекаутів був більш критичним для ресторанного бізнесу: найбільші збитки понесли заклади у Кіровоградській (16%), Волинській (14%), Миколаївській (13%), Одеській (12%), Полтавській та Чернігівській областях, а також в Києві (по 11%). У решті областей рівень доходів знизився від 10 до 3%. У Львівській області взагалі не було зафіксовано падіння виручки [2].

Щодо розвитку ресторанних мереж в Україні під час війни. За спостереженнями експертів та за позицією практиків, більш організаційно та фінансово захищеними у складних умовах функціонування визначено мережеві заклади. Дійсно, ресторани мережі продемонстрували стійкість бізнес-моделей масштабування кількості учасників. Станом на кінець 2023 р., серед лідерів ресторанних мереж України за кількістю закладів визначено:

«Львівські круасани» (153 заклади в 43 містах), !Fest (105 закладів у 30 містах), McDonald's (101 заклад у 21 місті), Gastrofamily (66 закладів у 17 містах) [5]. Ресторанні мережі зростали шляхом відкриття власних закладів та за моделлю франчайзингу.

Отже, управління змінами та розвитком є важливою складовою ефективного управління ресторанним бізнесом, яка забезпечує функціонування у складних умовах максимального негативного впливу зовнішніх чинників. Актуальність та важливість результатів дослідження полягає в урахуванні впливу на ресторанний бізнес зовнішніх чинників, пов'язаних з повномасштабним вторгненням РФ в Україну.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ресторанний ринок у 2023 році – зміни та підсумки. URL : <https://horeca-ukraine.com/restorannij-rinok-u-2023-roci-zmini-ta-pidsumki/>.
2. Як змінився ресторанний ринок України у 2023 році? URL : <https://visitukraine.today/uk/blog/2869/yak-zminivsia-restorannii-rinok-ukraini-u-2023-roci>.
3. Заклади зараз – єдине місце, куди українці можуть витратити гроші»: як розвивається ресторанний бізнес під час повномасштабної війни. URL : <https://nashkiev.ua/eat/zakladi-zaraz-edine-mistse-kudi-ukrainsi-mozhut-vitrachati-groshi-yak-rozvivsaetsya-restorannii-biznes-pid-chas-povnomashtabnoi-viini>.
4. Як за рік змінився ресторанний бізнес столиці. URL : <https://agroportal.ua/blogs/yak-zarik-zminivsia-restoranniy-biznes-stolici>.
5. Великі стали ще більшими. Forbes склав список найбільших ресторанних мереж України. McDonald's не перший. URL : <https://forbes.ua/company/naybilshi-merezhi-restoraniv-i-kavyaren-v-ukraini-yaki-restorani-i-kavyarni-naybilshi-v-ukraini-i-yak-ikh-zminila-viyna-29122023-17174>.

УДК 338.48

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ

Чорна Л. В., канд. пед. наук,
доцент кафедри туризмознавства і краєзнавства,
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
Польова Л. В., канд. пед. наук,
доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи,
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Світовий досвід поступу туристичної індустрії доводить, що в умовах гострої конкуренції на глобальному ринку актуальним для вітчизняної галузі туризму є перехід на інноваційну модель розвитку. Тільки імплементація нових практик ведення бізнесу, технологічних і організаційних рішень, нових підходів до раціонального використання туристичних ресурсів і на їх основі формування туристичних продуктів здатна надати імпульс для

широкомасштабного розвитку сфери туризму, забезпечення її конкурентоспроможності та досягнення високих показників економічного росту.

Інноваційний тип розвитку на протигагу екстенсивному й інтенсивному типам розглядається як спосіб економічного зростання, що ґрунтується на постійних і систематичних нововведеннях, котрі спрямовані на істотне поліпшення усіх аспектів діяльності господарської системи, серед яких виробництво інноваційної продукції; формування конкурентних переваг; періодичне перегрупування продуктивних сил; використання нових ресурсних можливостей.

У науковій літературі зміст поняття «інноваційний розвиток» обґрунтовується як процес безперервного та ціленаправленого пошуку, виробництва та реалізації нововведень. Для даного типу розвитку характерним є наявність якісних трансформацій у структурі виробництва чи соціальної сфери в результаті створення, застосування та розповсюдження нових знань і технологій. Його пов'язують з таким процесом господарювання, котрий ґрунтується на постійному пошуку та використанні нових сфер реалізації потенціалу.

Інноваційний розвиток поширюється на всі сектори соціально-економічної системи України, включаючи туристичну систему. Зміст інноваційного розвитку в туризмі пов'язується з розбудовою інфраструктури галузі та її інформатизацією та діджиталізацією, з формуванням пропозиції продуктів нових видів туризму та вдосконаленням наявної на ринку продукції, з процесом постійного пошуку кращих і більш ефективніших способів просування та реалізації туристичних продуктів. До основних напрямів інноваційного розвитку туризму вітчизняні науковці зараховують формування та розбудову інноваційної туристичної інфраструктури; активізацію та здійснення інноваційної діяльності на підприємствах туристичної сфери; впровадження інноваційних технологій; розробку моделі управління інноваційним розвитком; залучення науково-освітньої сфери до процесів генерування ідей і розробки інновацій.

Для туризму як на національному рівні, так і на рівні регіонів формування механізму інноваційного розвитку виступає одним із першочергових завдань.

Стратегічне бачення розвитку Івано-Франківської області та її місія відповідно до Стратегії розвитку на 2021-2027 роки пов'язані з перетворенням її на комфортний, доступний і безпечний для проживання регіон з конкурентоспроможною та інноваційною економікою, на високорозвинений культурний, туристичний, курортно-рекреаційний центр України [3]. А це означає, що розвиток регіону має здійснюватися і в напрямі перетворення його на туристичний і курортно-рекреаційний центр, у якому як економіка в цілому, так і туризм, як її складова, покладається на засади інноваційності.

Не дивлячись на складні для туризму останні роки через поширення пандемії та війну, процес переходу на принципи інноватики триває в області. Щороку реалізується низка проектів, пов'язаних зі смарт-туризмом, що забезпечують можливості для створення туристичних мобільних додатків, запровадження QR-кодів на туристичних об'єктах з інформацією різними мовами, хмарних технологій та Інтернету-речей, розширення місць використання Wi-Fi та 4G.

У 2022 р. за напрямом розвитку туристичної інфраструктури та навігації в області було відкрито ряд нових рекреаційних пунктів на території лісових господарств і зони відпочинку на території НПП «Гуцульщина», зокрема в урочищі «За Каменистим» (с. Пістинь), на еколого-пізнавальній стежці «На гору Михалків» (с. Город), а також оновлено маркування еколого-пізнавальної стежки «На хребет Брусний до Каменя Довбуша» та встановлено нові інформаційні стенди, вказівники на еколого-пізнавальних стежках [1]. У Шляхетській вежі Старостинського замку, що на території НЗ «Давній Галич», облаштовано інтерактивний простір для відвідувачів.

У контексті створення нових і підтримки існуючих туристичних продуктів і атракцій у 2022 р. було відкрито музей П. Плитки-Горицвіт в с. Криворівня, арт-алею відомих гуцульських різьбярів у с. Яворів, музей Галицької залізниці в с. Нижнів, Музей українського одягу та побуту в обласному центрі, Інтерактивний музей лицарства в м. Надвірна і продовжувалися роботи з облаштування музею зброї в м. Івано-Франківськ. Разом з тим було створено 5 нових віртуальних турів пам'ятками культурної і природної спадщини регіону, а інтерактивну туристичну мапу Івано-Франківської області було доповнено 15-ма об'єктами. Всі новостворені продукти представлено на головному туристичному порталі області iftourism.com.

З метою маркетингу туристичного потенціалу було створено листівки доповненої реальності «Ivano-Frankivsk pocket city», вебпортал і мобільний додаток турів живої спадщини Карпат <https://go52.org/ua>, а також розроблено дизайн нового мобільного застосунку IFtravel.

У 2023 р. у центрі уваги залишалися питання розбудови туристичної інфраструктури. Тут було створено найбільший за площею в Україні притулок для реабілітації диких тварин у «Центрі відтворення та збереження екосистем «Касова гора» та облаштовано туристичний притулок в урочищі Мокринець [2]. У напрямі розширення обсягів туристичних маршрутів було створено два радіальні веломаршрути у с. Микуличині, етнокультурний туристичний маршрут «Ворота в Центральні Горгани», транскордонний культурний туристичний маршрут «Карпатський культурний шлях». Завдяки співпраці з інвесторами інфраструктура області поповнилася облаштованою квест-локацією «Гуцульські Гиндри» в с. Бережниця, кемпінгом «Пристань Варяга» в с. Делева, оглядовою вежею на околиці с. Снідавка, колесом огляду в с. Поляниця та тематичним парком дозвілля «Парк легенд Гедзьо» в

м. Яремче. У м. Івано-Франківську до об'єктів екскурсійного показу додалося відкрите для відвідувачів інтерактивне підземелля Ратуші.

На додаток, було створено комплексний віртуальний тур культурно-туристичними об'єктами, тривимірну модель і візуалізацію історичної надбудови періоду Середньовіччя на території комплексної пам'ятки природи загальнодержавного значення «Скелі Довбуша».

Високим рівнем інноваційності вирізняється проєкт «Музей у смартфоні», що націлений розробку цифрових продуктів для залучення нових відвідувачів до музеїв. За його підсумками було створено віртуальні тури з аудіо- і відеогідами у п'яťох музейних установах області, які інтегровані на головний туристичний вебпортал області iftourism.com.

Таким чином, інноваційний розвиток туризму на регіональному рівні передбачає розбудову туристичної інфраструктури та системи навігації, формування нових і підтримку існуючих туристичних продуктів і атракцій, маркетинг туристичного потенціалу.

ЛІТЕРАТУРА

1. На Прикарпатті підбили підсумки розвитку туризму в 2022 році. URL: <https://iftourism.com/news/article/na-prikarpatti-pidbili-pidsumki-rozvitku-turizmu-v-2022-roci> (дата звернення: 01. 02.2024).
2. На Прикарпатті підбили підсумки розвитку туризму в 2023 році. URL: <https://iftourism.com/news/article/na-prikarpatti-pidbili-pidsumki-rozvitku-turizmu-v-2023-roci> (дата звернення: 01. 02.2024).
3. Стратегія розвитку Івано-Франківської області на 2021-2027 роки. URL: <https://www.if.gov.ua/strategiya-rozvitku-ivano-frankivskoyi-oblasti> (дата звернення: 01. 02.2024).

УДК 338.48-043.86:338.124.4](477)

АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ КРИЗОВОГО СТАНУ

Шестель О. Г., канд. філол. наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Старинець О. А., канд. філол. наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Черкаський державний технологічний університет

Останнім часом все більш актуальним стає питання розвитку економіки в Україні в умовах кризового стану. Одним із важливих секторів економіки, що найбільш чутливо реагує на різного роду кризи, є сфера обслуговування загалом і туризм зокрема.

Мета дослідження – проаналізувати сучасні тенденції розвитку туризму в Україні.

До кризових умов у туризмі можна віднести не тільки введення воєнного стану в Україні та пандемію COVID-19, а також негативні тенденції в економіці країни, зменшення кількості населення, зниження рівня платоспроможності громадян, заборона на виїзд чоловіків за кордон тощо. Водночас, кризові стани можуть не лише негативно впливати на розвиток туризму: «Проте триває зміна векторів сталого розвитку держави, оновлюються концептуальні основи здійснення публічного управління, реформується влада шляхом її децентралізації та перерозподілу владних повноважень. Це сприяє формуванню сучасних орієнтирів сталого розвитку України» [2, с. 151].

Можна з впевненістю стверджувати, що до 2014 р. розвиток туризму в Україні характеризувався як сталий: збільшувалася кількість внутрішніх і зовнішніх туристів, загалом враховувалися екологічні та соціальні потреби населення, посилювався вплив туристичної індустрії на динаміку економічного зростання. Проте після збройної агресії й анексії Криму та частини Луганської та Донецької областей потік іноземних туристів в Україну суттєво скоротився. Так, згідно з даними Державної служби статистики України, у 2013 р. кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну з туристичною метою, становила 488496. Цікавим є факт, що найбільше прибуло туристів з Німеччини (30354), Туреччини (24615) та Польщі (17908). У 2015 кількість іноземних туристів в Україні складала 137906, з яких з Німеччини – 1011, з Туреччини – 3065, а з Польщі – лише 97 осіб [3].

Зауважимо, що після 2014 року Україна стикнулася зі складними політичними та економічними викликами, які суттєво вплинули на розвиток туризму у країні. Наведемо основні причини скорочення кількості в'їзних туристів в Україну після 2014 року.

Так, анексія Криму та частини Луганської та Донецької областей, призвели до загального клімату нестабільності в країні, що вплинуло на рішення туристів вибрати інші напрямки для своїх подорожей.

Наступною важливою причиною було відчуття безпеки, оскільки часткова війна на сході України вплинула на загальний рівень безпеки в країні. Такі обставини викликали стурбованість серед потенційних туристів і зменшили їхню зацікавленість у відвідуванні.

Події, пов'язані з конфліктом на сході України, отримали широкий медійний відгук, що також вплинуло на імідж країни як туристичного напрямку та призвело до відмови від відвідування.

Після 2014 р. було введено складніші процедур для в'їзду до України, що вплинуло на вибір потенційних туристів.

У зв'язку з вищезазначеними факторами та змінами відбулася зміна туристичних пріоритетів, і туристи почали вибрати інші напрямки, які вважаються більш безпечними та привабливими.

Ці фактори спільно вплинули на те, що Україна стала менш привабливою для міжнародних туристів після 2014 року. Для покращення

ситуації важливо продовжувати розвивати туризм у країні, покращувати імідж та забезпечувати безпеку для відвідувачів.

Наступним викликом для розвитку туризму в Україні стала пандемія COVID-19, коли були впроваджені обмеження в подорожах, введений карантин та інші заходи, що значно вплинули на туризм.

Зауважимо, що, згідно з даними, поданими Державною службою статистики України, у 2020 р. кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну з туристичною метою, становила лише 11773 осіб [3]. Внутрішній туризм також внаслідок введення карантинних обмежень розвивався нестабільно, проте винятком стали сільські зелені садиби, власники яких могли приймати відвідувачів.

Безумовно, найбільшим викликом для розвитку туризму в Україні стало введення воєнного стану в Україні і воєнні дії на багатьох територіях країни. Варто зауважити, що частина вітчизняних туроператорів майже відразу після початку збройної агресії почала організовувати евакуацію населення. Серед таких туроператорів можна виділити Travel Professional Group, Аккорд-тур тощо.

Зауважимо, що безпекова ситуація – це не єдина, хоча й одна з основних причин відмови населення України від подорожей. Важливою причиною є також економічна нестабільність. В умовах кризи економіка стала менш стабільною, призвело до скорочення витрат на подорожі та відпочинок.

Умови кризи поміняли попит на різні види туризму, відбулися зміни в споживчому підході. Наприклад, збільшився попит на внутрішній туризм або туризм в малонаселених районах, де можна уникнути великого скупчення людей. Збільшенню попиту на внутрішній туризм сприяла також заборона на виїзд за кордон для чоловіків.

Наступною тенденцією розвитку туризму в Україні в умовах воєнного стану став розвиток онлайн-послуг. Туристичні підприємства, особливо в прифронтових містах, перейшли виключно в онлайн-формат роботи, зважаючи не лише на безпекову ситуацію, а й економію коштів за оренду офісних приміщень і комунальних послуг.

Цифрова трансформація, що постійно зростає, може призвести до появи нових онлайн-платформ для бронювання інтернет-послуг та віртуальних турів.

Отже, можна констатувати, що туристична галузь поступово починає відновлюватися та функціонувати в Україні в умовах кризи. Водночас погоджуємося з думкою дослідниці Босовської М.В. про необхідність працювати над відновленням інфраструктури туризму з позицій безпеки, збереження культурних цінностей, започаткування меморіального туризму в Україні.

Таким чином, збереження природних та культурних ресурсів України може стати ключовим завданням для функціонування туристичної галузі в умовах кризи.

ЛІТЕРАТУРА

1. Босовська М., Бойко М. Поствоєнне відновлення туризму в Україні. Готельно-ресторанний та туристичний бізнес: реалії та виклики [Електронний ресурс] : тези доп. II Міжнар. студ. наук. конф. (Київ, 22 березня 2023 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. С. 33–36. URL: <https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/db5321dbc69b10e40e1cbe6f3c9c2dd4.pdf> (дата звернення: 27.12.2023).
2. Машіка Г.В., Пологовська Ю.Ю., Бикова М.Д. Сучасні тенденції розвитку екологічного туризму в Україні в умовах пандемії covid-19. *Екологічні науки. Науково-практичний журнал*. 2021. № 2 (35). С. 146–152. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/45174/1/28.pdf> (дата звернення: 27.12.2023).
3. Офіційний сайт «Державна служба статистики України». URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 27.12.2023).

УДК 338.48

РИНОК МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ У ПІВНІЧНІЙ АМЕРИЦІ: США, КАНАДА ТА МЕКСИКА

Юхновська Ю. О., *д-р екон. наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту та туризму,*

КЗВО «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» ЗОР

Номеровська М. В., *студентка спеціальності 242 Туризм,*

КЗВО «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» ЗОР

Медичний туризм є сегментом сучасного лікувально-оздоровчого туризму. З кожним роком подорожування з ціллю лікування та оздоровлення серед мандрівників набуває все більшого поширення. Лікувально-оздоровчий (медичний туризм) – це різновид як індивідуального так й групового відпочинку, що передбачає здійснення певних відновлювальних та лікувальних процедур. Він є модифікованою версією індустрії охорони здоров'я, яка в основному зосереджена на потребах пацієнтів, які подорожують до міжнародних кордонів для складних операцій, лікування та оздоровлення. Цей вид туризму користується попитом серед пацієнтів у всьому світі, особливо через низьку вартість лікування в країнах, що розвиваються порівняно з розвиненими країнами. Існує три типи медичного туризму: виїзний, в'їзний і внутрішній. Аналізуючи ринок світового медичного туризму за окремими туристичними регіонами, слід зазначити, що Північно-Американський туристичний регіон займає лідируючу позицію і з кожним роком набуває все більших обертів (рис.1). Найбільшу частку ринку лікувального туризму в Північно-Американському туристичному регіоні займає сегмент лікування серцево-судинних захворювань [1].

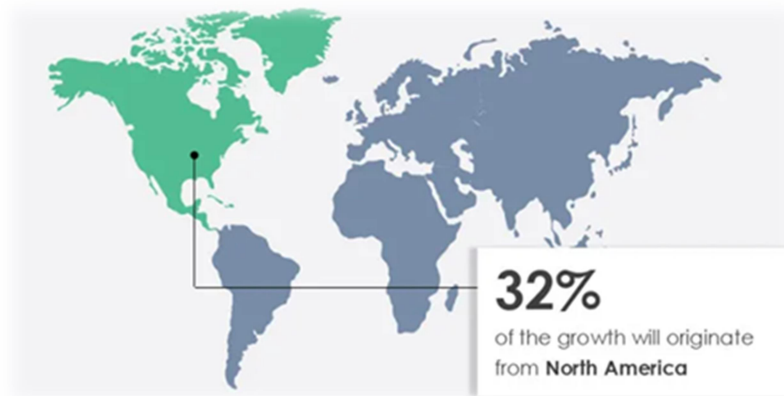


Рисунок 1. Сегмент медичного туризму Північної Америки у глобальному ринку лікувально-реабілітаційного та оздоровчого туризму [1]

На американському континенті безперечний лідер ринку лікувально-оздоровчого туризму – США. Відомо, що медична допомога в США коштує дорого, тому більшість американців приділяють увагу профілактиці, відповідно з цією метою люди вирушають на курорти [2]. Основний тип північноамериканських курортів – бальнеологічний (Маммот Спрінгс, Хібер Хот Спрінгс, знаходяться у південній частині США). Серед туристів попитом користуються приморські кліматичні курорти: Лонг-Біч, Майамі-Біч, Сан-Дієго, Санта-Круз. Популярні також приозерні курорти. Хоча, самі американці вважають за краще відпочивати та лікуватися на курортах центральної Америки, Кубі, Багамських островах. Щороку від 100 000 до 200 000 людей приїжджають до США з метою лікування. Незважаючи на такі виклики, як візові обмеження та мовні бар'єри, США продовжують приваблювати медичних туристів завдяки високоякісним медичним послугам і близькості до великих ринків пацієнтів. Акредитація відіграє вирішальну роль у забезпеченні якості медичної допомоги в Сполучених Штатах. Міжнародна спільна комісія (JCI) є одним із найбільш визнаних і шанованих органів з акредитації у світі [3]. Серед найкращих реабілітаційних центрів у США можна виділити: Техаську клініку, Реабілітаційну лікарню Сполдінга й Масачусетську загальну лікарню в Бостоні, Rochester, MN Mayo Clinic, Лікарню Крейга в Денвері (Колорадо), GA Shepard Center (Атланта), Медичний центр NYU Langone у Нью-Йорку.

В останні роки Мексика перетворилася на популярний напрямок для громадян США, які бажають отримати медичне обслуговування. Близькість Мексики до США та відносно невисока вартість поїздки до країни приваблюють не тільки американців та канадців, а й українців. Сучасну інфраструктуру клінік можна порівняти з американськими лікарнями, завдяки чому Мексика стала одним із ключових напрямків для медичних туристів. Переваги країни: близькість Мексики до США та Канади роблять її привабливою; за оцінками ВОЗ, мексиканські лікарні схожі за рівнем обслуговування та інфраструктури з лікарнями в США; вартість медичного

обслуговування в Мексиці на 50-75% нижче, ніж у США; багато лікарів вільно володіють англійською мовою; зростаюча кількість страхових компаній, які надають страховку для медичних туристів; час очікування процедури мінімальний; прекрасний клімат для реабілітації та одужання. Але є і недоліки: проблеми зі стандартизацією та складність притягнення до юридичної відповідальності у разі недобросовісної медичної практики. Пляжні курорти Мексики: Канкун, Акапулько, Рив'єра-Майя, Плайя-дель-Кармен, Косумель, Пуерто-Вальярта, Лос-Кабос. Медичні центри Мексики: Medica Sur (Мехіко), American British Cowdray також скорочено називається ABC Medical Centre (перша лікарня, яка отримала акредитацію JCI для обох своїх кампусів у Мексиці), Hospiten International Hospital Group.

На сьогоднішній день лікування захворювань у Канаді має великий попит не лише серед американців, а й у всьому світі, зокрема, і у нас – українців. Медичний туризм у Канаді досить популярний. Багато пацієнтів зазначають, що реабілітація в цій країні відбувається набагато комфортніше, і це не лише через зручність палат у клініках, а через наявність м'якого клімату, а також гарної екології. Нижчі ціни (порівняно зі США) поєднуються з надзвичайно високим рівнем медицини. Канада має найвищий рівень виживання пацієнтів із захворюваннями нирок. Тисячі громадян США щороку приїжджають сюди на ортопедію та кардіохірургію. Гори, річки, ліси та клімат країни створюють найкращі умови для оздоровлення. Тут розташовані всесвітньо відомі центри повного циклу. Від початку діагностики і до кінця реабілітації — все це в одному місці. Добрих лікарень у цій країні досить багато, але серед усіх медичних установ країни найчастіше хвалять такі: Торонто Дженерал Хоспітал, Дерматологічна клініка Торонто, Косметична клініка Торонто, Раковий центр Принцеси Маргарет. Також користуються попитом пляжні курорти Канади. Незважаючи на досить прохолодну погоду протягом усього року та коротке літо, на території Канади є кілька курортів, пляжі яких не поступаються за своєю красою та розвиненою інфраструктурою більш популярним туристичним напрямкам. Канада має вихід одразу до трьох океанів, але купатися можна або на тихоокеанському або на атлантичному узбережжі. Найтепліше на західному узбережжі, яке омивають води Тихого океану. Основними пляжними курортами в країні є: Квебек, Нова Шотландія, Ванкувер. Гірськолижні курорти Канади: Паудер-Кінг, Лейк-Луїз, Сільвер-Стар, Біг-Вайт, Банф, Ферні та Вістлер [4].

Провівши дослідження теми, можна зробити висновок, що сучасний медичний туризм в країнах Північної Америки, а саме у США, Канаді та Мексиці, відображає нову концепцію як медицини, так і туризму – це, насамперед, бізнес-середовище, і пацієнт має можливість вибирати найбільш вигідні умови отримання як лікувально-реабілітаційних, так і оздоровчих послуг у будь якій країні за власним бажанням і матеріальним становищем.

ЛІТЕРАТУРА

1. Medical Tourism Market Analysis – Technavio. URL: <https://www.technavio.com>
2. Загальна характеристика лікувально-оздоровчого туризму в Америці. URL: <https://studfile.net/preview/3556907/page:15/>
3. Medical Tourism In the US - Health Insurance. URL: <https://www.godigit.com/health-insurance/medical-tourism/medical-tourism-in-us>
4. Куди поїхати в Канаді? URL: <https://tripmydream.ua/canada/wheretogo>

УДК 796.011.3:378

ФІТНЕС-ПРОГРАМИ ЯК ЗАСІБ ПОКРАЩЕННЯ РУХОВОЇ АКТИВНОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Ярославська Л. П., канд. іст. наук,
доцент кафедри фізичного виховання та здоров'я людини,
Загородній В. В., канд. мед. наук,
завідувач кафедри фізичного виховання та здоров'я людини,
Черкаський державний технологічний університет

Проблема забезпечення фізичного та психічного здоров'я молодого покоління, підвищення його рухової активності в закладах вищої освіти була і залишається актуальною й до нині. Одним із сучасних трендів, найпопулярнішим та найбільш ефективним видом кондиційного, спортивного, оздоровчого тренування – є фітнес, який дозволяє людині залежно від своєї мети, пріоритетів, рівня фізичної підготовленості, фізичного стану, індивідуально обирати вид рухової активності та можливість підбрати бажані вправи, їх дозування та інтенсивність.

Для кращого розуміння різноманіття видів і напрямів фітнесу та рухової активності розглянемо зміст нових назв та термінів.

Термін «фітнес» (англ. fitness) означає вид фізичної діяльності, рухової активності, який спрямований на поліпшення загального стану організму, що досягається за допомогою харчування, активного фізичного навантаження та відпочинку.

У світі розроблено достатньо багато фітнес-програм – спеціально-організованих форм рухової активності, які розрізняються за видами (аеробні, анаеробні, силові, комплексні); за ступенем навантаження на організм (низької, середньої, високої, інтенсивності, комплексні); за анатомічною ознакою (для верхніх кінцівок та плечового поясу, для нижніх кінцівок, для тулубу, комплексні); за статевими ознаками (для чоловіків, жінок або

змішані); за кількісним складом (групові, індивідуальні (самостійні), персональні (під керівництвом тренера) тощо.

Проте всі фітнес-програми об'єднує загальні принципи проведення тренування – це: розминка; аеробна частина; кардіо або анаеробна, чи силова частина (залежно від мети тренування); стретчинг (вправи для розвитку гнучкості) та заключна (відновлювальна) частина. Залежно від цільової спрямованості занять, рівня фізичної підготовленості та фізичного стану студента узагальнена структура фітнес-програми може бути змінена.

Типова фітнес-програма для початківців повинна включати три тренування аеробного спрямування помірної інтенсивності та два дні силових тренувань. Силові тренування складаються для розвитку всіх основних м'язових груп на одному занятті. Ключовими факторами для доцільного підбору фізичних вправ є дотримання принципів тренування: безпечності, специфічності, індивідуалізації, супер компенсації, поступовості та систематичності.

За даними опитування близько 50% відвідувачів спортивних залів обирають фітнес-програми силового спрямування для корекції будови своєї статури, розвитку м'язових груп як усього тіла, так і окремих його частин; розвитку та удосконаленню фізичних якостей – сили, силової витривалості, координації рухів, спритності тощо. Для чоловічої статі переважно притаманно використання вправ для верхньої частини тіла, тоді як для дівчат це вправи ніг, м'язів пресу та спини.

Розглянемо декілька найпопулярних видів фітнес-програм. Найдавнішим видом фітнесу можна вважати культуризм, який бере свій початок ще у Стародавній Греції. Сучасний культуризм, атлетична гімнастика та бодібілдинг передбачає побудову скелетних м'язів тіла за рахунок їхньої гіпертрофії та зменшення відсотку підшкірної жирової тканини за допомогою систематичних тренувань та послідовних навантажень силових навантажень з різними обтяженнями.

До силових програм, за допомогою яких також можна сформувати красиву поставу, статуру, збільшити обсяг м'язів та покращити рельєф тіла є: Body Up, Body Pump, тренування ABS тощо.

Body Up (BU, Upper Body) – фітнес-програма тренування для розвитку сили, переважно м'язів верхньої частини тіла – рук, плечового поясу, спини і черевного пресу за допомогою степ-платформи, гантелей та бодабардів.

Body Low (BL) – функціональний силовий тренінг, комплекс силових вправ високої інтенсивності для зміцнення м'язів ніг, стегон, сідниць, черевного пресу за допомогою різноманітних випадів, нахилів, присідів. Вправи на верхню частину тіла, спину та груди – виключені.

Body Pump – силове тренування зі штангою з великою кількістю повторів вправ з легкими та середніми вагами, які опрацьовують всі основні групи м'язів. Підходить для середнього рівня та добре підготовлених.

Розвиває силову витривалість, сприяє зміцненню кісткової тканини та зменшенню ризику розвитку остеопорозу.

Body Sculpt – атлетичне тренування для всіх великих груп м'язів і формування підтягнутої рельєфної фігури. Силові вправи виконуються в аеробному режимі. Силове спрямування навантаження сприяє розвитку м'язів, аеробне – стимулює схуднення. Співвідношення силових і аеробних вправ покращує поставу, зменшує жирові відкладення та розвиває пластику і грацію.

ABS – силовий вид фітнесу для тренування м'язів черевного пресу, який допомагає профілактиці захворювань і травм, що пов'язані зі слабкими м'язами черевного пресу та спини.

ABT (Abdominal, Bams, Thighs) – це силовий курс для тренування м'язів нижньої частини тіла, а також для м'язів черевного пресу, сідниць та стегон із застосуванням навантажень високої інтенсивності.

TRX (Training Resist Exercises) – це популярний напрямок функціонального тренування, різновид силового тренінгу, при якому використовують підвісну систему з мотузок чи ременів, а також вагу власного тіла людини, як обтяження. Залежно від мети тренувань, вправи на петлях розвивають м'язи-стабілізатори, а також силу, вестибулярний апарат, гнучкість та рухливість суглобів. TRX є незамінним для підлітків і для людей із проблемами опорно-рухового апарату, оскільки тренування з власною вагою усуває осьове навантаження на хребет.

Каланетика – система спеціально підібраних стато-динамічних вправ на розтягування різних груп м'язів. Найчастіше акцентовані рухи в зоні шиї, живота, спини, стегон, сідниць виконуються з невеликою амплітудою у незручному положенні у напівстатичному положенні або у повній статиці.

Бодістайлінг, бодіформінг, слім-джим є системи вправ, що синтезують танцювальну і силову аеробіку та поєднують елементи аеробіки, каланетики, хореографії, шейпінгу та бодібіддингу. Головною метою цих систем є коректування ваги і покращання фігури тіла, оволодіння новими елементами хореографії (Body Styling).

Пілатес (нім. Pilates) – комплекс фізичних вправ, спрямований на покращення гнучкості всіх м'язових груп тіла. Ця система поєднує в собі йогу, балет та ізометричні вправи. Якщо пілатес – це комплекс вправ для розвитку гнучкості і сили, то стретчинг більше пов'язаний з розтяжкою.

Різноманіття фітнес-програм, їхній позитивний вплив на організм молоді людини переконує, що ефективним напрямом підвищення рівня рухової активності може стати створення та впровадження у систему фізичного виховання здобувачів вищої освіти популярних фітнес-програм оздоровчого, кондиційного та спортивного напрямів, як найбільш універсального виду фізичних навантажень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Воловик Н. І. Сучасні програми оздоровчого фітнесу для студентів вищих педагогічних навчальних закладів : навч. посібник. Київ : Видавництво НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. 48 с.
2. Менших О. Е., Костогриз-Куликова Н. В., Петренко Ю. О. Новітні фітнес-технології у роботі спортивних секцій вищих навчальних закладів: навч.-метод. посіб. Черкаси : ЧНУ ім. Б.Хмельницького, 2014. 84 с.
3. Наливайко В., Лошицька Т., Скірта О. Поширеність фітнес-програм силової спрямованості та рекомендації щодо їх використання у фізкультурно-оздоровчій роботі // Фізична культура, спорт та здоров'я різних груп населення : матеріали V: Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. молодих вчених (Черкаси, 04.12. 2023 р.). Черкаси, ЧНУ. 2023. С. 34-40.
4. Сучасні фізкультурно-оздоровчі технології у фізичному вихованні: курс лекцій / уклад. А. М. Гарлінська, Н. М. Корнійчук, О. В. Солодовник. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2022. 68 с.

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

UDC 338.124.4:338.2(477)

**WORLD EXPERIENCE OF STATE REGULATION
OF THE TOURISM INDUSTRY IN MACROECONOMIC CRISES:
PROJECTION ON UKRAINE**

Kacicka Grazyna, *Candidate of Political Sciences (PhD),
Scientific and Pedagogical Worker,
Higher School of the Social and Economic (Przeworsk, Poland)*

Introduction. The tourism industry significantly contributes to the global economy but is highly susceptible to macroeconomic crises. Ukraine's tourism sector, particularly impacted by recent geopolitical tensions and the full-scale invasion by the Russian Federation, urgently requires effective strategies for stabilization and growth. This paper aims to examine international regulatory responses to macroeconomic crises in tourism and apply these insights to the Ukrainian context to foster recovery and sustainable development.

Literature Review. The body of literature reveals a spectrum of state regulation strategies aimed at mitigating the adverse effects of economic crises on tourism. Karpenko and Gurbyk (2020) emphasize the need for adaptive regulatory models to maintain the stability of the tourism industry under crisis conditions. Perles-Ribes et al. (2016) and Ritchie (2004) provide insights into the impacts of economic downturns on tourism and strategies for management and recovery. Specifically, Ritchie (2004) introduces a strategic framework for crisis management in the tourism industry, focusing on preparation, response, recovery, and learning phases, which is particularly relevant for understanding the dynamics of crisis impact and recovery.

Case Studies. Analyzing various global approaches, such as the American, European, and mixed models, provides insights into effective tourism recovery post-crisis. The examination of Spain's methods during economic crises, as studied by Perles-Ribes et al. (2016), alongside Ritchie's strategic crisis management framework (2004), offers valuable lessons for Ukraine, particularly in the integration of comprehensive policy measures and the importance of cohesive stakeholder collaboration.

State Regulation in Ukraine. The current scenario of Ukraine's tourism sector is shaped by the impacts of conflict and existing vulnerabilities. The review of Ukraine's regulatory landscape highlights shortcomings in addressing these challenges effectively. However, the sector also holds potential for revitalization

through focused domestic tourism and the development of segments emphasizing cultural and natural heritage.

Projection and Recommendations. Adopting and adapting international best practices to the Ukrainian context involves focusing on sustainable and resilient tourism development. Recommendations include developing a strategic crisis management framework tailored to Ukraine's unique circumstances, promoting safety and attractiveness, and fostering public-private partnerships. Ritchie's (2004) approach to crisis management in tourism suggests implementing comprehensive planning, response, recovery, and learning strategies for Ukraine's tourism sector, which could significantly aid in navigating current and future challenges.

Conclusion. Ukraine faces unprecedented challenges in its tourism sector due to ongoing conflict and economic uncertainties. Integrating global best practices, particularly those emphasizing strategic crisis management, into local policy and regulatory frameworks can significantly aid in the sector's recovery and future resilience. By doing so, Ukraine can not only revive its tourism industry but also enhance its overall economic stability.

REFERENCES

1. Karpenko, A., & Gurbyk, Y. (2020). Modern models of state regulation of tourism. *Regional aspects of development of production forces of Ukraine*, (25), 23-30. <https://doi.org/10.35774/RARRPSU2020.25.023>.
2. Perles-Ribes, J., Ramón-Rodríguez, A., Sevilla-Jiménez, M., & Rubia, A. (2016). The Effects of Economic Crises on Tourism Success: An Integrated Model. *Tourism Economics*, 22, 417 - 447. <https://doi.org/10.5367/te.2014.0428>.
3. Ritchie, B. (2004). Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism Management*, 25, 669-683. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2003.09.004>.

УДК 061.2:338.48-2-053.6(477.46)

РОЛЬ ЦЕНТРУ ТУРИЗМУ, КРАЄЗНАВСТВА І ЕКСКУРСІЙ УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ В РОЗВИТКУ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ ТА ПАТРІОТИЧНОМУ ВИХОВАННІ МОЛОДІ

Данилюк А. М., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Сергієнко Г. О., викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Черкаський державний технологічний університет

Виховання молоді патріотами своєї Вітчизни завжди було пріоритетним напрямом для кожної держави. Для нашої країни це питання стоїть особливо гостро, адже ворог в особі російської федерації не полишив спроб повернути

незалежну Україну до складу своєї імперії і не тільки продовжує нав'язувати українському народу відповідні наративи, а й розв'язав повномасштабну війну на території нашої держави. Патріотична робота з молоддю закладами позашкільної освіти, особливо туристичного спрямування, дозволяє в невимушеній, дослідницько-ігровій атмосфері вивчати багатий на історію, культуру і традиції рідний край, підготовкою екскурсійно-презентаційних праць отримувати навички комунікацій та публічних виступів, спортивними, зокрема, військово-спортивними заняттями покращити фізичне здоров'я, навчитися виживати в складних умовах і підготувати себе фізично та психологічно до почесної місії – захисник Батьківщини, а сучасні форми навчально-виховної діяльності надають змогу заохочувати підлітків і юнацтво до спільних дій.

Черкаський Центр туризму, краєзнавства і екскурсій учнівської молоді Черкаської обласної ради розпочав свою діяльність через 4 місяці з дня заснування області, відповідно до рішення обласної ради № 232 від 06.04.1954 року, як обласна дитяча туристсько-екскурсійна станція.

Фундамент туристсько-краєзнавчої та екскурсійної роботи серед учнівської молоді Черкащини було закладено її першим директором В. І. Стеценком. І 28 червня 1955 року з гуртківцями станції було здійснено перший десятиденний туристський похід за маршрутом Черкаси – Ірдинь – Городище – Мліїв – Лозівка – Черкаси. 31 липня 1956 року вчитель Грушківської середньої школи Й. П. Ткаченко вперше представляв зі своїми учнями команду від Черкащини на Всеукраїнському зльоті в Києві. За допомогою станції юних туристів особливого підйому дитячий туризм набув у 70-ті роки: при тодішніх Будинках піонерів на громадських засадах були створені районні й міські туристські станції; з 1978 року розвивається самодіяльний туризм за місцем проживання дітей з туристськими походами вихідного дня, ступеневими походами в межах області, міськими та обласними зльотами юних туристів. 80-ті роки внесли свою лепту в розвиток дитячого туризму створенням шкільних музеїв і проведенням їх паспортизації, організацією при станції для керівників шкільних музеїв консультативного пункту. Вагома увага приділяється підготовці кадрів: проводяться навчання, семінари директорів станцій юних туристів, готуються інструктори шкільного туризму. В кінці 80-х – на початку 90-х років відкриваються міські та районні станції юних туристів в Каневі, Умані, Смілі, Черкасах, Чорнобаї та Городищі. Таке дбайливе ставлення до всебічного виховання молоді відбувається на фоні загальної руйнації сфери туризму і гостинності, коли брак устрою і важелів державного впорядкування сфери туризму й рекреації в Україні призвів до розвалу необхідних компонентів інфраструктури галузі і соціально-орієнтованого вітчизняного туризму, відпливу чималих валютних коштів за кордон, значного послаблення матеріально-технічної бази, порушення системи напрацьованих зв'язків і турів, підготовки й використання досвідчених кадрів. В 1989-1992 рр. Україна понесла збитки на майже 80 % валютних прибутків від іноземного туризму

(так в середині 80-х рр. Україну щорічно відвідувало понад 500 тис. іноземних туристів, натомість у 1992 р. — лише близько 120 тис). В цей час розвиток краєзнавчої роботи на Черкащині визнано одним з кращих в державі й у жовтні 1999 року на базі станції відбувся Всеукраїнський семінар-практикум завідуючих відділами краєзнавства та наукових досліджень обласних Центрів/станцій, в рамках якого учасники мали змогу ознайомитися з творчими здобутками юних дослідників рідного краю.

Відродження туризму як галузі економіки на початку 21 століття у 2003 році підкреслює пріоритети держави реорганізацією станцій в обласні Центри туризму, краєзнавства і екскурсій учнівської молоді. А нещодавно 17.11.2023 року заклад перейменовано зі зміною найменування юридичної особи на Комунальний заклад «Черкаський обласний центр національно-патріотичного виховання, краєзнавства і туризму учнівської молоді ім. Павла Наконечного Черкаської обласної ради» на честь загиблого військового, українського громадського діяча, вчителя історії, співзасновника та координатора національно-патріотичної громадської організації «Поклик Яру», наставника молоді П. Ю. Наконечного (псевдонім «Павло Добротворський», позивний «Історик»).

Рівно 70 років Черкаський ОЦТКЕУМ працює з дітьми та педагогічними працівниками закладів освіти Черкащини, змінюючи форми і напрямки роботи відповідно до вимог часу. Сьогодні основними напрямками роботи центру визначено:

- задоволення потреб вихованців у професійному самовизначенні та творчій самореалізації;
- розвиток у вихованців почуття патріотизму, любові до України, поваги до народних звичаїв, традицій, національних цінностей українського народу, а також інших націй і народів;
- удосконалення фізичного розвитку вихованців в гуртках спортивного туризму і орієнтування;
- інформаційно-методичне забезпечення діяльності профільних закладів позашкільної освіти щодо реалізації пріоритетних напрямів розвитку позашкільної роботи.

У Центрі туризму працює 20 гуртків, якими охоплено 306 вихованців. Форми організації освітнього процесу – очні, дистанційні або змішані – обираються закладом відповідно до безпекових умов, що дозволяє збільшувати кількість учасників заходів, кількість і склад аудиторії свідчать про популярність та розширення меж туристсько-краєзнавчої та національно-патріотичної роботи.

Робота гуртків проводиться на основі навчальних програм, затверджених Міністерством освіти і науки України та авторських програм, ухвалених педагогами центру, погоджених з Черкаським обласним інститутом післядипломної освіти педагогічних працівників і затверджених начальником Головного управління освіти і науки облдержадміністрації. Термін навчання обумовлюється специфікою діяльності гуртка та навчальними програмами.

Вивчення курсу навчальної програми завершується здачею кваліфікаційних іспитів і отриманням свідоцтва про закінчення позашкільного навчального закладу. Сьогодні гуртки пропонують наступні програми навчання: «Пішохідний туризм», «Спортивне орієнтування», «Юні екскурсоводи», «Екскурсоводи», «Краєзнавці-туристи».

В гуртках пішохідного і спортивного туризму, спортивного орієнтування відбувається загартування молоді, опанування навичок щодо користування спортивним спорядженням, топографічними картами для побудови маршруту, подолання природних і штучних перешкод, орієнтування на місцевості, проведення розрахунку кількості продуктів і приготування їжі для всіх учасників групи. Ці навички не тільки вчать долати труднощі, а й формують командний дух і стиль праці. Водночас відбувається знайомство з історією, культурою, природою різних куточків України. Вихованці гуртків «Спортивний туризм» щорічно беруть участь у обласних і Всеукраїнських змаганнях, гуртки спортивного орієнтування вчать читати спортивні карти, знаходити контрольні пункти, оптимально будувати свою дистанцію, здобувають відмінну фізичну підготовку, витривалість.

В 2023 році Центром туризму було організовано та проведено 36 заходів для учнівської молоді області, до яких долучилися 14 212 учасників, підготовлено 7 заходів для педагогічних працівників, загальною кількістю учасників – 502 особи. У Всеукраїнських заходах з учнівською молоддю взяли участь 77 учасників.

Центр здійснює активну діяльність серед закладів освіти області щодо інформаційно-методичної та організаційно-масової роботи з туризму, краєзнавства та національно-патріотичної роботи, співпрацює з громадськими організаціями, виступає ініціатором і організатором потужних краєзнавчо-дослідницьких патріотичних заходів на вимогу викликам сьогодення.

Так з 2015 року Центром започатковано щорічний обласний патріотичний конкурс учнівської молоді «Герої не вмирають» (нині перейменований на конкурс «Герої серед нас»), за підсумками якого до Дня захисника і захисниці України проводиться обласна учнівська конференція з презентаціями результатів пошукової роботи на теренах Черкащини за напрямками: «Учасникам Революції Гідності присвячується», «Сучасні борці за незалежність та територіальну цілісність України», «Долі переселенців. Боротьба триває». З 2016 року Центром започатковано щорічну Всеукраїнську історико-краєзнавчу конференцію учнівської молоді «Державотворчі процеси в Україні: через віки в XXI століття», завдання якої – отримання учасниками знань про історичні події і факти, політичних, військових, духовних діячів-державотворців на землях сучасної України та формування юними українцями аргументів-відповідей опонентам української державності. Мета заснованого у 2022 році обласного патріотичного конкурсу відеороликів учнівської молоді «Славетні українці Черкащини, які змінили світ і Україну» – дослідження, відродження та вшанування пам'яті славетних черкащан, чие життя та діяльність вплинули на хід державного,

культурного, економічного, наукового тощо розвитку України й світу, формування відчуття патріотизму та гордості за своїх земляків, які є взірцем для нащадків.

Минулого року з метою навчання керівників та вихователів, роїв гри «Сокіл» («Джура») започатковано цикл обласних патріотичних вишколів «Вільні творять майбутнє!», «Гартуємо дух разом!». Програмою вишколів передбачено проходження етапів: «Туристсько-спортивна смуга перешкод», «Метання гранати», «Пластун», «Відун», «Впоряд», «Збірка-розбірка АК», «Цивільна медицина. Тактична медицина»; гутірки з захисниками, волонтерами Черкащини, для джур роїв Всеукраїнської дитячо-юнацької військово-патріотичної гри «Сокіл» («Джура») в січні-лютому 2024 року проведено обласний патріотичний марафон «Вірні Україні!». Щорічно Центром проводяться обласні онлайн-вікторини, присвячені тематичним дням, роковинам від дня народження/смерті відомих українців, зокрема «Дива і таємниці Черкаського краю», «Мова – генетичний код нації», «Є в мені щось від діда Тараса і прадіда Сковороди», «Туристськими стежками України», «Маловідомий Тарас Шевченко», «Цікавинки Черкаського краю», «В дитинстві відкриваєш материк, котрий назветься потім Батьківщина» та інші, ініційовано проведення обласного фото-челенджу «Майоріє прапор України!», систематично проводяться обласні фото/відео-челенджі «Мандруємо Україною», «Гайда з нами в похід!», «Туризм – це стиль життя» тощо.

Важко переоцінити роботу сьогodнішніх Центрів туризму, краєзнавства і екскурсій учнівської молоді, які стали осередками всебічного, комплексного патріотичного виховання учнівської молоді, виступаючи каталізатором росту її просвітницького і духовного рівня, формування у неї стійкого імунітету до чужинської агітації і пропаганди, сприяючи розвитку фізичного здоров'я і гарту, отримання навичок подолання труднощів, командної роботи та навчального військово-спортивного досвіду. Їх вихованці – озброєні знаннями і практичними навичками патріоти України, захисники Вітчизни і бійці національного ідеологічного фронту. А в мирний час – це потенційні кадри як Збройних сил України, так і туристичної сфери, спорту, галузі освіти тощо. Такі заклади потребують сприяння і матеріальної допомоги органів влади як державних, так і на місцях.

ЛІТЕРАТУРА

1. Черкаський обласний центр туризму, краєзнавства і екскурсій учнівської молоді. URL: https://parta.com.ua/ukr/off_school/view/77/
2. Черкаський обласний Центр туризму, краєзнавства і екскурсій. URL: skobslutur.ucoz.ua
3. Стан туристичної справи в Україні в 50-ті рр. XX століття. URL: <https://buklib.net/books/28572/>

ГОТЕЛЬ «ТАРАСОВА ГОРА» ЯК ОДНА ІЗ ПЕРСПЕКТИВНИХ СКЛАДОВИХ ШЕВЧЕНКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАПОВІДНИКА

*Дзима В. В., завідувач відділу
охорони пам'яток історії, культури та природи,
Миколенко Л. В., ст. наукова співробітниця
відділу охорони пам'яток історії, культури та природи,
Юрченко І. К., бібліотекар,
Шевченківський національний заповідник*

Серед стратегічних завдань Шевченківського національного заповідника – збереження та доцільне використання пам'яток (об'єктів) культурної і природної спадщини, формування цілісного територіального комплексу, забезпечення автентичності унікальних ландшафтів. Сьогодні вдалося значно розширити межі Заповідника, внести до його складу пам'ятки, пов'язані з іменем Т. Г. Шевченка, історією України, здійснити їх музеєфікацію в контексті відродження історико-культурного середовища Тарасової Гори, освоїти нові маршрути і цим збільшити потік туристів. Важливим імпульсом для розвитку Заповідника стали завдання, викладені в Постанові Верховної Ради України «Про рекомендації парламентських слухань на тему «Тарас Шевченко як постать світового значення» від 5 червня 2014 року, серед яких: «забезпечення оснащення території Заповідника туристичною інфраструктурою у відповідності із міжнародними стандартами» [1, с. 75].

Сьогодні, з метою реалізації цього завдання, необхідно створити додаткові умови для більш ефективного комплексного обслуговування відвідувачів Шевченківського меморіалу – розвивати екскурсійне та сервісне забезпечення, розширювати мережу послуг, що нададуть можливість забезпечити належне проживання, харчування, реалізацію сувенірної, поліграфічної продукції тощо.

Надзвичайно актуальним є на сьогодні вирішення питання забезпечення реалізації механізму передачі до складу Шевченківського національного заповідника готелю «Тарасова гора», побудованого в 1961 році коштом держбюджету, що ландшафтно та історично є невід'ємним складником Святині українського народу.

Свого часу, як засвідчують документи, своєрідну функцію готелю виконував перший народний музей Кобзаря – «Тарасова світлиця», збудований 1884 року неподалік могили Т. Шевченка, де сторож Іван Ядловський гостинно надавав прочанам можливість зупинитись на перепочинок в одній із кімнат. У Відозві Київської губерніяльної Управи

1918 року серед заходів розвитку Шевченкової могили, зокрема, зазначалося: *«...Впорядкувати... тимчасове помешкання для прочан і туристів... Опорядкувати в українському стилі плавучу гостиницю під горою...»* [2, с. 304]. У час короткого національного відродження цю роль деякий час виконував плавучий готель «Чайка».

1928 року на Тарасовій Горі відбулося історичне засідання Пленуму Шевченківського комітету, де серед ряду важливих питань вирішено побудувати при Державному заповіднику «Могила Т. Шевченка» готель. Обрали місце: поряд з Дніпром і водночас на підвищенні (сьогодні – це район колишньої турбази «Канів»).

Через рік готель був збудований за проектом учня Василя Кричевського – Петра Головченка. *«На невеликому пагорбі стояв великий двоповерховий, білий, привабливий будинок під зеленим дахом, двері якого завжди були відчинені перед гостями Шевченківського заповідника. З його вікон та галерей відкривалися захоплюючі краєвиди Дніпра та гірських околиць.... Художнє оформлення готелю було витонченим, адже було виконане під керівництвом такого досвідченого майстра, як професор Василь Кричевський...»* [2, с. 337]. Мав готель і дві музейні кімнати. Виконаний у стилі української народної архітектури, він міг одночасно прийняти понад сотню екскурсантів. На Тарасову гору ходили в супроводі екскурсовода, який знайомив їх із меморіальним музеєм біля Шевченкової могили. На підвір'ї готелю стояв будинок початкової школи.

«...Комфортабельний готель з бібліотекою, телефоном, телеграфом, радіо, з кіоском, де можна придбати твори Шевченка і краєвиди заповідника, увага, з якою ставляться до відвідувача, безплатна консультація – все це дає змогу якнайкраще вивчити шевченківські місця, життя, діяльність поета й історію його могили...» [3, с. 33].

Готель був у підпорядкуванні Заповідника. Про це можна дізнатися із акту комісії про передачу Наркомосвіті УРСР від Управління в справах Мистецтв при РНК УРСР Канівського Заповідника – Могили та музею Т. Г. Шевченка від 22 вересня – 2 жовтня 1939 року, в якому було зазначено: *«Готель двоповерховий, дерев'яний на 44 кімнати, покритий залізом, побудований в 1928 році, вартістю 750000 крб...»*. У 1938 році згаданий готель, на підставі рішення Раднаркому УРСР... було здано по договору в безкоштовну аренду Туристко-Екскурсійному Управлінню ВЦСПС на Україні терміном на 5 років (з 1938 по 1943) разом із службовими приміщеннями [4, с. 30].

А через 15 років, під час Другої світової війни, готель і школа були знищені нацистами. У післявоєнні роки, у зв'язку з збільшенням кількості відвідувачів Шевченківського меморіалу та наближенням ювілейних 1961 та 1964 років, виникла потреба мати готель неподалік могили Тараса Шевченка. Відповідно до рішення уряду України (замовник – Держкомунгосп УРСР, забудовник – облкомунгосп Черкаської області), підрядна організація – трест

«Югозаптрансстрой», згідно акта робочої комісії Держбуду від 14.10.1960 р. та на основі програми щодо соціально-економічних і медичних заходів санаторного типу, в якій було зазначено: *«Аби надати населенню можливість відпочивати в замських умовах, споруджуватимуться будинки відпочинку, пансіонати, туристичні бази...»* [5, с. 141], розпочинається будівництво готелю літнього типу неподалік Шевченківського меморіалу. Проектні роботи було виконано авторським колективом Зонального науково-дослідного інституту типового та експериментального проектування житлових та громадських споруд при Академії будівництва та архітектури УРСР, у складі якого були талановиті архітектори та інженери: В. Штолько, А. Зубко, А. Ігнатенко, Л. Дмитрієв. Очолила групу – Наталія Борисівна Чмутіна (1912–2005) – відома архітекторка-модерністка повоєнного періоду *«...митець, чия творча, наукова, педагогічна спадщина віддзеркалювала бурхливу течію і складну проблематику часу, зокрема у царині архітектурної культури... Чмутіна більшу частину життя працювала за радянських часів, скутих ідеологічними умовностями. Завдяки своїй величезній творчій насназі та умінню концентруватися на результаті, до якого прагнула, її проектна та наукова діяльність лишила по собі значні досягнення, зокрема, низку цікавих, а подекуди й знакових об'єктів* [6, с. 1-2].

Протягом 1930-1936 рр. Н. Чмутіна навчалася на архітектурному факультеті Київського інженерно-будівельного інституту в майстерні архітектора В. Г. Заболотного. 1946 р. – викладала в Художньому інституті (консультант в майстерні В. Заболотного). А з лютого 1960 р. – очолила сектор експериментального проектування науково-дослідного інституту експериментального проектування Академії будівництва та архітектури УРСР. Саме в цей час було розпочато проектування і будівництво готелю «Тарасова гора».

Майданчик для будівництва майбутнього готелю було вилучено з території Канівського державного природного заповідника і *«...на спланованій терасі довжиною 85 м, що підноситься над горизонтом Дніпра на 26 метрів...»*, в 1960-му році розпочинається його будівництво, яке тривало кілька місяців. *«...В експериментальному проєкті готелю, що відповідав конкретним умовам Канева, вирішувалися загальні питання проектування та будівництва аналогічних споруд. Зокрема, визначалися найбільш раціональні рішення усіх елементів будівель для умов будівництва в місцях, віддалених від будівельних баз. При цьому ставилося завдання забезпечити можливість вільної композиції об'ємів і планів споруд, пристосованих до особливостей рельєфу та інших особливостей ділянок...»*. Для несучого каркасу будівлі була застосована оригінальна збірна залізобетонна грибоподібна конструкція, що характеризувалася дуже обмеженою кількістю збірних елементів. Їх лише три: башмак фундаменту, стойка та шестигранна плита перекриття, що спирається на стойку у центрі й утворює «грибок». Різноманітні поєднання у плані таких «грибків»

дозволяли одержувати будь-які конфігурації будівель від одного до трьох поверхів...» [5, с. 142-144].

Архітектурна критика високо оцінила особливості і переваги цієї оригінальної споруди. Історик української архітектури О. Н. Ігнатов характеризував будівлю з погляду конструктивного рішення: «В ній застосовано залізобетонну збірну грибоподібну конструкцію, що обумовило цілком нову тектоніку споруди» [5, с. 147].

Триповерховий корпус готелю складався із галерейної системи з відкритими сходами, які виступали з площини фасаду. Готель справляв враження легкої, майже невагомої споруди. Зовнішні стіни житлових приміщень, звернені в бік Дніпра, склалися з розсувних скляних перегородок у тонкій металевій оправі.

З боку головного фасаду, зверненого в бік Дніпра, до корпусу примикав висунутий вперед майданчик з круглим тентовим перекриттям, де на свіжому повітрі розміщувалася зала їдальні [7, с. 25].

В інтер'єрі, у прозорих скляних холах, були розташовані панно на теми українського побуту. Спеціально для готелю були виконані декоративні тканини за малюнками відомої художниці Л. Жоголь, а також керамічні вироби майстрів прикладного мистецтва Н. Федорової, О. Грудзинської, Е. Залізняка, Г. Шарай, та керамічні знаки у вигляді винограду, птахів, персонажів українських народних казок і т.ін. для дверей кожної кімнати, декоративний посуд тощо. Унікальна споруда «...відзначалася композиційною єдністю із мальовничими пагорбами на березі Дніпра, залитим сонцем інтер'єром, прекрасними краєвидами, що відкриваються із номерів...» [5, с. 145].

М. С. Коломієць, який помістив зображення готелю «Тарасова гора» на обкладинці монографії «Проблеми формування сучасної архітектури Української РСР (1973), писав: «Кожен, хто приїздить відвідати могилу Великого Кобзаря у Каневі, зверне увагу на ажурну струнку будову нового готелю. У ній відчувається щось споріднене сучасним швидкісним літакам і традиційним українським будовам. Легка, напівпрозора, вона наче виростає на схилах Тарасової Гори. Але у просторовій композиції, пропорційності побудови, обладнанні приміщень, загальному колориті чітко відчуваються риси, притаманні українській народній творчості....» [5, с. 146-147].

Споруду готелю «Тарасова гора» було збудовано навесні 1961 року. Пізніше проведено оздоблювальні роботи, упорядковано територію та додано нові будівлі і споруди.

Урочисте відкриття готелю, найімовірніше, відбулося у травні 1961 року. У своїх спогадах колишній директор Канівського музею-заповідника Я. М. Данилов згадує: «Повідомили, що 28 травня 1961 року Тарасову Гору відвідає Перший секретар ЦК КПРС Хрущов... Він тоді їхав на зустріч з президентом США Джоном Кеннеді, яка мала відбутися через кілька днів у Відні; прибув до Києва 28 травня 1961 року. В Києві зупинився.

Щоб дати йому відпочити, запросили на Тарасову Гору в Каневі...». [8, с. 25-26]. Підтвердженням цьому є автографи членів урядової делегації, залишені у «Книзі запису почесних відвідувачів могили і музею Т.Г. Шевченка» цього дня [9, с. 17].

У фондовій збірці Шевченківського національного заповідника зберігається фото, зроблене 28 травня 1961 року: біля новозбудованого готелю «Тарасова гора» поряд з працівниками – архітектор Н. Чмутіна, представники урядової делегації, на чолі з М. Хрущовим.

З часу відкриття готель відвідало тисячі туристів. Тут зупинялося багато відомих людей, художників, митців, акторів, кінорежисерів. Модерний, однак не рентабельний, без опалення, готель «Тарасова гора», був розрахований на функціонування протягом 3-4 місяців в теплу пору року і у цьому був серйозний прорахунок, адже в зимовий період у приміщенні, яке не опалювалося, обладнання швидко псувалося.

Слід відзначити, що функціонування готелю неподалік могили Великого Кобзаря вимагало і особливих режимів його використання.

Науковців Заповідника та українську громадськість весь час турбувала передача його у довготривалу оренду різним комерційним структурам, профіль роботи яких був далекий від діяльності Заповідника, що породжувало конфліктні ситуації у зв'язку із недотриманням орендарями режиму охорони пам'яток двох заповідників – Шевченківського національного заповідника та Канівського природного заповідника Київського національного університету імені Тараса Шевченка, з якими межує територія готелю. І тому питання передачі готелю на баланс Шевченківського національного заповідника піднімалося постійно на різних рівнях.

Майновий комплекс «Тарасова гора» протягом багатьох років був у власності кількох організацій. В 1960-х роках власником готелю був облкомунгосп. У 1985 році його передають турбазі «Канів». Пізніше власником готелю стає Федерація Профспілок України, зокрема Черкаське обласне ДП «Черкаситурист» Українського ЗАТ по туризму та екскурсіях «Укрпрофтур».

2010 року постановою № П-44 Наглядової ради Українського закритого акціонерного товариства по туризму та екскурсіях «Укрпрофтур» було погоджено передачу готелю «Тарасова гора» Шевченківському національному заповіднику.

У 2010-2011 рр. Міністерством культури України вжито ряд заходів щодо прийняття будівлі готелю «Тарасова гора» на баланс Шевченківського національного заповідника. Але механізм передачі не було визначено, що унеможливило передачу об'єкта.

У липні 2011 року ухвалено рішення, відповідно до якого право власності на будівлю готелю «Тарасова гора» визнано за державою в особі Фонду державного майна України.

Напередодні відзначення 200-ліття з дня народження Тараса Шевченка Шевченківський національний заповідник ініціював прийняття відповідного урядового рішення щодо передачі готелю на свій баланс, з наступною оцінкою його стану та можливості відновлення із залученням профільних спеціалістів та пам'яткоохоронних служб, адже будівля готелю «Тарасова гора» є щойно виявленою пам'яткою архітектури та не підлягає приватизації відповідно до Закону України «Про Перелік пам'яток культурної спадщини, що не підлягає приватизації» (від 23 вересня 2008 року №574-VI). Передача готелю передбачена також і Планом організації території Шевченківського національного заповідника.

У 2015-2016 рр., на ряд звернень Шевченківського національного заповідника, Міністерство культури України підготувало відповідний пакет документів до Фонду державного майна України щодо передачі будівлі і території готелю «Тарасова гора» на баланс Шевченківського національного заповідника.

Але процес оформлення проекту рішення Кабінетом Міністрів України було призупинено у зв'язку із зміною складу уряду у квітні 2016 року.

Питання щодо передачі майнового комплексу готелю «Тарасова гора» та прилеглої території продовжувало підніматися Заповідником.

Фонд державного майна України підтвердив готовність до подальшої співпраці після прийняття Урядом відповідного рішення щодо визначення органу управління вказаним майном. Заповідником було підготовлено техніко-економічне обґрунтування, яке містило орієнтовні розрахунки щодо проведення вишукувальних, ремонтно-реставраційних робіт, благоустрою території та подальшого функціонування готелю.

Перехід готелю до Шевченківського національного заповідника передбачає його використання для проживання туристів. Охоплення сегмента ринку конгресного і ділового туризму дозволить забезпечити в майбутньому вищий рівень проведення численних заходів, підніме імідж знакового місця України та дозволить об'єднати територію в єдиний комплекс.

Свого часу готель «Тарасова гора» в Каневі був дуже популярним. Колись тут вирувало життя.

Проте нині ця будівля живе лише спогадами, поступово руйнуючись. Так вона і доживає свої роки, навіть косметичний ремонт в ній робили, але 10 років тому, в кінці 2014 року, готель було остаточно закрито.

Прискорити вирішення питання передачі готелю «Тарасова Гора» на баланс Шевченківського заповідника необхідно ще й тому, що готель та прилегла територія тривалий час є бездоглядними і перебувають в повному занепаді: обладнання знищено вандалами, продовжується руйнування будівлі, що становить реальну загрозу для здоров'я «мисливців» за металом та випадкових зайшлих. Напівзруйнований готель є досить привабливим для сталкерів, блогерів і журналістів, як кричущий прояв безгосподарності, що, у свою чергу, може призвести до пожежі і нанести непоправної шкоди для

природно-заповідного фонду, пам'яток історії і культури. Лише за останні роки готель став «героєм» кількох телевізійних сюжетів і програм негативного характеру.

У лютому 2019 році фахівці ПрАТ «Укргідропроект», на запрошення Шевченківського національного заповідника, здійснили візуальне обстеження комплексу сходження, оглянули та проаналізували стан виведеної із експлуатації будівлі готелю «Тарасова гора». Було встановлено, що будівля перебуває в передаварійному стані, але за наявності інвестицій, після ремонтно-реставраційних робіт, використання її цілком можливе.

2023 року до Міністерства культури та інформаційної політики України було направлено оновлені документи.

Сподіваємося, що після перемоги України у війні з російськими загарбниками, готель «Тарасова гора» все ж перейде у власність Шевченківського національного заповідника, і відвідувачі меморіалу зможуть зупинятися у комфортних номерах готелю-пам'ятки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Тарас Шевченко як постать світового значення (до 200-річчя від дня народження): Матеріали парламентських слухань у Верховній Раді України 5 березня 2014 року / Верховна Рада України; Комітет ВР України з питань культури і духовності. К.: Парламентське вид-во, 2014. 200 с.
2. Тарахан-Береза З. П. Святиня: Науково-історичний літопис Тарасової Гори. Київ.: Родовід, 1998. 543 с.
3. Державний заповідник «Могила Т. Г. Шевченка» / Ред. І. Скорина. Харків: Державне видавництво «Мистецтво», 1938. 66 с, іл.
4. Акт 1939 року вересня 22 – жовтня 2 дня м. Канів. ЦДАЖР УРСР. Ф.166. Оп. 11. Спр. 472. С. 30.
5. Наталія Борисівна Чмутіна. Життєвий та творчий шлях архітектора / Упоряд. О. Мазніченко. Ін-т проблем сучасного мистецтва НАМ України. Нац. Акад.. образотворчого мистецтва і архітектури. К.: Адеф-Україна, 2012. 300 с. 285 іл.
6. Мазніченко О. В. Становлення школи Наталії Чмутіної в контексті архітектурної культури України радянської доби. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата мистецтвознавства. Київ. 2005. 16 с.
7. Кілессо С. К. Канів (історико-архітектурний нарис). Київ. «Будівельник», 1969. 48 с., іл.
8. Нема зерна неправди за собою: подвижницька місія Якова Данилова на Тарасовій Горі / Упоряд. : Вал. Данилов, Вол. Данилов, І. Ліховий. К.: ПП «Фірма «Гранмна», 2016. 304 с.
9. Книга запису вражень почесних відвідувачів могили і музею Т.Г. Шевченка. Канівський державний музей-заповідник могила Т.Г. Шевченка. Академія наук Української РСР. 28 травня 1961. Фонди Шевченківського національного заповідника. КН – 21822, А- 200, 156 с.

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ГЕОГРАФІЧНИХ ЗАЗНАЧЕНЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

**Матвійчук Л. Ю., д-р. екон. наук, професор,
Смаль Б. А., доктор філософії,
Жадько О. А., аспірант,
Луцький національний технічний університет**

В сучасному світі, коли глобалізація та технологічний прогрес диктують нові тренди у розвитку туристичної індустрії, гастрономічний туризм стає однією з ключових сфер, що привертає увагу подорожуючих. Географічні зазначення, як унікальний інструмент, можуть відігравати важливу роль у вдосконаленні цього виду туризму, розширюючи його потенціал та привабливість. Зазначення місця походження продуктів та страв надає їм особливості та аутентичності, що є важливими факторами для подорожуючих, які шукають унікальні та неповторні враження. Впровадження географічних зазначень в гастрономічний туризм України відкриває широкі перспективи для розвитку як туристичної індустрії, так і для підтримки місцевих господарств, особливо в складний для країни період військової агресії росії. Зазначення географічного походження стає невід'ємною частиною маркетингової стратегії регіонів, сприяючи підвищенню їхньої привабливості для гостей. У цьому контексті, важливо розглядати перспективи впровадження географічних зазначень як стратегічного інструменту для зміцнення позицій гастрономічного туризму на світовій арені та створення унікального образу кожного регіону.

Аналіз світового досвід впровадження географічних зазначень доводить позитивний вплив на розвиток гастрономічного туризму та місцевої економіки. Географічне зазначення – це особлива форма захисту та визначення походження продукту, що базується на його географічному походженні та традиційних методах виробництва [1]. Це може включати в себе конкретний регіон, місто або навіть село, де виробляється товар чи надається послуга. У сучасному світі впровадження географічних зазначень стає дедалі більш актуальним в контексті розвитку гастрономічного туризму. Цей підхід сприяє розвитку унікальної ідентичності кожного регіону, підвищує його привабливість для туристів і відкриває нові перспективи для гастрономічного досвіду.

Гастрономічний туризм у світі не лише задовольняє основні потреби туристів у харчуванні, але й стає справжнім культурним враженням. Впровадження географічних зазначень у гастрономічний туризм розширює можливості місцевих громад у просуванні своєї унікальної кулінарної спадщини. Це стимулює розвиток місцевих виробників та підприємств,

сприяючи створенню нових робочих місць і підвищенню рівня економічного розвитку в регіонах, де здійснюється гастрономічний туризм з використанням географічних зазначень.

Аналіз розвитку гастрономічних географічних зазначень в Україні засвідчує значні перспективи в більшості регіонів. Наразі серед офіційно зареєстрованих відповідно до вимог ЄС географічних зазначень належать «Гуцульська овеча бриндзя», «Гуцульська коров'яча бриндза», «Мелітопольська черешня» та інші [2]. Незадовго до повномасштабного вторгнення росії, на реєстрацію були подані торгові марки: «Ялпуг», «Закарпатське вино», «Придунайська Бесарабія», «Херсонський кавун», «Мед Закарпаття», «Вино долини Фрумушика», «Баранина Фрумушика-Нова». Багатий культурний спадок та різноманіття кухонь різних регіонів України створюють відмінну основу для впровадження захищених географічних індикацій. Застосування географічних зазначень у цих контекстах може стати стимулом для розвитку сільського господарства, залучення інвестицій у виробництво та розкриття нових можливостей для гастрономічного туризму.

Таким чином, впровадження географічних зазначень може стати ключовим інструментом для розвитку гастрономічного туризму в Україні після її перемоги, що в свою чергу сприятиме відбудові регіонів. Незважаючи на складну політичну та економічну ситуацію, країна має значний потенціал у сфері гастрономічного туризму, завдяки своєму різноманітному культурному спадку та традиційним методам виробництва їжі. Впровадження географічних зазначень може стати каталізатором для зростання сільського господарства, розвитку місцевих галузей господарства та створення нових робочих місць. Окрім того, це відкриває нові можливості для міжнародної реклами та привертає увагу туристів, які шукають унікальний гастрономічний досвід. Засвідчений світовий досвід підтримує впевненість у тому, що географічні зазначення можуть стати ключовим фактором у вдосконаленні гастрономічного обличчя України та сприяти її позиціонуванню на світовій гастрономічній карті. Такий підхід не лише сприятиме залученню туристів в Україну після її перемоги, але й підтримає розвиток та збереження національної кулінарної спадщини регіонів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Матвійчук Л. Ю., Лепкий М. І., Дацук Ю. Є., Сидорук С. В, Мезенцева І. В. (2023). Підхід до формування еногастрономічних туристичних маршрутів на базі системи географічних зазначень. *Журнал з геології, географії та екології*. 31, 4, С. 689-701. URL: <https://doi.org/https://doi.org/10.15421/112265>.
2. Офіційний сайт ГО «Географічні зазначення України». URL: <https://gi-ua.com/pro-nas/> (дата звернення 02.02.2024).

УДК 642.72-03:[664.2:663.93:676.034.26]

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ ВИГОТОВЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ПОСУДУ

Бишовець Л. Г., старший викладач

кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,

Черкаський державний технологічний університет

Оліферчук О. Г., старший викладач кафедри технології харчування,

**ЗВО «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»,
м. Київ**

У закладах ресторанного господарства використовується посуд з різних матеріалів, в тому числі і пластиковий. Збереження навколишнього середовища – одна з найважливіших і гострих проблем для сучасного світу, а шкідливість пластику давно відома. Дотримуючись концепції здорового харчування сучасне населення не тільки вибирає екологічні продукти, але й надає перевагу безпечному та екологічному посуду.

Для правильної організації роботи підприємств ресторанного господарства необхідна сучасна матеріально-технічна база, одним із елементів якої є посуд. У відвідувачів закладів ресторанного господарства складається враження не тільки від смаку пропонованих страв, але і від їх оформлення, посуду, в якому вони готуються і подаються, сервірування столу.

Для обслуговування закладів ресторанного господарства різних типів та класів використовують столовий посуд та набори в необхідному асортименті, достатній кількості й бездоганному стані.

У закладах ресторанного господарства використовується посуд різних видів: порцеляновий, фаянсовий, керамічний, скляний, кришталевий, металевий, дерев'яний, пластмасовий. Загальновідомо, що пластиковий посуд забруднює навколишнє середовище, збираючись у великій кількості на суходолі, водних шляхах та в океанах.

Ще у червні 2021 року Президент України Володимир Зеленський підписав Закон «Про обмеження обігу пластикових пакетів на території України».

Комітет Верховної Ради з питань екологічної політики та природокористування у лютому 2023 року розглянув доопрацьований законопроект № 6077 «Про заходи щодо запобігання та зменшення негативного впливу пластикових виробів на навколишнє середовище» та рекомендував Верховній Раді прийняти законопроект.

Тому виготовлення посуду для закладів ресторанного господарства з нових видів екологічної сировини стало першочерговою задачею для науковців та виробників.

Компанія ІНФЕРРА ПАК є першопрохідником в області екологічного одноразового посуду з біо матеріалів. Вона презентує на ринку України паперові крафт стакани і гастрономічні контейнери, виготовлені на 100 % з переробленої сировини. Завдяки інноваційній технології вторинної обробки целюлози, крафт посуд містить на 30% більше вторинно переробленої сировини, ніж звичайний паперовий посуд. Унікальність даної екологічної продукції полягає також в тому, що термін її повної утилізації в ґрунті становить близько 180 днів. Біо стакани з крафту легко утилізуються за допомогою природних біокомпонентів – а це означає, що використання такого одноразового посуду не залишає сміття та не завдає шкоди навколишньому середовищу [1].

З недавнього часу кукурудзяний крохмаль знайшов своє застосування при виробництві екологічної продукції, такої як одноразовий посуд і упаковка для продуктів. Посуд з крохмалю безпечний при використанні; не містить шкідливих і токсичних речовин; повністю розкладається в ґрунті, не завдаючи шкоди навколишньому середовищу; термостійкий до низьких та високих температур; тривалий час збереження харчових продуктів в порівнянні з аналогами з пластика; жиро- і водонепроникність. За даними характеристикам виробу з крохмалю стоять на першому місці серед усієї біорозкладної продукції.

Мексиканський стартап «BioFase» займається виробництвом одноразового посуду з кісточок авокадо для боротьби проти одноразових пластикових і харчових відходів. Серед продукції, що випускається – одноразові столові прибори і трубочки, які розкладаються протягом 240 днів [2].

Дизайнер із Берліна Юліан Лехнер виготовляє горнята та склянки з кавової гущі, тобто відходів виробництва кавових напоїв. Першу чашку він створив у 2015-му. За концепцію Kaffeeform у 2018 році отримав нагороду Red Dot (за інноваційний підхід). Чашки та склянки з кавової гущі – багаторазові та повністю розкладаються.

Лехнер стверджує, що чашки одночасно легкі та достатньо міцні, їх, зокрема, можна мити у посудомийній машині і вони не розіб'ються в разі падіння з висоти у півтора метра [4].

Італійська дизайнерка Емма Сікер винайшла спосіб отримання чистої целюлози з харчових відходів, бактерій та дріжджів з додаванням симбіотичної культури бактерій і дріжджів та ще дрібки цукру завдяки процесу ферментації протягом двох-чотирьох тижнів. Потім субстанцію підігрівають та висушують. Готовий напівпрозорий матеріал має властивості, подібні до паперу, пластику та шкіри [5].

Доцент Сумського аграрного університету Дмитро Бідюк разом зі студентами винайшли екологічний одноразовий посуд, який швидко розкладається і стає добривом для рослин. Матеріал нагадує тонку спресовану піну. До складу входять виключно натуральні компоненти – білки та полісахариди, які за допомогою певних операцій модифікують та створюють термостабільну структуру. Автори запевняють, що такий посуд можна використовувати як контейнер для замороження і як форму для

випікання, бо матеріал витримує температуру 300 °С. Додавши сік моркви або лимонну цедру, можна фарбувати посуд. Якщо одноразову склянку викинути, він переagne за шість-дев'ять місяців і буде удобрювати землю [6].

В околицях міста Вилкового Одеської області росте велика кількість очерету, який місцеві викошують взимку і виготовляють з нього покрівлі для дахів, які експортують в Європу. Відходи, що залишаються від такого виробництва, пресують у брикети для опалення оселі. В Одеській Національній Академії харчових технологій проводяться дослідження по виробництву одноразового посуду з очерету, який буде розкладатися всього за півтора місяці. Відомо, що наразі Петро Бобонич з Ужгорода має вже три патенти на виготовлення еко посуду з органічної сировини, яка зазвичай залишається на полях після збору урожаю, зокрема, із жолудів та неістівних каштанів [8].

Yes Straws – український бренд, що випускає екологічні трубочки зі стебла рослин жита та очерету.

В Україні відкрила представництво польська компанія Biotrem, яка виготовляє органічний посуд із висівок. Вона запатентувала технологію виготовлення одноразового посуду з пшеничних і кукурудзяних висівок, водоростей, продуктів переробки маніоку, полімерів на рослинній основі [9].

Останнім часом особливої популярності набуває бамбуковий посуд. Він стійкий до падінь та деформацій. Зламати такий посуд дуже важко. Має високу зносостійкість. Вироби не втрачають колір. Посуд дуже легкий. Бамбук, завдяки своїм властивостям, протидіє зростанню і розмноженню мікробів і грибків. Посуд не містить хімічних компонентів і не викликає алергічних реакцій,

Головний тренд останніх років – не нашкодити навколишньому середовищу. Саме тому ресторанний бізнес в Україні переходить на сучасний одноразовий посуд, який легко розкладається або підлягає переробці.

Сьогодні їжа на виніс або доставка смачної ресторанної продукції стала послугою, яку пропонують своїм клієнтам більшість закладів ресторанного господарства. Крафтові еко контейнери (ланч бокси) для їжі підходять для: ресторанів і кафе з послугою на виніс; служб доставки; мережі магазинів з відділом кулінарії. Контейнери з кришкою для їжі зручні також для транспортування, зберігання в холодильнику та для розігріву їжі в НВЧ-печах (витримують температуру до 120°C). Це герметичні конструкції, які не протікають, за рахунок використання системи Смартлок. У них зберігаються смакові властивості страв та первинна температура.

Дерев'яний посуд повертається в ресторани національного напрямлення. Дерев'яні еко тарілки виконані з якісної деревини дуба, покриті лляною олією, завдяки якій поверхня захищена від води, плям їжі, грибка і цвілі, що досить часто стає причиною додаткових витрат на придбання нового виробу. Оригінальність дерев'яній тарілці надає екологічно чиста епоксидна смола.

Сфера застосування упаковки і посуду з кукурудзяного крохмалю дуже широка – її можна використовувати на виїзних заходах, на пікніках, у кейтеринговому обслуговуванні, в ресторанах, для постачання харчуванням шкіл, на точках швидкого харчування і для приватного користування.

Отже, застосування екологічно чистого посуду в закладах ресторанного господарства стало вже необхідністю. Подальших наукових пошуків потребують питання нових видів сировини та інноваційних технологій виробництва екологічного посуду для закладів ресторанного господарства, а також форми та специфіки його використання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Одноразові еко ланч бокси для їжі та пакування для бургерів з мінералами. URL: <https://www.inferrapack.com/ua/novini/item-48/> (дата звернення: 17.02.24).
2. Натурпродукт. URL: <https://np-mag.ru/news1/odnorazovaya-biorazlagayemaya-posuda-iz-kostochek-avokado/> (дата звернення: 17.02.24).
3. Берлінський дизайнер створює посуд із кавової гущі/ URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/10/02/berlinskyj-dyzajner-stvoryuye-posud-iz-kavovoyi-gushhi-foto/> (дата звернення: 13.02.24).
4. Дизайнерка розробила упаковку з бактерій, рештків органіки й дріжджів/ URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2018/11/13/dizaynerka-rozrobila-upakovku-z-bakteriy-reshtkiv-organiki-y-drizhdzhiv/> (дата звернення: 13.02.24).
5. У Сумах розробили одноразовий еко-посуд, який перетворюється на добриво/ URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2018/06/15/u-sumah-rozrobili-odnorazoviy-eko-posud-yakiy-peretvoryuyetsya-na-dobrivo/> (дата звернення: 17.02.24).
6. Українець виготовляє з агровідходів екологічний одноразовий посуд. URL: <https://shotam.info/ukrainets-vyhotovliaie-ekolohichnyu-odnorazovyyu-posud-iz-ahrovidkhodiv/> (дата звернення: 15.02.24).
7. В Україні почали продавати органічний посуд із висівок. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/03/18/v-ukrayini-pochaly-prodavaty-organichnyj-posud-iz-vysivok/> (дата звернення: 15.02.24).

УДК 379.85

НОВІ ВИДИ ТА ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДОРОЖЕЙ

Онопрієнко О. В., канд. пед. наук, доцент
кафедри фізичного виховання та здоров'я людини,
Черкаський державний технологічний університет

Онопрієнко О. М., канд. пед наук, доцент
кафедри теорії методики фізичного виховання,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

Туризм екстремального напрямку є одним із найперспективніших напрямків у сучасній сфері розваг та відпочинку. Загальноприйнятого визначення, що вважати екстремальним видом спорту, не існує. Є види

професійної діяльності, пов'язані з ризиком для життя (наприклад, скелелазіння, польоти на літальних апаратах, занурення у воду і т. д.).

Спосіб життя сучасної людини, коли далеко не всі регулярно займаються різними видами фізичних навантажень, призводить до того, що пройти одну тролейбусну зупинку вже є істотним навантаженням.

Туристичний похід четвертої або п'ятої категорії складності, на думку фахівців, вже може вважатися екстремальним. Складність (категорія) у спортивному туризмі визначається, скільки похід проходить у днях (для четвертої категорії не менше 13 днів і для п'ятої не менше 16 відповідно). Для гірських походів мінімальна відстань визначена: четверта категорія – 150 км, а п'ята – близько 160 км.

Для піших подорожей це значення визначається приблизно 220–250 км, автомобільним транспортом – 4 400–5 100 км, вело – 700–900 км, лижних – 250–300 км, водних – 225–250 км. Тому більшість організацій, що займаються туризмом, визначають свої категорії маршрутів.

Категорія типу «А» – це прогулянка, із легким рюкзаком з особистими речами. Далі йдуть категорії складності за наростаючою, які закінчуються позначенням Е, що є ґрунтовним підняттям на 5–7-тисячники, здатні зацікавити навіть професійних альпіністів.

Сучасна сфера туризму має багато нових спецефічних термінів: «джипінг», «рафтинг», «трекінг», «дайвінг» тощо.

Паралельно із загальноприйнятими способами розваг та активного відпочинку за декілька крайніх років у сфері туризму з'явилося багато нових, екзотичного характеру, варіантів використання вільного часу.

На думку науковців, встановленої класифікації видів екстремального туризму і розваг не існує. Розглянемо інноваційні технології у сфері екстремального туризму.

Сухопутний туризм

Трекінг, або пішохідний туризм – один із найпоширеніших видів туризму. Не дивлячись на якість і розвиток транспортних перевезень, пішохідні маршрути тримають провідні позиції серед відомих видів відпочинку у мешканців різних країн.

Самостійним туристичним продуктом також можуть бути трекінг-тури.

Альпінізм

Альпінізм – найскладніший та небезпечний вид туризму. Гірські вершини підкорюють у країнах, де такі вершини існують. У всіх країнах регулярно проводяться змагання альпіністів-туристів. Дуже часто під час сходження на льодовики альпіністи знаходять різні артефакти наукового значення.

Альпінізм і скелелазіння є близькі за багатьма параметрами, але все-таки є відмінності, та різні варіації стосовно технічного обладнання та амуніції. Скелелазіння – дуже популярний вид туризму у різних країнах, тому

там, де скелі відсутні, їх споруджують штучно(екстрим парки, різні спортивні локації цього напрямку).

Туризм на велосипедах

Багато країн використовують велосипед як один із популярних видів переміщень. Велосипедні подорожі і кінний туризм та деякі інші види активності є важливою основою екологічного туризму. Визнання у туристичній галузі здобуває екстремальний велосипедний туризм на різних маршрутах високої складності.

Лижний туризм

Існують різноманітні способи організації лижного туризму. Це різноманітні подорожі вихідного дня, лижні гонки різними трасами складності, багатоденні подорожі спортивної або туристичної спрямованості.

Верховий туризм

Найпершим транспортним засобом, який використовували туристи у мандрівках, були верхові та в'ючні тварини.

Із кожним роком неймовірно зростає популярність цього виду туристичної активності. Будуються відповідні туристичні локації для обслуговування верхового туризму, розробляються сучасні туристичні кінні маршрути різної складності та відстані.

У країнах із холодним та суворим кліматом популярність здобули їздові собаки. Проходженням великих відстаней по засніженій місцевості є не тільки екзотикою, а й виживанням, наприклад, у тундрі доцільно використовувати тільки цей вид транспорту.

У кліматично теплих регіонах користуються популярністю такі екзотичні тварини як слони.

Подорожі на позашляховиках

Із розвитком автотранспорту розвивається такий вид туризму як «автомобільні тури».

Подорож на автомобілях та мотоциклах підвищеної прохідності називають «джипінгом». Цікаві туристичні локації знаходяться далеко від зручних доріг, і туристам доводиться рухатись по лісових дорогах, хащах або степах, долати перешкоди різного характеру, водні броди, болота, чагарники і т.д.

ЛІТЕРАТУРА

1. Новіков В. С. Інновації в туризмі : навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів. М. : Академія, 2007. 208 с.
2. Єфремов О. С. Особливості стратегічного планування інноваційного розвитку підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. № 4. 2009. С. 69–73.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ІННОВАЦІЇ У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Онопрієнко О. В., канд. пед. наук, доцент
кафедри фізичного виховання та здоров'я людини,
Черкаський державний технологічний університет

Онопрієнко О. М., канд. пед. наук, доцент
кафедри теорії методики фізичного виховання,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

Глобальний розвиток готельного бізнесу, глобалізація, конкуренція, відносять проблему управління до числа пріоритетних задач, успішне вирішення яких забезпечить сталий розвиток українських готелів у сучасному світі.

Залучення унікальних методів підбору працівників дає фахову результативність готельному підприємству.

Високою популярністю користується передача певних функцій компанії, сторонній організації, що має потенціал і штатні одиниці для реалізації цих функцій. Аутсорсинг персоналу звільняє організацію від необхідності утримувати дороговартісний штат і надає можливість користуватися послугами першокласних фахівців.

Аутстафінг – це тип моделі дистанційного найму, за якої компанія підрядник надає фахівця для участі в проекті клієнта на час дії контракту. При цьому клієнт повністю керує орендованим фахівцем.

Ця модель найму суттєво скорочує затрати на ведення документообігу; відмічається покращення якості виконання роботи, значно зростає контроль над персоналом, зникає потреба тримати у штаті некваліфікованих працівників. Відповідний контроль над працівником (з боку замовника та кадрового агентства) показує відмінні результати.

Відповідні методи роботи з персоналом використовують тоді, коли виникає проблема невідповідності трудових можливостей і потреб підприємства. Ця проблема вирішується завдяки використанню програм зміни кількісних та якісних параметрів трудових можливостей організації. Такі програми можуть передбачати додаткове навчання, прийом на роботу фахівців певної кваліфікації, передачу завдань на виконання іншим організаціям.

Можна назвати три головні причини, які змушують керівників компаній звернутися до кадрових агентств із підбору тимчасових працівників : тимчасова потреба готелів у висококваліфікованих фахівцях; поява вакантних посад на короткий термін; сезонність роботи готельних підприємств.

В нашій країні кадровий лізинг знаходиться у стадії розвитку. За кордоном кадрові агентства не обмежуються набором цільових спеціалістів у лізинговий штат, а плекають потенціал лізингу, знаходячи перспективну

молодь, вкладаючи в неї кошти, щоб у майбутньому надавати її в оренду підприємствам, які потребують відповідних фахівців.

Оптимальним шляхом вирішення нестачі власного персоналу є використання послуг вільнонайманих працівників. Найефективнішим є цей варіант для малого та середнього бізнесу, однак для готельної галузі цей варіант непоширений.

Фрілансери – це люди різноманітних професій (юристи, психологи, бізнес-консультанти, торгові агенти, маркетологи, програмісти і т. д.). Професійний фрілансер є досить новітнім явищем для України, хоча у країнах Європи безліч фахівців, які заробляють кошти на цих умовах.

Готельні підприємства України до послуг вільнонайманих працівників ставляться з обережністю, на відміну від закордонних організацій, які ефективно залучають таких працівників. Це пов'язано насамперед із орієнтацією на зарубіжну модель бізнесу, яка передбачає проєктне бачення. Під існуючий запит клієнта набирається команда фахівців, кожний з яких є професіоналом у своїй галузі.

На ринку праці у нашій державі спостерігається значний попит на вільнонайманих працівників у сфері журналістики, реклами та інтернет-технологій. Фахівці першокласного рівня, що мають відповідний досвід роботи, часто працюють як фрілансери в сфері консалтингу – кадрового, управлінського юридичного. Ці фактори оптимізують можливості для готельних підприємств, оскільки вони дають шанс отримати кваліфікованого фахівця за невеликі кошти.

Готельні підприємства у якості фрілансерів можуть залучати фахівців із використання маркетингу, зокрема з роботи в соціальних мережах, фахівців із реклами та інших, які більшою мірою утворюють необхідні умови для здійснення необхідного виду діяльності.

Використання технології коучингу є сучасним дієвим інноваційним інструментом у вирішенні проблем професійного розвитку управлінського потенціалу підприємства. Закордонні кадровики вважають цей метод найефективнішим інструментом реалізації професійних та ділових якостей працівника. Найдієвішим він стає за умови, коли фахівець дійсно зацікавлений, як покращити свій кар'єрний ріст та свій потенціал.

Для ефективності коуч-менеджменту треба дотримуватися наступних умов:

- підлеглий має правильно сприймати стиль взаємодії з ним;
- коуч-менеджмент має відповідати характеру праці підлеглого та культурі підприємства загалом;
- таким стилем керування має володіти сам керівник.

Саме остання умова у більшості випадків і є наріжним каменем спотикання щодо залучення на підприємстві коуч-менеджменту. Фактично бажання керівника підвищити ефективність праці шляхом навчання інших робітників більшому, ніж ти знаєш або вмієш сам є недостатнім.

Соціально-економічні відносини в умовах глобалізації передбачають врахування сучасних тенденцій у практиці роботи українського готельного господарства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Смоловик П. Лізінг персоналу. *Персонал*. 1999. № 4. С. 26–31.
2. Уїтворт Л., Генрі К.-Х., Філ С. Коактивний коучинг. Нові методи коучинга, які допомагають людям досягти успіху в роботі та у житті : навч. посібник. М. : Міжнародна Академія Коучинга, 2004. 345 с.
3. Курьянович В. Реструктуризація фірми і перехід на лізінг персоналу. *Sales business*. 2005. № 4. С. 18–23.
4. Влащенко Н. М. Інноваційні технології в готельному господарстві: навч. посібник. Харків : Вид-во ТОВ «Друкарня МАДРИД», 2014. 128 с.

УДК 379. 851

ДИСКУРС ПРАКТИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ КРЕАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ (НА ПРИКЛАДІ АГРОТУРИЗМУ)

Плецан Х. В., доцент, кандидат наук з державного управління, доцент,
Дзюбак А. С., здобувачка ступеню магістра 1 курсу,
спеціальність – 242 «Туризм»,
Київський національний університет культури і мистецтв

В умовах глобалізації та стрімкого розвитку інформаційних технологій індустрія туризму зазнає значних трансформацій, що вимагає від її учасників адаптації до нових умов та пошуку інноваційних підходів до розвитку. Переосмислення традиційних форм туристичної діяльності в контексті цифровізації та сталого розвитку відкриває нові можливості для впровадження креативних технологій, які можуть значно збагатити досвід відвідувачів і сприяти зростанню туристичної привабливості регіонів. У сучасному контексті розвитку туристичної галузі, використання креативних технологій у впровадженні концепції агротуризму стає ключовим аспектом стратегії просування регіонального туристичного потенціалу. Дискурс практики впровадження креативних технологій відображає актуальні тенденції та інноваційні підходи, спрямовані на забезпечення конкурентоспроможності аграрного сектору та стимулювання розвитку сільських територій [1]. Відповідно креативні технології стають рушійною силою у трансформації туристичної індустрії пропонуючи нові тенденції розвитку.

Агротуризм – це сегмент, що розвивається, пропонуючи туристам автентичний відпочинок. Загалом агротуризм охоплює всі види туристичної

діяльності, пов'язаної з використанням аграрного комплексу, включаючи польові роботи, догляд за тваринами та виробництво сільськогосподарської продукції. Цей вид туризму відкриває нові горизонти для взаємодії між аграрним сектором та сферою туризму, стаючи вагомим трендом на глобальному рівні. Синергія взаємодії дозволяє відвідувачам зануритися в повсякденне життя фермерських господарств, тваринних комплексів та інших аграрних підприємств, надаючи їм унікальну можливість безпосередньо спостерігати за виробничими процесами та насолоджуватися спокійним відпочинком на природі. Проте, агротуризм несе в собі не лише рекреаційну функцію, а й відіграє ключову роль у просуванні ідей сталого розвитку аграрної сфери [1]. Така практика сприяє відродженню сільських територій, їхньому розвитку та розширенню інфраструктури. Також, агротуризм охоплює різноманітні види активного відпочинку, такі як риболовля, мисливство (включаючи фотополювання), а також збирання ягід та грибів, що визначається як агротуризм. Ця форма туризму є особливою, оскільки вона використовує природний, матеріальний та культурний потенціал сільських регіонів. Агротуризм сприяє розв'язанню соціально-економічних проблем сіл, розширюючи можливості зайнятості місцевого населення у сферах виробництва, обслуговування та розваг. Це також сприяє розвитку транспорту та торгівлі в сільських регіонах [4].

Агротуризм, який пропонує туристам відпочинок в тиші та спокої, в природному середовищі та сільському ландшафті, є також можливістю поліпшення умов проживання на селі. Значущість агротуризму відображена у таблиці 1.

Таблиця 1. Значення агротуризму для особистого сільського господарства, села і туристів

Для господарства	Для села	Для туристів
Ефективне використання вільних ресурсів господарства	Використання вільних ресурсів села	Активний відпочинок на селі
Здобуття додаткового доходу	Отримання додаткового доходу	Вивчення циклу виробництва продуктів
Створення додаткових та нових робочих місць	Розвиток нових робочих місць	Сприяння вживанню свіжої їжі
Активізація діяльності селянських сімей	Удосконалення сільської інфраструктури	Безпосередній контакт з природою
Культурно-освітній та естетичний розвиток сімей	Активізація сільської громади	Участь у житті сільського господарства
Особистий розвиток членів родини	Збереження культурної та історичної спадщини села	Безпосередній контакт із місцевими мешканцями
Пізнання інших культур, звичаїв, традицій	Естетичне оновлення села	Пізнання культури регіону
	Спілкування з іншими культурами	Одержання нових навичок
	Особистий розвиток мешканців села	Розвиток зацікавленості Догляд за тваринами

Джерело: Складено на основі [2]

На початку ХХІ століття індустрія агротуризму отримує визнання від експертів Всесвітньої туристичної організації як ключовий і найбільш динамічно зростаючий сектор у світовому туристичному господарстві. Обсяг надання агротуристичних послуг у постіндустріальних країнах на сьогодні майже у 2-4 рази перевищує обсяги розвитку готельної бази та курортного сервісу в цих країнах.

Соціологічні дослідження, які регулярно проводять фахівці Європейської федерації фермерського та сільського туризму (European Federation for Farm and Village Tourism), надають цікаві дані щодо ринку споживачів агротуристичних послуг у Європі [3]. Зокрема, із загальної кількості туристів, які скористалися можливістю агротуризму, 35,2% обрали цей вид подорожей як спосіб «втечі» від напруженого ритму міського життя, дозволяючи собі заглибитись у повільний ритм сільського побуту та розслабитися, насолоджуючись заслуженим відпочинком. Ще 20,2% визнали можливість поєднання відпочинку із самостійними активними подорожами, чи пішохідні походи в гори, чи автомобільні подорожі з метою вивчення історико-культурної спадщини. Для 17,3% туристів головним мотиватором було прагнення відпочивати в природному оточенні та взаємодіяти з живим світом. Інші пріоритети містять родинний відпочинок (10,4%), зайняття спортивним туризмом та використання доступної нічліжної бази (5,0%), а також інші цілі (11,9%) [3]. Водночас, дискурс практики на прикладі агротуризму доводить важливість впровадження відповідних креативних технологій, зокрема: використання онлайн-платформ, мобільних застосунків для бронювання та просування агротуристичних продуктів; застосування VR/AR-технологій для створення віртуальних екскурсій та інтерактивних experiences; розробка інтерактивних турів та маршрутів, що знайомлять туристів із сільським життям, культурою і традиціями; використання соціальних мереж для просування агротуристичних продуктів та спілкування з туристами; організація фестивалів, майстер-класів, воркшопів, ярмарків тощо.

На основі аналізу теоретичних концептів і практичної діяльності доцільно виокремити переваги впровадження креативних технологій в індустрію туризму (на прикладі агротуризму), зокрема: збільшення туристичного потоку; підвищення конкурентоспроможності агротуристичних продуктів; diversification of tourist offer; стимулювання місцевого економічного розвитку; підвищення обізнаності про автентичну культуру, звичаї і традиції місцевості та України загалом; формування сталого розвитку.

Враховуючи унікальність ландшафтів України, а також її багатий історико-культурний, етнічний та генетичний спадок, цілеспрямоване та ефективно використання туристично-рекреаційного потенціалу країни потрібно розглядати як пріоритетний вектор для розв'язання економічних

проблем, покращення екологічного стану та підвищення якості життя населення. Проте, потенціал України у сфері туризму й досі не знаходить свого повного застосування, що підкреслює необхідність реалізації додаткових заходів для активації виокремленого напрямку, а також впровадження креативних технологій. Задля досягнення цих цілей, необхідно зосередитись на розробці та впровадженні комплексних стратегій розвитку туристичної індустрії, які б враховували унікальні можливості, що Україна пропонує.

ЛІТЕРАТУРА

1. Агротуризм для сталого розвитку. URL: <https://agro-business.com.ua/agro/idei-trendy/item/26629-ahroturyzm-dlia-staloho-rozvytku.html> (дата звернення 07.02.2024)
2. Бондар В. В., Ганжа Л. Я. Агротуризм як вид диверсифікаційного розвитку сільськогосподарського підприємництва. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2012. №4(62). С. 114-120.
3. Європейський досвід організації сільського зеленого туризму: офіційний сайт. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/siltur2.htm (дата звернення 07.02.2024)
4. Король М. М., Кадар А. І. Аналіз європейського досвіду організації зеленого туризму. *Ефективна економіка*. 2021. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9401> (дата звернення 07.02.2024).

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

УДК 338.486.1:005.336.3:640.41

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ПРИНЦИПІВ СИСТЕМИ НАССР ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

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

Відомо, що послугами засобів розміщення користується відносно невелика кількість громадян. Проте готельні послуги відносять до послуг вищого стандарту, не враховуючи їхню реальну ціну і якість. При обранні готелю кожен гість обирає той чи інший засіб розміщення з урахуванням оптимальної відповідності послуг, що надаються, його власним критеріям якості.

Якість готельних послуг є головною складовою якісного готельного продукту. Якість обслуговування є комплексною категорією, яка є одним із показників, який визначає ефективність функціонування готелю та є об'єктом аналізу, планування та управління.

Аналіз літературних джерел дає можливість констатувати, що питання управління якістю готельних послуг є актуальним напрямом досліджень. Зокрема, значну увагу науковці приділяють аналізу переваг і недоліків сучасних методологічних підходів оцінки рівня якості обслуговування гостей та шляхів удосконалення якості готельних послуг [1, 2].

Проектування підходів до трактування поняття «якість» на специфіку готельного продукту дає можливість визначити основні категорії якості готельних послуг (рис. 1).

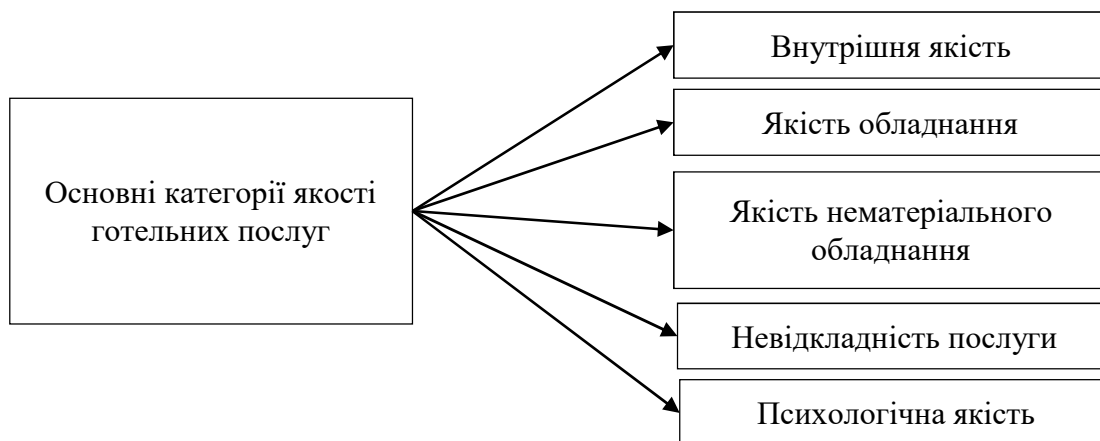


Рисунок 1. Категорії якості готельних послуг

Дослідження категорій якості готельного обслуговування дає можливість планування розробки системи контролю і регулювання якості, яка базуватиметься на системі управління якістю НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points) – що передбачає аналіз ризиків та критичних контрольних точок.

Система НАССР ґрунтується на семи принципах, які наведені на рисунку 2 [3].



Рисунок 2. Принципи системи НАССР

З метою визначення небезпечних чинників, які можуть вплинути на якість готельних послуг нами було досліджено фактори, які впливають на ступінь задоволення гостя. До них можна віднести інтер'єр закладу; наявність та стан озелененої прилеглої території; зручність транспортного зв'язку; рівень комфортності номерів; зовнішній вигляд працівників; культуру спілкування персоналу; наявність у складі комплексу закладів харчування та приміщень спортивно-рекреаційного призначення; номенклатуру додаткових послуг тощо.

Використовуючи методи ранжування та бальної оцінки було визначено, що одним із найвагоміших є робота персоналу.

При визначенні критичних точок контролю (КТК) за основу варто брати гостьовий цикл із зазначенням інформаційних потоків, які дадуть можливість здійснення як комплексної оцінки якості надання послуги, так і індивідуальну оцінку роботи персоналу, задіяного під час обслуговування.

Для встановлення граничних значень (принцип 3), які повинні бути дотримані для забезпечення контролю в КТК необхідно розробити систему 5-бальної оцінки якості роботи персоналу загалом та на кожному із етапів гостьового циклу. Таким чином, гостю на різних етапах гостьового циклу буде запропонована анкета із варіантами відповіді.

Для реалізації 5 принципу з метою розробки коригувальних дій слід розробити критерії, що висуваються до кожної із операцій. Визначивши критерії оцінки, кожної операції гостьового циклу наступним етапом буде розробка інструкцій поведінки якими повинні користуватися працівники під час виконання своїх посадових обов'язків.

Процедура перевірки може базуватися на розробці системи, заснованої на оцінці якості, обробці результатів опитування, їх аналізу та розробки заходів впливу і стимулювання персоналу.

Останній етап передбачає затвердження внутрішніх положень про порядок проведення оцінки якості обслуговування, ступінь відповідальності працівників, системи заходів заохочення та ознайомлення персоналу з ними.

Таким чином, система контролю і регулювання якістю готельних послуг, заснована на використанні принципів системи НАССР, дасть можливість не тільки оцінити ступінь задоволення гостей рівнем сервісу, а й визначити внесок працівників, які безпосередньо беруть участь у створенні готельного продукту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Куракін О. Б. Дослідження методологічних підходів до оцінки якості готельних послуг. *Інновації та технології в сфері послуг та харчування*. 2023. № 1 (7). С. 5–9.
2. Шляхи удосконалення механізму управління якістю готельних послуг / Л. М. Чепурда, О. Б. Куракін // Збірник матеріалів XIII Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання». Том 1. 2022, Черкаси, ЧДТУ. С. 7–10.
3. Ткаченко А. С. Методичні настанови з дотримання вимог законодавства України щодо безпечності харчових продуктів на виробничих підприємствах споживчої кооперації України. URL: https://moz.gov.ua/uploads/2/12337-metodicni_nastanovi.pdf

УДК 379. 851

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Плецан Х. В., доцент, кандидат наук з державного управління, доцент,

Київський національний університет культури і мистецтв

Попович М. І., здобувачка освіти 4 курсу,

Львівська філія

Київського національного університету культури і мистецтв

Індустрія гостинності в Україні переживає складні часи через російсько-українську війну. Для того, щоб зберегти та розвивати конкурентоспроможність українським підприємствам гостинності важливо враховувати економічні, політичні, соціальні й технологічні фактори трансформаційних змін і викликів сьогодення.

Зважаючи на велику кількість засобів розвитку, організації та управління доступних для підприємств готельно-ресторанного бізнесу, кожне з них демонструє значну відмінність в управлінні, стратегічній поведінці, підготовці персоналу, управлінні якістю та вимогах до нього. У порівнянні з класичними підприємствами, які надають сталі послуги, засоби готельно-ресторанного бізнесу повинні постійно розвиваються та підвищувати рівень наданих послуг, щоб мати можливість залишатися прибутковими.

Вплив російсько-української війни на розвиток готельного та ресторанного бізнесу в Україні має значну роль в умовах сьогодення. У червні завантаження у Львові становило від 30 до 40%, в Івано-Франківській області – 50%, Закарпатській – 40%, у Києві та Одесі – від 10 до 25%. Також зменшився термін перебування до 2–4 днів порівняно з 1–1,5 місяцями раніше» [1]. Відповідно можна прослідкувати зниження платоспроможності населення, недотримання або неможливість забезпечити безпекових і комфортних норм перебування, зниження туристичного потоку як наслідок та нестабільність ринку.

Якщо розглядати особливості формування конкурентоспроможності, то слід зазначити, що він передбачає собою певну програму дій, котра осягає комплекс процесів і їх послідовність у виконанні, а також утворення сприятливих умов до їх просування.

Загалом конкурентоспроможність формується під дією багаторівневої ієрархічної структури факторів Рис. 1:

- перший рівень – це частка ринку, яка має залежність від отриманої конкурентоспроможності на певну продукцію чи послугу;
- другий рівень – це потенційна конкурентоспроможність, який може досягнути підприємство;
- третій рівень – це взаємозв'язок конкурентоспроможності в залежності від якісних показників та економічних показників ефективності управління;
- четвертий рівень – це головний чинник економічного результату діяльності підприємства [2].

Основною ідеєю цієї структури є ієрархічна залежність кожного з рівнів на наступний рівень структури. Від першого залежить, другий від другого третій, а від третього залежить четвертий. Отже, такий спосіб подання багаторівневої ієрархії факторів впливу конкурентоспроможності, залежить від нагромадження та застосування матеріалів кожного підпорядкованого суб'єкта конкуренції залежить формування концептуального підходу конкурентоспроможність першочергового суб'єкту, що має характеристику збільшувати його з кожним рівнем ієрархічної структури.

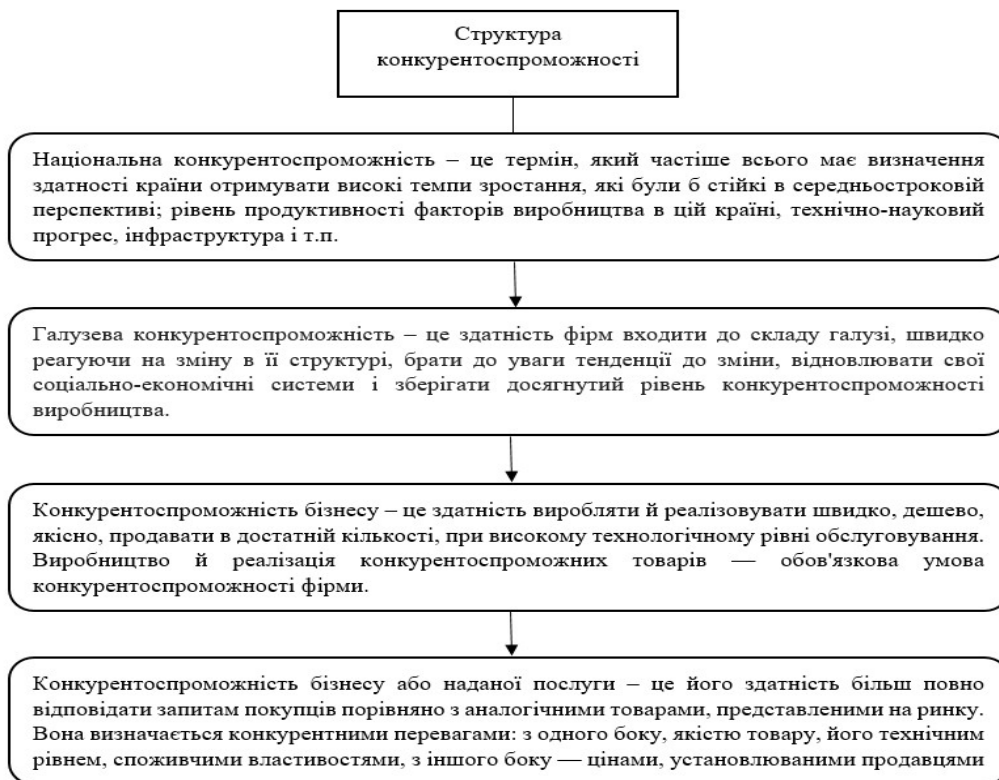


Рисунок 1. Ієрархічна структура конкурентоспроможності

Конкурентоспроможність і конкуренція є двома тісно пов'язаними економічними термінами. Конкуренція має позитивний і негативний вплив. До позитивних наслідків можна віднести:

1. стимулювання прогресу моделі готельно-ресторанного бізнесу;
2. технологічні інновації (використання технологій, що знижують витрати виробництва);
3. раціональне використання ресурсів.

Розглядаючи цілі формування конкурентоспроможності, підкреслимо що зазвичай вони повторюють сутність конкурентоспроможності, тобто функціонування підприємства, розвиток та збільшення зацікавленості до свого продукту. Але є деякі відмінності в цілях дослідження конкурентоспроможності, зокрема:

- порівняння – підприємство досліджується з урахуванням реальних конкурентів, які надають такі ж послуги або товар чи товар-замінник, мають функціонувати на одному ринку, також можна здійснювати порівняння за певним еталоном підприємства (зазвичай це підприємство з монополією на ринку);

- просторовість – досліджуються в кордонах одного ринку, тому що в залежності від впливу умов підприємство стає можливим ідентифікувати як конкурентоспроможне, а на іншому ні;

- динамічність – говорячи про динамічність є певні обмеження у часі, тому як досліджуваний об'єкт може втрачати конкурентоспроможність в залежності від періоду часу, так як конкурентоспроможність підприємства не є сталою величиною;

- предметність – враховуючи виділення певного переліку та групи факторів, на підґрунті якого відбувається формування конкурентоспроможності підприємства, безпосередньо: цінотворення, впровадження сучасних технологій, висока кваліфікація кадрів, високий рівень іміджу бренду, маркетингова комунікація, фінансування подальшого розвитку підприємства;
- атрибутивність – створення виокремлення неповторюваної характеристики, котра відповідає за формування конкурентних переваг підприємства над її конкурентом;
- релевантність – має ознаку конкурентної позиції підприємства, котра може бути визначена в кордонах певного середовища функціонування;
- системність – виокремлення групи факторів та умов, які формують конкурентоспроможність готельно-ресторанного підприємства з урахуванням взаємозв'язків та взаємовпливу на нього [3]. Відповідно необхідно створити ряд концептуальних підходів до формування конкурентоспроможності у готельно-ресторанного бізнесі, що дозволить доволі покращити формування конкурентоспроможного підприємства, а також, створить позитивний вплив на розвиток економічного сектору.

Підсумовуючи вищезазначене, виокремимо основні шляхи підвищення конкурентоспроможності індустрії гостинності. Зокрема, адаптація до нових умов (розробка нових продуктів та послуг, що відповідають потребам; зміна маркетингових стратегій; зміна маркетингових стратегій; забезпечення безпечного та комфортного перебування туристів), підвищення якості обслуговування (навчання персоналу відповідно до викликів часу; впровадження міжнародних стандартів якості; створення атмосфери гостинності), використання нових технологій (розробка онлайн-платформ та мобільних застосунків, їх розвиток; використання штучного інтелекту та BigData; запровадження безконтактних платежів і удосконалення), співпраця з міжнародними інституціями та стейкхолдерами, креативний підхід, гнучкість і адаптивність до вимог і викликів часу. Переконані, що формування та розвиток конкурентоспроможності індустрії гостинності в Україні в умовах сьогодення, врахувавши зазначені шляхи підвищення сприятиме менш болісному подоланню наслідків війни, втриманню конкурентоспроможності на ринку, відновленню туристичного потоку, розвитку нових товарів і пропозицій та зростання успішної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Пандяк І. Вплив російсько-української війни 2022 р. На розвиток готельного бізнесу в Україні 2022 р. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності*. URL: <https://sportscience.ldufk.edu.ua/index.php/trends/article/view/1334> (дата звернення: 15.02.2024)
2. Strategy and structure of Japanese enterprises. Kono T. Abingdon: Routledge, 2019. 352 p.
3. Batchenko L., Honchar L., Poplavska A., Rusavska V., Holubets I., & Kovalenko V. Formation of a Business Idea for the Development of Hospitality Industry Enterprises in Crisis Conditions. *International Journal of Professional Business Review*, 2023, 8(2), e1141-e1141.

ПРОБЛЕМИ І ПОТРЕБИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Плецан Х. В., доцент, кандидат наук з державного управління, доцент,
Свищ Л. І., здобувачка освіти 4 курсу,
Київський національний університет культури і мистецтв

Під час економічної трансформації ринку суспільство переживає системні зміни у всіх аспектах свого функціонування. Розвиток ринкової економіки призвів до значного розширення різноманітності та складності надання послуг, зокрема в сфері готельно-ресторанного бізнесу. Як і кожна інша галузь, цей сегмент вимагає глибокого вивчення світового досвіду та впровадження його задля розвитку гостинності в Україні.

В умовах сьогодення, одним із найважливіших факторів, котрий допомагає бізнесу залишатись конкурентоспроможним є створення та вдосконалення саме позитивного іміджу підприємства. Завдяки цьому, підсилюється увага нових споживачів, бізнес-партнерів, а також збільшується обсяг продажів послуг підприємства. Формування позитивного іміджу – це не простий та довготривалий процес, в наслідок якого створюється впізнаваність бізнесу, як бренду, за рахунок індивідуального стилю та своєї ідентичності [3]. Ці фактори забезпечують фінансовий успіх, та лідерські позиції на ринку послуг.

За останні роки значно виріс рівень виїзного туризму, що дає змогу споживачам та власникам бізнесу порівняти вітчизняний та закордонний рівень обслуговування. Зарубіжні компанії значно раніше почали використовувати для цього діджитал-технології, що в свою чергу показало позитивний вплив на динаміку розвитку підприємств. З цього випливає проблема та потреба у формуванні позитивного іміджу готельно-ресторанного бізнесу в Україні в сучасних реаліях.

Запорука успішного бізнесу в сфері гостинності залежить не лише від попиту споживачів, а й не менш важливим є вміння підприємств адаптуватись під нові реалії які постійно диктує сьогодення. Від того, як швидко та наскільки практичним буде впровадження нових інструментів рішення проблем залежить чи зможуть підприємства втримати свої позиції на ринку послуг та підсилити їх.

Ще зовсім недавно, готельно-ресторанний бізнес зіштовхнувся з пандемією, яка сильно похитнула їх становище. До прикладу, з провадженням карантину в Україні перестали діяти близько 40% кафе і ресторанів [3; 5]. Частина згодом змогла врешті адаптуватись до нових умов, але на відмінну від них, підприємства, які змогли вчасно зреагувати не тільки втримали своїх споживачів, але й значно підсилили свою конкурентну здатність, що

забезпечило їм лідерські позиції. Не менш важливою проблемою сьогодення для всіх сфер життєдіяльності постають воєнні дії на території країни. Туристичний бізнес сильно похитнувся, та окрім проблеми з зарубіжними туристами, тепер існує проблема внутрішнього туризму, оскільки значна частина населення змушена була покинути територію країни. З початком ведення воєнних дій рушійним інструментом позитивного іміджу для підприємств стало те, наскільки корисними вони можуть бути для країни, до прикладу: нова система розрахунку з можливістю донатити, волонтерська діяльність, забезпечення робочих місць працівників зі збереженням заробітної плати, при тому, що прибутки значно впали. Аби згладити це, заклади запровадили можливість споживачам підтримати їх своїми донатами. Те що ця система працювала свідчить саме те, що їхній імідж вже був позитивним, та цього замало, аби він залишався таким, над ним потрібно постійно працювати і тут з'являється новий інструмент – інклюзивність, концепція, що дає змогу бізнесу рухатись далі [4]. Відвідуваність закладів громадського харчування у другому півріччі 2023 року у відношенні до другого півріччя 2022 року виросла на 10% [4]. Тільки за січень-травень 2023 року в Києві було відкрито 172 нових закладів харчування [2]. Станом на грудень 2023 року в Україні працює близько 21,5-23 тисячі закладів ресторанного господарства, серед них від 10% до 15% розпочали свою діяльність лише цього року [1]. З цих даних варто зробити висновок – готельно ресторанний бізнес не стоїть на місці та стрімко розвивається, тому серед такої кількості конкурентів важливим є заявити про себе на якомога більшу аудиторію.

З цього випливає наступна проблема формування іміджу – попит споживачів. Оскільки, якщо заклад не користується попитом, імідж підприємства не відіграє своєї головної функції і тоді потрібно направити сили на вирішення цієї проблеми. Нині це можна зробити легше в порівнянні з попередніми роками, серед власників бізнесу гуляє вираз «якщо твого бізнесу немає в інтернеті, то його не існує зовсім». Головна візитівка закладу їхній сайт чи акаунт в соціальних мережах. Для того аби клієнту дізнатись інформацію, яка його цікавить не потрібно особисто їхати в заклад, або телефонувати туди та витратити багато часу. Набагато зручніше скористатись digital-інструментами і технологіями закладу.

У час активної діджиталізації всіх сфер життєдіяльності суспільства, варто використовувати її інструменти з користю. Якісне введення соцмереж потрібне, аби познайомити клієнта з закладом дистанційно, показати його внутрішнє життя, підтримувати комунікацію зі своїми споживачами, своєчасно інформувати їх про новинки, акції, заходи, зміни та про все, що може так чи інакше привернути його увагу та підштовхне відвідати заклад і повернутись туди ще раз. Мережа інтернет сьогодні є найкращим середовищем для розміщення реклами та пошуку нових споживачів. Позитивний імідж є потужним інструментом маркетингу. Він сприяє

привертанню уваги медіа, підвищує впізнаваність бренду та стимулює рекламні можливості.

Також досі гострою проблемою в готельному бізнесі залишається питання поліпшення рівня обслуговування, за рахунок чого також відбувається значна частина привернення гостей. Оскільки велика кількість українських готелів недотримуються всіх стандартів обслуговування, а це в свою чергу негативно відображається на іміджі закладу. Проте, окрім поліпшення кваліфікації персоналу, що можна зробити завдяки використанню іноземного досвіду та залученню фахівців для навчання персоналу, варто також запровадити нові засоби комунікації, інформаційно-маркетингові заходи для створення позитивного туристичного іміджу України, а також широко впровадити використання інформаційних технологій та інновацій [5; 6].

Отже, варто зробити висновок, що позитивний імідж допомагає зберегти довіру споживачів і підтримку в разі кризових ситуацій чи негараздів, що можуть виникнути в галузі готельно-ресторанного бізнесу при нестабільних ринково-економічній ситуаціях. Тому, створення позитивного іміджу стає стратегічно важливим для досягнення успіху та стабільності готельно-ресторанного підприємства в сучасних умовах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аналітичний огляд. Ресторанний ринок у 2023 році – зміни та підсумки. *HoReCa-Україна*. 2023. <https://horeca-ukraine.com/restorannij-rinok-u-2023-roci-zmini-ta-pidsumki/> (дата звернення: 20.02.2024)
2. Інформаційне агентство «Інтерфакс-Україна»: офіційний сайт. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/921556.html> (дата звернення: 20.02.2024)
3. Лешко Х., Андрушко Ю. Особливості формування іміджу в індустрії гостинності». 2021. URL: <https://sportscience.ldufk.edu.ua/index.php/trends/article/view/1191> (дата звернення: 20.02.2024)
4. Ракша Л. Як змінилася виручка, середній чек та відвідуваність закладів. *Підсумки 2023 року від «Poster»*. URL: <https://joinposter.com/ua/blog/management/pidsumky-2023-roku-vid-poster> (дата звернення: 20.02.2024)
5. Як готелям отримати зірку без проблем. *Державне агентство розвитку туризму України: офіційний сайт*. 2021. URL: <https://www.tourism.gov.ua/news-and-announcements> (дата звернення: 20.02.2024)
6. Batchenko L., Honchar L., Poplavska A., Rusavska V., Holubets I., & Kovalenko V. Formation of a Business Idea for the Development of Hospitality Industry Enterprises in Crisis Conditions. *International Journal of Professional Business Review*, 2023, 8(2), e1141-e1141.

СВІТОВІ ТРЕНДИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА

Подоляк В. М., *канд. техн. наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Луцький національний технічний університет*

У світі, де конкуренція в галузі готельно-ресторанного бізнесу зростає на кожному кроці, впровадження інноваційних технологій стає ключовим фактором для підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанних підприємств. Зміна побутових, бізнес-та туристичних звичаїв споживачів вимагає від галузі постійного апгрейду та адаптації до нових реалій. У цьому контексті важливо розглядати світові тренди в інноваційних технологіях, які спрямовані на поліпшення якості обслуговування та виведення готельно-ресторанних підприємств на новий рівень ефективності.

Дослідження світових трендів у впровадженні інноваційних технологій є життєво важливим для готельно-ресторанного бізнесу, особливо в контексті постійної конкуренції та зростаючих вимог споживачів. Це дослідження дозволяє підприємствам адаптуватися до змін у споживацьких уподобаннях та технологічних інноваціях, що, в свою чергу, сприяє підвищенню їхньої конкурентоспроможності. Наприклад, врахування новітніх технологій у галузі цифрових ключів та штучного інтелекту може значно покращити якість обслуговування та зручність для гостей. Також це дає можливість готелям та ресторонам оптимізувати внутрішні процеси, знизити витрати та підвищити ефективність управління [1].

З іншого боку, розуміння глобальних тенденцій допомагає підприємствам передбачати майбутні зміни в галузі та розробляти стратегії, що відповідають новим викликам. Наприклад, зростаюча увага до екологічності та сталості у сфері готельно-ресторанного бізнесу вимагає від компаній впровадження зелених технологій та сталих практик. Такі дослідження не тільки допомагають зберегти актуальність бізнесу на ринку, але й сприяють інноваційному розвитку, створюючи нові можливості для залучення клієнтів і підвищення лояльності існуючих. В цілому, вивчення світових технологічних трендів є ключовим елементом у стратегічному плануванні та розвитку готельно-ресторанних підприємств (табл. 1).

Сучасний готельно-ресторанний бізнес стає все більш конкурентним завдяки швидкому впровадженню інноваційних технологій. Одним із ключових трендів є використання цифрових ключів, що дозволяє гостям отримувати доступ до своїх номерів за допомогою смартфонів, обходячи традиційну процедуру реєстрації на рецепції. Це забезпечує більшу зручність для гостей та знижує витрати на персонал. Іншим важливим напрямком є

використання штучного інтелекту у вигляді чат-ботів і віртуальних асистентів, які відповідають на запитання гостей та забезпечують інформаційну підтримку 24/7, підвищуючи таким чином ефективність обслуговування [3].

Таблиця 1. Тренди впровадження інноваційних технологій для підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанного підприємства [1]

Тренд/технологія	Опис	Переваги для підприємства
Цифрові ключі	Гості використовують смартфони для доступу до своїх номерів, минаючи рецепцію.	Збільшення зручності для гостей, зниження витрат на персонал.
Штучний інтелект в обслуговуванні	Чат-боти і віртуальні асистенти для вирішення запитань гостей.	Підвищення ефективності обслуговування, доступність 24/7.
Безконтактні платежі	Платіжні системи, що дозволяють оплачувати послуги без фізичного контакту.	Збільшення безпеки та швидкості транзакцій.
Управління відгуками онлайн	Платформи для збору та аналізу відгуків гостей.	Покращення репутації та якості обслуговування.
Екологічні технології	Використання відновлюваних джерел енергії, програми переробки.	Покращення екологічного іміджу, зниження витрат.
Інтегровані системи управління	Системи для оптимізації роботи всіх відділів готелю.	Підвищення ефективності управління, зниження витрат на персонал.

Крім того, галузь активно впроваджує безконтактні платіжні системи, що сприяють безпеці та швидкості транзакцій. Онлайн управління відгуками через спеціалізовані платформи дозволяє готелям та ресторонам покращувати свою репутацію та якість обслуговування, оперативно реагуючи на відгуки клієнтів. Екологічні технології, такі як використання відновлюваних джерел енергії та програми переробки, допомагають підприємствам покращити свій екологічний імідж і знизити витрати. Інтегровані системи управління об'єднують різні аспекти готельної діяльності, забезпечуючи більш ефективно управління ресурсами і персоналом. Усі ці інновації спрямовані на підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанних підприємств.

Споживачі все більше очікують персоналізованого та безпечного досвіду, і технології можуть задовольнити ці потреби. Використання штучного інтелекту, інтернету речей та аналітики даних дозволяє готелям та ресторонам збирати та аналізувати інформацію для покращення обслуговування, вирішення індивідуальних потреб гостей та забезпечення безпеки. Розумні технології також полегшують процеси управління,

резервації та внутрішнього обліку, дозволяючи готелям та ресторанам ефективно пристосовуватися до змін у галузі [4].

Акцент на сталі покращення зручності для гостей через мобільні технології є важливим аспектом забезпечення конкурентоспроможності готельно-ресторанних підприємств. Мобільні додатки для бронювання, замовлення їжі та інтерактивні сервіси стають невід'ємною частиною готельно-ресторанного досвіду. Гості цінують можливість швидко та зручно користуватися послугами через свої смартфони, адже це сприяє збереженню часу та надає їм більше контролю над своїм перебуванням. Мобільні технології дозволяють готелям та ресторанам активно взаємодіяти з гостями, створюючи індивідуальний та комфортний сервіс.

Останнім, але не менш важливим трендом є екологічна ініціатива сталого розвитку. Зростання екологічної свідомості споживачів змушує готельно-ресторанні підприємства впроваджувати екологічно чисті технології та практики. Такі ініціативи включають в себе енергоефективність, використання відновлюваних ресурсів та впровадження систем управління відходами [2].

Таким чином, впровадження інноваційних технологій як цифрові ключі, штучний інтелект у обслуговуванні гостей, безконтактні платежі та екологічні ініціативи, не тільки покращують якість послуг та ефективність внутрішніх процесів, але й відкривають нові можливості для зростання та інновацій. Успішне впровадження цих технологій вимагає стратегічного планування та глибокого розуміння поточних та майбутніх трендів, що дозволяє готельно-ресторанним підприємствам не тільки залишатися конкурентоспроможними, але й задавати нові стандарти в галузі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баженова С., Пологовська Ю., Канцур І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. № 38. 2022. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-22>.
2. Лепкий М.І., Подоляк В.М. Особливості інноваційних технологій сталого розвитку туризму. *Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 23–24 березня 2023 року, м. Черкаси: у 2-х томах*. Т. 1. Черкаси: ЧДТУ, 2023. С. 79-81.
3. Минайлюк В.В., Сильчук Т.А. Впровадження інноваційної системи «gex-room expedition» в готельно-ресторанному комплексі. *Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції «Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі», 23 листопада 2021 р.* К.: НУХТ, 2021. С.168-169.
4. Савченко О.В. CRM-системи готельно-ресторанних підприємств та погляди на оцінку їх ефективності. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017, № 2, Том 2. С. 280-282.

ГЕТЬМАНСЬКИЙ БОРЩ ЯК ГАСТРОТУРИСТИЧНИЙ БРЕНД

Смирнов І. Г., *д-р геогр. наук,*
професор кафедри країнознавства та туризму,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Любіцева О. О., *д-р геогр. наук, професор,*
завідувачка кафедри країнознавства та туризму,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Гринюк Д. Ю., *канд. геогр. наук,*
асистент кафедри країнознавства та туризму,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Іван Котляревський стверджував, що українцю жити без борщу на світі просто неможливо. У давнину рецептів приготування найзнаменитішої національної страви України придумали дуже багато. Задіяні у цьому були гетьмани, старі козацькі кулінари, письменники. При цьому використовувався і іноземний досвід, зокрема польський, татарський та турецький [1]. Так, найближчим родичем українського борщу вважається старовинний польський буряковий суп. Його готували з овочевого та грибного відварів, заправляли буряковим квасом і додавали вушка з грибами та цибулею. Цей суп подавали в бульйонних філіжанках, на закуску подавали маленькі пиріжки з яйцями та грибами. Українською варіацією цієї старовинної страви став львівський різдвяний борщок, про який згадує у своїх кулінарних есе письменник Ігор Клех: «Чудовий пісний борщок з вушками і з начинкою з дрібно посічених грибів – одна з дванадцяти обов'язкових страв Різдвяної ночі у католиків». Козацькі кухарі при створенні борщу використовували також кухонні секрети татар і турків, які попередньо обробляли шматочки буряку у киплячому жирі з додаванням оцту або сухого вина. Щодо українського борщу, то козацькі кулінари підкисляли його зеленими яблуками, або сухим вином, а найчастіше – буряковим квасом. Такий борщ мав настільки яскравий та стійкий смак, що легко витримував численні добавки та суміші. У нього додавали капусту, окремо зварену квасолю, кружечки ковбаси, німецькі сосиски, шинку, обсмажених у борошні карасів та оливки; далі варили на пісному овочевому бульйоні, або на бульйоні з яловичини та свинини, курки, гуски. При цьому борщ завжди залишався борщем, а усі вказані варіанти приготування лише урізноманітнювали його особливий борщовий смак та аромат.

За три століття український борщ пережив множину новацій. Так, у 2-й половині ХІХ ст. бурякову закваску (сировець) почали замінювати томатною пастою. Перші пісні борщі в Україні готували на конопляній олії, оскільки соняшникова ще не вироблялась [2]. Єдиного рецепту українського борщу не існувало і не існує, у кожному регіоні використовувався свій улюблений

рецепт. Існують борщі чернігівські (з «турецькими» кабачками); київські (із смальцем, часником і буряковим квасом); полтавські (з куркою та галушками); одеські (на гусці); львівські (з обсмаженими на олії шматочками сосисок) і ті самі старопольські (з грибними вушками). Отже, видів борщів на Україні існує велика множина. Письменник Г. Квітка-Основ'яненко (1778-1843 рр.) у відомому творі «Пан Халявський» (1839 р.) спробував перерахувати рецепти українських борщів, але збився з ліку: «І скількох сортів бувають борщі – на здивування! Борщ з яловичиною, борщ з відгодованою гускою, борщ із свининою, борщ Собеського, бувшого у Польщі королем, борщ Скоропадського (гетьмана малоросійського)» [3]. Середньовічні українські рецептурні збірники до наших днів не збереглися, тому можна тільки здогадуватися, якими були перші українські борщі наприкінці XVII, або скажемо, в середині XVIII ст. За деякими прикметами можна визначити, що рибні борщі тоді готували частіше, ніж м'ясні.

Ще на початку XX ст. у Києві на Святвечір подавали особливий пісний борщ, у якому можна було зауважити риси справжньої патріархальної кухні. Закінчувався зимовий піст, пісна їжа усім набридла і думки українців з благаннями зверталися до кухарів – чекали диво-борщу. І він з'явився у вигляді старовинного «Гетьманського борщу». Кажуть, основу його рецепту створив не хто інший, як знаменитий кулінар-гетьман Іван Скоропадський (1646-1722 рр.), який правив на Лівобережній Україні з 1708 р., а перед тим виконував дипломатичні доручення гетьмана І. Мазепи у Польщі, Туреччині, Криму. Відомий його знаменитий Різдвяний борщ, який готували, як і належало у такий час, на олії. Але на цьому весь його аскетизм закінчувався. Багатоденне утримання від скоромної їжі «Ясновельможний пан гетьман борщів», як називали гетьмана сучасники, щедро винагороджував великою кількістю і святковою різноманітністю пісних, але дуже смачних страв. Його борщ став справжнім кулінарним відкриттям. Витвір бурхливої гастрономічної фантазії старого гетьмана чудово описав у своїх спогадах наш співвітчизник, незабутній киянин, пам'ятник якому поставлений на Андріївському узвозі, О. Вертинський: «О сьомій вечора подавали вечерю. На перше – український, або як його називали, «гетьманський» борщ. Подавали його в холодному вигляді. У ньому плавали «балабушки» – маленькі кульки з молотого м'яса щуки з начинкою із рублених сухих грибів, потім маслини та оливки, потім смажені знову ж таки в олії невеличкі карасики, валяні у борошні. Ще до борщу додавалися смажені пісні пиріжки з кислотою капустою, або з кашею, або з грибами» [4, 205]. За старих часів ім'я гетьмана І. Скоропадського часто згадували за столом добрими словами, так, коли хотіли похвалити господиню, то говорили, як оповідач з повісті Тараса Шевченка «Прогулянка із задоволенням та не без моралі», що такий пісний борщ «навряд чи куштував і сам великий знавець та творець борщів гетьман Скоропадський». У сучасних кулінарних книгах гетьманські борщі зустрічаються досить часто, однак більшість з них жодного відношення до І. Скоропадського не мають, це просто борщі Гетьманщини XVII-XVIII ст.

Але трапляються рецепти дійсних кулінарних шедеврів, відмічених печаткою витонченої фантазії кухарів епохи українського бароко. Не виключено, що вони колись існували у кулінарних записках старого гетьмана-гурмана, але, на жаль, від його кулінарних експериментів не залишилось достовірних рецептів. Старий гетьман, звісно, знав, що для народу України борщ був щоденною стравою і тому вкладав у свої кулінарні витвори певний практичний сенс: його поживні борщі повинні були додати українцям те, що не вистачало в їхньому буденному раціоні. З іншого боку, напевно чи Пана гетьмана настільки турбувала проблема збільшення поживності щоденного харчування населення Гетьманщини. Скоріше всього, чутки про славетний гетьманський борщ рознесли прислужники гетьманської «харчової служби», відповідно його рецепт і розповсюдився Україною, як варіант святкової, вишуканої національної страви. Завдяки пошукам і знахідкам українських кулінарів XVIII ст. «гетьманський» борщ, як і домашня музика, танці, співи, дотепне «академічне» віршування, став одним із тих елементів культури українського бароко, які пом'якшували суворість буденного життя, вносили в нього можливість задоволення певних примх у сфері харчування.

Прихильність населення України до борщу не змінилась протягом століть. Вже 300 років він не сходить зі столу українців і напевно чи коли зійде. Недарма, за версією американського видання CNN, борщ належить до 20 найсмачніших супів у світі. 2020 р. Експертна рада з питань нематеріальної культурної спадщини при Міністерстві культури та інформаційної політики України внесла «Культуру приготування українського борщу» до Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України. Ініціював цю справу Є. Клопотенко, який створив громадську організацію «Інститут культури України» та організував «борщову експедицію». 1 липня 2022 р. на 5-му позачерговому засіданні Міжурядового комітету з охорони нематеріальної культурної спадщини людства ЮНЕСКО український борщ увійшов до Репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини, яка потребує термінової охорони. В українському туризмі феномен «Гетьманського борщу», як гастрономічного складника культури епохи українського бароко, використовується ще недостатньо. Але вже зараз в Україні поширені щорічні фестивалі борщу. Так, у м. Борщів (Тернопільщина) у вересні проводиться фестиваль «Борщів», у с. Опішня на Полтавщині – фестиваль «Борщик у глиняному горщику», в с. Правилівка на Вінничині – у рамках проекту «Театр на городі». 2021 р. на Фестивалі борщу в Києві, де взяли участь господині з 25 регіонів України, представники «Книги рекордів України» зафіксували рекорд одночасного приготування борщу. Загальнонаціональне свято «День борщу» планувалося створити у 2022 р., але перешкодило у цьому повномасштабне російське вторгнення в Україну. «Борщові фестивалі» проводяться і за кордоном, так, 1 жовтня 2023 р. у Канаді в містах Монреалі і Торонто (Канада) відбувся фестиваль «Merci Borsch», організований Конгресом українців Канади на знак подяки Канаді за підтримку України під

час війни. Цей фестиваль почався в Монреалі, а продовжився в Торонто. В ході заходу можна було спробувати безкоштовно борщ, представлений у п'яти рецептах. «Музей звареного борщу» 2020 р. відкрився у с. Опішня, а за рік до цього у Харківському саду імені Тараса Шевченка встановлено скульптуру ак. Вернадського, який варить борщ за рецептом своєї бабусі. Нарешті, у 2020 р. вийшов документальний серіал «Борщ. Секретний інгредієнт» – про регіональні особливості приготування борщу в різних куточках України (авторка ідеї та креативний продюсер Н. Якимович, режисер Д. Кочнєв, ведучий Є. Клопотенко). І це не останній приклад пов'язання феномену українського борщу з туризмом та гостинністю в Україні, але, на жаль, термін «Гетьманський борщ» поки що не знайшов використання, зокрема у назвах концептуальних ресторанів української кухні (це наша пропозиція), а також у їхніх стравосписах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Борщ // <https://uk.wikipedia.org/wiki>
2. Зроблено в Україні: рецепт гетьманського борщу // <https://klopotenko.com/getmanskij-borshh/>
3. Іван Котляревський стверджував, що українцю жити без борщу на світі неможливо // Факти, 26 квітня. 2017.
4. Макаров А. Стиль життя, звичаї та смаки старого Києва. К.: Скай Хорс, 2018. 302 с.

УДК 330.12:338.48(658.6)

АПРОБАЦІЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Чепурда Л. М., *д-р екон. наук., професор,*
завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Юрченко С. О., *здобувач вищої освіти*
ступеня доктора філософії денної форми навчання
Черкаський державний технологічний університет

В умовах постійної динаміки ринку якість туристичних послуг перетворюється не лише у невід'ємну складову конкурентоспроможності туристичних підприємств, але й у необхідний фактор для створення якісного туристичного продукту, який відповідає потребам сучасного туриста та вимогам туризму. Шляхом аналізу наукових підходів дослідників до методів оцінки туристичних послуг було сформульовано загальну класифікацію, що ґрунтується на різноманітних основних характеристиках. Ці параметри визначають отримання інформації щодо якості послуг, джерел інформації, процесу оцінювання об'єкта, вибору показників та інших аспектах.

Дослідженнями теорії та практики у сфері оцінювання якості послуг у туристичному бізнесі займались вчені, такі як Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко, С. В. Мельниченко, І. М. Мельник, О. В. Ольшанський та інші.

У сфері туризму та гостинності застосовуються різноманітні методи для оцінювання рівня надання послуг. При аналізі наукових праць О. В. Ольшанського можна визначити, що вчений пропонує розрізняти два ключових підходи до оцінювання якості послуг: маркетинговий та логістичний. У логістичному підході основний акцент приділяється якісному наданню послуги в найкоротший термін [2].

Оцінка якості надання послуг з використанням маркетингового підходу включає в себе кілька методів. Метод діаграмного проектування, розроблений Лінн Шостак, передбачає створення схематичного представлення всіх етапів процесу надання послуг, розподілених на видиму та невидиму зони для клієнта. Метод blue-printing дозволяє аналізувати, контролювати та коригувати окремі завдання надання послуг.

Метод точок дотику визначає процес взаємодії персоналу підприємства зі споживачами як «точку дотику». Цей метод дозволяє фіксувати моменти взаємодії підприємства з клієнтами під час надання послуг.

Метод споживчого сценарію базується на участі споживачів у процесі оцінювання. Крім менеджерів і маркетингологів, самі споживачі беруть участь у створенні сценаріїв для оцінювання якості послуг.

Метод реінжинірингу, схожий на метод діаграмного проектування, відрізняється тим, що аналіз, контроль і коригування процесу надання послуг здійснюються всіма відділами підприємства.

Метод Mystery Shopping включає несподіваний контроль, таємність та пряме спостереження, що дозволяє отримати непередбачені відгуки та взяття на замітку за допомогою анонімних споживачів [2].

Наразі існує значна різноманітність методів для аналізу якості обслуговування в туристичних підприємствах, що використовуються аналітиками. Деякі з найбільш відомих методів включають [3]:

1. Традиційні інспекції та рейди: Оцінка якості обслуговування проводиться через традиційні методи інспекцій та виїздів на місце.

2. Опитування (анкетування) клієнтів: Збір відгуків та оцінок від клієнтів шляхом анкетування для отримання їхньої думки про обслуговування.

3. Метод експертних оцінок: Оцінка якості обслуговування на основі думки кваліфікованих експертів.

4. Методика «Таємний гість»: Використання анонімних осіб для спостереження та оцінки якості обслуговування.

5. Методи Servqual та Servperf: Визначення якості обслуговування через аналіз очікувань та отриманих результатів.

6. Critical Incidents Technique (CIT): Використання аналізу критичних ситуацій, що базується на подіях, які вимагають уваги через скарги чи проблеми.

7. Діаграма К. Ісікави: Застосування для ідентифікації причин порушень у наданні послуг, виявлених після оцінювання якості [1].

Дослідження різноманітних методів оцінювання якості обслуговування свідчить про їхню велику різноманітність та визначає наявність їхніх власних недоліків. Це підкреслює важливість вивчення можливостей адаптації методичного інструментарію для багатокритеріального аналізу. Такий підхід до обґрунтування вибору методу оцінювання якості обслуговування в туристичних підприємствах необхідний для посилення конкурентних позицій на ринку.

Для забезпечення ефективності оцінювання якості обслуговування важливо визначити, які критерії впливають на вибір методів оцінювання якості. Серед ключових факторів слід враховувати складність впровадження вибраних методів у реальну практику підприємства, достовірність та повноту інформації для оцінювання, витрати часу та фінансові витрати на реалізацію методу, ясність та доступність процедур оцінювання, а також різноманітність використовуваних показників якості обслуговування.

Т. В. Білорус визначає ряд критеріїв, які впливають на вибір методу оцінювання, включаючи ймовірність успіху реалізації методу, рівень витрат на його впровадження, час, необхідний для реалізації, рівень складності впровадження та ризикованість проведення методу (з урахуванням всіх можливих невизначених результатів та можливих негативних наслідків). На додаток до цього, у роботі приводяться деякі критерії вибору конкретного методу оцінювання, такі як інтерпретація результатів, виявлення слабких сторін, різноманітність показників, кількість аналітиків, витрати часу та фінансові ресурси, рівень об'єктивності, доступність використання, оперативність застосування, поширеність застосування, доступність програмного продукту і достовірність результатів [4].

Отже, висока якість обслуговування сприяє формуванню лояльних клієнтів та створенню позитивного іміджу туристичного підприємства, що в кінцевому підсумку підвищує його конкурентоспроможність на ринку. Зібрана та оброблена інформація, базуючись на оцінці показників якості обслуговування, стає ефективним інструментом управління рівнем якості туристичних послуг. Проведення оцінювання якості обслуговування повинно враховувати взаємозв'язок пріоритетності кожного методу з урахуванням відповідності всіх критеріїв, які для певної компанії є ключовими.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мельниченко С. В. Методика дослідження якості обслуговування на туристичних підприємствах. *Вісник КНТЕУ*. 2012. № 1. С. 24–33.
2. Ольшанський О. В. Формування політики якості послуг на підприємствах туристичного профілю. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2014. Вип. 2. С. 240–250.

3. Мельник І. М., Химич Т. В. Сучасні підходи до оцінки якості обслуговування в готельних підприємствах. *Інфраструктура ринку*. 2017. № 14.
4. Білорус Т. В. Методичне забезпечення вибору методів оцінювання персоналу підприємства. *Формування ринкової економіки в Україні*. 2016. Вип. 35. Ч. 1. С. 43–49.

УДК 338.48

ВИКОРИСТАННЯ SMM У ПРОСУВАННІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Шикіна О. В., канд. екон. наук, доцент, доцент,
Ремігайло І. Ю., викладач,
*кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
Одеський національний економічний університет*

У сфері готельних послуг, комунікація завжди ґрунтувалася на принципі маркетингу «з уст в уста» (Word-of-Mouth Marketing) – потужного виду безкоштовної реклами, що полягає в обміні інформацією між споживачами. Раніше це включало сім'ю та друзів, які надавали поради щодо подорожей на основі власного досвіду, а також користування туристичними журналами та путівниками [1]. Однак, соціальні медіа внесли зміни в цей підхід.

Зараз своїм власним досвідом від мандрівок та проживання у засобах розміщення обмінюються зовсім незнайомі чи малознайомі люди. Відгуки на Booking.com, пост подяки у власник сторінок інфлюенсерів та комунікація через сторіз аккаунтів готелів в Instagram – це зараз обмін враженнями.

Маркетинг в соціальних мережах (SMM) на сьогоднішній день вважається одним з найважливіших інструментів просування туристичного продукту. Точніше, подорожі стали найпопулярнішою темою, що збирає багато лайків у Facebook та Instagram [2].

Люди мають природну потребу ділитися своїми новими враженнями, особливо коли мова йде про подорожі, які викликають сильні емоції. У соціальних мережах туристи збагачують інформаційний цикл своєї подорожі – від початкової мрії до відвідування пам'яток та вражень, отриманих в результаті. Майже 60% подорожуючих нині використовують соціальні медіа для планування своїх мандрівок.

Серед важливих маркетингових стратегій в соціальних мережах варто відзначити «супроводження» мандрівника-туриста на всіх етапах подорожі.

Бажання подорожувати. Соціальні медіа стають основним джерелом натхнення та вибору закладу розміщення для подорожі. Різноманітні платформи мають вплив на користувачів своїми унікальними функціями. Майже 50% користувачів Instagram використовують пошук контенту за геолокацією, а на платформі Pinterest існує безліч дошок з назвою «натхнення

для подорожей». Саме тому соціальні медіа туристичних брендів чи підприємств акцентують увагу на візуальному оформленні своїх сторінок, використанні хештегів, геолокацій та інших засобів для привертання уваги.

Бронювання послуг. Майже половина усіх турів бронюють через мобільні пристрої в Інтернеті, що представляє значну частку ринку. Міленіали активно використовують свої мобільні телефони для бронювання відпусток по всьому світу. Тому важливо адаптувати окремі елементи веб-сайту чи соціальних мереж під мобільні пристрої, налаштувати месенджер для зв'язку з відпочиваючими, включити «гарячі кнопки» миттєвого резервування і забезпечити підтримку мобільних версій. Інакше компанії стикаються з ризиком втратити користувачів.

Планування. Уявімо собі, що споживач придбав квитки на літак до Парижа та зарезервував хостел за місяць до своєї поїздки. Відтепер він бажає отримати багато інформації про цікаві місця у Парижі, куди відвідати, де смачно поїсти, на якій вулиці зробити чудове фото біля Ейфелевої вежі... І саме соціальні медіа можуть надати найкращу допомогу туристові. З цієї причини на сторінках важливо не забувати про насиченість інформацією, використовувати точні геолокації та надавати доступ до онлайн-путівників.

Активне використання смартфонів під час подорожі. Прибуваючи до місця призначення, туристи знову звертаються до соціальних мереж, щоб дізнатися, що відбувається на місці прямо зараз. На цьому етапі подорожі туристів цікавить все – останні новини, актуальні події та сторіз. Тому туристичним компаніям варто переконатися, що цю інформацію легко можна знайти на мобільних пристроях, включаючи їх основні соціальні акаунти, такі як Instagram, Twitter та Facebook [3].

Поширення. Подорож не закінчується після повернення додому. Подорожуючі активно публікують контент у своїх соціальних сторінках, щоб поділитися своїм досвідом та рекомендаціями, писати відгуки та враженнями. Особливо це стосується покоління Міленіалів. Мандрівники відмічають туристичні бренди у своїх публікаціях, створюючи таким чином безкоштовну рекламу для туристичних підприємств.

Тобто, соціальні медіа мають значний вплив на прийняття рішення щодо обрання курортного готелю. Вони стали важливим інструментом для туристів у процесі пошуку, оцінки та порівняння готельних пропозицій. Ось як соціальні медіа впливають на прийняття рішення:

Відгуки та рейтинги. Туристи активно шукають відгуки та оцінки інших подорожуючих, які вже перебували у готелі. Відгуки в соціальних мережах, таких як Facebook, TripAdvisor або Google, дозволяють отримати реальні враження та думки про готель від інших людей.

Рекомендації інфлюенсерів. Соціальні медіа є платформою, де впливові особистості, блогери та туристичні експерти діляться своїми рекомендаціями та порадами щодо курортних готелів. Ці рекомендації можуть вплинути на вибір туриста та змусити його обрати конкретний готель.

Промоакції та спеціальні пропозиції. Багато готелів використовують соціальні медіа для розповсюдження промоакцій, знижок та спеціальних пропозицій. Це може бути вирішальним фактором для туриста при виборі готелю.

Отже, соціальні медіа відіграють важливу роль у формуванні уявлення туриста про курортний готель і допомагають йому прийняти рішення. Вони забезпечують доступ до реальних відгуків та оцінок, дають можливість побачити готельний вміст, отримати рекомендації впливових осіб та скористатися спеціальними пропозиціями.

Інформація, яку турист знаходить у соціальних медіа, дозволяє йому уявити себе у готелі, оцінити його зручності та обстановку. Відгуки та рейтинги допомагають уникнути негативного досвіду та обрати готель з високою якістю обслуговування. Крім того, рекомендації впливових осіб засвідчують авторитет готелю і додають йому привабливості.

Готелі активно використовують соціальні медіа для просування свого бренду та привертання уваги туристів. Вони регулярно публікують вміст, який привертає увагу своєї цільової аудиторії, включаючи фотографії привабливих місць, розповіді про послуги та особливості готелю. Готелі також можуть організовувати конкурси, вікторини або розіграші серед своїх підписників, що сприяє залученню уваги та залученню нових клієнтів [4].

Крім того, соціальні медіа дають можливість туристам спілкуватися безпосередньо з представниками готелю, задавати питання, отримувати швидкі відповіді та зв'язуватися з іншими подорожуючими, які перебували в тому ж готелі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Шикіна О., Нечева Н. Аналіз інструментів інтернет-маркетингу національних готельних мереж України (2023). *Економіка та суспільство*, (47).
DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-82>
URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2162/2091>
2. Іоргачова М.І., Шикіна О.В., Коцюрубенко Г.М., Нечева Н.В., Ворнік А.В. (2023). *Маркетинг підприємств сфери готельно-ресторанних послуг. Ефективна економіка*, (11).
DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.11.53>
URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/2512/2548>
3. Шикіна, О., Нечева Н., Тіщенко І. (2024). Застосування digital-маркетингу в готельному бізнесі. *Економіка та суспільство*, (58). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-29>
4. Шикіна О.В. Динаміка розвитку міжнародної готельної індустрії на прикладі готельних мереж. *Актуальні проблеми економіки*. 2018. №12 (210). С. 82- 91.

ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

УДК 338.486.2-049.5"364"

БЕЗПЕКА ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

Чепурда Л. М., *д-р екон. наук., професор,
завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,*
Адаменко Є. С., *здобувач вищої освіти
ступеня доктора філософії денної форми навчання,
Черкаський державний технологічний університет*

Життєвий стандарт у кожному регіоні країни напряму залежить від того, наскільки ефективно використовуються ресурси в різних секторах національної економіки, включно з туризмом. Військові дії в Україні серйозно пошкодили туристичну індустрію, що призвело до зменшення прибутку від туризму, втрати робочих місць і зниження економічної активності. Внаслідок війни туристична інфраструктура у багатьох українських регіонах постраждала, що посилює негативні наслідки для галузі. Військові дії також підвищили рівень нестабільності і загроз безпеці в країні, що, в свою чергу, негативно вплинуло на бажання туристів відвідувати Україну, особливо її прикордонні території та зони конфлікту.

Для багатьох готельних компаній та туристичних підприємств війна також стала викликом для реорганізації та зміни бізнес-стратегій. Деякі готелі почали активніше просувати себе на міжнародному ринку, намагаючись привернути іноземних інвесторів та партнерів для підтримки відновлення туристичної галузі в Україні. Наразі особливо важливо сконцентруватися на підтримці туристичного сектору та відновленні репутації України як привабливого напрямку для відвідувачів з усього світу, ураховуючи потенційні ризики, пов'язані з поїздкою до країни.

З іншого боку, війна стимулювала розвиток внутрішнього туризму в Україні. Велика кількість українців через ускладнені логістичні маршрути та обмеження на виїзд за кордон віддали перевагу вітчизняним туристичним маршрутам. Більшість готелів та туристичних об'єктів зберегли свою зайнятість саме завдяки підтримці вітчизняних туристів.

Війна стала причиною для туристів бути більш обережними і уважними щодо своєї безпеки. Вони стали приділяти більше уваги докладному аналізу потенційних місць відпочинку, рейтингам безпеки та рекомендаціям.

Туристичні підприємства адаптувалися до нових тенденцій, розширили онлайн-послуги, започаткували цілодобову підтримку для туристів, які потребують допомоги, з метою забезпечення комфорту та безпеки для кожного.

Туристична діяльність під час війни у деяких регіонах країни є досить страшною та небезпечною справою. Тому туристичні підприємства вживають необхідні заходи для забезпечення безпеки туристів. Зокрема, найбільшої уваги підприємства туристичної галузі звертають на:

- дослідження та вивчення поточної ситуації в регіонах, які збирається відвідати турист, включно з будь-якими поточними конфліктами, і окреслення потенційних ризиків та небезпек, пов'язаних з поїздкою на цю територію;

- виділення областей високого ризику, таких як військові установи, урядові будівлі та інші потенційні об'єкти. Ці місця можуть бути більш уразливими для атак і можуть перебувати під суворим захистом;

- розробка нових надійних логістичних маршрутів та використання послуг надійних транспортних служб та місць проживання туристів;

- вивчення та розробка резервного плану на випадок надзвичайної ситуації, це включає наявність плану евакуації з території, знання розташування найближчих служб з надання допомоги та наявність контактної інформації для надзвичайних ситуацій.

Подорож під час воєнного стану в країні може бути ризикованим і складним досвідом. Однак, дотримуючись цих правил безпеки, підприємства туристичної галузі можуть убезпечити власних клієнтів.

Стосовно місць проживання та туристичних об'єктів, то до них також встановлено ряд певних вимог та правил в умовах військового стану в країні. Зокрема, для безпечного відвідування організують системи оповіщення про повітряну тривогу та загрози обстрілів. Також туристичні підприємства організують сховища та укриття для власних клієнтів. Сховища готелів та ресторанів зазвичай розташовані у підземному паркінгу, цокольних приміщеннях без вікон із захищеними природними чи штучними конструкціями та гарною вентиляцією. Там має бути евакуаційний вихід, щоб у разі завалу чи пожежі люди могли вибратися.

Бомбосховище в готелях обладнують з огляду на кількість гостей. Для цього в ньому мають бути медичні аптечки першої допомоги, запас їжі та води на декілька днів, санвузол, теплі речі, павербанки. Крім того, для зручності гостей під'єднують Wi-Fi й облаштовують місця для відпочинку.

З огляду на атаки ворога на промислові та стратегічні об'єкти, енергетична та продовольча безпека підприємств туристичної галузі часто є вирішальним чинником для гостей про заселення та відвідування, адже деяким людям необхідна електроенергія для роботи.

З урахуванням цього, об'єкти оснащуються всім необхідним, щоб працювати автономно, а саме: генератори, які забезпечують потужність, необхідну об'єкту, запаси технічної та питної води, їжі, а також альтернативні варіанти опалення – енергетичне та газове.

В умовах воєнного стану також значна увага приділяється навчанню персоналу з правил поведінки у надзвичайних ситуаціях, надання домедичної допомоги тощо. Співробітники підприємств туристичної галузі ознайомлюють кожного туриста про місцезнаходження укриттів та надають коротку інструкцію з правил поведінки під час тривоги. Готелі, ресторани та туристичні підприємства обов'язково знаходяться під посиленою охороною власної служби безпеки.

Навіть при існуючих небезпеках, з якими стикається туристична галузь, готелі та турфірми в Україні активно вдосконалюють свої стратегії, щоб забезпечити стабільність та привабливість для туристів. Держава зі свого боку веде активні дії для регулювання діяльності суб'єктів, які організовують відпочинок громадян, та створює комфортні та безпечні умови для подорожей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Тимочко В. О., Березовецький А. П. та ін. Безпека життєдіяльності та охорона праці. Практикум. Навчальний посібник. Львів: СПОЛОМ, 2022. 376 с.
2. Козинець В. Безпека життєдіяльності у сфері туризму. Навчальний посібник. Київ: Кондор, 2016. 575 с.
3. Плотнікова М. Ф., Якобчук В. П., Ходаківський Є. І., Войтенко А. Б., Колеснікова М. С. Державна політика реалізації туристичного потенціалу України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 3. С. 102–112.
4. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., та ін. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. *Вісник Львівського університету*. Серія економічна. 2022. Випуск 62. С. 178–196.
5. Каднічанський, Д., Каднічанська, М. Мілітарний туризм: проблематика термінології та класифікації. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід: Матеріали XIV Міжнародної наукової конференції, м. Львів, 9 жовтня 2020 р. Львів, 2020. С. 132-135.
6. Сак Т., Більо І., Ткачук Ю. Еколого-економічні наслідки російськоукраїнської війни. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 38. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-6>.
7. Зарубіна А., Сіра Е., & Демчук Л. (2022). Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. №41. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>.

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ СИНТЕТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ У ЦИФРОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Гладкий О. В., *д-р геогр. наук, проф., акад. НАН ВО України,
професор кафедри туризму та рекреації,
Державний торговельно-економічний університет*
Гашимов М. Ф., *аспірант кафедри туризму та рекреації,
Державний торговельно-економічний університет*

Синтетичні дослідження в галузі цифрового менеджменту передбачають комплексний аналіз взаємопов'язаного впливу окремих туристичних підприємств в межах певних дестинацій, що дозволяє оцінити інтегральний вплив різних чинників зовнішнього середовища на ефективність процесів господарювання. Вони характеризуються цілісністю підходу, комплексним врахуванням всієї різноманітності передумов і факторів, оцінкою сили впливу окремих складових зовнішнього середовища на загальний потенціал туристичних підприємств, а також орієнтацією на виявлення додаткових синергетичних властивостей окремих туристичних дестинацій. Всі вони засновані на широкому практичному використанні цифрових методів комп'ютерної обробки, верифікації, аналізу та виведення масиву даних.

В цифровому менеджменті досить гостро постає питання комплексної оцінки впливу факторів на розвиток і функціонування туристичних підприємств. Вирішення цих питань можливе за допомогою методу факторного аналізу [1; 2]. Він дозволяє звести множину часткових показників до декількох найсуттєвіших факторів, а також встановити рівень їх навантаженості. Метою факторного аналізу є представлення величини Z_{ij} – елемента матриці стандартизованих вихідних даних у вигляді лінійної комбінації деяких гіпотетичних змінних:

$$Z_{ij} = a_{i1}p_{1j} + a_{i2}p_{2j} + \dots + a_{ik}p_{kj} + \dots + a_{ir}p_{rj} + u_i p_{(r+i)j}, \quad (1)$$

де Z_{ij} – значення i -го показника впливу зовнішнього середовища на розвиток j -го туристичного підприємства, що включено в дослідження в результаті аналітичної оцінки дослідника, a_{ik} – навантаження загальних факторів на i -й показник, k – загальна кількість факторів зовнішнього середовища, p_{kj} – значення фактору впливу зовнішнього середовища для розвитку j -го туристичного підприємства, a_{ir} – навантаження характеристик факторів на i -й показник, r – загальна кількість характеристик факторів зовнішнього середовища, p_{rj} – значення характеристик фактору впливу зовнішнього середовища для розвитку j -го туристичного підприємства, u_i – навантаження характеристик факторів на i -й показник.

Слід зазначити, що особливістю факторного аналізу є розподіл факторів на загальні, тобто такі, що містять декілька високих навантажень показників, і конкретні, що містять по одному навантаженню. Такий підхід дає достовірні результати, однак через складність розрахунків застосовується переважно на ЕОМ (пакет програм Statistica 6.0 (© StatSoft, Inc., 1984-2001).

Для інтегральної оцінки впливу факторів також використовується метод кластерного аналізу. Його математичний апарат досить складний і входить до стандартного набору програм Statistica 6.0 (© StatSoft, Inc., 1984-2001). За допомогою кластерного аналізу можна виділити групи (кластери) районів агломерації, подібних за характером та інтенсивністю розвитку суспільно-географічних факторів, процесів і явищ [1; 3]. Таке групування дозволяє провести типізацію і районування регіонів агломерації.

До системних методів цифрового менеджменту туристичних підприємств відносять метод побудови нейромереж Кохоннена. Він дозволяє встановити характер та інтенсивність прояву синергетичних емерджентних властивостей функціонування туристичних підприємств на основі встановлення нелінійних залежностей між окремими елементами цілісної системи впливу зовнішнього середовища на їх розвиток.

Нейронна мережа (Neural network) являє собою сукупність нейронів, що певним чином взаємодіють між собою. Кожний нейрон має відростки нервових волокон (дендрити) двох типів: кілька дендритів, через які приймаються імпульси (вхід, x) та один, через який передаються імпульси - аксони (вихід, y). Останній контактує з дендритами інших нейронів через спеціальні утворення – синапси, які впливають на силу імпульсу. При проходженні синапсу, імпульс змінюється у певну кількість разів (ваговий коефіцієнт, w). Імпульси, що поступають до нейрону одночасно через декілька дендритів, сумуються. Якщо сумарний імпульс перевищує певне порогове значення, то нейрон збуджується, формує власний імпульс і передає його далі через аксон. За цим же принципом діють і штучні нейромережі, які дозволяють обрахувати вихідний сигнал за сукупністю вхідних з урахуванням вагових коефіцієнтів [1].

Метод Кохоннена дозволяє здійснювати багатовимірну кластеризацію впливу факторів зовнішнього середовища на розвиток туристичних підприємств за подібністю показників, які характеризують їх розвиток. Побудова таких карт передбачає упорядкування структури нейронів зазвичай у двовимірну мережу з шестикутними або прямокутними комірками. Кожний нейрон являє собою n -вимірний вектор, розмір якого визначається розмірністю вхідних векторів. На кожному кроці навчання нейромережі з вхідного набору даних обирається один з векторів, а потім здійснюється пошук найбільш схожого на нього вектору з коефіцієнтів нейронів. При цьому визначається нейрон-переможець, який найбільш схожий на вектор входу, і ідентифікує, до якого класу належить приклад. Схожість при цьому визначається як евклідова відстань між векторами. До одного кластеру включаються вектори, відстані між якими у межах групи менші, ніж до

сусідніх груп. Комп'ютерне забезпечення цього процесу розроблено компанією BaseGroup Labs і представлено пакетом програм Deductor Studio 5.5. та старшими.

Методи прогнозування у цифровому менеджменті туристичних підприємств. Прогнозування є одним із найбільш складних елементів цифрового менеджменту туристичних підприємств. Це пов'язано із недостатнім статистичним забезпеченням фактографічних методів прогнозування, із недосконалістю математичного апарату, що не враховує вплив багатофакторних коливань на розвиток об'єкту прогнозування, а також із відсутністю стійких прогнозованих трендів розвитку туристичних підприємств нашої держави в умовах запровадження військового стану та поширення наслідків пандемії коронавірусної інфекції SARS-CoV-2. Ряд фактографічних методів прогнозування (факторний, кластерний аналіз, метод нейромереж Кохоннена) був описаний нами вище. Тому, ми зупинимось лише на аналізі методу експертних (рейтингових) оцінок, який можна ефективно використати в цифровому менеджменті туристичних підприємств. Цей метод невибагливий до статистичного забезпечення і може застосовуватись в умовах відсутності чітких трендів розвитку підприємства.

Застосування цього методу базується на опитуванні широкого кола спеціалістів, бізнесменів, аналітиків ринку, управлінців та менеджерів, промисловців та підприємців, фахівців з цифрового менеджменту туристичних підприємств тощо. Оцінка прогнозу розвитку окремих туристичних підприємств в межах певних туристичних destinations здійснюється методом анкетування ряду експертів на основі бальної оцінки (10 б. – максимум, 1 б. – мінімум) перспектив розвитку того чи іншого аспекту цифрового менеджменту підприємства.

Для визначення усереднених колективних експертних рейтингових оцінок в цифровому менеджменті туристичного підприємства найчастіше використовується медіанний спосіб інтерпретації даних [5]. Всі думки експертів упорядковуються за їх величиною. Медіаною є значення, що розбиває ряд на дві частини та трактується як усереднена колективна оцінка. Аналіз отриманих даних ефективно реалізовано в комп'ютерній програмі Statistica 6.0 (© StatSoft, Inc., 1984-2001) у модулі NonParametric Statistics. За допомогою цієї програми визначено медіани оціночних рішень, верхні і нижні кватилі (які характеризують кількісні межі оцінок експертів, що знаходяться у проміжку 25% - 75% від загальної кількості респондентів), а також інтерквартильні розмахи, що визначають загальний діапазон бальної оцінки експертів.

Для перевірки репрезентативності прогнозних рішень часто розраховують коефіцієнт конкордації, що визначає рівень стійкості (узгодженості) оцінок експертів в галузі цифрового менеджменту туристичного підприємства і має такий формалізований вигляд:

$$w = \frac{12 \sum (n(m+1)/2)^2}{n^2(m^3 - m)}, \quad (2)$$

де w – коефіцієнт конкордації, n – кількість експертів, m – кількість можливих варіантів оцінки (або кількість параметрів).

Коефіцієнт конкордації може приймати значення від 0 до 1. Якщо $w=0$, то думки експертів абсолютно неузгоджені, якщо $w=1$, то думки експертів повністю співпадають. Отже, якщо коефіцієнт конкордації є меншим за певне порогове значення ($w=0,3 - 0,4$), то рівень узгодженості думок експертів є недостатнім.

Застосування наведених вище методів синтетичних досліджень та прогнозування у цифровому менеджменті туристичних підприємств, на думку ряду вчених [1; 4], комплексно висвітлює механізми формування додаткового прибутку підприємця та враховує всі аспекти цифрового менеджменту в галузі туризму. Їх використання в цифровому менеджменті туристичних підприємств є науково-обґрунтованим та методично доцільним.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мезенцев К. В. Регіональне прогнозування соціально-економічного розвитку. К.: ВПЦ „Київський університет”, 2004. 82 с.
2. Основи методології та організації наукових досліджень: навч. посіб. для студентів, курсантів, аспірантів, ад’юнктів ВНЗ. М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка ; [авт.-упоряд.: А. Є Конверський, В. І. Лубський, Т. Г. Горбаченко та ін.] ; за ред. А. Є. Конверського. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 351, [1] с.
3. Kothari C. R. Research methodology. Methods and techniques. New age international limited, publishers, 2004. 418 p.
4. Tkachenko Tetiana, Hladkyi Oleksandr, Bilyk Vladyslav, Chernega Olena, Lositska Tetiana. Digitalization as a reputation management tool for tourist destination // Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2022. P. 371-383.
5. Tourism Research Methods. Integrating Theory with Practice. Edited by Brent W. Ritchie, Peter Burns, Catherine Palmer. CABI Publishing, 2005. 235 p.

УДК 658.114: 640.4] – 043.86 (477)

ПЕРСПЕКТИВНІ ВАЖЕЛІ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ ЗАКЛАДІВ ГОСТИННОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Герман І. В., старший викладач
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Черкаський державний технологічний університет

Готельно-ресторанний бізнес є одним із самих динамічних та тих, що швидко розвиваються у сфері гостинності в Україні та у всьому світі. За останні декілька років у зв’язку з широкомасштабним військовим вторгненням росії готельний бізнес після локдауну переживає війну та блекаут. Безумовно, все це вплинуло на сервіс надання готельних послуг.

Питання безпеки, Інтернет технологій стали важливими важелями для всіх готельєрів. Крім того, зростаюча обізнаність людей у питаннях сталого розвитку, свідомого споживання, здоров'я та догляду за собою задає нові вимоги до стандартів. Незважаючи на введення воєнного стану в Україні, багато готельєрів з нетерпінням чекають на перемогу і з оптимізмом дивляться у майбутнє. Є чітке розуміння того, що шлях до відновлення у сфері гостинності повинен буде пройти через обов'язковий стан введення певних обмежень на обсяги надання готельних послуг та кардинального скорочення витрат і ресурсів. А головна мета – не закритися до перемоги, зберегти об'єкти та робочі місця. Таким є висновок онлайн-опитування українських готельєрів, проведеного Асоціацією готелів та курортів України (АГУ) за підтримки Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ). В дослідженні взяли участь 89 об'єктів. Більшість з них – господарства Києва, Київської, Львівської та Одеської областей. Оператори Сумської, Миколаївської областей взагалі не брали участі в опитуванні. Очевидно, це можна пояснити тим, що вони знаходяться в районах найбільш активних бойових дій і не мали можливості проводити аналітичну роботу в період опитування [1]. Як показують результати соціального опитування, більшість готелів продовжують працювати, незважаючи на невизначеність, спричинену війною (67%), 32% – це частка підприємств, які призупиняли роботу, далі у квітні-липні 2023 року був період відновлення роботи. Однак певна кількість готелів і досі зачинені. На сьогодні ринок гостинності поділений на категорії.

По-перше, готелі у «відносно безпечних районах» постраждали від тимчасового надлишку попиту через стрімку хвилю міграції зі східної та центральної частини країни. Переважно це були заклади розміщення у Львівській, Івано-Франківській, Чернівецькій, Закарпатській, Вінницькій та Полтавській областях.

По-друге, готелі, які не перебували в зоні активних бойових дій, але структура попиту на які кардинально змінилася. Відтік і втрата персоналу через міграцію українців у пошуках безпеки суттєво вплинули на роботу об'єктів, у тому числі у сфері обслуговування. До них належать Київ, Одеса, Запоріжжя, Дніпро, Житомир, Хмельницький, Рівне, Кропивницький та Черкаси.

По-третє, готелі, які розташовані на окупованій території або в зонах активних бойових дій. (Харківська, Чернігівська, Сумська, Херсонська, Миколаївська, Запорізька області). При цьому, незалежно від ситуації на території на момент складання звіту (звільнена, продовження окупації), фізичний стан об'єктів розміщення є критичним, а в деяких випадках неможливим для відновлення. Через бойові дії туристичні потоки в Україні змінилися [2].

У 2023 році головною тенденцією на готельному ринку України, за словами Юлії Косенко, операційної директорки компанії Ribas Hotels Group, стала зміна концепції туристичних напрямків. «За показниками літній сезон перевищив гарні зимові сезони, навіть середня ціна була подібна до

зимової» – розповідає Юлія Косенко. За літній період 2023 року Буковель очолив три ключові показники – заповнюваність, середньо-добову вартість номера (ADR) та дохідність номера (RevPAR), що становило 78%, ADR – 3878 гривень, а RevPAR – 3041 гривню. У 2022 році відповідні показники зафіксовані на рівні 50%, 1810 гривень і 908 гривень. Іншими словами цей показник зріс більше ніж у 1,5 рази, ADR – більше ніж удвічі, а RevPAR – більше ніж утричі. Для порівняння – Львів, цього літа у готельному секторі має завантаження – 54% (проти 50% у відповідному періоді 2022 року). Одеса завершила сезон із такими показниками: завантаження готелів міста – 29%. Влітку 2023 року в усіх цих випадках відпочивальники переважно обирали безпечні західні напрямки [2].

Україна завжди прагнула до залучення нових інвестицій і своєї привабливості для потенційних інвесторів. Майже усі зараз розуміють, що Україна є частиною європейського суспільства. Про надзвичайне зростання інтересу до нас свідчить кількість міжнародних опитувань, згідно з якими кожен другий європеєць і кожен сьомий американець мають намір відвідати Україну. Європейська Бізнес Асоціація та Global Business for Ukraine, спільно з Ukraine Invest, представили карту інвестиційних та бізнес можливостей України. Так потенційні інвестори можуть дізнатися про наявні інвестиційні можливості в різних регіонах України, їх деталі та характеристики, а також залишити заявку у разі зацікавленості. Крім того, карта містить інформацію про регіони України. За даними Мінекономіки, наразі на карті розміщено 81 проєкт, які охоплюють 14 галузей: сільське господарство, будівництво, транспорт і логістику, переробну, харчову, паливну, легку та важку промисловість, туризм, освіту та інше [3].

Протягом поточного року Урядом запропоновані наступні програми: доступні кредити, мікрогранти для бізнесу. Крім того, продовжує працювати програма «Доступні кредити 5-7-9». Державою виділено 18 мільярдів гривень на інфраструктуру і довкілля. Ще однією дуже ефективною програмою є мікрогранти для бізнесу, які мають допомогти українцям стимулювати економічну активність [1]. Багато підприємств, включаючи книгарні, кав'ярні, пекарні, малі виробництва, отримали гранти, що допомогло створити або розвинути понад 7000 підприємств по всій країні. Це найкраща інвестиція для людей, які мріють про власну справу та вірять у майбутнє, навіть якщо вони втратили роботу, або були змушені переїхати до нового міста чи країни через війну. 1,4 млрд. грн. виділено на гранти для розвитку бізнесу у 2024 році. В рамках ініціативи «EU4Business», що фінансується Європейським Союзом та урядом Німеччини, виділено 100 грантів у розмірі до 10 000 євро для відновлення мікро-, малих та середніх підприємств (ММСП) [1]. В свою чергу, асоціацією готелів та курортів України (UHRA) проведено конференцію щодо стану виконання пунктів плану роботи по категоризації готелів та інших засобів розміщення за 2022-2023 роки. Узгоджено подальшу спільну роботу ДАРТ та UHRA.

Таким чином, розвиток готельно-ресторанної індустрії в Україні є перспективним сектором завдяки сприятливим умовам та багатим рекреаційним ресурсам, але залишається низка проблем, які стримують розвиток готельно-ресторанного бізнесу, серед яких законодавча база та нестабільна економічна і політична ситуація в країні. Тому основними викликами є стабілізація надзвичайного стану в країні, налагодження економічної та політичної ситуації, оновлення та вдосконалення нормативно-правової бази та управління готельно-ресторанним бізнесом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Виторг готелів Києва зріс удвічі, Буковеля - втричі за результатами літа 2023 року - Hotel Matrix. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/937744.html>.
2. Готельна індустрія: тренди якісного сервісу у 2023 році. URL: business.diiia.gov.ua/cases/antikrizovi-risenna.
3. В Україні з'явилась Карта інвестиційних можливостей в розрізі кожної області. URL: <https://eba.com.ua/v-ukrayini-z-yavylas-karta-investytsijnyh-mozhlyvostej-v-rozrizi-kozhnoyi-oblasti>.

УДК 338.48

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

Колісниченко Т. О., канд. техн. наук, доцент,
доцент кафедри харчових технологій та готельно-ресторанної справи,
**Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного**

На сьогоднішній день в умовах російсько-української війни туристична галузь в Україні зазнала величезних втрат як через відсутність туристичних потоків, так і через втрату туристично-рекреаційного потенціалу на окупованих територіях, які потерпають від бойових дій. Післявоєнне відновлення індустрії туризму вимагає величезних капіталовкладень та активного сприяння туристичному потоку, щоб якнайшвидше відновити та перебудувати індустрію туризму.

Однак враховуючи вище зазначене, досить актуальним і одним із першочергових завдань є висвітлення питань особливості функціонування туристичної індустрії в умовах війни з позиції практичного підходу. У зв'язку з надзвичайністю подій, що відбуваються в Україні, розвиток туризму набуває великого значення для відновлення національної економіки. Це питання переходить з теоретичного на практичний аспект[3]. Вже понад два роки українці живуть в умовах постійного стресу – у країні триває війна.

Психологічне виснаження від безлічі постійних повітряних тривог і вибухів навіть тим, хто перебуває у відносній далі від зони бойових дій, є природним і поширеним явищем.

Не зважаючи ні на що індустрія туризму продовжує працювати попри ведення воєнних дій в нашій державі. До того ж в умовах закритого авіапростору, туроператори змогли налагодити логістику для міжнародних поїздок, тому українці найчастіше чим у попередні роки обирають відпочинок у нашій країні, а іноземні туристи знову починають цікавитися курортами у західних областях України.

Попит на подорожі серед українців поступово відновлюється, але все ще значно нижчий, ніж до початку повномасштабного вторгнення. За даними внутрішньої статистики туроператора Join UP, у 2023 році послугами компанії скористались 235 073 туристів, що на 48% більше, ніж у 2022 році, але все ще вчетверо менше, ніж у 2021 році.

Скорочення термінів планування – індикатор того, що люди не впевнені у майбутніх можливостях. Інше підтвердження цього тренду – істотне збільшення запитів «сьогодні-на-завтра». Для туроператорів та їх партнерів це означає додаткову вимогу гнучкості та необхідність швидко реагувати. Зменшення часу на планування свідчить про те, що люди не впевнені щодо майбутніх можливостей. Ще одним підтвердженням цієї тенденції є значне зростання запитів «сьогодні на завтра». Для туристичних агентств та їхніх партнерів це означає додаткові вимоги до гнучкості та швидкої реакції.

Окрім вищезгаданих факторів, на інтерес позитивно впливає загальний інтерес до природи, історії та культури країни. Що стосується характеру бронювання, то тут також є деякі зміни. Наприклад, українці почали частіше подорожувати поодиночі, з друзями чи родиною, але групових замовлень значно скоротилося.

Запити на подорожі з домашніми тваринами систематично зросли, і тепер їх ще неохоче залишають вдома одних. У результаті готелі оновили свою політику, щоб дозволити більше відвідувачів із тваринами. Також можна відзначити, що одним з популярних запитів цього року стало автономне електропостачання. До того ж готелі України підготувалися до нових умов – за всіма популярними зимовими напрямками є пропозиції у закладах розміщення із власними генераторами, що дозволяє забезпечити комфортний відпочинок за будь-яких обставин в енергетиці.

Закордонні тури, які були лідерами продажів на початок повномасштабного вторгнення були основним лідером продажів, значно ускладнені. Однак, ті, у кого є можливість поїхати за кордон, можуть здійснити свою подорож на гірськолижні курорти, в європейські столиці або південні пляжі.

Враховуючи останні тенденції, відновлення туризму було слабким, але ми відзначаємо значну невизначеність щодо майбутніх перспектив та інвестицій у цю сферу. Зважаючи на безпрецедентні події, які відбуваються в

Україні, питання розвитку туризму є дуже важливим у контексті відновлення національної економіки та переходить від теорії до практики.

Під час війни в країні достатньо важко робити довгострокові прогнози – багато чинників залишаються невідомими. З одного боку, у нас сильно зруйнована інфраструктура, житловий фонд, підприємства, що впливає на рівень життя наших громадян, а з іншого – інтерес ЗМІ до України, який після війни можна перевести в туристичний бренд.

Таким чином, після того, як ми розгромимо країну-агресора, скоро відновиться в'їзний туризм. Для цього принаймні є передумови, хоча потрібні якісні маркетингові кампанії в різних країнах, щоб заохотити іноземців відвідати нашу країну. Що стосується виїзних поїздок, то тут головними факторами є швидкість відновлення економіки та відкриття аеропортів. У будь-якому разі туризм розвиватиметься, тому що навіть у найскладніших умовах у людей залишається бажання подорожувати. Загалом, варто зазначити, що позитивне відновлення діяльності суб'єктів туристичної індустрії порівняно з періодом, коли весь туристичний бізнес припинився через повномасштабне вторгнення ворога на територію України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? *liga.net*, 2022. URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>.
2. Зарубіна А., Сіра Е., & Демчук Л. (2022). Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, (41).
3. Машіка, Г., & П'ятка, Н. (2022). Особливості функціонування суб'єктів туристичної індустрії в умовах війни. *Економіка та суспільство*, (44). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-70>
4. How the war in Ukraine will affect European tourism. *globetrender.com*, 2022. URL: <https://globetrender.com/2022/04/28/how-the-war-in-ukraine-will-affect-european-tourism>.
5. Приседська В. Як переживає війну туристична галузь. *bbc.com*, 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-62004034>
6. У відпустку після перемоги. Як турбізнес виживає під час війни. URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/vidpustku-pislya-peremogi-k-turbiznes-vizhivae-1663770271.html>.
7. Фастовець О. О. Сфера туризму у повоєнний період: досвід для України. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 40. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1481/1427>

ІСТОРИЧНЕ КРАЄЗНАВСТВО ЯК РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

УДК: 82-992(477.46-751.3Тарасова гора) «18»(092)

СПОГАДИ ПРО ІВАНА ЯДЛОВСЬКОГО У НАРИСАХ ПРО ПОЇЗДКИ НА МОГИЛУ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА КІНЦЯ ХІХ–ХХ СТОЛІТЬ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ

Авраменко В. П., *завідувачка сектору «Історія Шевченкової могили»,
Шевченківський національний заповідник*

В історію Тарасової гори закарбувалося багато особистостей, які доклали неабияких зусиль для збереження місця вічного спочинку видатного українця – талановитого художника й геніального поета Тараса Шевченка. Саме такою людиною був Іван Олексійович Ядловський (1846–1933), який з 1884 року, майже півстоліття свого життя, доглядав за могилою Тараса Шевченка і був похований неподалік від цієї Святині.

У 1884 році завдяки наполегливим клопотанням Варфоломія Шевченка (троюрідного брата Тараса Шевченка), а також передових українських громадських діячів – членів організації Стара Київська Громада, на зібрані народні кошти, з метою впорядкування місця вічного спочинку поета, на могилі Тараса Шевченка було встановлено чавунний хрест-пам'ятник і збудовано хату для сторожа. В одній половині оселі жив багатолітній хранитель Шевченкової могили Іван Ядловський разом зі своєю родиною, а в іншій кімнаті-світлиці викладач Канівського двокласного училища Василь Гнилосиров разом з іншими подвижниками створили перший народний музей Тараса Шевченка – «Тарасова світлиця». З часом до хати було добудовано ще дві кімнати для прочан.

Іван Ядловський був доглядачем могили, садівником, екскурсологом на Тарасовій горі. Доля йому дарувала можливість зустрічатися з визначними, неординарними людьми свого часу: письменниками, композиторами, художниками, громадськими діячами, які приїздили до Канева на могилу свого духовного взірця Тараса Шевченка. Іван Ядловський залишив глибокий слід у пам'яті цих людей. Це засвідчують їхні спогади, подорожні нариси, присвячені поїздкам до Канева.

У 1884 році могилу духовного батька Тараса Шевченка відвідав педагог, громадсько-політичний діяч Олександр Барвінський. У нарисі під назвою «На Україні. Споминки і враження з подорожі написав Ол. Барвінський» привертає увагу опис хати та згадки про сторожа Івана Ядловського: «Мы пошли въ хату поставлену для сторожа. Хата гарна и простора; по одной сторонѣ пекарня, въ котрой молода хазяйка поралась коло

вечерѢ, по другой свѣтлиця. На лавѢ лежало остатне виданы Шевченкового «Кобзаря». Хазяинь Ивань Йодловскій, канѢвській мѢщанинь, чоловѢкъ розумный, письменный, зробивъ на мене вельми миле вражѢнье. Почувши, що я зъ Галичини, онъ вельми зрадѢвъ, що я зъ далекого краю приѢхавъ звѢдати могилу Тараса, отдану подъ его опѢку. Спершу пошла бесѢда про его семью и газдовство, а оттакъ почавъ Йодловскій розказувати про свои работы коло могилы, коло деревины, насажденной навкруги неи, оттакъ, поки ще було видно подавъ ему п. Якубенко плянь украшеня садка довкола могилы и поручивъ поробити потрѢбни подготовленя що-до поставленя зелѢзной решѢтки на могилѢ. Вже добре змеркалося, якъ мы вошли назадъ у хату, де насъ щирый хазяинь угостивъ смаженою рыбою, овочами та кавунами зъ свого огорода и добрымъ чаемъ» [1, с. 1].

У 1939 році в газеті «Діло» було надруковано нарис «На Тарасовій могилі» українського філолога, письменника, громадського діяча Кирила Студинського. Твір містив спогади про Громадську мандрівку до Канева у 1887 році, організовану композитором Миколою Лисенком. Саме Микола Лисенко познайомив Кирила Студинського (на той час – студента академічної гімназії у Львові) з Іваном Ядловським: «А тепер зайдемо до світлиці та привітаємося з господарем і ключарем цього святого місця! – сказав музика. [...] Тут привітав Лисенка й мене молодого Йодловський, що жив у хаті праворуч сіней. У першій світлиці подав нам ключар могили чай» [5, с. 7]. У нарисі письменник почесно називає Івана Ядловського – «ключарем найбільшого скарбу України» [5, с. 7].

Надзвичайно поетичний, глибоко психологічний нарис «Шевченкова могила» написав у 1890 році письменник Михайло Коцюбинський. Твір Михайла Коцюбинського – є безцінним джерелом інформації про хатину сторожа в цей період: письменник її описав і змалював. Він розповів про розкішний сад поряд з могилою, який насадив Іван Олексійович, подав детальний опис «Тарасової світлиці», згадав добрим словом і сторожа: «В світлиці тій можна переночувати, попросивши у сторожа свіжого сіна. В нього ж можна дістати й що-небудь з'їсти» [2, с. 313].

Те, що Іван Ядловський був відомою людиною в колі української інтелігенції, підтверджує й нарис педагога, письменника, перекладача Миколи Чернявського «Шевченкова могила: спогади» (1906–1918). У листі до Бориса Грінченка у травні 1906 року Микола Чернявський написав про свій намір відвідати Канів. Згодом у своєму нарисі автор згадує відповідь товариша: «У Каневі, – казав Борис Грінченко, напучаючи мене в подорож, – питаєте людей, що возять з пристані до Шевченкової гори. Дасте їм карбованця, то вони й на другий день приїдуть за вами, щоб узяти знов на пароплав. Ця справа там уже добре налагоджена. На самій могилі єсть такий дідусь – Іван. Він все зробить, що треба» [6, с. 299]. У спогадах Микола Чернявський дав коротку, але влучну характеристику хранителя Шевченкової могили: «Йдемо до хати, щоб покласти мої речі. На порозі зустрічає нас

високий, гарний на вроду і привітний дідусь. Це й єсть давній і незмінний доглядач могили дід Іван» [6, с. 304].

«У батька Тараса в гостині» так назвав свій нарис громадський і політичний діяч Іван Липа. Влітку 1891 року він, будучи студентом Харківського університету, разом зі своїми друзями відвідав могилу Тараса Шевченка. Молодь приїхала щоб отримати благословення до дій у створенні політичної організації «Братерство Тарасівців», а хата сторожа стала тією оселею, яка їх привітно зустріла. «Тим часом сторож зварив нам смашного кулішу, нагрів самоваря. Усі посідали їсти, та й завели перегода розмову про Тараса й про його могилу», – згадував Іван Липа [4, с. 94].

Неодноразово Тарасову гору відвідував науковець, письменник, художник Володимир Різниченко. У 1928 році в журналі «Червоні квіти» було надруковано нарис «Шевченкова могила (з дорожніх нотаток)», в якому теж згадується зустріч з Іваном Ядловським: «Цікаво поговорити з дідом, бо сторожував він тут багато 47 років, той може розповісти багатенько. [...] Казав дід, що не було тут нічого, а потім сам уже садок розвів. Важко було поливати. Разів по двадцять два на день ходив він до Дніпра по воду. За бесідою не зчулися як і вечір надійшов... Ми сиділи на ганкові, дивились на могилу й слухали діда. Дід виніс з хати кавуна. Ми підвечеряли й почали збиратися у дорогу» [3, с. 9].

Отже, спогади у нарисах всебічно розкривають діяльність Івана Ядловського, яка була пов'язана з розвитком туристичної справи в Україні: в хатині сторожа було створено народний музей Тараса Шевченка; у ній були кімнати для прочан, де вони могли зупинитися на нічліг, випити чаю, завареного за рецептами Івана Ядловського, скуштувати страв; сторож міг полагодити взуття відвідувачам, збите в далекій дорозі; він вирізував різні вироби з дерева і ці сувеніри дарував людям на згадку; Іван Ядловський був мудрим співбесідником і екскурсоводом. Місія цієї людини була надзвичайною в історії Тарасової гори та розвитку паломництва до неї.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барвінський О. На Україні. Спомини і враження з подорожі. *Діло*. Львів, 1885. Ч. 114, вівторок 15 (27) жовтня, Річник VI. 4 с.
2. Коцюбинський М. Шевченкова могила. М. М. Коцюбинський. *Твори у 2-х томах. – Т. 2: Повісті та оповідання (1907–1912). Статті та нариси*. Київ: Наукова думка, 1988. 496 с.
3. Різниченко В. Шевченкова могила: з дорожніх нотаток. *Червоні квіти*. 1928. № 5. С. 7-9.
4. Степовик Іван. У батька Тараса в гостині. *Зоря*. Львів, 1892, Ч. 5, Р. XIII, 1(13) березня. С. 91-94.
5. Студинський К. На Тарасовій могилі. *Діло*, Львів, 1939. № 56, 12 березня. 24 с.
6. Чернявський М. Твори: у 10-ти томах. Т. 4. Душа поета: Повісті й оповідання. Харків: Рух, 1928. 391 с.

АРХІТЕКТУРНИЙ СТИЛЬ УКРАЇНСЬКОГО БАРОКО ЯК РЕСУРС РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА СЕРЕДНІЙ НАДДНІПРЯНЩИНІ

Дарчик М. А., аспірант (PhD),
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Стилю Бароко, як напрямку в мистецтві XVII-XVIII ст., наслідує Українське (також Козацьке, Мазепинське) бароко, що набуло поширення на українських землях, умістивши в собі риси європейського стилю бароко та української народної архітектури. Українське бароко, як національний культурно-мистецький феномен, має яскравий архітектурний прояв у особливому стилі побудови, переважно, сакральних, і цивільних споруд та стійку регіональну прив'язку до земель, на території яких, даний стиль розвивавсь та набрав найбільшого поширення – це землі колишньої Гетьманщини (Війська Запорозького) та регіону Слобожанщини. Основною частиною земель Гетьманщини були землі історико-етнографічного регіону Середньої Наддніпрянщини (часто, Середнього Подніпров'я або Придніпров'я). Саме тут, на землях південної Київщини (включно з Києвом), Черкащини, Полтавщини та прилеглих місцевостей інших областей, відповідно до етнографічного районування С. Макарчука [1], відбувались головні історичні, культурні та державотворчі процеси. Тому, на землях Середньої Наддніпрянщини, як ядра земель колишньої Гетьманщини, розташована найбільша кількість споруд у стилі Українського бароко.

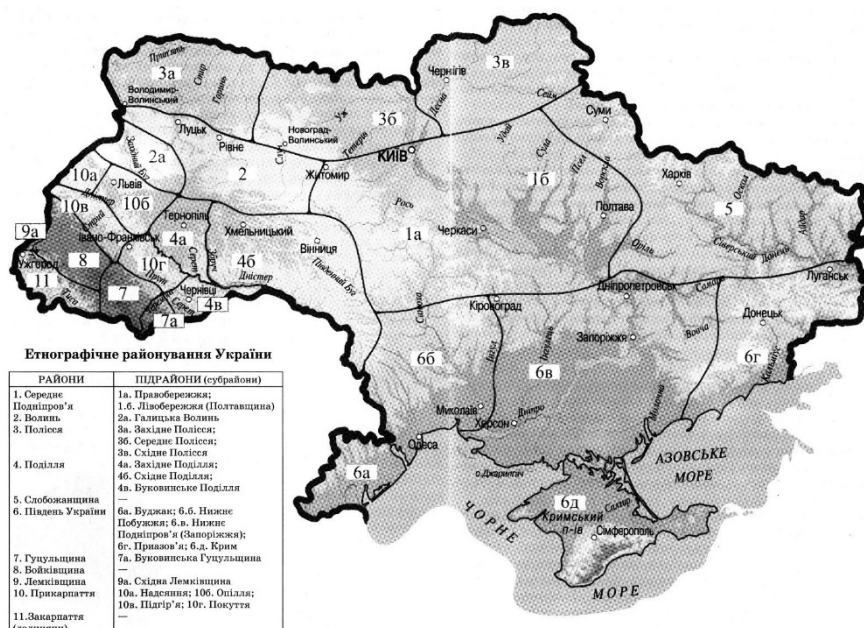


Рисунок 1. Етнографічне районування України [1]

Найвідомішими та найвидатнішими прикладами архітектури стилю Українського бароко на Середній Наддніпрянщині є Софіївський собор, Успенський собор Києво-Печерської лаври, Свято-Покровська Подільська церква, Кирилівська церква, Церква Спаса на Берестові, Георгієвський собор Видубицького монастиря у Києві, Покровська церква у Сулимівці, Спасо-Преображенська церква у Великих Сорочинцях та Іллінська церква у Суботові, проте, загалом, кількість пам'яток значно більша.

Українське бароко, завдяки своєму унікальному характеру та різноманітній культурно-мистецькій спадщині, може стати важливим туристичним ресурсом для розвитку внутрішнього та іноземного туризму в Україні, сприяючи підвищенню туристичної привабливості регіону у повоєнний період. Так, Софіївський собор та церкви Києво-Печерської лаври вже є візитівками Києва, а Іллінська церква у Суботові на Черкащині є одним з впізнаваних символів області та зображена на зворотній стороні української банкноти вартістю 5 гривень [2].



Рисунок 2. Лицьова та зворотня сторони банкноти вартістю 5 гривень [2]

З метою використання потенціалу Українського бароко для розвитку туризму на Середній Наддніпрянщині, пропонується створення комплексної програми маркетингу, спрямованої на підвищення усвідомленості громадськості про власну історичну спадщину та підвищення привабливості цих об'єктів для відвідувачів. Ключовими моментами в стратегії популяризації мають стати акценти на спадщину козацьких часів та регіональну ідентичність. За умови системного підходу та інтенсивних заходів можна досягти повного використання потенціалу Українського бароко для розвитку туризму на Середній Наддніпрянщині. Також, необхідно забезпечити належний догляд та збереження за пам'ятками Українського бароко. Одним з засобів збереження може бути оцифрування пам'яток, що дозволить зберегти їх у віртуальному вигляді у разі зруйнування, що особливо актуально в період повномасштабного російського вторгнення та, пов'язаними з цим, ризиками. Так, Департамент культури та туризму Київської ОВА повідомив про майбутній проєкт оцифрування козацьких церков Київщини. Зі слів директорки департаменту, Анни Куценко, унаслідок російської агресії було зруйновано або пошкоджено 29 культових споруд, 9 з яких вже вдалось відновити [3].

ЛІТЕРАТУРА

1. Історико-етнографічні райони України : навч. посібн. / С. А. Макарчук. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. 352 с., 53 іл. С. 38-39
2. Банкнота номіналом 5 гривень. Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/ua/uah/obig-banknote/5_2015 (07.02.24)
3. Козацькі церкви Київщини оцифрують. URL: <https://koda.gov.ua/kozaczki-czerkvy-kyuivshhyny-oczyfruyut/> (09.02.24)

УДК 725.94 Шевченко

ДИТЯЧА ТЕМАТИКА В МОНУМЕНТАЛЬНІЙ ШЕВЧЕНКІАНІ

Паламарчук І. Я., *старший науковий співробітник,
Шевченківський національний заповідник*

Пам'ять про великого сина рідної землі увічнена в монументах, встановлених поету в різних куточках світу. Кожен скульптор прагне створити унікальний пам'ятник зі своїм емоційним та інформаційним наповненням. Для ширшого розкриття особистості Т. Шевченка при створенні скульптурних робіт автори використовують українську символіку, вводять додаткові композиційні ряди, роблять акцент на певній тематиці тощо.

Умовно в окрему групу можна виділити пам'ятники Т. Шевченку, де дитяча тематика займає провідне місце або слугує додатковим компонентом, який акцентує увагу на розкритті історичного та соціального аналізу подій. У свою чергу цю групу пам'ятників та пам'ятних знаків можна поділити на підгрупи. Одна з них фокусується на біографічному аспекті, де основна увага зосереджена на дитинстві поета. Розкриваючи індивідуальність дитини, скульптори одночасно відтворюють загальні соціальні проблеми того часу. З одного боку перед нами доля Тараса-дитини, з іншого – узагальнена картина важкого існування дітей-кріпаків.

Найбільше пам'ятників та скульптурних композицій із зображенням малого Тараса представлено на Черкащині, адже саме тут пройшли дитячі роки майбутнього поета.

Одним із перших пам'ятників, де розкривається згадана тема, є погруддя Т. Шевченка, яке стояло на його могилі з 1923 до 1939 року. Скульптор Калень Терещенко за основу для своєї роботи використав збережену нижню частину чавунного хреста, який було встановлено на могилі поета в 1884 році, з барельєфом Т. Шевченка, доповнивши її ще трьома власними барельєфами. На одному з них – сюжетна композиція «Тарас в науці у дяка».

Скульптурні образи Тараса-дитини (1991) авторства Анатолія Куща в с. Шевченкове Звенигородського району «Тарас малює», «Тарас мандрує», «Мені тринадцятий минало» розкривають цілеспрямованість хлопчини, його нестримний пошук у здійсненні мрії, любов до літератури і малювання.

У м. Лисянці Звенигородського району засобами скульптурної композиції (2007–2008) відображено епізод із життя хлопчини, коли Тарас хотів навчатися малювати у дякона-маляра у цьому містечку, а насправді опинився в ролі наймита і змушений був носити воду.

На пам'ятному знаку з граніту в с. Гуляйполі Катеринопільського району (2018) зображено Тараса з волами та цитату з повісті «Наймичка»: «В рік найніжнішої моєї юності (мені було років десять) я чумакував з моїм небіжчиком батьком. Вийжджали з Гуляйполя... От ми взяли соб, переїхали вбрід Тікич, піднялися на гірку...». Саме через Гуляйполе хлопчик їхав із батьком у Крим по сіль.

Ще один пам'ятний знак, встановлений в м. Бориспіль Київської області (ск. О. Скобліков, Є. Скоблікова, Ю. Новохатько, І. Молід, В. Махнієнко; 1994), зображає малого Тараса поряд із кам'яною стелою, на якій – портретне зображення Т. Шевченка і рядки із поеми «[Сотник]», де згадується дане місто.

Також можна виокремити історичний аспект досліджуваної тематики. Створюючи монументальний образ поета, скульптори звертаються до історії України, традицій та звичаїв українського народу, що надає можливості глибинного розкриття постаті Т. Шевченка. До цієї підгрупи можна віднести пам'ятники зі скульптурними зображеннями хлопчиків-поводирів, які супроводжували кобзарів. У цих композиціях поєднана українська минувшина, яку уособлює образ сліпого кобзаря, та майбутнє, втілене в дитині, яка переймає досвід старшого покоління. Постать Т. Шевченка – символ єднання минулого, сучасного і майбутнього.

Хлопчик-поводир зображений на стелі, яка доповнює пам'ятник Т. Шевченку в с. Старі Кути Косівського району Івано-Франківської області (ск. Василь Одрехівський, Володимир Одрехівський; 1994); серед героїв скульптурної композиції біля підніжжя постаменту пам'ятника поету в м. Дубно Рівненської області (ск. О. Скобліков; 1991) та м. Надвірна Івано-Франківської області (ск. В. Гурмак, арх. В. Черкес; 1994) є образ хлопчика-поводиря; зображення хлопчика з кобзою присутнє на пам'ятному знаку в м. Жовква Львівської області (ск. Я. Мотика; 1995).

Традиційно поряд із кобзарями зображають хлопчиків-поводирів. Але поводирями були і дівчатка. Цікавий у цьому плані пам'ятник Т. Шевченку (1966) в с. Ісківці Лубенського району Полтавської області. Після сучасної реставрації постаменту на ньому з'явилася репродукція портрета 90-річного кобзаря Самійла Яшного з Миргорода, написаного у 1903 році Опанасом Сластіоном. Поряд із кобзарем – маленька дівчинка-поводир босоніж у національному вбранні. Поки кобзар співає, дитина притулилася до його руки.

У багатьох своїх творах Т. Шевченко описує трагічність існування українських родин в умовах кріпаччини, тяжку жіночу долю і безрадісне життя маленьких українців.

Жінку з немовлям на руках зображено на стелі біля погруддя поету в с. Настасів Тернопільського району Тернопільської області (ск. Я. Павуляк; 1969) і в м. Олександрія Кіровоградської області (2000-ті рр.); на постаменті

пам'ятника в смт. Єзупіль Івано-Франківської області (ск. В. Довбенюк; 2000); на плиті біля постаменту погруддя Т. Шевченку в смт. Івано-Франкове Дрогобицького району Львівської області (ск. В. Грицак; 2005) та його авторського варіанта в с. Літиня Дрогобицького району Львівської області (2008); в композиційному ряду, який доповнює пам'ятник поету в м. Яворів Львівської області (ск. П. Штаєр, П. Чепель, арх. С. Лукашик, Л. Новосілець; 1996) і згаданий вже раніше пам'ятник поету в с. Старі Кути Косівського району Івано-Франківської області.

Величний і художньо довершений львівський пам'ятник поетові (1992, 1996; ск. А. Сухорський, В. Сухорський, арх. Ю. Діба, Ю. Хромей): зображення постаті Т. Шевченка доповнює стела у формі хвилі. Композицію увічнює Оранта, під покровом якої – постаті історичних, державних, культурних діячів. Два архангели з сурмами сповіщають про воскресіння України.

Друга частина хвилі – це історія України з її героями, які боролись за незалежність України. Тяжка жіноча доля представлена образом жінки-матері, яка пригортає до себе немовля. Попри скруту, попри тяготи життя, українська жінка виступає берегинею роду, піклуючись про найдорожче – про свою дитину. По центру – образ кобзаря. Попереду нього стоїть хлопчик-поводир, образ якого символізує майбутнє української нації.

Ще одна підгрупа пам'ятників зображає безпосередньо Т. Шевченка з дітьми, яких поет дуже любив. У поемі «Княжна» він писав: «Діти! Велика Божа благодать!» [1; с. 27].

Вінницький пам'ятник (ск. В. Цісарик, автор проєкту А. Гайдамака; 2014) відтворює гармонію спілкування молодого поета з дітьми: хлопчиком та дівчинкою. Скульптурні постаті досить динамічні. Розмова підсилена жестами рук. Хлопчик у вишиванці виявляє зацікавленість роботами Т. Шевченка, вказуючи на них лівою рукою. Митець у спокійній манері, про що свідчить вся його постава, пояснює дітям творчий процес. Увага дівчинки прикута до художніх робіт. Вона бере активну участь в обговоренні, на що вказує жест її руки. На шиї дитини – зразки доброго намиста.

У м. Балаклія Харківської області пам'ятник (ск. С. Гурбанов, арх. Ю. Шкодовський; 2003) об'єднує два скульптурних образи: Т. Шевченка і маленької дівчинки, яка випускає голуба в небо, що символізує шлях молодої української держави, прагнення добра і миру.

Отже, можна сказати, що дана тематика розширює можливості авторського бачення особистості поета, збагачує новим змістовим наповненням монументальну шевченкіану.

ЛІТЕРАТУРА

1. Шевченко Т. Г. Зібрання творів: у 6 т. / Редкол.: М. Г. Жулинський (голова) та ін. Т. 2: Поезія 1847–1861. Київ: Наукова думка, 2003. 784 с.

БІОСОЦІАЛЬНІ РЕСУРСИ У ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТАХ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

Скутар Т. Д., канд. геогр. наук,
доцент кафедри географії та менеджменту туризму,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Важливою складовою туристичного потенціалу регіону є біосоціальні рекреаційно-туристичні ресурси. Біосоціальні рекреаційно-туристичні ресурси (БРТР) – це специфічна складова рекреаційно-туристичних ресурсів, яка об'єднує культурно-історичні та інші об'єкти, пов'язані з певним життєвим циклом (епізодом) тієї чи іншої видатної особи (народження, діяльність, перебування, смерть, поховання) [1].

У Чернівецькій області нараховується 195 об'єктів і пам'ятних місць, пов'язаних з життєвим шляхом (епізодом) і творчістю видатних людей, які є представниками різних національних культур, зокрема української, румунської, єврейської, німецької та ін. [3]. Це будинки, де вони проживали, навчалися і працювали (зазвичай встановлено меморіальні дошки), а також місця поховання. При цьому переважна їх більшість знаходяться в м. Чернівцях (119 об'єктів) (табл. 1).

Особливо високою туристично-інформаційною цінністю володіють меморіальні музеї, де експонуються особисті речі, творча спадщина та відтворено середовище, в якому жив і творив відомий діяч (діячка). Всього в області нараховується 24 меморіальні музеї, більшість з яких знаходиться у Чернівецькому (12, з них 6 – у м. Чернівці) та Вижницькому районі (10).

Таблиця 1. Біосоціальні рекреаційно-туристичні ресурси Чернівецької області

<i>№ п/п</i>	<i>Назва адміністративного району, міста</i>	<i>Кількість об'єктів, що відносяться до БРТР</i>	<i>У тому числі меморіальних музеїв</i>
1	Вижницький	25	10
2	Дністровський	6	2
3	Чернівецький	164	12
	у т.ч. місто Чернівці	119	6

БРТР можуть використовуватися як об'єкти показу на оглядових екскурсіях, а також виступати основою розробки тематичних екскурсій та пізнавальних турів відповідного спрямування.

На сьогодні в області розроблено 10 тематичних туристсько-екскурсійних маршрутів із залученням БРТР, а саме: „Юрій Федькович –

Буковинський Соловій”, „13 адрес Ольги Кобилянської”, „Кроками Йозефа Ляйцнера”, „Ірина Вільде в Чернівцях. Літературні Чернівці”, „Шляхами буковинської „трійці””, „Чернівці – місто Івасюків”, „Чернівецькі некрополі”, „Ольга Кобилянська + Біла Криниця”, „Чернівці літературні”, „Чернівці музичні”. Як правило, ці маршрути експлуатуються в рамках одноденних екскурсій, зокрема значна їх кількість розроблена та включена в програму одноденних виїздів, що пропонуються Чернівецьким екскурсійним бюро.

Аналіз турів 10 туроператорів в’їзного та внутрішнього туризму показав, що, як правило, пропозиція об’єктів огляду у Чернівецькій області обмежується туристичними „візитівками” краю – колишня Резиденція митрополитів Буковини і Далмації (тепер – Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича), що є об’єктом ЮНЕСКО, та Хотинська фортеця. Лише зрідка туроператори включають до програми подорожей відвідання об’єктів, пов’язаних з життям і діяльністю видатних особистостей. При цьому вони частіше розглядаються як додаткові, а тому не включені в основну екскурсійну програму. З проаналізованих 35 кількадечних турів лише у 2-х БРТР включено в основну програму. Це тури „Чернівці – український Париж” та „Буковина: сири, меди та поле півоній” туроператора „Відвідай” з залученням таких об’єктів, як Мистецько-меморіальний музей-садиба Івана Миколайчука (с. Чорторія), Літературно-меморіальний музей-садиба Ольги Кобилянської (с. Димка) та кімната-музей В. Івасюка (м. Кіцмань).

Отже, з великої кількості об’єктів у Чернівецькій області, що відносяться до БРТР, нині активно залучаються до туристсько-екскурсійної діяльності лише незначна частина.

Сьогодні особливо важливо розширювати пропозицію турів з використанням цікавих БРТР, адже це сприятиме задоволенню зростаючого пізнавального інтересу туристів до історії та культури української держави.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. 395 с.
2. Бейдик О. О. Біосоціальні ресурси як підґрунтя розробки тематичних туристсько-екскурсійних маршрутів. *Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України* : зб. матер. І Всеукр. Інтернет-конф. (17 травня 2016 р., м. Черкаси). Черкаси : Ю.А. Чабаненко, 2016. С. 55–59.
3. Скутар Т. Д. Біосоціальні рекреаційно-туристичні ресурси Чернівецької області. *Регіон–2014: суспільно-географічні аспекти*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців (Харків, 3-4 квітня 2014 р.) / Гол. ред. колегії Л.М. Немець. Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2014. С. 243-245.

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІСТОРИЧНИХ МІСТ КИЇВЩИНИ

**Теплюк О. А., аспірант I року навчання,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка**

Київщина – колиска східноєвропейської середньовічної феодальної монархічної держави Київської Русі. Тож, після відвідування Києва, спраглий та зацікавлений турист історією становлення нашої країни може захотіти більше дізнатись про менші, але не менш важливі в історико-культурному плані міста Київської області. В цій статті буде висвітлено та комплексно охарактеризовано потенціал історичних міст Київщини, їхні стратегії приваблення відвідувачів, а також основні атракції, які ці міста можуть запропонувати туристам.

Для початку з'ясуємо, що таке «історичне місто». Це місто, яке зберегло повністю або частково свій історичний ареал з об'єктами культурної спадщини і пов'язані з ними розпланування та форму забудови, типові для певних культур або періодів розвитку. Поняття «історичне місто» вперше з'явилося в ухваленій 1987 р. Міжнародною радою з питань пам'яток і визначних місць (ІКОМОС) Вашингтонській Міжнародній хартії про охорону історичних міст. Вона доповнює Венеціанську Міжнародну хартію з охорони й реставрації нерухомих пам'яток і визначних місць, прийняту 1964 року [6].

Згідно з «Порядком визнання населеного місця історичним», затвердженим Постановою Кабінету Міністрів України 3 липня 2006 року за № 909, місто, селище та село можна визнати історичним і внести до Списку, якщо воно відповідає щонайменше двом з таких критеріїв: наявність історичних, архітектурних, ландшафтних та садово-паркових об'єктів культурної спадщини, які мають містоформує значення; розпланування відповідно до минулих історичних епох (до початку ХХ століття); збереження основних композиційних центрів і композиційних осей населених місць; наявність рядової історичної забудови [6].

В Україні до Списку історичних населених місць внесено 400 міст і селищ міського типу. З них 7 розташовані на Київщині : Біла Церква (1032), Богуслав (1195), Васильків (988), Вишгород (946), Переяслав (907), Ржищів (XI-XII ст.), Фастів (1390), Яготин (1552) [6]

Біла Церква – вишукана прикраса Київщини, де панує спокійна атмосфера. Місто розташовано за 80 кілометрів від столиці, вздовж берегів річки Рось. Тут кожен відвідувач може повністю розслабитись і насолодитись відпочинком. Розбудова Білої Церкви почалась із Замкової гори, яка є історичним центром міста. Звідси відкривається чудовий панорамний вид на Рось, також можна побачити залишки оборонних стін, датованих XI ст.

Найвідоміше місце для релаксації у місті – дендропарк «Олександрія», що був закладений ще у XVIII ст. графом Браницьким в честь дружини. На

величезній території, яку не обійти за цілий день, зосереджена велика кількість цікавих видів флори, завезених сюди звідусіль. Зокрема привертає увагу цвітіння тюльпанового дерева. Мальовничі водойми, неймовірної краси скульптури і ротонди підкреслюють статус парку, як одного із найгарніших в Україні [2].

Торгові ряди, які будувались протягом 1809-1814 рр., збереглись до нашого часу у чудовому стані і досі використовуються за призначенням. Споруда зведена у стилі класицизм на замовлення Браницького.

У Спасо-Преображенському соборі, збудованому на поч. ХІХ ст. архітектором Фраполлі, можна побачити унікальний елемент убранства церкви – «Таємну вечерю». Вона вишита золотими нитками на малиновому фоні та є справжньою реліквією, адже створена а далекому ХV ст. [5]

Також заслуговують уваги Старий водяний млин та гребля на річці Рось, Церква Марії Магдалини, Пам'ятник Героям Небесної Сотні, Пам'ятник кобзарю та хлопчику-поводирю та Костел святого Івана Хрестителя.

Ще одним містом на річці Рось є **Богуслав**. За легендою назва міста Богуслав з'явилася, коли Ярослав Мудрий, натхнений перемогою над кочівниками, прославив Бога. Місто славиться своїми музеями та садибами.

Чимало звичайних краєзнавчих експозицій значно поступаються зібранню музею Богуславщини, яке налічує близько 6 000 експонатів від епохи неоліту до наших днів. Тут ви зможете в буквальному сенсі доторкнутися до історії тих часів. В Богуславі ви також зможете відвідати музеї історії Богуславщини та народних промислів, меморіальний музей-садиба Івана Сошенка та Марка Вовчка, а також Свято-Троїцька церкву [1].

Місто **Васильків** точно може привернути увагу релігійних туристів. Адже в ньому знаходиться близько 15 релігійних громад. Причому чимало храмів у Василькові належать до історико-архітектурних пам'яток. Серед них Собор Антонія і Феодосія (1758), Свято-Миколаївська церква (1792), Церква Різдва Богородиці (1859). Чимало васильківських архітектурних та історичних пам'яток у теперішній час потребує коштів на реставрацію. У Василькові – трохи більше 10 пам'ятників, переважна більшість з яких присвячена подіям та особистостям німецько-радянської війни, вже за незалежності були відкриті меморіал воїнів-афганців та повнофігурний оригінальний пам'ятник молодому Кобзареві. [2]

Літописне місто **Вишгород**, що розташоване на правому березі Дніпра може заціквити туристів своєю давньою та новітньою історією, яка веде свій початок зі зведення тут Київської ГЕС. Завдяки так званому Київському морю значна частина життя міста проходить на набережній. Тут влаштовують пікніки, купаються, займаються спортом та насолоджуються пейзажами. З історичних пам'яток у місті можна оглянути Храм святих Бориса і Гліба, Музей Гончарства, Будинок «Клюкви» та багато іншого [4].

Переяслав – найдавніше з історичних міст Київщини, перша писемна згадка якого сягає 907 року. Головним туристичним магнітом Переяслава є Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини. Музей є

частиною Національного історико-етнографічного заповідника «Переяслав». Створений у 60-х роках ХХ століття, він став першим музеєм просто неба в Україні.

Також на території скансену діє музей рушника, де представлено 300 рушників різних регіонів; Музей історії Української православної церкви та музей українських обрядів [2].

Крім того, в місті є безліч церков, серед яких Вознесенський монастир, Михайлівський монастир, Борисоглібська церква та інші, які можна використати при організації релігійних турів.

Ржищів – невеличке містечко в Обухівському районі Київської області. Не дивлячись на руйнацію міста в ході радянсько-німецької війни в місті збереглося кілька історичних будівель, серед них Троїцька церква 19 ст., пам'ятка архітектури національного значення. Цінними для Ржищева також є численні археологічні знахідки Трипільської доби. У центрі міста розташований «Трипільський парк», де встановлено ритуальну фігуру біноклевидної форми, яка стала головним символом Ржищева. Тут також проводиться щорічний етнічний фестиваль «Трипільське коло», який розпочався у 2008 році та присвячений різним стихіям [3].

Не менш цікавим для туристів є **Фастів**. У місті є декілька туристичних атракцій, серед яких Фастівська дамба, дендропарк «Молодіжний», Вагон-музей злуки УНР та ЗУНР, Костел Воздвиження Святого Хреста та інші. Крім того, на території Фастівського району, у с. Томашівка можна відвідати неймовірно красивий Маєток Хоєцьких, збудований 1903-1910 роках у стилі модерн [2].

Яготин – наймолодше із історичних міст Київщини. Перша згадка про нього датується 1552 роком. Головна цінність Яготина для туриста, звичайно ж, його музейні фонди. Тут можна відвідати заснований відомим красномовцем Олександром Непорожнім Яготинський державний історичний музей, картинну галерею, флігель Т. Г. Шевченка, Алею Героїв, Алею Слави та музей освіти в Яготині. Неповдалік Яготина також можна відвідати музей-садибу Катерини Білокур в с. Богданівці та археологічний музей «Добраничівська стоянка». [4]

На основі вищевикладеного можна зробити висновки, що історичні міста Київщини мають величезний потенціал для розвитку туризму завдяки багатому історичному та культурному спадку, пропонуючи відвідувачам можливість поглибленого вивчення минулого регіону. Кожне історичне місто Київщини має свої унікальні пам'ятки: архітектурні споруди, музеї, церкви, замки та інші об'єкти, які можуть зацікавити різні категорії туристів. Зростання інтересу до історії та культури сприяє розвитку туризму в регіоні. Історичні міста Київщини можуть використовувати свій потенціал для приваблення нових відвідувачів та підвищення туристичного попиту. Для ефективного використання туристичного потенціалу історичних міст Київщини необхідно розвивати туристичну інфраструктуру, покращувати доступність та комфортність для відвідувачів. Також важливо проводити

маркетингові заходи для просування регіону як туристичного напрямку. Для успішного розвитку туризму в історичних містах Київщини важлива співпраця між місцевими владами та громадськістю. Тільки завдяки спільним зусиллям можна досягти значного прогресу у цій сфері.

Загалом, історичні міста Київщини мають великий потенціал для розвитку туризму, який може сприяти не лише економічному зростанню регіону, а й збереженню та популяризації культурної спадщини.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антоненко І. Я., Масюк В. В. Стан та перспективи розвитку видів туризму в Київській області. *Таврійський науковий вісник*. Серія: Економіка. Випуск 13, 2022.
2. Вандрівка. Ваш путівник Україною. URL: <https://vandrivka.com.ua>.
3. Воловик Л. М. Особливості розвитку рекреаційно-туристичного комплексу столичного регіону (на прикладі Київської області). *Географія та туризм*. 2013. Вип. 26. С. 164–173.
4. Мандруй Київщиною. URL: <https://kyivregiontours.gov.ua>.
5. Пам'ятки у місті Біла Церква. URL: <https://discover.ua/destinations/kyiv-region-region/bila-tserkva>.
6. Про затвердження Списку історичних населених місць України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/878-2001-п#Text>.

УДК 53.63+8

МАТЕРІАЛИ ДОСЛІДЖЕНЬ З ІСТОРИЧНОГО КРАЄЗНАВСТВА – ВАЖЛИВА СКЛАДОВА РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НПП «ГОЛОСІЇВСЬКИЙ»

Устименко І. П., заст. начальника відділу рекреації,

Крижановська О. Т., канд. філол. наук,

провідний фахівець з рекреації,

Національний природний парк «Голосіївський», м. Київ

Скрипник П. І., канд. іст. наук, старший науковий співробітник,

Цинківська І. І., молодший науковий співробітник,

Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського НАН України

Національний природний парк «Голосіївський» (Парк) – один із небагатьох національних парків у світі, розміщених у столиці країни, є цікавим об'єктом для туризму, важливою складовою рекреаційної діяльності якого є результати досліджень з історичного краєзнавства його території. Рекреаційна діяльність є однією із основних функцій Парку, котрий володіє значним ресурсним потенціалом для його розвитку. Відвідування Парку набирає популярності і, якщо цей процес правильно організувати, він сприятиме збереженню природи, і відновленню та збереженню історично-культурної

спадщини. Першочерговим питанням збереження довкілля є поширення знань про природне середовище і навколишній світ, так як в сучасних умовах охорона довкілля є надважливим завданням як для нинішніх так і прийдешніх поколінь. Туристичні маршрути та екологічні стежки максимально повно охоплюють та репрезентують різноманіття природно-територіальних комплексів Парку, знайомлять з історичним минулим, котрі обладнані спеціальними інформаційними стендами. Територія Парку оточена пам'ятками історії та архітектури: археологічними пам'ятками, починаючи від періоду неоліту і до давньоруських часів, монастирями, серед них Китаївський, Голосіївський, та монастир у Церковщині. Тут увіковічені імена багатьох видатних людей, чії долі пов'язані з територією Парку.

З територією Парку межує Національний музей народної архітектури та побуту України у Пирогові. Музей являє собою експозицію під відкритим небом етнографічних районів країни. Був заснований у 1969 році. На площі музею зосереджено 275 архітектурних експонатів народного будівництва XVI-XX століть. Садиби з сільськими будинками та господарськими будинками сформовані з документальною достовірністю та згруповані відповідно до особливостей планування поселень того чи іншого історико-етнографічного та географічного регіону. У музей також було перевезено дерев'яні церкви, вітряки та інші пам'ятки архітектури та побуту.

У фондах музею зберігається понад 70 тисяч предметів побуту, творів народного мистецтва, знарядь праці. Найцікавішими з експонатів обладнано інтер'єри будівель. У музеї зібрана величезна колекція народного одягу, меблів, дерев'яного та глиняного посуду, чоловічого та жіночого одягу, одна з найкращих колекцій народних музичних інструментів. Серед інших будівель у цій експозиції представлені дві церкви — церква святої мучениці Параскеви, храм святого Аристарха Михаїла та залишки ритуального дуба. Храм Святого Архістратига Михаїла є тризубним «вітрилом», у якому середня «щогла» ширша і вища за бічні. Зруби із соснових брусів поставлені в ряд із заходу на схід. Східний зруб (вівтар) – шестикутний, центральний (неф) і західний (притвор) – прямокутні. Над кожною частиною храму височить шатровий дах. Лазні, як і дах, покриті гонтом, а стіни обшиті вертикальною тесом. Кожну лазню завершує ажурний кований хрест. Храм перевезено до музею із села Дорогинка Фастівського району Київської області у 1971 році. У його зовнішньому вигляді збереглися дуже давні, архаїчні особливості. Щодо віку церкви існує кілька припущень: 1600, 1700, 1751 роки — такі дати її побудови, що зустрічаються в різних джерелах. Проте фахівці з Інституту геохімії навколишнього середовища НАН України, за даними аналізів, стверджують, що рік побудови 1528-й. Церква Святої Великомучениці Параскеви або П'ятницька церква – творіння народних майстрів епохи бароко. Висота церкви майже 25 метрів, створена вона з важкого залізного дуба, в який неможливо забити і цвях. Церкву перевезено до музею із села Зарубинці Монастирищенського району Черкаської області на початку 1970-х років. В архівних документах значиться, що її засновницею

була остання представниця роду Вишневецьких — Урсула Францишка Радзівіл (1705—1753), дружина Михайла Казимира Радзівіла, Великого гетьмана Литовського. Зведення храму було розпочато у 1742 році. Залишки ритуального дуба знайдено у 1975 році під час будівельних робіт у гирлі Десни. Інститутом археології проведено дослідження цієї унікальної знахідки. У розгалуження ствола було вставлено дев'ять щелеп вепря. Культ верховного слов'янського бога Перуна часто ототожнювався з деревами та сильними лісовими тваринами (ведмедями, вепрями, турами). Такі культові дерева стояли на перехрестях торгових шляхів та на берегах річок [2].

Важливим інструментом розвитку рекреаційної діяльності є якісні та змістовні екскурсії, направлені на ознайомлення як із історичним минулим краю, так і цінними природними об'єктами території, які мають бути з одного боку привабливі і захоплюючі, а з іншого, основані на достовірній інформації [1]. Велику роль в цьому відіграють матеріали Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського (НБУВ), зокрема відділу образотворчих мистецтв. НБУВ є найбільшим за обсягом документно-інформаційних ресурсів книгосховищем України, а також однією з найбільших національних бібліотек світу. У фондах НБУВ містяться результати історико-краєзнавчих досліджень, представлені дисертаціями, науково-популярними книгами, брошурами, плакатами на різну екологічну тематику, листівками, репродукціями картин видатних художників. Бібліотечні фонди сприяють розвитку та поширенню історико-краєзнавчих та фундаментальних історичних досліджень [3]. Особливо цікавими є листівки, плакати, фотоілюстрації із зображенням історичних об'єктів Парку, фотографії видатних діячів, котрі проводили багато часу на його території та описували її в своїх творах, оспівували у віршах. Слід згадати поетів Максима Рильського, Павла Тичину, видатного політичного і релігійного діяча Петра Могилу. Саме Голосіївському району присвячена одна з найкращих українських поетичних збірок – «Голосіївська осінь» Максима Рильського. Поет жив неподалік парку в будинку №7, зараз вулиця названа його ім'ям. 1968 року сини поета – Георгій та Богдан організували перший фестиваль «Голосіївська осінь» з метою популяризації української поезії.

Людство за свою багатовікову історію залишило сліди майже на всій поверхні планети; деколи природа знову відвойовувала у людини території, які тепер несуть сліди культури різних часів і народів: стародавні поховання, городища, вали тощо; вік та якість збереження культурних елементів підвищують цінність природної території, на якій вони знаходяться.

ЛІТЕРАТУРА

1. І. П. Устименко, О. Т. Крижановська. (2023) Заходи щодо розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу національного природного парку «Голосіївський» // Актуальні проблеми дослідження довкілля: Матеріали X Міжнародної наукової конференції (Суми-Тростянець, 25-27 травня 2023 р.) / Ред. кол.: Корнус А. О., Міроненко Л. П., Литвиненко Ю. І. та ін. Суми: Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, 2023. с.182-185.

2. Ірина Устименко, Ольга Крижановська, Петро Скрипник (2023). Візуальна інформація як важливий елемент екскурсійної діяльності НПП «Голосіївський». / Досвід організації та функціонування об'єктів природно-заповідного фонду Волино-Поділля: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Кременець, 25-26 травня 2023 року) / Кременець, 2023. с. 233-237. [Електронне видання].
3. Скрипник П. І., Цинківська І. І., Крижановська О. Т. (2023). Роль інформаційних джерел для екскурсійної діяльності (на прикладі НПП «Голосіївський») / Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні»: проблеми розвитку та регулювання»: 23–24 березня 2023 року, м. Черкаси [Електронний ресурс]: у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Т. 1.– Черкаси: ЧДТУ, с. 146-147.

УДК 94(477):069.51

ВІДОБРАЖЕННЯ ТЕМИ ШІСТДЕСЯТНИЦТВА У СУЧАСНІЙ ЕКСПОЗИЦІЇ МУЗЕЮ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА ШЕВЧЕНКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАПОВІДНИКА

**Чорна Л. О., канд. іст. наук,
завідувач відділу наукових досліджень,
Шевченківський національний заповідник**

Для покоління українців, народжених у кінці ХХ – на поч. ХХІ століть, спротив шістдесятників проти комуністичної системи є маловідомим матеріалом, який губиться серед інших історичних подій. Тому важливим є розміщення в експозицію музею мистецьких творів, документальних матеріалів, через призму яких молодь знайомиться із внеском шістдесятників у боротьбу за незалежність України.

Початок 1960-х рр. насичений багатьма подіями, як у самій країні, так і на міжнародній арені. Микита Хрущов, який у 1953-1964 рр. займав посаду першого секретаря Центрального Комітету Комуністичної партії Радянського Союзу та Голови Ради Міністрів СРСР (1958-1964), був суперечливою постаттю. Під його керівництвом придушували повстання в Угорщині 1956 р.; сталася «карибська криза» 1962 р. – апогей періоду «холодної війни» між СРСР та США. Водночас у СРСР відбувалася реабілітація несправедливо засуджених під час сталінщини у 1930-х рр. Період зменшення політичних репресій увійшов в історію як «хрущовська відлига», однак залишалися у таборах ті, хто мав тавро «українського націоналіста». В Україні поширювалася русифікація: російськомовними ставали дитячі садочки, школи, вузи.

Важливими подіями, що вселяли надію на демократизацію в країні, стало міжнародне відзначення шевченківських дат: 100-х роковин від дня смерті (1961) та 150-річчя від дня народження (1964). На хвилі вшанування ювілеїв Тараса Шевченка поширився рух серед української інтелігенції на

підтримку української культури, мови. Традицією стало збиратися до пам'ятника поету у Києві, особливо – 22 травня, коли Шевченка було перепоховано в українську землю. Діяв Клуб творчої молоді (КТМ) «Сучасник», який складався із декількох мистецьких секцій. Молоді художники, драматурги, поети намагалися по-новому розвивати свою творчість. Це покоління увійшло в історію України як шістдесятники, проявивши мужність і героїзм у спротиві проти комуністичного режиму.

Нині у музеї Тараса Шевченка Шевченківського національного заповідника діє тимчасова експозиція, розміщена, задля безпеки відвідувачів та збереження експонатів, у підвальному приміщенні музею – колишньому виставковому залі. Вона лаконічно висвітлює життя і творчість Тараса Шевченка та історію його могили. Ці два розділи органічно поєднав величний портрет Тараса Шевченка роботи художника-шістдесятника Веніаміна Кушніра (1926-1992) «Апостол правди» (полотно, олія, 220 x 88 см., 1970 – 1988 рр.). Картина була подарована вдовою художника – Галиною Кушнір (Возною). Постаць Тараса Шевченка на повний зріст, замість одягу його тіло охоплює полотно білої матерії, один край якої перекинутий через плече. Таке зображення спричинило до різного трактування образу поета: його називають пророком, патрищем, суддею. За плечима поета – селянські хати, на передньому плані – сучасні автору багатопверхівки, а босими ногами Тарас Шевченко стоїть на розщепленому атомному ядрі. Поруч – сувій із текстом «Послання...». У руці – кетяг калини, на який особливу увагу звертала поетка-шістдесятниця Ірина Жиленко, припускаючи, що це натяк автора на болючі втрати товаришів, на їх тортури у радянських в'язницях і таборах. Біле вбрання Тараса Шевченка на картині Ірина Жиленко сприймає як щось «майже біблійне». Раніше художник зображував гнівного Шевченка, як побратима по боротьбі, а тут «... він уже – позамежний і всесвітній, мов Христос: і в ногах, на звитку слова: «І мертвим, і живим, і ненарожденним...» [1, с. 730].

Дійсно, калина була своєрідним трагічним символом шістдесятників: її несла художниця Алла Горська на похороні Василя Симоненка, а пізніше зобразила калину на його портреті; калина була і на похороні самої Алли. Образ червоної калини – у поезії «Пам'яті А.Г.», написаній на її смерть Василем Стусом: *«Ярій, душе. Ярій, а не ридай. / У білій стужі сонце України. / А ти шукай – червону тіль калини / на чорних водах – тіль її шукай, / де жменька нас. Малесенька шопта / лише для молитов і сподівання. / Усім нам смерть судилася зарання, / бо калинова кров – така ж крута, / вона така ж терпка, як в наших жилах...»* [6, с. 48].

В експозиції є також робота Алли Горської – малюнок «Жайворонок», виконаний у 1963 р. Мисткиня була активною правозахисницею, яку називали «душею шістдесятництва». Саме тому вона стала однією із перших жертв комуністичного режиму: вбита 28 листопада 1970 р. Після загибелі Алли її малярська спадщина перебувала у власності чоловіка – художника Віктора Зарецького. У 2000 р. у музеї Тараса Шевченка ШНЗ експонувалася

виставка мистецьких робіт цього подружжя, організована сином – Олесем Зарецьким. Малюнок «Жайворонок» був подарований музею, оскільки він стосується саме канівських подій. Це незавершена афіша, в основі композиції якої – погрудний портрет дівчини із косою, перекинутою наперед через праве плече. Обличчя нагадує авторку. У верхньому правому куті – зображення жайворонка в польоті; ліворуч наклеєна вертикальна стрічка із написом: «жайворонок». Під портретом – напис чорним фломастером: «Літо 1963». Хор «Жайворонок», який виник у 1961 р. при Київському державному університеті ім. Т. Г. Шевченка, згодом об'єднав 8 київських вишів, ставши міжвузівським. Відомо про дві поїздки хору на Тарасову гору. Художниця Галина Зубченко залишила спогади про його перебування у Каневі влітку 1962 р.: виступи у Зеленому літньому театрі, участь в організації концерту Алли Горської і Василя Симоненка [2, с. 148-157]. Вдалося встановити дату приїзду хористів, яка у «Книзі запису відвідувачів» за 1962 рік зазначена 27 липня – 22 особи [3, арк. 62 зв.]. Наступного року, 4 серпня, 43 хористи «Жайворонку» знову побували на Тарасовій горі [4, арк. 84]. Тут Василь Симоненко зустрічався із Галиною Зубченко і Аллою Горською. Про їхнє спілкування писав Івану Світличному 27 серпня 1963 р.: «Слава Україні! ... ми зголосилися на тому, що слід ввести таке вітання: – Слава Україні! – Навіки слава! Агітую тебе приставати до нашого тріумвірату...» [5]. Цю важливу для нього подію занотував Василь Симоненко і у своєму «Щоденнику» 9 вересня 1963 р.: «Ціле літо я справді сидів на дикому острові. І якби не поїздка в Канів до «Жайворонка», то й згадати нічого було б. ...» [7, с. 524].

Багато шістдесятників, пройшовши радянські тюрми і табори, уже в кінці 1980-х – на початку 1990-х рр. активно включилися у побудову незалежної української держави. В експозиції – фото: Вячеслав Чорновіл і Михайло Бойчишин на Тарасовій горі 22 травня 1993 р. Вячеслав Чорновіл (1937-1999), родом із Черкащини, майже 15 років був в ув'язненні. У 1991 р. балотувався на посаду Президента України, здобувши більше 23 % голосів. Як політик і журналіст, депутат Верховної Ради України постійно застерігав від імперських зазіхань московщини, ратував за зміцнення української армії, економіки, підтримку культури. Михайло Бойчишин (1948 – ?) – член оргкомітету зі створення Народного руху України (НРУ), згодом – його Голова Секретаріату. Зник безвісти [загинув] в ніч із 15 на 16 січня 1994 р. Головна з версій його знищення: був активним організатором Балто-Чорноморського нафтового колектора, який би сприяв енергетичній незалежності Україні. З'єднання нафтових терміналів Чорного моря, Одеси і балтійських країн економічно було невигідне московщині та проросійським політикам України. Крім того, Михайло Бойчишин також очолював передвиборчий штаб Вячеслава Чорновола на дострокових виборах Президента у 1994 р. Після зникнення Бойчишина Чорновіл зняв свою кандидатуру. А у 1999 р. Вячеслав Чорновіл загинув в автомобільній аварії, у випадковість якої не вірять його рідні та соратники. Як бачиться тепер,

нищення українських патріотів сприяло посиленню впливу московщини, яка не могла змиритися з існуванням держави України.

Таким чином, навіть обмежена кількість експонатів піднімає значний пласт інформації про важкий шлях до незалежності України, внесок шістдесятників у розбудову її державності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Жиленко І. Homo Feriens: Спогади /передм. Михайлини Коцюбинської. К.: Смолоскип, 2011. 816 с.
2. Зубченко Галина. А було це так. Алла Горська. Червона тінь калини: Листи, спогади, статті. К.: Спалах, 1996. С. 148-157.
3. Книга реєстрації відвідувачів Канівського державного музею-заповідника «Могила Т. Г. Шевченка»: розп. 02.IX.1961 – зак. 26.XII.1962. – на 115 арк. Науковий архів ШНЗ, ф.6, оп.1, спр.22.
4. Книга реєстрації відвідувачів Канівського державного музею-заповідника «Могила Т. Г. Шевченка»: розп.: 01.01.1963 – зак. 21.XI.1963. Науковий архів ШНЗ, ф.6, оп.1, спр.23., на 120 арк
5. Симоненко В. Листи до Івана Світличного. URL: <https://vasylsymonenko.in.ua/lysty/ivana-svitlychnogo-4/#.WallxPfJzIU>
6. Стус Василь. А.Г. Ярій, душе. Ярій, а не ридай... Василь Стус. Дорога болю /Упорядн. М.Х. Коцюбинська. К.: Рад. письменник, 1990. 222 с.
7. Чорновіл Вячеслав. Твори: у 10-ти т. Т. 3. Український вісник: вип. I - VI /Упор. Валентина Чорновіл, передм. М. Косів. К.: «Смолоскип», 2006. 976 с.

УДК: 502.1

ПАРКОВА ЗОНА ШЕВЧЕНКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАПОВІДНИКА ЯК ПРИРОДООХОРОННИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ОБ'ЄКТ

**Чорний М. Г., канд. біол. наук,
провідний науковий співробітник,
Шевченківський національний заповідник**

Відвідувачі Шевченківського національного заповідника (далі – Заповідник) прагнуть не тільки віддати шану Тарасу Шевченку, а й ознайомитись із історією цього місця, його природними особливостями. І в цьому плані Чернеча гора є справді унікальною. Вона входить до складу відомих в усьому світі «канівських геологічних дислокацій», є частиною заповідного урочища «Канівські гори» (12 га), а сама вершина гори, де розташований меморіальний комплекс, має статус парку-пам'ятки садово-паркового мистецтва (6 га). На території парку знаходяться могила Великого Кобзаря, музей Т. Г. Шевченка, музей «Тарасова світлиця», могила доглядача

І.О. Ядловського, пам'ятний знак на місці самоспалення Олекси Гірника, оглядовий майданчик та велика екскурсійна паркова зона.

Екскурсійний маршрут, прокладений верхнім парком, окрім історії, знайомить відвідувачів із великою кількістю природних пам'яток та пам'ятних дерев, історія яких пов'язана із певними історичними подіями та особами. Такими є найстаріші на Тарасовій Горі та в околиці дуби, висаджені, за легендою, родичами Т. Г. Шевченка у 1914 р. в честь 100-річчя від дня народження великого поета, а також дубовий гай, заснований у 1961-1964-і ювілейні роки. Поруч із музеєм ростуть верба, вирощена із привезеної у 70-х роках минулого століття гілки тої верби, що виплекав у засланні Тарас Григорович серед пустелі (м. Форт Шевченка, Республіка Казахстан), яблуня сорту «Пам'ять Шевченка», виведена селекціонером проф. С. Черненком у 1929 р., 2 вишні з могили грузинського поета І. Чавчавадзе, посаджені в 60-х роках ХХ ст., «Лесина груша» – деревце-щепка від старої груші із саду родини Косачів у с. Колодяжному на Волині, висаджене у 2021 р. на Тарасовій Горі в честь 150-річчя від дня народження Лесі Українки, дуби з «Холодного яру» та багато інших. І кожна із перелічених природних пам'яток має свою історію.

Із оглядового майданчика відкривається надзвичайно велична панорама на Дніпро і лівий берег, де навпроти Чернечої гори, у боротьбі з промисловими монстрами за збереження природних ландшафтів, з ініціативи Шевченківського національного заповідника у 1990 р. було створено природний заказник загальнодержавного значення «Тарасів обрій». Нині його площа складає 716 га. Знайомлячись із історією створення цього заказника, відвідувачам наглядно демонструється роль Заповідника у збереженні природи Канівщини, туристичної привабливості регіону.

Водночас, добре вивчена історія формування та видовий склад зелених насаджень на Тарасовій Горі дозволяють на конкретних прикладах демонструвати негативний антропогенний вплив на аборигенні екосистеми, особливо в нинішніх умовах зміни клімату. Поодинокі старезні акації, які ще збереглися на території верхнього парку, – живі свідки боротьби із ерозією ґрунтів на Чернечій горі на межі ХІХ-ХХ ст., коли вирубування навколишніх лісів, нерегламентоване випасання худоби, створення численних стежок на крутосхилах відвідувачами могили фактично спровокували створення у цих місцях зони екологічної катастрофи. І щоб закріпити ґрунт, убезпечити його від ерозії тут почали масово висаджувати білу акацію із потужною поверхневою кореневою системою. Цей вид дерев, завезений із Північної Америки, початково виконав покладену на нього протиерозійну функцію, але виявився надзвичайно агресивним до місцевих аборигенних видів. Ще одним показовим екологічним об'єктом на Тарасовій Горі є сосна звичайна. Її теж пробували використовувати у протиерозійних заходах усередині минулого століття, порушуючи всі екологічні закони. У природних умовах сосна звичайна – типовий лісоутворювач на легких піщаних і супіщаних ґрунтах. А

в парковій зоні Заповідника її висадили у важкі глинисті ґрунти колишніх агроценозів, заражених кореневою губкою. Як наслідок – нині всихають останні сосни навіть у 60-70-річному віці. Яскравими наглядними прикладами негативного впливу на аборигенну флору є висаджені у різні часи айлант високий (або в'яз китайський) і клен американський. Ці види, завдяки своїй величезній насінній продуктивності і відсутності природних ворогів, активно витісняють місцеві деревні форми. Як свідчать результати проведених досліджень [1] більше третини видів дерев на території верхнього парку Заповідника є чужорідними для Середнього Придніпров'я і потребують моніторингу і проведення регулятивних заходів. Водночас, значна концентрація на невеликій ділянці наглядних елементів порушеності аборигенних ландшафтів, в умовах високої відвідуваності парку, дозволяє ефективно здійснювати Заповідником еколого-просвітницьку роботу шляхом розроблення цілого ряду тематичних екскурсій, присвячених як унікальним природним особливостям, так і нагальним екологічним проблемам.

Залишається ще не повністю задіяним, як туристичний ресурс, нижній парк Заповідника біля підніжжя гори, який почав формуватися після будівництва Канівської ГЕС. Практично він повністю створений штучно – шляхом намивання дніпровського піску. За останні півстоліття тут сформувалася дуже специфічна антропогенна екосистема із переважанням чужорідних видів, але із вкрапленнями елементів місцевої флори, в тому числі червонокнижних видів, наприклад, ковили дніпровської. В останні роки на зміну радянським деревам-символам (наприклад, 15 тополь, які символізували 15 радянських республік), приходять новітні – українські. Такими є дуби, привезені із Холодного яру і вирощені із жолудів, зібраних навколо дуба Залізняка, висаджених у 2021 р. в рамках спільного із Національним історико-культурним заповідником «Чигирин» проекту «Від Максима до Тараса». Ще кілька дубів, вже під час повномасштабної війни, посадили воїни Канівської територіальної оборони.

Окремо слід зупинитись на ще одній ділянці Заповідника – Пилипенковій горі, яка відділена від Чернечої яром із струмком, що має топонімічну назву «Меланчин потік», і нависає над правим берегом Дніпра вище по течії. Урочище «Пилипенкова гора» займає площу (в межах незаліснених ділянок) 2,15 га. Історична унікальність цього місця пов'язана з тим, що тут розташоване найбільше городище зарубинецької культури (1,5 га), де розкопками розкрито 3 тис. м² і виявлено 38 прадавніх жител. Нині вершина Пилипенкової гори – одне із небагатьох місць, де в околицях Тарасової Гори збереглися залишки степових ценозів і виявлено 228 видів судинних рослин [2].

Пилипенкову гору відвідувачам Заповідника краще демонструвати із оглядового майданчика Тарасової Гори як зразок того, який вигляд мала Чернеча гора на момент перепоховання Тараса Шевченка. Прокладання

екскурсійних маршрутів на Пилипенкову гору на даний час не є доцільним, оскільки це спровокує поновлення ерозійних процесів і матиме негативний вплив на степову ділянку, яка нині відновлюється. Окрім того, там здійснюється процес кореляції вторинної сукцесії шляхом репатріації в екосистему більше десятка видів рідкісних і червонокнижних видів трав'янистих рослин.

Таким чином, Шевченківський національний заповідник є унікальним туристичним об'єктом, який може запропонувати повний комплекс тематичних екскурсій історико-краєзнавчого і еколого-природоохоронного спрямування і задовольнити найвибагливіших відвідувачів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Чорний М. Г. Сучасний стан та особливості формування верхнього парку Шевченківського національного заповідника в межах екскурсійного маршруту. *Тарасова Гора: люди і події*. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції до 160-річчя повернення Тараса Шевченка в Україну (21 травня 2021 р.). Канів: «Панмедія», 2021. С. 215-225.
2. Шевчик В. Л., Чорний М. Г. Стан рослинного покриву урочища «Пилипенкова гора» як екскурсійного об'єкту Шевченківського національного заповідника. *Тарасова Гора: люди і події*. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції до 160-річчя повернення Тараса Шевченка в Україну (21 травня 2021 р.). Канів: «Панмедія», 2021. С. 226-236.

ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

UDC 338.124.4:338.2

АДАПТАЦІЯ ТА ІННОВАЦІЇ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ: ШЛЯХ ДО СТІЙКОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Кащицка Гражина,

кандидат політичних наук, науково-педагогічний працівник,

Вища школа суспільно-економічних відносин (м. Пшеворськ, Польща)

Адаптація та інновації в харчовій промисловості стали ключовими факторами у розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, особливо в контексті України, яка переживає значні випробування через глобальні виклики та військові дії. Макроекономічні кризи та геополітичні напруження, зокрема повномасштабне вторгнення Російської Федерації, суттєво вплинули на українську економіку, в тому числі на туристичну індустрію.

У відповідь на ці виклики, підприємства харчової промисловості почали впроваджувати нові технології та інновації для забезпечення продовольчої безпеки, зниження виробничих витрат і створення нових конкурентоспроможних продуктів. Такі інновації не тільки допомагають підприємствам адаптуватися до змінних умов ринку, але й підвищують їх привабливість для туристів, що в поєднанні з багатою культурною спадщиною та природними ресурсами України може стимулювати розвиток внутрішнього та міжнародного туризму.

З іншого боку, туристичний сектор України, особливо після військових дій, потребує відновлення та стабілізації. В цьому контексті ключовими стають стратегії адаптації та інновації, які передбачають розробку безпечних і привабливих туристичних маршрутів, впровадження цифрових технологій для покращення сервісу та маркетингу, а також створення нових туристичних продуктів, які відповідають змінним вимогам та уподобанням клієнтів.

Інновації в харчовій промисловості та розвиток туристичної інфраструктури можуть взаємно підсилювати один одного. Наприклад, використання місцевих продуктів у готелях та ресторанах не тільки покращує якість послуг та створює унікальний туристичний досвід, але й сприяє розвитку місцевого аграрного сектору та зменшує логістичні витрати.

Однак для реалізації цих стратегій необхідна активна участь як держави, так і приватного сектору. Урядові ініціативи можуть включати підтримку інновацій в харчовій промисловості, забезпечення стабільного законодавчого середовища та залучення інвестицій у туристичну

інфраструктуру. Водночас, підприємства повинні зосередитися на розробці та впровадженні нових продуктів і послуг, які відповідають потребам сучасних туристів та забезпечують високий рівень безпеки та комфорту.

Важливою складовою відновлення та розвитку туристичної галузі в Україні є маркетинг та просування, зокрема через цифрові канали та соціальні мережі, що дозволяє ефективно досягати цільових аудиторій як в Україні, так і за кордоном. Також необхідно звернути увагу на розвиток людських ресурсів, забезпечивши належну підготовку та професійний розвиток працівників сфери туризму.

Враховуючи геополітичні виклики, необхідно розробити та реалізувати програми, які допоможуть підприємствам швидко адаптуватися до змінених умов, зокрема через диверсифікацію ринків збуту, розробку альтернативних туристичних продуктів та послуг. Відновлення довіри до України як безпечного туристичного напрямку вимагатиме зусиль як на національному, так і на міжнародному рівні.

Завдяки комплексному підходу, що включає адаптацію до сучасних викликів, інновації в продуктах і послугах, ефективне маркетингове просування та розвиток людських ресурсів, туристична галузь України зможе не тільки подолати наслідки кризи, але й зайняти гідне місце на світовому туристичному ринку.

Враховуючи унікальні культурні та природні ресурси України, її туристичний потенціал залишається значним навіть у складних умовах. Активізація внутрішнього туризму може стати однією з кроків до відновлення галузі, залучаючи увагу до маловідомих, але привабливих локацій в різних регіонах країни. Паралельно з цим, розвиток інфраструктури для активного та екологічного туризму може сприяти залученню інтересу зарубіжних відвідувачів.

Особлива увага має бути приділена створенню безпечного середовища для туристів, що включає не лише фізичну безпеку, але й здоров'я. Це вимагає від підприємств харчової промисловості та готельно-ресторанного бізнесу посилення заходів щодо дотримання санітарних норм та стандартів якості.

Відновлення та розвиток туристичної галузі в Україні вимагає також від держави активної роботи з міжнародними партнерами та організаціями для відновлення позитивного іміджу країни як безпечного та привабливого туристичного напрямку. Співпраця на міжнародному рівні може допомогти не лише в питаннях інвестицій та реклами, але й у вирішенні гуманітарних питань, пов'язаних з військовим конфліктом.

У підсумку, шлях до стійкості та росту туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні ускладнений сучасними викликами, але й водночас відкриває нові можливості. Через адаптацію, інновації, активну участь уряду та співпрацю з міжнародними партнерами Україна може не лише відновити свій туристичний сектор, але й значно його покращити, забезпечивши довгострокове та сталє зростання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Kacicka, G. (2023). Adaptive risk management in food industry enterprises: integration of strategies and innovations in an environment of economic instability. *International Interdisciplinary Scientific Journal "Expert"*, 1(1), 73-88. <https://doi.org/10.62034/2815-5300/2023-v1-i1-006>
2. Kacicka, G. (2023). Zarządzanie kryzysowe w dobie wojny na Ukrainie. *Karpacki Przegląd Naukowy*, 1(41), 69-84. [http://www.ktnio.pl/Home/PokazPdf?nazwaPliku=KPN%20kwartalnik%2FKarpacki%20Przegl%20C4%85d%20Naukowy%20Nr%201\(41\)-2023.pdf](http://www.ktnio.pl/Home/PokazPdf?nazwaPliku=KPN%20kwartalnik%2FKarpacki%20Przegl%20C4%85d%20Naukowy%20Nr%201(41)-2023.pdf)

УДК 641.887:640.43\

РОЗРОБКА КРАФТОВИХ ГОСТРИХ СОУСІВ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Колісниченко Т. О., канд. техн. наук, доцент,
доцент кафедри харчових технологій та готельно-ресторанної справи,
Прісс О. П., д-р техн. наук, професор,
завідувачка кафедри харчових технологій та готельно-ресторанної справи,
Пузанов М. М., магістрант I курсу спеціальності 181 Харчові технології,
**Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного**

В даний час створення різноманітних нових продуктів для поліпшення харчового статусу людини є своєчасним і актуальним питанням, яке стоїть перед науковцями харчової промисловості. У харчових технологіях використовуються функціональні інгредієнти з підвищеними захисними і поліпшеними технологічними властивостями. У той же час для підприємств ресторанного господарства все більш актуальним виявляється потреба знаходити свою особливу лінію пропозиції продукції на споживчому ринку, що стосується не тільки організації процесу обслуговування клієнтів, сервісу, але й розширення асортименту за рахунок оптимальних затрат без втрати якості. Як свідчить практика, популярністю користуються саме ті соуси, які відповідають умовам підвищеної харчової цінності.

Розробку технології крафтових гострих соусів для підприємств ресторанного господарства доцільно, перш за все, акцентувати увагу на розумінні всіх структурних компонентів зазначеного напрямку дослідження. Отже, ця тема має особливість в тому, що має бути досліджено не тільки технологічний процес, але й принцип визначення методів та інструментів для такої технології; проведено порівняння з існуючими технологіями й визначено переваги пропонованої технології. Також варто взяти до уваги й той факт, що стандарти якості та інші нормативні вимоги до соусів зумовлюють їх дотримання в категорії відповідного продуктового або харчового сегменту.

Якщо аналізувати норми та вимоги до оформлення та рецептури крафтових продуктів і страв, варто відмітити відсутність суворих вимог до їх технології виробництва. Головним принципом, як зазначалося вище, має бути, як результат переважно ручної та сімейної праці на всіх стадіях процесу виробництва, гарантія відсутності штучних консервантів, барвників, харчових добавок і хімічних інгредієнтів. Однак це не є підставою для крафтових виробників поза увагою лишати потребу отримання відповідних сертифікатів і відповідності санітарним вимогам.

Отже, для продажу крафтових виробів підприємці повинні мати всі визначені чинним законодавством країни, де виробляються крафтові продукти харчування, підтвердження щодо безпеки для здоров'я споживачів. Фактично кожен крафтовий виріб має унікальну рецептуру, що зумовлює високу якість такого унікального виробу. Доцільно зазначити, що технологія виготовлення крафтових виробів передбачає ретельний контроль на якість добірки усіх без виключення компонентів і їх поєднання на основі унікальної рецептури. При цьому вагоме значення має майстерність виробника. Практика доводить унікальність крафтового продукту протягом усього циклу – від вирощування або закупівлі у виробників потрібного сорту природних компонентів (сировини) до його продажу споживачу в оригінальній упаковці, де варто фокусувати увагу на унікальності та натуральних інгредієнтах й екологічного спрямування технології як вироблення продукту, так і його упаковки.

Основою багатьох гострих соусів є перець або інший продукт, який надає гостроту прянощам, оцет, сіль, а також приправи для додавання аромату та смакових відтінків. Технологія приготування особливої преміальної групи гострих соусів передбачає застосування процесу ферментації перцю. Соуси мають консистенцію від рідких до пастоподібних, можуть бути помірно або екстра гострими. Також гострі соуси можуть відрізнятися за кольоровою гамою – зелені, червоні, коричневі. Серед різноманіття рецептів виготовлення гострих соусів, в Україні широкою популярністю серед смакових запитів споживачів користуються гострі соуси на основі перців, такі як: соус «Пекельний кадіб» класичний, «Пекельний кадіб» з часником, ««Пекельний кадіб» Хабанеро», «Пекельний кадіб» три перці і представлено на рис. 1.

Враховуючи значний спектр актуальних напрямків дослідження, для розкриття сутності заявленої теми переважно наведені результати моніторингу стану, процесів і технології розробки гострих соусів на підприємствах малого бізнесу, які здійснюють свою діяльність в Україні, проведено аналіз виготовлення соусів, організації та особливостей крафтового виробництва харчових продуктів, принципів діяльності підприємств ресторанного господарства в сучасних умовах ведення бізнесу та їх мотивуючих.



Рисунок 1. Лінійка гострих соусів

ЛІТЕРАТУРА

1. Все про гострі і екстра гострі соуси. 18 Травня 2021. URL:<https://pomodorobrand.top/ua/articles/vse-pro-gostri-i-ekstra-gostri-sousi> (дата звернення: 01.02.2024).
2. Гілецький, І., & Паска М. (2022). Теоретичні та практичні аспекти використання пряно-ароматичної сировини підвищеної біологічної та харчової цінності для сфери гостинності. Інновації харчових та крафтових технологій для HoReCa. Львівський державний університет фізичної культури, 183-188. URL: <https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/34878/1/Ivan%20Hiletskyi%2C%20Mariia%20Paska.pdf>
3. Гріненко, І., Грушецький, Р., & Хомічак, Л. (2023). Момордика харантія – перспективна сировина для оздоровчих і крафтових продуктів. Ресторанний і готельний консалтинг. *Інновації*, 6(2), 247-257. URL: <https://doi.org/10.31866/2616-7468.6.2.2023.291708>

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ПРОРОЩЕНИХ ЗЛАКІВ ЯК СИРОВИНИ ДЛЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ НАПОЇВ

Куриленко Ю. М., старший викладач кафедри харчових технологій,
Сухенко В. Ю., д-р техн. наук, професор,
професор кафедри харчових технологій,
Андронович Г. М., PhD, доцент кафедри харчових технологій;
Черкаський державний технологічний університет

Сучасні функціональні продукти, включаючи функціональні напої, розглядаються не лише, як джерела пластичних речовин та енергії, але й складний фармакологічний комплекс, який може забезпечити вірогідний профілактичний та лікувальний ефекти. Для забезпечення цього ефекту раціон кожної людини має містити близько 600 різних нутрієнтів. Найбільш концентровану кількість даних речовин містить натуральна рослинна сировина: овочі, фрукти, лікарські рослини, злакові культури.

Одним зі способів збагачення напоїв корисними речовинами є використання подрібнених пророщених зерен ячменю, вівса, пшениці та кукурудзи. Ця суміш містить усі необхідні для життя мікро- та макроелементи, вітаміни, ферменти, амінокислоти та мінерали, які утворюються під час пророщування зерна (табл. 1) [1].

Таблиця 1. Особливості хімічного складу суміші пророщених злакових культур

Групи, які входять до складу тіл біологічних об'єктів	Хімічні елементи
Мікроелементи	молібден, цинк, селен, бор, хром, ванадій, марганець, залізо, мідь, йод, фтор
Макроелементи	кремній, калій, магній, кальцій, фосфор
Вітаміни	С, А, РР, Е, Н, Холін, В1 — В3, В5, В6, В9.
Кислоти	молочна, щавлева, оцтова, лимонна, пропіонова, бурштинова
Незамінні амінокислоти	тріонін, фенілаланін, метіонін, лейцин, лізин, ізолейцин, валін, триптофан
Замінні амінокислоти	аспаргінова кислота, аланін, аргінін, гліцин, пролін, глютамінова кислота, гістидин, серин, цистин, терозин.
Ферменти	цитаза, В-глюкопаза, фосфатази, А і В амілози, протеази, ліпаза
Вуглеводи та цукри	сахароза, фруктоза, мальтотріозу, глюкозу, рафікоза, арабікоза, фруктозан, ксилоза, глюкодифруктоза, мальтоза

Використання суміші пророщених зерен вівса, пшениці, кукурудзи та ячменю відкриває можливості для створення нових функціональних напоїв, які сприятимуть підвищенню стійкості організму до негативних впливів навколишнього середовища.

Білкові компоненти суміші пророщених злакових культур містить усі незамінні амінокислоти, які в відсотковому співвідношенні становлять до 30% загального вмісту білка. Незамінні амінокислоти регулюють обмінні процеси в організм, і вони необхідні для профілактики атеросклерозу, ожиріння, цукрового діабету та ін.

Під час аналізу вмісту вітамінів у різних компонентах суміші пророщених злакових культур особливу увагу приділяють активності вітамінів у пророщених зернах кукурудзи, які значно перевершують вітамінну активність інших злакових культур. Пророщені зерна кукурудзи особливо багаті вітамінами групи В і вітаміном Е. Саме пророслі зерна кукурудзи здатні високо ефективно впливати на нормалізацію обміну речовин, відновлення біохімічних показників вітамінної забезпеченості й оптимально сприяти підвищенню витривалості організму і стійкості його до захворювань [2].

У процесі проростання злакових культур відбувається глибока ферментація, що призводить до розкладу складних вуглеводів на простіші цукри, такі як мальтоза, глюкоза і фруктоза. Додавання цих простих цукрів до функціонального напою може дозволити зменшити вміст цукру в продукті [3].

Отже, суміш пророщених злакових культур містить повний набір інгредієнтів, необхідних для збалансованого харчування, включаючи білки, легкозасвоювані вуглеводи, клітковину з харчовими волокнами, мінеральні речовини, вітаміни, а також рослинні ферменти й гормони. Використання такої суміші є доцільним для виробництва функціональних напоїв, оскільки вона містить повний спектр корисних інгредієнтів, для розробки нових технологій виробництва функціональних напоїв.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сеульська, Ю. Батончик глазуrowаний на основі пророщеного зерна пшениці / Юлія Сеульська, Світлана Бажай-Жежерун // Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: програма і матеріали 80 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 10–11 квітня 2014 р. – К.: НУХТ, 2014. – Ч. 1. – С. 23-25.
2. Пророщені зерна злакових культур / [С. Потапенко, Н. Ємельянова, А. Українець та ін.] // *Харчова і переробна промисловість*, 2006. № 7. С.19– 21.
3. Bruce R. Hamaker *Technology of Functional Cereal Products*. Cambridge Woodhead Publishing Limited, 2008. 568 p.

ПЕРСПЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ВІДХОДІВ ВИНОРОбСТВА У М'ЯСОМОЛОЧНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ

Осипенкова І. І., канд. техн. наук, доцент,
завідувач кафедри харчових технологій,

Чепурна О. Л., ст. викладач кафедри харчових технологій,

Нагурна Н. А., канд. техн. наук,

доцент кафедри харчових технологій,

Черкаський державний технологічний університет

Однією з важливих тенденцій виноробної промисловості України є вдосконалення і створення нових технологій безвідходної переробки винограду. Особливу увагу науковці надають комплексній переробці виноградних вичавок з отриманням харчового барвника, харчових лікувальних добавок та в якості антиоксидантів у технологіях молочних, борошняних кондитерських та м'ясних продуктах [1].

Виноградні вичавки є відходами виноробства які отримують під час пресування соку в кількості 15-17% від маси ягід [2]. Склад їх залежить від способу перероблення винограду. В середньому вони містять, %: шкірки – 37...39, м'якоті – 30...32, насіння – 28...29. Дослідження якісного і кількісного хімічного складу шкірки винограду показали, що в ній міститься, %: полісахаридів – 40,8...44,7, лігніну – 5,1...36,5, золи – 2,6...2,7 і азотистих речовин – 2,6...2,7 [2; 3]. Виноградна шкірка містить у великій кількості антоціани (барвні речовини), які мають високу антиоксидантну активність [2].

Крім антоціанів антиоксидантною активністю володіють поліфеноли, серед яких - ресвератрол. За антиоксидантною активністю він переважає β – каротин у 5 разів, вітамін С – у 20 разів, вітамін Е у 50 разів[1]. Ресвератрол синтезуються в листях винограду і представляє собою рослинний антибіотик – фітоалексин [3].

Антиоксидантні та антимікробні властивості виноградних вичавок відіграють важливу роль в якості природніх харчових консервантів у харчових продуктах. Антоціани та ресвератрол пригнічують окислення жирів, тому їх можна використовувати у продуктах із високою концентрацією жирів, таким чином підвищувати термін зберігання таких продуктів.

Відомо, що окислення ліпідів в молочних продуктах є комплексним процесом, включаючи як оксидативне так і гідролітичне псування. Для запобігання розвитку окиснення молочних продуктів, застосовують вітамін С, токофероли, ефірні масла, фенольні та інші сполуки [4;5].

В м'ясній промисловості антиоксиданти виконують ряд функцій, включаючи антиокисну, антимікробну, а також консерванту в процесах технологічної обробки і зберігання. Внесення антиоксидантів стабілізують в готових продуктах рівень холестерину та гальмують утворення продуктів його окиснення. Найбільш поширений антиоксидант в м'ясній промисловості – вітамін С, який сприяє стабілізації кольору в свіжих і в'ялених м'ясних продуктах, гальмує окисдазивне псування у варених ковбасах [6].

Враховуючи, що виноградні вичавки мають високі антиоксидантні властивості, доцільно їх використання в м'ясо-молочній галузі для запобігання окиснення жиромісних продуктів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Челябієва В., Костюченко А., Семенюк О. Використання природних антиоксидантів у виробництві борошняних кондитерських виробів. *Технічні науки та технології*. 2016. №4 (6). С. 211-217.
2. Іванов С. В., Сімахіна Г. О., Науменко Н. В. Технологія оздоровчих харчових продуктів: підручник. К. НУХТ, 2015. 402с.
3. Хомич, Г. П., Левченко, Ю. В., & Чоні, І. В. (2022). Комплексна переробка винограду з отриманням алкогольних і безалкогольних напоїв. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. Серія «Технічні науки», (1), 55-62. <https://doi.org/10.37734/2518-7171-2022-1-9>.
4. Oxidation in Foods and Beverages and Antioxidant Applications. Eric A. Decker, Ryan J. Elias and D. Julian. 2010 Woodhead Publ.: Oxford. – 984 p.
5. Kurzer A.B., Dunn M.I., Pike O.A. et.al. Antioxidant effects on retinyl palmitate stability and isomerization in nonfat dry milk during thermally accelerated storage. *Internat. Dairy J.* 2014. V.35, p. 111-115.
6. Zhang H, Wu J, Guo X. Effects of antimicrobial and antioxidant activities of spice extracts on raw chicken meat quality. *Food Science and Human Wellness*, 2016, 5(1): 39-48. <https://doi.org/10.1016/j.fshw.2015.11.003>

УДК 664.38

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ РОСЛИННИХ БІЛКІВ В ХАРЧОВИХ ПРОДУКТАХ

**Чепурна О. Л., ст. викладач кафедри харчових технологій,
Черкаський державний технологічний університет**

Відомо, що тваринний білок має більшу поживну цінність, ніж рослинний білок є джерелом повноцінних незамінних амінокислот. До незамінних відносять вісім амінокислот: валін, ізолейцин, лейцин, лізин,

метіонін, треонін, криптофан, фенілаланін [5]. Крім того, за такими технологічними показниками як гелеутворення, емульгування та спінювання, які надають їжі привабливу текстуру та сенсорні властивості, вважається кращим, ніж рослинний білок [2].

Однак сьогодні в Україні спостерігається значне зниження розвитку тваринництва, і розраховувати, найближчим часом, на підвищення продуктивності виробництва продуктів тваринного походження немає підстав [5].

Останнім часом в Україні все гостріше стає питання, щодо розробки нових технологій на основі комбінованої сировини в зв'язку з тим, що спостерігається суттєве скорочення тваринництва, а отже і нестача тваринного білку.

Альтернативою тваринного білка є рослинний білок. Застосування рослинних білків у харчових продуктах дозволяє збалансувати їх склад за основним інгредієнтом. У зв'язку з цим, розроблені рецептури і технології комбінованих напівфабрикатів з використанням білкових концентратів з рослинної сировини.

Основною сировиною рослинних білків є соя, боби, гречка, злакові культури. Фракційний склад рослинних білків залежить від будови зерна.

В ендоспермі переважно знаходяться глютеліни та проламіни, які утворюють клейковину. Білки оболонки, алеїронового шару складаються, в основному, з альбумінів та глобулінів [4].

До складу рослинних білків входить 18 амінокислот, у тому числі усі незамінні. Засвоєння рослинних білків становить 83-85%.

Основними характеристиками рослинних білків при додаванні їх у харчові продукти є функціонально-технологічні показники. Від яких залежить волого- і жирутворююча здатність, а також величина концентрації гелеутворення [3].

Щодо жирутримуючої здатності білка, від його кількості у рецептурі, залежить відділенню жиру під час технологічної обробки [3].

Популярність в Україні рослинних білкових концентратів в харчовій промисловості зростає через їхні переваги над білковими харчовими продуктами тваринного походження з точки зору здоров'я людини та екологічної стійкості [1].

Використання рослинних білкових концентратів може сприяти здоров'ю серцево-судинної системи, оскільки високе споживання насичених жирів і холестерину пов'язують із підвищеним ризиком серцевих захворювань [1].

ЛІТЕРАТУРА

1. A.T. Azman, NSM Isa, Z.M. Zin, M.A.A. Abdullah, O. Aidat, M.K. Zainol (2023). Protein Hydrolysate from Underutilized Legumes: Unleashing the Potential for Future Functional Foods. 209-223.
2. Kim, W., Wang, Y., & Selomulya, C. (2020). Dairy and plant proteins as natural food emulsifiers [Review]. *Trends in Food Science & Technology*, 105, 261–272. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2020.09.012>
3. Сирохман І. В., Завгородня В. М. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення: навч.пос.[для студ. вищ. навч. закл.]. К.: Центр учбової літератури. 2009. 544 с.
4. Теоретичні основи харчових виробництв : підруч. / Н.М.Зубар. Київ:Видавничий дім «Кондор», 2020. 304 с.
5. Українець А. І., Сімахіна Г. О. Технологія оздоровчих харчових продуктів: Курс лекцій для студентів за напрямом 6.051701 «Харчові технології та інженерія» денної та заочної форм навч. К.:НУХТ, 2009. 310 с.

АВТОРСЬКИЙ ПОКАЖЧИК

- Авраменко В. П. 117
Адаменко Є. С. 105
Андронович Г. М. 145
Белікова М. В. 10
Бишовець Л. Г. 72
Бойко З. В. 11
Гашимов М. Ф. 108
Герман І. В. 111
Гладкий О. В. 108
Гринюк Д. Ю. 33, 96
Данилюк А. М. 58
Дарчик М. А. 120
Дзима В. В. 63
Дзюбак А. С. 80
Довгань Н. С. 14
Жадько О. А. 70
Загородній В. В. 53
Золотухіна І. В. 18
Зубехіна Т. В. 20
Івашина Л. Л. 18
Кацицка Гражина 57, 140
Колісниченко Т. О. 114, 142
Крижановська О. Т. 130
Куракін О. Б. 84
Куриленко Ю. М. 145
Лепкий М. І. 22
Лисяна В. О. 25
Луцький І. М. 6
Любіцева О. О. 33, 96
Матвійчук Л. Ю. 70
Матусевич А. М. 28
Миколенко Л. В. 63
Мокрий А. В. 8
Нагурна Н. А. 147
Номеровська М. В. 50
Оліферчук О. Г. 72
Онопрієнко О. В. 75, 78
Онопрієнко О. М. 75, 78
Осипенкова І. І. 147
Паламарчук І. Я. 122
Плецан Х. В. 30, 80, 86, 90
Подоляк В. М. 93
Польова Л. В. 44
Попович М. І. 86
Прісс О. П. 142
Пузанов М. М. 142
Ремігайло І. Ю. 102
Свищ Л. І. 90
Сергієнко Г. О. 58
Сіваченко М. О. 30
Скрипник П. І. 130
Скутар Т. Д. 125
Смаль Б. А. 22, 70
Смирнов І. Г. 33, 96
Старинець О. А. 47
Субота В. В. 36, 39
Сухенко В. Ю. 145
Теплюк О. А. 127
Ткачова С. С. 41
Устименко І. П. 130
Цинківська І. І. 130
Чепурда Л. М. 3, 6, 8, 99, 105
Чепурна О. Л. 147, 148
Чорна Л. В. 44
Чорна Л. О. 133
Чорний М. Г. 136
Шестель О. Г. 47
Шикіна О. В. 102
Юрченко І. К. 63
Юрченко С. О. 99
Юхновська Ю. О. 50
Ярославська Л. П. 53

ЗМІСТ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Чепурда Л. М. АНАЛІЗ ТА ПРОГНОЗ ГОСТИННИХ КРАЇН ЄВРОПИ І СВІТУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	3
Чепурда Л. М., Луцький І. М. АЛГОРИТМИ ВИХОДУ НАЦІОНАЛЬНИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК	6
Чепурда Л. М., Мокрий А. В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	8
Бєлікова М. В. ТЕНДЕНЦІЇ В ТУРИЗМІ ТА ДІЯЛЬНОСТІ МУЗЕЇВ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ	10
Бойко З. В. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗОРОВЧИХ ТУРИСТИЧНИХ ЗАКЛАДІВ	11
Довгань Н. С. КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОЇ КЛАСТЕРНОЇ СПІВПРАЦІ В ТУРИЗМІ.....	14
Золотухіна І. В., Івашина Л. Л. СТАН СВІТОВОГО РИНКУ ТА СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ КАВОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	18
Зубехіна Т. В. СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	20
Лепкий М. І., Смаль Б. А. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ МАНДРІВОК В УКРАЇНІ	22
Лисяна В. О. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО ОПЕРЕЙТИНГУ	25
Матусевич А. М. ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ ПОКРАЩЕННЯ РУХОВОЇ АКТИВНОСТІ ...	28
Плецан Х. В., Сіваченко М. О. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ І РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	30
Смирнов І. Г., Любіцева О. О., Гринюк Д. Ю. ТУРИСТИЧНИЙ БРЕНД ІЗРАЇЛЮ: ДОРОГА ГАНДІ	33
Субота В. В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СПОРТИВНО-ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ ТА В УКРАЇНІ	36
Субота В. В. РОЛЬ ТУРИЗМУ У ФОРМУВАНІ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ СТУДЕНТІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	39
Ткачова С. С. УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ТА РОЗВИТКОМ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ	41
Чорна Л. В., Польова Л. В. РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ	44
Шестель О. Г., Старинець О. А. АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ КРИЗОВОГО СТАНУ	47

Юхновська Ю. О., Номеровська М. В. РИНОК МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ
У ПІВНІЧНІЙ АМЕРИЦІ: США, КАНАДА ТА МЕКСИКА 50

Ярославська Л. П., Загородній В. В. ФІТНЕС-ПРОГРАМИ ЯК ЗАСІБ
ПОКРАЩЕННЯ РУХОВОЇ АКТИВНОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ 53

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

Касіска Г. WORLD EXPERIENCE OF STATE REGULATION OF THE TOURISM
INDUSTRY IN MACROECONOMIC CRISES: PROJECTION ON UKRAINE 57

Данилюк А. М., Сергієнко Г. О. РОЛЬ ЦЕНТРУ ТУРИЗМУ, КРАЄЗНАВСТВА
І ЕКСКУРСІЙ УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ В РОЗВИТКУ
ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ ТА ПАТРІОТИЧНОМУ ВИХОВАННІ МОЛОДІ 58

Дзима В. В., Миколенко Л. В., Юрченко І. К. ГОТЕЛЬ «ТАРАСОВА ГОРА»
ЯК ОДНА ІЗ ПЕРСПЕКТИВНИХ СКЛАДОВИХ ШЕВЧЕНКІВСЬКОГО
НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАПОВІДНИКА 63

Матвійчук Л. Ю., Смаль Б. А., Жадько О. А. ПЕРСПЕКТИВИ
ВПРОВАДЖЕННЯ ГЕОГРАФІЧНИХ ЗАЗНАЧЕНЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ
ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ 70

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Бишовець Л. Г., Оліферчук О. Г. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ
ІННОВАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ ВИГОТОВЛЕННЯ
ЕКОЛОГІЧНОГО ПОСУДУ 72

Онопрієнко О. В., Онопрієнко О. М. НОВІ ВИДИ ТА ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ
ПОДРОЖЕЙ 75

Онопрієнко О. В., Онопрієнко О. М. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ІННОВАЦІЇ
У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ 78

Плецан Х. В., Дзюбак А. С. ДИСКУРС ПРАКТИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ
КРЕАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ
(НА ПРИКЛАДІ АГРОТУРИЗМУ) 80

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

Куракін О. Б. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ПРИНЦИПІВ
СИСТЕМИ НАССР ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ 84

Плецан Х. В., Попович М. І. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ
В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ 86

Плецан Х. В., Свищ Л. І. ПРОБЛЕМИ І ПОТРЕБИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ	90
Подоляк В. М. СВІТОВІ ТРЕНДИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА	93
Смирнов І. Г., Любіцева О. О., Гринюк Д. Ю. ГЕТЬМАНСЬКИЙ БОРЩ ЯК ГАСТРОТУРИСТИЧНИЙ БРЕНД.....	96
Чепурда Л. М., Юрченко С. О. АПРОБАЦІЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	99
Шикіна О. В., Ремігайло І. Ю. ВИКОРИСТАННЯ SMM У ПРОСУВАННІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ	102

ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Чепурда Л. М., Адаменко Є. С. БЕЗПЕКА ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ	105
Гладкий О. В., Гашимов М. Ф. ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ СИНТЕТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ У ЦИФРОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	108
Герман І. В. ПЕРСПЕКТИВНІ ВАЖЕЛІ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ ЗАКЛАДІВ ГОСТИННОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ	111
Колісниченко Т. О. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ	114

ІСТОРИЧНЕ КРАЄЗНАВСТВО ЯК РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Авраменко В. П. СПОГАДИ ПРО ІВАНА ЯДЛОВСЬКОГО У НАРИСАХ ПРО ПОЇЗДКИ НА МОГИЛУ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА КІНЦЯ ХІХ–ХХ СТОЛІТЬ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ.....	117
Дарчик М. А. АРХІТЕКТУРНИЙ СТИЛЬ УКРАЇНСЬКОГО БАРОКО ЯК РЕСУРС РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА СЕРЕДНІЙ НАДДНІПРЯНЩИНІ.....	120
Паламарчук І. Я. ДИТЯЧА ТЕМАТИКА В МОНУМЕНТАЛЬНІЙ ШЕВЧЕНКІАНІ	122
Скутар Т. Д. БІОСОЦІАЛЬНІ РЕСУРСИ У ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТАХ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ	125
Теплюк О. А. ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІСТОРИЧНИХ МІСТ КИЇВЩИНИ	127

Устименко І. П., Крижановська О. Т., Скрипник П. І., Цинківська І. І. МАТЕРІАЛИ ДОСЛІДЖЕНЬ З ІСТОРИЧНОГО КРАЄЗНАВСТВА – ВАЖЛИВА СКЛАДОВА РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НПП «ГОЛОСІВСЬКИЙ».....	130
Чорна Л. О. ВІДОБРАЖЕННЯ ТЕМИ ШІСТДЕСЯТНИЦТВА У СУЧАСНІЙ ЕКСПОЗИЦІЇ МУЗЕЮ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА ШЕВЧЕНКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАПОВІДНИКА	133
Чорний М. Г. ПАРКОВА ЗОНА ШЕВЧЕНКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАПОВІДНИКА ЯК ПРИРОДООХОРОННИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ОБ'ЄКТ	136

ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Кащицка Гражина. АДАПТАЦІЯ ТА ІННОВАЦІЇ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ: ШЛЯХ ДО СТІЙКОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ.....	140
Колісниченко Т. О., Прісс О. П., Пузанов М. М. РОЗРОБКА КРАФТОВИХ ГОСТРИХ СОУСІВ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	142
Куриленко Ю. М., Сухенко В. Ю., Андронович Г. М. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ПРОРОЩЕНИХ ЗЛАКІВ ЯК СИРОВИНИ ДЛЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ НАПОЇВ.....	145
Осипенкова І. І., Чепурна О. Л., Нагурна Н. А. ПЕРСПЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ВІДХОДІВ ВІНОРОБСТВА У М'ЯСОМОЛОЧНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	147
Чепурна О. Л. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ РОСЛИННИХ БІЛКІВ В ХАРЧОВИХ ПРОДУКТАХ.....	148
Авторський покажчик	151

Наукове видання

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

28-29 березня 2024 року, м. Черкаси

В авторській редакції

Комп'ютерна обробка: *Рудяка Л. М.*
Технічний редактор *Давиденко К. В.*

Гарн. Times New Roman. Обл.-вид. арк. 11,8. Зам. 24-46.

Черкаський державний технологічний університет
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 896 від 16.04.2002.
бульвар Шевченка, 460, м. Черкаси, 18006.
Редакційно-видавничий відділ ЧДТУ
red_vidav@chdtu.edu.ua