



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



National Office
Erasmus+UA

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ КОНЦЕПЦІЙ
УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ
БІЗНЕСОМ В УМОВАХ
ПАРАДИГМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

**МОНОГРАФІЯ
ДРУГИЙ ТОМ**



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Jean Monnet
Programme



**м. Запоріжжя
2023**

УДК 338.486:330.34

***Рекомендовано до друку
Вченою радою
Запорізького національного університету
(протокол №10 від 27 квітня 2023 року)***

Ф-79 Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку: монографія / за заг. ред. Л.В. Безкоровайної. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2023. 366 с.

Рецензенти:

***Доктор педагогічних наук, професор, професор
кафедри туристичного, готельного та ресторанного
бізнесу Національного університету «Запорізька
політехніка»***

Віндюк Андрій Валерійович

***Доктор психологічних наук, професор, проректор з
наукової роботи та міжнародної діяльності***

***Комунального закладу «Запорізький обласний
інститут післядипломної педагогічної освіти»***

Запорізької обласної ради

Гура Тетяна Євгенівна

**Доктор педагогічних наук, професор, завідувач
кафедри теорії
та методики фізичної культури і спорту
Запорізького національного університету
Конох Анатолій Петрович**

**Науковий редактор:
доктор педагогічних наук, професор, професор
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Запорізького національного університету
Безкоровайна Лариса Вікторівна**

Монографія присвячена висвітленню актуальних питань формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку, воєнного періоду та повоєнного часу.

УДК 338.486:330.34

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	7
 РОЗДІЛ 1. ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО ТА ПОВОЄННОГО ЧАСУ.....	9
Бадло Ніка, Безкоровайна Лариса, Сидорук Анна	
РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В ЗАПОРІЗЬКІЙ ОБЛАСТІ ПІСЛЯ ЗАКІНЧЕННЯ ВІЙНИ.....	9
Струков Дмитро, Безкоровайна Лариса	
ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	24
Чуєва Інна, Ніколаєва Тетяна	
ВПЛИВ ВІЙНИ НА МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС.....	40
 РОЗДІЛ 2. СОЦІОКУЛЬТУРНІ, ІСТОРИЧНІ, ФІЛОСОФСЬКІ, ЕКОЛОГІЧНІ, ПРАВОВІ ЗАСАДИ ГЕНЕЗИСУ Й РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ (РЕГІОНАЛЬНИЙ, ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ, СВІТОВИЙ АСПЕКТИ).....	63
Конох Олена	
КОЗАЦЬКА КУХНЯ, ЯК ЕЛЕМЕНТ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЗАПОРІЗЬКОГО КРАЮ..	63

Носирєв Олександр	
СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ: НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА РЕГІОНАЛЬНИЙ КОНТЕКСТ.....	94
Чуєва Інна, Сидорук Анна, Волобуєв Андрій	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТА ЯКІСТЮ ПОСЛУГ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	134.
 РОЗДІЛ 3. МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ЛОГІСТИКА Й ЦІНОУТВОРЕННЯ В ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	 158
Маковецька Наталія, Люта Дарина, Сидорук Анна	
КОУЧИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО ТУРИСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ВОЄННИЙ І ПОВОЄННИЙ ЧАСИ.....	158
 РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА, ФІНАНСИ, СТАТИСТИКА В ТУРИЗМІ Й ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ.....	 182
Смєсова Вікторія	
ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА В СФЕРІ ЛІКУВАЛЬНО- ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: НАЯВНІ ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ТА ВИКЛИКИ.....	182

**РОЗДІЛ 5. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ,
КРЕАТИВНІСТЬ, ІННОВАЦІЙНА ТА ІНВЕСТИЦІЙНА
ДІЯЛЬНІСТЬ, КЛАСТЕРИЗАЦІЯ В ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-
РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ.....220**

**Безкоровайна Лариса, Омеляненко Галина, Парій
Світлана**

**ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ
КРЕАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС ПРОЄКТУВАННЯ
ПОСЛУГ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ.....220**

**РОЗДІЛ 6. ОСНОВИ БЕЗПЕКИ В ТУРИЗМІ ТА
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ; ТУРИЗМ В УМОВАХ
ПАНДЕМІЇ COVID-19.....233**

Криволапов Едуард

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ
ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ З
БЕЗПЕКИ ТУРИЗМУ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ
ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....233**

**РОЗДІЛ 7. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УКРАЇНІ НА ЗАСАДАХ
ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ПРАКТИКИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ,
КРЕАТИВНОСТІ Й КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ТУРИЗМУ.....260**

**Безкоровайна Лариса, Венгерська Наталя, Воронкова
Валентина**

**ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ РОЗВИТКУ
СІЛЬСЬКОГО (ЗЕЛЕНОГО, АГРО-, ЕКО-) ТУРИЗМУ В
УМОВАХ ПАРАДИГМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....260**

**РОЗДІЛ 8. РОЛЬ ТУРИЗМУ В ПОЛІПШЕННІ СТАНУ
ЗДОРОВ'Я НАСЕЛЕННЯ, ВПРОВАДЖЕННІ ЗДОРОВОГО
СПОСОБУ ЖИТТЯ, ЗБЕРЕЖЕННІ Й РОЗВИТКУ
ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ, КУЛЬТУРНИХ
ЦІННОСТЕЙ І ТРАДИЦІЙ, ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНОГО
НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА; ЗАСТОСУВАННІ
МОДЕЛЕЙ «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ».....276**

Конох Андрій

**ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ
НАПРЯМ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ
СФЕРИ.....276**

**РОЗДІЛ 9. КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНДУСТРІЇ
ТУРИЗМУ Й ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ:
ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ТА ПІДВИЩЕННЯ
КВАЛІФІКАЦІЇ ФАХІВЦІВ.....311**

Безкоровайна Лариса, Каніболоцька Ольга

**ДЕЯКІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ
КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНЬОГО
ФАХІВЦЯ З ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ ЗАДЛЯ ЙОГО
ЕФЕКТИВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПРАЦІ У МІЖНАРОДНОМУ
ТУРИСТИЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....311**

**Безкоровайна Лариса, Літвінова-Головань Ольга,
Кацаєва Крістіна**

**ПРОЄКТУВАННЯ ОСВІТНЬО-ІНФОРМАЦІЙНОГО
СЕРЕДОВИЩА В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ІЗ
ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ, СПОРТУ, ЗДОРОВ'Я ТА
ТУРИЗМУ.....324**

Люта Дарина, Маковецька Наталія, Сидорук Анна	
СЕРЕДОВИЩЕ СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ЯК УМОВА	
РЕАЛІЗАЦІЇ ІНТЕГРАТИВНОГО Й МЕТАПРЕДМЕТНОГО	
ПІДХОДІВ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ	
МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ.....	342

ПЕРЕДМОВА

Мета написання монографії полягає у поширенні кращих українських та європейських досвідів науковців, освітян, фахівців-практиків та здобувачів освіти щодо концепцій сталого розвитку туризму і гостинності, стратегій управління, диверсифікації та кластеризації туристичних і готельно-ресторанних послуг, діяльність підприємств та організацій туристичної сфери у воєнний період та відновлення туристичної галузі у повоєнний час в Україні.

Монографія є колективною працею викладачів.

У монографії розміщено статті, в яких розкрито наукові погляди та практичні рекомендації дослідників щодо формування сучасних тенденцій керування індустрією туризму та готельно-ресторанною справою в умовах концепції сталого розвитку, воєнного та повоєнного періодів.

Автор (співавтори) несе (несуть) особисту відповідальність за достовірність викладеного матеріалу, належність останнього йому (їм) особисто та якість перекладу цитат з іншомовних джерел.

Видання здійснене в рамках проекту Європейського Союзу за програмою Еразмус+, напрям Жана Моне, 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні» в Запорізькому національному університеті.

Підтримка Європейської Комісії у створенні цього видання не означає схвалення змісту, який відображає лише думки авторів, і Комісія не може нести відповідальність за будь-яке використання

інформації, що міститься в ньому.

Publication prepared and funded under the Erasmus+ Jean Monnet Actions 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE «Diversification of rural tourism through sustainability and creativity: disseminating European experience in Ukraine» at Zaporizhzhia National University.

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

РОЗДІЛ 1.

**ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО ТА ПОВОЄННОГО ЧАСУ**

Ніка Бадло
студентка 1 курсу магістратури
спеціальності «Туризм»
Запорізькій національний університет

Лариса Безкоровайна,
доктор пед. наук, професор,
професор кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи
Запорізькій національний університет

Анна Сидорук,
канд. пед. наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Запорізькій національний університет

**РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В ЗАПОРІЗЬКІЙ ОБЛАСТІ
ПІСЛЯ ЗАКІНЧЕННЯ ВІЙНИ**

Туризм є важливою складовою економіки більшості країн, він швидко розвивається і впливає на економічну та соціальну сферу. За рахунок туризму з'являються нові робочі місця (чим більше туристів, тим більше людей необхідно для їх обслуговування), наповнюється бюджет міста (туристи витрачають кошти в закладах, які сплачують податки)

покращується інфраструктура, якою користуються не тільки туристи, а й місцеві мешканці, таким чином покращуються умови проживання. Туризм не потребує великих інвестицій та швидко окуповується. Таким чином, туризм є важливою галуззю багатьох країн. Тому його відновлення буде одним із важливих завдань для відновлення Запорізької області після закінчення війни

В 2020 році почалась пандемія COVID-19, яка швидко розповсюдилася по всіх країнах, зокрема і в Україні. Найбільше від вірусу постраждала галузь туризму, яка через тривалі карантинні обмеження взагалі не працювала. З кінця 2021 року відбулося пом'якшення карантинних обмежень, галузь туризм почала відновлюватися. По всіх країнах відбулось зростання кількості туристів, яке продовжилось в 2022 року. В Україні відновлення туризму, тривало недовго, 24 лютого почалась повномасштабна війна, яка триває і досі.

Заклади які не відновились від руйнівного впливу пандемії, мали пристосовуватись до нових, військових умов праці. Найскладнішими для всіх були перші дні війни, більшість закладів сфери туризму зачинились.

Та більшість закладів ресторанного і готельного господарства продовжили свою роботу, тільки вже благодійну. Заклади ресторанного господарства об'єднались та готували і безкоштовно передавали їжу всім хто цього потребував.

Заклади готельного господарства безкоштовно приймали у себе переселенців з інших областей. Таким чином сфера обслуговування з комерційною перетворилась в соціальну.

Через декілька місяців від початку війни, заклади сфери туризму почали відновлювати свою роботу, вже не тільки благодійну. Почали відкриватись нові заклади, таким чином підтримуючи економіку держави, забезпечуючи робочі місця, та стали місцями де люди можуть пару годин

відпочити. Туристичні агентства відновили частково свою роботу, вони спрямовані в основному на внутрішній туризм, при якому люди з наближених територій до зони бойових дій, виїжджають на декілька тижнів до більш віддалених територій від зони бойових дій. Також вони організовують відпочинок за кордоном для жінок і дітей (чоловікам призовного віку виїзд заборонений під час війни).

На територіях які менше постраждали від війни, туризм відновиться швидше. Території, на яких ведуться бойові дії і які до них наближені, після закінчення війни чекає тривалий процес відновлення, зокрема це стосується і Запорізької області.

Питанням відновлення туризму в країні після закінчення війни займалися такі вчені: М. Бикова, С. Баженова, О. Носирєв, О. Роїк та інші. Вони зазначали, що розвиток туризму має бути одним із пріоритетних напрямів, та для його відновлення необхідно вирішити певні проблеми з забезпеченням безпеки туристів та відновлення зруйнованої інфраструктури, також є необхідними розвивати внутрішній туризм.

Мета даного дослідження: визначити шляхи розвитку туризму в Запорізькій області у повоєнний час

Запорізька область займає вигідне економіко-географічне положення. З півдня має вихід до Азовського моря, берегова лінія якого в межах області перевищує 300 км.

Кліматичні умови максимально сприяють розвитку курортів та туризму.

В області 299 територій та об'єктів природно-заповідного фонду, в тому числі частина відділу українського степового заповідника «Кам'яні Могили», розташованого також і у Донецькій області.

У Запорізькій області на державному обліку перебуває 8315 пам'яток, з них 6563 – пам'ятки археології, 1700 – історії, 32 –

монументального мистецтва, 20 – науки і техніки; 12 об'єктів культурної спадщини регіону (3 пам'ятки історії і 9 – археології) занесено до Державного реєстру нерухомих пам'яток України національного значення. Функціонують 3 заповідники, 16 музеїв із 2 відділами [2].

У зв'язку з тим, що більша частина Запорізькій області знаходиться під окупацією, наразі невідомо, точна кількість туристичних об'єктів, більшість з них можуть бути зруйновано.

Дані відомості були актуальні до початку повномасштабної війни і були зазначені, так як дані туристичні об'єкти, можна буде використовувати в подальшому для розвитку туризму, шляхом їх відновлення, особливо для воєнного туризму, щоб показати наслідки війни.

Курортні та рекреаційні території складають майже 15% площі області. Рекреаційний потенціал Запорізького Приазов'я створює передумови для перспективного розвитку курортного господарства України [4].

В Запорізькій області багато рекреаційних ресурсів, які могли б залучити туристів як з інших міст України, так і з інших країн світу.

Але через недостатньо розвинуту інфраструктуру, невідповідну якість обслуговування, застаріле обладнання, недостатнє фінансування з боку держави, туризм в області розвивався повільно.

В Запорізькій області багато туристично привабливих місць, схарактеризуємо основні та найбільш відомі з них.

Степовий заповідник Кам'яна могила, розташований одразу в двох районах у Запорізькій та Донецькій області. Вік гранітів Кам'яної Могили близько 2 млрд. років.

Завдяки унікальним кліматичним умовам у заповіднику існує скельна, степова та лугова рослинність. Є рослини які занесені до Червоної книги, також є ендеміки. Зустрічаються рідкісні види тварин.

Дніпровська гідроелектростанція, зведена у часи першої «п'ятирічки», але й досі виконує свої функції. Одна із найстаріших гідроелектростанцій, яка являє собою «перлину» промислової архітектури. Однокамерний шлюз створено за прикладом знаменитих шлюзів Панамського каналу [1].

Василівський історико-архітектурний музей-заповідник «Садиба Попова», історична і архітектурна пам'ятка, аналогів якій в області не має. Був відкритий музей історії садиби.

У Північному флігелі діяло п'ять експозиційних залів Фонди музею нараховували близько 10 тис. Речових експонатів, світлин, документів минулого, макет-реконструкцію палацу. На лівій стороні комплексу біля Північного флігеля є оглядова вежа, яка була доступна для туристів. Особливий інтерес викликали екскурсії підземеллями замку.

Національний історико-археологічний заповідник «Кам'яна могила», унікальна пам'ятка, давніша за Стоунхендж. Усього тут 68 гротів і печер, у яких знайдено багато унікальних малюнків – від кам'яного віку до бронзового і більш пізнього часу.

Тут зображені безліч петрогліфів. Кожного року, починаючи з 1932-го, тут відбуваються археологічні розкопки та експедиції, що виявляють все нові пам'ятки стародавніх культур. У довоєнний час щороку «Кам'яну Могилу» відвідували біля 50 тис. Туристів. З 2006 року заповідник є претендентом на включення до списку об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [8].

Національний заповідник «Хортиця», розташований на річці Дніпро в місті Запоріжжя. Завдяки музеям, історико-культурним комплексам,

панорамам можна дізнатись історію Хортиці ще з давніх часів, у тому числі, про її найбільш яскравий і важливий період – час українського козацтва. На острові є Музей історії запорізького козацтва та історико-культурний комплекс «Запорізька Січ». Музей судноплавства «Чайка». А на місці поселення 10–14 століть нині розташований меморіально-туристичний комплекс «Протовче». У південно-східній частині острова є фольклорно-етнографічний кінний театр «Запорізькі козаки», де демонструють кінні спектаклі.

Панське озеро, завдяки наявності 25 підземних джерел, температура води у водоймі цілий рік знаходиться в діапазоні від +13 до +16 С.

Озеро створено штучно, але ким і коли – достовірно не відомо. Тому навколо цього питання ходять різні чутки і легенди. Місцеві жителі стверджують, що вода володіє силою виліковувати будь-яку хворобу. Багато хто їде сюди, щоб на собі випробувати чудодійність Панського озера [1].

Всі зазначені об'єкти зазнали руйнувань, внаслідок війни. Туристичні об'єкти, які знаходяться на окупованих територіях, було пограбовано та пошкоджено, а ті, що знаходяться в місті Запоріжжя зазнали руйнування внаслідок ракетних атак. Після закінчення війни, деякі туристичні об'єкти, нажаль, можуть не підлягати відновленню, тому важливим завданням буде збереження їх залишків для розвитку воєнного туризму.

Основні туристичні напрями Запорізької області, які розвивались до війни і будуть розвиватись після закінчення війни.

Сільській зелений туризм є найбільш динамічно зростаючим сектором світового туристичного господарства, оскільки, відпочинок на селі приваблює туристів, які прагнуть хоча б короткий час пожити в екологічно чистій сільській місцевості. Сьогодні в Запорізькій області

нараховується 37 садиб сільського зеленого туризму, 14 з яких отримали сертифікати якості послуг, з внесенням даних про садиби в загальний міжнародний реєстр.

Найбільше садиб сільського зеленого туризму знаходиться у Вільнянському районі – 17 [7].

Лікувально-оздоровчий туризм. У межах області використовуються мінеральні води та лікувальні грязі практично всіх відомих бальнеологічних типів. В оздоровчих і лікувальних цілях широко використовується озокерит та спелеотерапія.

Курорт державного значення Бердянськ, місто Приморськ і місто Кирилівка користуються великою популярністю у відпочиваючих як курортні центри.

Всього на Азовському побережжі та в акваторії р. Дніпра функціонувало близько 600 оздоровчих закладів.

Пізнавальний (історичний) туризм, основою якого є історичний складник розвитку міста та етнокультурна багатоманітність Запорізької області [10].

Подієвий туризм передбачає організацію та проведення щорічних заходів національного і міжнародного рівнів розважального та спортивного спрямування («Покрова на Хортиці», «Покровський ярмарок», «Khortytsia Freedom», «Zaporizhzhia Jazzy», «Холі-фест» тощо).

Екстремальний туризм. У Запорізькій області можливо стрибнути з парашутом та злетіти в небо на дельтаплані; є й роуп-джампінг – стрибки з висоти на мотузці [9].

Промисловий (індустріальний) туризм, орієнтований на продуктивне застосування особливої індустріальної спадщини м. Запоріжжя, а також галузі промисловості, що історично сформувалися як основа сучасної економіки міста [3].

Види туризму, які необхідно буде розвивати після завершення війни.

Гастрономічний туризм, зокрема український Street food (вулична їжа).

Даний напрям тільки починає розвиватися в Україні і в Запорізькій області представлений лише такими заходами, як фестиваль вуличної їжі «Пікнік на райдузі», «Всеукраїнський фестиваль домашньої консервації в Запоріжжі», «Щедра осінь: Свято врожаю в Запоріжжі». Після перемоги України, багато іноземних туристів матимуть бажання її відвідати, зокрема і Запорізьку область, щоб дізнатися мужність Запорізького краю і незламний дух козацького народу. Подорожуючи по області, туристи будуть коштувати різні страви.

Тому необхідно розвивати сучасну, автентичну, українську кухню і розробляти регіональні гастрономічні маршрути, де будуть представлені місця і заклади саме з такими стравами.

Розвиток української вуличної їжі, дозволить туристам швидко, зручно і недорого скуштувати українські страви, вироблені з національних продуктів. Такі місця будуть користуватися популярністю не тільки серед туристів, а і серед місцевих мешканців.

Звісно, перспективним напрямком розвитку туризму стане й воєнний туризм, що покаже наслідки окупації, зруйновані будинки, постраждалу енергетичну систему, військову техніку, розірвані та нерозірвані снаряди, місця бойових дій тощо.

Проблеми розвитку туризму в Запорізькій області, які були до початку війни і які необхідно буде вирішувати після закінчення війни.

Для розвитку туризму в області дуже важливим є наявність туристичної інфраструктури.

В більшості туристичних місць, вона або не достатньо розвинена, або застаріла. Туристична інфраструктура необхідна для залучення туристів,

покращення їх вражень, забезпечення комфортного відпочинку в області [5].

Недостатня кількість кваліфікованого персоналу. Багато людей, зокрема спеціалісти в сфері туризму, покинули область під час війни і після її закінчення певна частина людей так і залишиться жити та працювати за кордоном.

Недостатнє фінансування туризму в області. Туризм є однією із найбільш популярніших галузей, але для цього необхідно підтримка і фінансування з боку держави, чого наразі недостатньо.

Недостатня кількість туристичних дестинацій, які є дуже важливими для розвитку туризму. Туристична дестинація являє собою єдність трьох компонентів: туристичний об'єкт, наявність поруч з ним засобів розміщення, засобів харчування, добре розвинуту транспортну систему, рекреаційну та розважальну інфраструктуру, наявність інформаційних і комунікаційних систем [6].

Невідповідний рівень якості обслуговування. Невідповідність між ціною і якістю наданих послуг, особливо у прибережних територіях області, в закладах відпочинку.

Пропонуються заходи для вирішення визначених проблем та для подальшого розвитку туризму в області.

Для розвитку туризму в Запорізькій області у повоєнний час необхідно буде зробити важливі зміни в державному управлінні з туризму, звернути увагу на відбудову та оновлення туристичної інфраструктури, підвищення кваліфікації персоналу сфери обслуговування.

Для цього необхідна підтримка та фінансування з боку держави. Лише на державному рівні можна побудувати дієву систему управління туризмом в області, яка б ефективно використовувала отримані кошти на розвиток туризму та залучення іноземних туристів.

В першу чергу необхідно розробити децентралізовану систему управління туризмом, при якій місцеві ОТГ будуть поєднанні у локальні центри управління туризмом, який буде під управлінням Запорізького регіонального центру управління туризмом.

Таким чином фінансування буде розподілятися більш ефективно за рахунок того, що на локальному рівні більш зрозуміло, що необхідно профінансувати в першу чергу, а що може зачекати.

Побудова ефективної системи управління туризмом буде також сприяти відбудові та оновленні інфраструктури навколо туристичних об'єктів.

Покращенню інформаційної політики, необхідно створювати сайти, на яких буде вся необхідна інформація для туристів, а саме перелік туристичних об'єктів з їх описом, перелік засобів для розміщення і харчування, розважальні заклади, а також детальний опис як добратися до всіх цих місць. Такі сайти наразі є, але не всі вони заповнені необхідною інформацією і деякі з них не мають версій на іноземних мовах.

На регіональному рівні необхідним є створення стратегій розвитку туризму в Запорізькій області на декілька років, яка мала б практичне значення і виконувалась би на локальному рівні з постійним контролем на всіх рівнях управління для того, щоб кожний якісно виконував свою роботу.

Після закінчення війни необхідно буде скласти перелік всіх туристичних об'єктів області з описом наскільки вони постраждали від війни, чи можливо їх відновити, наявність туристичної інфраструктури навколо даних об'єктів і ступінь її руйнувань.

На основі даного списку деякі туристичні об'єкти буде відновлено, інші можуть бути віднесені до об'єктів воєнного туризму для демонстрації наслідків війни.

Для того, щоб залучити туристів до Запорізької області необхідно відбудовувати туристичну інфраструктуру, хоча б мінімальну навколо цікавих туристичних об'єктів. Саме для цього необхідно створити списки з переліком туристично привабливих місць і біля цих місць облагородити транспортну систему, щоб надати змогу туристам без заважань доїхати і знайти ці місця.

Звернути увагу на наявність невеликих засобів для розміщення та харчування саме біля туристично привабливих місць.

Деякі туристичні об'єкти знаходяться неподалік один від одного, тому доцільно скласти карту маршруту з переліком туристичних об'єктів в даному місті, таким чином туристам буде зручно орієнтуватися на місцевості, вони зможуть відвідати більше туристичних локацій і, тим самим, принесуть кошти в регіон.

Прибережні міста, які до війни користувались популярністю у туристів саме для відпочинку, наразі знаходяться під окупацією, стан рекреаційних закладів і туристичної інфраструктури, наразі точно не відомо. Ймовірно, що більшість зруйнована або пошкоджена. Тому після закінчення війни важливою задачею буде відновлення та побудова нових, сучасних, екологічних закладів відпочинку.

Також побудова закладів в місті Бердянськ, що має унікальні бальнеологічні та грязьові ресурси для оздоровлення і який можна зробити одним з найкращих курортних місць в Україні, що залучить не тільки туристів з інших міст, а і сприятиме розвитку в'їзного іноземного туризму.

Створення і розвиток інформаційно-комунікаційних систем. У наш час мало створити туристичний продукт, ще необхідно щоб про нього дізналися.

Для цього необхідно створити рекламу і просувати її не тільки в межах області та країни, а й в інших країнах для максимального залучення туристів.

Необхідним також є наявність сайту і соціальних мереж, через які туристи також дізнаються необхідну інформацію.

Завдяки розвитку туристичної інфраструктури, великої кількості туристичних об'єктів та розвитку інформаційних і комунікаційних систем, з'являться туристичні дестинації, які приваблюють туристів та мотивують їх до подорожі, таким чином активізуючи туристичну галузь.

Для того, щоб туристи поверталися, також необхідно контролювати якість надання послуг та відповідність ціни до якості. Для цього необхідно ввести систематичний контроль за дотриманням стандартів якості закладами обслуговування туристів.

Контроль за ціновою політикою рекреаційних закладів особливо в прибережних містах.

Для надання якісних послуг важливим є постійне навчання і підвищення кваліфікації персоналу.

Тому для кожного працівника в сфері туризму має бути обов'язковим курси з підвищення кваліфікацій кожні кілька років. Необхідно розробити програму даних курсів для всіх працівників в сфері туризму і зробити її доступною.

Також необхідним є не тільки навчати персонал як працювати, а й вчити керівників, які керують персоналом, ефективному управлінню персоналу, щоб знизити часту зміну працівників, що призводить до зниження якості обслуговування.

Отже, підсумовуючи все вище викладене, можемо дійти висновку, що розвиток туризму в Запорізькій області в повоєнний час можливий при підтримці держави та фінансуванні; необхідно виокремити основні

туристичні об'єкти області та відновити, в цих місцях, туристичну інфраструктуру, створити інформаційні системи для розповсюдження інформації; проводити контроль на всіх рівнях управління; контроль за якістю наданих послуг та ціновою політикою; проводити систематичне навчання працівників в сфері туризму для якісного обслуговування туристів.

Література:

1. IGotoWorld. Your GUIDE TO the WORLD. Запоріжжя: куди сходити і щоподивитися. URL: https://ua.igotoworld.com/ua/article/642_zaporozhe-kuda-shodit-chto-posmotret.htm
2. Драпушко Р. Туристичний потенціал України: стан, проблеми та перспективи розвитку. Київ : Ін-т законодавчих передбачень і правової експертизи, 2007. 152 с.
3. Інвестиційний портал Запорізької області. Промисловий потенціал. URL: <http://investment.zoda.gov.ua/ukthe-industrial-potential..>
4. Лисенко В., Пічкур Н. Стратегія розвитку туризму у місті Запоріжжі на 2019–2023 рр. Запоріжжя, 2018. 93 с.
5. Марченко О. Проблеми та перспективи розвитку рекреації та туризму у Запорізькій області. *Бізнес-навігатор*. 2014. № 3. С. 184-188.
6. Кравців В., Полюга В., Гулич О. Науково-методичні підходи та алгоритм розробки регіональних програм розвитку рекреаційної сфери. *Соц.-екон. Дослідж. В перехід. Період. Ринк. Трансформації України: пробл. та перспективи* : зб. Наук. Пр. Вип. 1. 2004. С. 9–17.

7. Олійник О., Ловчикова Д. Туристичний потенціал Запорізького регіону: стан та напрямки розвитку. *Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону*. 2011. С. 97-100.
8. Офіційний сайт Запорізького обласного туристично-інформаційного центру. URL: <http://www.zotic.zp.ua/about.html>.
9. Стратегія розвитку міста Запоріжжя до 2028 року. Запоріжжя : Запорізька обласна державна адміністрація, 2017. 85 с.
10. . Юхновська Ю., Гірняк Є. Розвиток туристичного потенціалу Запорізького регіону. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*. 2017. № 7. URL: <http://www.easterneurope-eb.in.ua/7-2017-ukr>.

Дмитро Струков,
*студент 1 курсу магістратури
спеціальності «Туризм»
ф-ту фізичного виховання, здоров'я і туризму,
Запорізькій національний університет*

Лариса Безкоровайна
*доктор пед. наук, професор,
професор кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи
Запорізькій національний університет*

ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Актуальність. Через напад агресора - російської федерації на Україну, внутрішній туризм опинився під загрозою, майже всі туристичні процеси було паралізовано.

В очах світових країн Україна стала максимально небезпечною для будь-якої діяльності. Саме зараз конче необхідно знаходити шляхи подолання цих викликів.

Метою статті є огляд перспектив відновлення та розвитку туризму після війни.

Виклад основного матеріалу. Починаючи з 24 лютого 2022 року, Україна стикнулася з повномасштабною російською збройною агресією, що призводить до серйозних людських втрат та значних пошкоджень інфраструктури та різних галузей економіки, включаючи туризм.

Замість розвитку внутрішнього туризму спостерігається значна міграція населення всередині країни, а виїзд громадян за кордон не пов'язаний із туристичною метою.

Однак, поступове звільнення українських територій від російських військ створює надію на повернення до мирного життя в недалекому майбутньому.

Війна мала й продовжує мати руйнівний вплив на сферу туризму, призвела до зіпсування фінансових, енергетичних і продовольчих ринків та спричинила серйозну інфляцію у всьому світі.

Внаслідок конфлікту, туризм в центральній, східній та південній частині України повністю зупинився.

За перший місяць війни втрати українського бізнесу перевищили втрати за два роки пандемії.

За даними Euromonitor International, глобальний в'їзний туризм втратив 6,9 млрд. доларів США у 2022 році через війну в Україні.

Готельні експерти в Туреччині та Єгипті відзначають зниження обсягу туристів з 60% до 70% на сезон 2022 року і зазначають, що наслідки будуть відчуватися щонайменше три-чотири роки.

Масштаби збитків та довгострокові наслідки важко оцінити, оскільки бойові дії в Україні тривають досі.

У зв'язку з такими негативними тенденціями, питання відновлення туризму в постконфліктний період стає особливо актуальним у сучасних умовах.

Практика показує, що сфера туризму внаслідок російсько-української війни сильно постраждала як в Україні, так і за кордоном.

Експерти прогнозують, що найбільше війна вплине на туризм на Близькому Сході, у Туреччині, Німеччині та Греції.

Такі наслідки перш за все впливають не з політичних причин, а через зростання цін на природні ресурси, такі як газ і нафта, водночас і ціни на туристичні послуги також підвищуються [1].

Війна торкнулася сфери туризму, яка тільки починала набирати обертів після двох років протипандемічних обмежень, ще до 24 лютого. Першим поштовхом стала відмова західних перевізників від рейсів в Україну.

Потім було занепокоєння, а згодом і заборона авіаційним перевізникам літати в українському небі.

Тоді питання вдалося врегулювати на державному рівні, але не надовго, тому що повномасштабне вторгнення почалося буквально за тиждень [2].

Разом із тим, варто відзначити, що нині сфера туризму визначається наступними особливостями [3]: менеджмент туристичного бізнесу більш зосереджений на волонтерстві та перетворенні туристичних хабів на гуманітарні чи волонтерські штаби; на туристичному маршруті повинні бути передбачені бомбосховища чи інші захисні споруди; повинні бути мінімізовані маршрути довкола важливих державних і військових об'єктів, які можуть стати мішенями ракетно-бомбових ударів російського агресора; пляжні та пішохідні тури неможливі через триваючі військові дії й наявність мінних полів, розмінування яких, за прогнозами, триватиме кілька років після закінчення війни.

В Україні, внаслідок війни, немає повністю безпечних регіонів, що має негативний вплив на привабливість країни для туристів. Іноземні гості не мають можливості і бажання відвідувати Україну через постійні артилерійські обстріли та ракетно-бомбові удари, серйозні руйнування інфраструктури, а також через загрозу, що виникає внаслідок військових дій та припинення авіасполучення.

Внаслідок міграції людей з небезпечних регіонів до більш безпечних, внутрішній туризм також переживає серйозну кризу, що призводить до зменшення числа людей, які відвідують інші частини України з туристичною метою.

Український туризм втрачає значні прибутки через зменшення загальної кількості туристів. На сьогоднішній день Україна майже повністю втратила іноземних туристів, а у 2020 році їх кількість становила близько 4 мільйонів, з яких близько 90 тисяч скористалися послугами українських турфірм. 13 із 24-ти областей України майже повністю припинили діяльність туристичних підприємств [4].

Фактично з 24 лютого в'їзний туристичний потік втрачений на 100%, діловий туризм заморожений, а місцевий туризм перетворився на рух внутрішньо переміщених осіб [5].

У сфері ділового туризму в Україні спостерігається повний застій, проте в'їзний туризм почав показувати ознаки відродження. Разом з його зростанням, відновлюється і бізнес-сегмент, що включає проведення конференцій, тренінгів, семінарів та інших подій такого формату.

Важливо підкреслити, що туристична індустрія продовжує функціонувати навіть у період війни.

Зважаючи на часті звернення туроператорів та туристичних агентств, які просять пояснити правила безпеки під час внутрішніх подорожей в країні, Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) опублікувало інформацію про дозволи та обмеження, що діють під час воєнного стану в центральних і західних областях України.

Незважаючи на втрати українського туристичного сектору внаслідок війни, за перші чотири місяці 2022 року сума туристичного збору становила 64 млн 611 тис. грн, що на 65% перевищує показники аналогічного періоду 2021 року, коли до бюджету надійшло 39 млн 206

тис. грн. Місто Київ і чотири області лідирують за сплатою туристичного збору.

Київ, зокрема, поповнив свій бюджет на понад 18 млн грн. Найбільше зростання в порівнянні з 2021 роком відзначається у Львівській області – 268%, з сумою туристичного збору 11 млн 463 тис. грн. У Закарпатській області сума зросла на 144% до 6 млн 212 тис. грн. Хмельницька область сплачує 1 млн 447 тис. грн. Івано-Франківська область внесла майже 6 млн грн, збільшивши збори на 48%.

Таке зростання змусило більшість українців, які тікали від бомбардувань і не бажали перебувати під окупацією, залишати свої домівки у східних, центральних та південних регіонах і перебиратися у безпечніші райони на заході.

Суттєве зниження туристичних зборів зафіксовано на територіях, де велися чи ведуться бойові дії, а також на окупованих територіях. У Миколаївській області розмір туристичного збору зменшився на 63%, у Луганській – на 60%, у Сумській – на 48%, у Херсонській – на 46%, у Запорізькій – на 41% [6].

За підрахунками ДАРТ за перші 4 місяці 2022 року представники туристичної галузі України сплатили на 18% менше податків, ніж за аналогічний період 2021 року.

Так, загальна кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, за перші місяці війни в середньому скоротилася на 10%. При цьому зафіксовано, що кількість юридичних осіб знизилася на 17%, а фізичних – на 7% [7].

Згідно з прогнозами Європейської туристичної комісії (ЄТК), чим тривалішою буде війна в Україні, тим більші наслідки відчуватиме Європа.

Російська агресія вважається серйозною перешкодою для відновлення туристичної індустрії континенту після пандемії, а також

змушує туристів розглядати альтернативні напрямки та країни для своїх подорожей.

Мандрівники зі США, Канади, Китаю, Японії та Бразилії значно скоротять свою присутність на європейському континенті цього року, згідно з аналізом шести найперспективніших іноземних туристичних ринків для Європи. Основними причинами є небезпека та подорожчання житла [8].

Важливо відзначити, що впровадження інноваційних процесів в індустрії туризму потребує постійного менеджменту від самого початку. Зважаючи на специфіку туристичної інфраструктури, такі процеси стають надзвичайно важливими.

Впровадження інновацій, як ключового елементу розвитку туристичної галузі, сприятиме підживленню економічної активності в цій індустрії та збільшенню її конкурентоспроможності на глобальному туристичному ринку.

Дійсно, ситуація з туризмом в Україні під час війни є складною і вимагає розв'язання важливих проблем.

Військові дії, руйнування інфраструктури та підвищена небезпека змушують іноземних туристів утримуватися від відвідування країни.

Одним з можливих рішень є залучення уваги до тих регіонів, які залишаються безпечними та доступними для туризму. Наприклад, можна розвивати туризм в окремих містах та регіонах, які не зазнали великих руйнувань, де немає воєнних дій та вони безпечні для відвідувачів.

Також важливо залучати міжнародні організації та донорів для відновлення туристичної інфраструктури в тих регіонах, які потребують допомоги.

Потрібно активно просувати туристичні маршрути та пропонувати відвідувачам безпечні і цікаві місця в Україні. Важливо забезпечити безпеку туристів та забезпечити їхній комфорт під час відпочинку в країні.

Щодо внутрішнього туризму, необхідно проводити рекламні кампанії та заходи, які зможуть збільшити інтерес до відвідування різних міст і регіонів України.

Крім того, важливо сприяти відновленню миру і стабільності в країні, щоб зменшити небезпеку та відновити довіру до туристичного потенціал.

Український туризм зараз втрачає значні кошти. Перш за все, це пов'язано зі зменшенням загальної кількості туристів. Наразі Україна повністю позбавлена іноземних туристів, у 2020 році їх кількість досягла близько 4 мільйонів, з яких близько 90 тисяч скористалися послугами українських турфірм. 13 із 24-ти областей України майже повністю припинили діяльність туристичних підприємств [3].

У ході розкриття мети дослідження доцільно виокремити такі основні виклики сфери туризму в Україні, як [9]: відсутність туристичного потоку в Україну; відтік інвестицій з українського туристичного сектора; високий ризик перебування в багатьох частинах країни; сильне руйнування туристичної інфраструктури, історичних будівель, музеїв, театрів тощо; відсутність інформації про стан туристичних об'єктів у різних містах та областях України; обмежена мережа туристичної інформації; застаріла система класифікації готелів та інших закладів розміщення; відсутня автоматизована система збору туристичної статистики для оцінки стану сфери, масштабів отриманих сферою доходів і збитків, потенціалу формування національної політики; відсутність польотів у повітряному просторі України тощо.

Разом з тим, ключовими можливостями сфери туризму в Україні є [9]: використання міжнародної інформаційної арени, яка зараз переповнена новинами про Україну, щоб висвітлити поточну ситуацію та підкреслити післявоєнний туристичний потенціал країни; розробка комунікаційної стратегії з фокусом на міжнародний ринок; створення нового позитивного іміджу країни; створення механізмів та умов для залучення інвестицій; залучення зацікавлених сторін до розробки цифрових інструментів на місцях, особливо для збору оперативних даних; створення Фонду підтримки індустрії туризму (особливо в Україні) тощо.

Для забезпечення повоєнного відновлення сфери туризму в Україні, опираючись на завдання, визначені у Проекті Плану відновлення України, доцільно провести [9]:

1) реконструкцію туристичної інфраструктури, зокрема: створення довідників знищених туристичних об'єктів; створення архів пам'яті; створення концепції відновлення інфраструктури легкого туризму; залучення інвесторів до процесу ініціювання робіт з відновлення та реконструкції туристичної інфраструктури; розроблення та реалізація програм розвитку туристичної інфраструктури національних парків України; розбудова простою туристичної інфраструктури для подорожей Україною; розробка та реалізація концепції розвитку курортних міст півдня України та «дороги різноманітності»; розробка та впровадження систем туристичного орієнтування та навігації; добудова та введення в експлуатацію всіх зруйнованих або частково пошкоджених туристичних об'єктів та реставрація історичних пам'яток;

2) розвиток внутрішнього та в'їзного туризму, зокрема: реалізація комунікаційних стратегій для просування туристичного потенціалу України; розробка стратегії маркетингового бачення туризму до 2032 року; популяризація України шляхом організації багатьох заходів у

європейських готелях та туристичних закладах, розкриваючи потенціал туристів на міжнародній арені та створюючи стійке бажання відвідати Україну після перемоги; підтримання інтересу до України через промоції, туристичні та культурні заходи; розробка стратегії безпеки для відновлення туризму та збільшення кількості цільових користувачів; створення рекламного контенту (відео, фото, графічні матеріали, рекламний текст тощо) та розміщення рекламних постів (соцмережі, телебачення, спеціалізовані Інтернет-сайти, білборди тощо); участь у міжнародних туристичних виставках, форумах тощо (у тому числі членство в міжнародних професійних асоціаціях); створення інформаційного порталу та єдиного контенту для туристів, які цікавляться місцями активних бойових дій; побудова мережі туристично-інформаційних центрів; створення національного секретаріату конференції для залучення та підтримки великих міжнародних заходів в Україні; проведення проматурів стежками пам'яті для іноземних та українських ЗМІ та лідерів громадської думки; реалізація програм допомоги дітям, молоді та людям похилого віку; проведення щорічних опитувань внутрішніх, в'їзних і виїзних туристів відповідно до рекомендацій UNWTO; реалізація стратегії просування України на внутрішньому та зовнішньому ринках як безпечного туристичного напрямку; організація всеукраїнських та міжнародних масштабних заходів (фестивалі, концерти, спортивні змагання, конференції, симпозіуми, форуми, виставки тощо);

3) інституційне забезпечення суб'єктів туристичної діяльності та подальший розвиток бізнесу, зокрема: прийняття в другому читанні Закону України «Про туризм» з урахуванням норм Директиви ЄС; підготовка законопроекту «Про національну туристичну організацію»; розробка та реалізація програм реабілітації та реінтеграції осіб, які постраждали внаслідок бойових дій в Україні (військовослужбовців, їхніх сімей,

тимчасово переміщених осіб, жінок і дітей з окупованих і неокупованих територій тощо); пільгове/спрощене фінансування для відновлення зруйнованої інфраструктури; зміни критеріїв класифікації готелів; створення механізму фінансування галузі через туристичні фонди та інші механізми залучення інвестицій; створення ефективної Національної туристичної організації та локальних організацій з менеджменту та маркетингу як форми державноприватного партнерства на основі принципу співфінансування; розробка якісних освітніх програм у сфері туризму; удосконалення та запуск Єдиного туристичного реєстру після законодавчих змін.

Також необхідно наголосити, що туристична індустрія в умовах війни функціонує з деякими обмеженнями і ризиками, які повинні бути враховані туристами та туроператорами.

Державне агентство розвитку туризму(ДАРТ) рекомендує туристам дотримуватися всіх правил безпеки, що надаються військовими, уникати поїздок до небезпечних регіонів, не перебувати на вулицях після настання темряви та бути завжди на зв'язку з рідними та друзями.

Крім того, ДАРТ активно працює над просуванням туристичного продукту України на зарубіжних ринках та співпрацює з міжнародними партнерами для приваблення іноземних туристів до країни.

Національний туристичний орган також веде роботу з вітчизняними туроператорами для створення нових туристичних маршрутів та розвитку внутрішнього туризму в Україні.

Чи можливий відпочинок під час війни? Минулого року Державне агентство розвитку туризму(ДАРТ) вийшло з обнадійливим повідомленням — подорожі в країні продовжуються й під час війни.

Навіть в умовах наявних обмежень (наприклад, на відвідування лісів чи прикордонних територій) громадяни продовжують відкривати рідну

країну. І це цілком зрозуміло, адже постійний стрес втомлює, а організм потребує відновлення.

Поступово відновлюється також і виїзний туризм. Переважно жінки з дітьми подорожують за популярними літніми напрямками з вильотом із Кишинєва (Молдова).

Актуальним також залишається замовлення наземного обслуговування — громадяни, які опинились в Європі бронюють готелі й обслуговування в українських туроператорів та добираються до місця відпочинку самостійно.

З точки зору бізнесу, цих замовлень достатньо лише для часткового покриття звичних обсягів подорожей.

Щоб вийти на повне завантаження українські туроператори шукають нові шляхи розвитку й поступово вивчають європейський ринок, а також можливості інших країн.

Насправді, український туризм може стати одним із напрямів відновлення економіки та підтримки соціальної стабільності в країні, адже розвиток туризму може сприяти збільшенню кількості робочих місць, збільшенню інвестицій та доходів до бюджету.

Проте для досягнення цього необхідно створити безпечні туристичні маршрути та інфраструктуру, що відповідає світовим стандартам, залучити інвестиції та підтримку від держави.

Перспективи розвитку туризму в Україні після війни включають наступне [4]:

- збільшити частку туристів можна завдяки досвіду країн, які пережили війну, оскільки у багатьох туристів виникає великий інтерес до місць, які стали пам'ятними маршрутами та повоєнними символічними місцями. Освітній туризм може бути актуальним для того, щоб «побувати і

побачити на власні очі» лихоліття, які відбувалися в Маріуполі, Бучі, Ірпені, Харкові та інших містах і селах після війни;

- вшанування певних місць в Україні, таких як Чорнобаївка, Зміїний острів тощо, що можуть бути унікальними символами слави;

- наповнення фондів для відновлення України та створення конкретних програм і стратегій відновлення.

Крім того, важливо вже сьогодні починати перемовини зі світовими готельними мережами й пропонувати їм виходити в Україну, розбудовувати стратегії розвитку після війни. Тільки за умови планування заздалегідь ми зможемо дійсно скористатись моментом, коли інтерес до нас ще буде високим, а бойові дії нарешті завершаться.

Доцільно також буде врахувати досвід інших країн може бути корисним для відновлення туристичної індустрії в Україні після війни. Наприклад, Хорватія, що була у складних умовах через війну в 1990-х роках, успішно відновила як популярний туристичний напрямок в Європі.

Одним із ключових факторів успіху було активне просування країни як безпечного туристичного напрямку, а також інвестиції в розвиток туристичної інфраструктури та підтримку інноваційних проектів.

Також інші країни, такі як В'єтнам, Камбоджа, Ізраїль, зуміли успішно відновити свою туристичну індустрію після війни або конфліктів.

Основні фактори успіху - це просування країни як безпечного та привабливого туристичного напрямку, розвиток туристичної інфраструктури та підтримка інноваційних проектів.

Отже, в Україні можна використати позитивний досвід інших країн, щоб побудувати стратегію відновлення туристичної індустрії після війни, з фокусом на безпеці, розвитку інфраструктури та створенні нових туристичних продуктів.

Висновки. Відновлення сфери туризму в Україні після війни є важливим етапом відбудови країни в цілому.

Для цього необхідно використовувати різноманітні інструменти та стратегії, які допоможуть відновити довіру до туристичного продукту України, залучити нових туристів та зберегти наявних.

Проведення різних видів туризму може сприяти розвитку різних галузей економіки, що в свою чергу допоможе підвищити життєвий рівень населення.

Так, наприклад, діловий туризм може сприяти розвитку бізнесу та інвестицій, а зелений туризм - збереженню природних ресурсів та зменшенню викидів в атмосферу.

Розвиток туризму також потребує підтримки з боку держави, яка може надавати допомогу туристичним компаніям, пропагувати туристичний продукт України в інших країнах, а також залучати міжнародні інвестиції для розвитку туризму в країні.

Окрім цього, важливо забезпечити тісну співпрацю з іншими країнами для розвитку взаємопідтримки туристичної діяльності та пошук нових методів та способів реалізації туристичних послуг.

Список використаних джерел:

1. Parfenenko, Gh. Jak vijna v Ukrajini vplynula na turizm Nimechchyny ta SShA [How the war in Ukraine affected tourism in Germany and the USA]. Available at: <https://dip.org.ua/nimechchina/stalo-vidomo-yak-vijna-v-ukraini-vplynuli-na-turizm-nimechchini-ta-ssha-ozvucheno-nevtishni-progozi/> (in Ukrainian)

2. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>

3. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Аудиту збитків, понесених внаслідок війни». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>

4. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337–341.

5. Chornyj, O. Najkrashhi chasy – poperedu. Shho vidbuvajetjsja z turyzmom v Ukraini pid chas vijny [The best times are ahead. What happens to tourism in Ukraine during the war]. Available at: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samy-e-rkie-vremena-vpered-i-proishodit-turizmom-1657645856.html> (in Ukrainian).

6. Turzbir v Ukraini za pershi chotyry misjaci 2022 roku zris na 65% [Tourism in Ukraine increased by 65% in the first four months of 2022]. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turzbir-v-ukrayini-za-pershi-chotiri-misyaci-2022-roku-zris-na-65> (in Ukrainian).

7. Cherez vijnu nadkhodzhenlja do derzhbjudzhetu vid turghaluzi skorotylsja na 18% [Because of the war, revenues to the state budget from the tourism industry decreased by 18%]. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/blog/cherez-vijnu-nadhodzhenlja-do-derzhbyudzhetu-vid-turghaluzi-skorotilisya-na-18> (in Ukrainian).

8. Jak vijna v Ukraini vplynula na jevropejskij turyzm? [How did the war in Ukraine affect European tourism?]. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-vijna-v-ukrayini-vplynula-na-ievropeyskiy-turizm> (in Ukrainian)

9. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkivvijni/robochi-grupi>.

УДК 364:316.7

Інна Чуєва

канд. наук з фіз. вих. і спорту, доцент,

доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Запорізький національний університет

м. Запоріжжя

Тетяна Ніколаєва

директор туристичної агенції TRG

ВПЛИВ ВІЙНИ НА МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС

Стаття присвячена впливу війни на індустрію міжнародного туристичного бізнесу, що є важливою сферою дослідження, яка має як теоретичне, так і практичне значення. Конфлікти та війни мають значні економічні, соціальні та культурні наслідки, які можуть негативно вплинути на індустрію туризму, економічні показники, соціальний розвиток та ін.

Розуміння теоретичних основ цього впливу має важливе значення для розробки ефективних стратегій пом'якшення його наслідків. Розвиток туризму залежить від здатності створювати нові робочі місця, збільшувати ВВП і зменшувати бідність населення. Однак війни можуть значно скоротити туристичні потоки, призупинити інвестиції та затримати розвиток інфраструктури, що може призвести до зменшення кількості створених робочих місць та економічного зростання певних регіонів та цілої країни.

Повномасштабна збройна агресія російської федерації проти України, розпочата 24 лютого 2022 року, суттєво вплинула на

функціонування національної сфери туризму, переорієнтувавши ключові напрями діяльності до потреб воєнного стану. Під загрозою опинилася значна кількість туристичних ресурсів у місцях постійних російських бомбардувань. Зріс попит на додаткові сервісні послуги у місцях концентрації внутрішньо переміщених осіб. Країна почала жити в нових реаліях, з якими раніше не зіштовхувалась.

Ключові слова: туризм, міжнародний туризм, міжнародний туристичний бізнес, війна, збройний конфлікт, внутрішньо-переміщена особа, турист.

The article focuses on the impact of war on the international tourism business industry, which is an important area of research that has both theoretical and practical implications. Conflicts and wars have significant economic, social and cultural consequences, which can negatively affect the tourism industry, economic indicators, social development, etc. Understanding the theoretical underpinnings of this impact is essential to developing effective mitigation strategies. The development of tourism depends on the ability to create new jobs, increase GDP and reduce poverty. However, wars can significantly reduce tourism flows, halt investment and delay infrastructure development, which can lead to a reduction in the number of jobs created and economic growth of certain regions and the country as a whole.

The full-scale armed aggression of the Russian Federation against Ukraine, which began on February 24, 2022, significantly affected the functioning of the national tourism sector, reorienting the key areas of activity to the needs of martial law. A significant amount of tourist resources in the places of constant Russian bombings was under threat. The demand for additional services in places of concentration of internally displaced persons has increased. The country began to live in new realities that it had not faced before.

Key words: tourism, international tourism, international tourist business, war, armed conflict, internally displaced person, tourist.

Постановка проблеми. Війна є основною проблемою сучасної безпеки, яка відрізняється від злочинності та тероризму своїм глибоким проникненням у суспільство та довгостроковими наслідками.

Будучи важливим культурним маркером часу, населення сегментує свою історію на три етапи: «до війни», «під час війни» та «після війни».

Взаємозв'язок між війною та туризмом мало досліджено, але ми бачимо, що війна негативно впливає не тільки на туризм, а й на економіку та загальний розвиток країни. Вплив війни на розвиток туристичної діяльності в Україні є актуальною темою, оскільки на сході України триває повномасштабне вторгнення країни агресора і наша країна зазнала і надалі зазнає значних втрат.

Війна негативно вплинула на економіку, інфраструктуру та соціальну стабільність країни, включно з індустрією туризму. Війна, що триває, призвела до зменшення кількості туристів, які відвідують Україну, та значне зменшення доходів до державного бюджету від туристичної діяльності особливо в постраждалих регіонах, через проблеми безпеки та загальне негативне сприйняття країни як туристичної.

Це призвело до значної втрати доходів для туристичного сектора країни. Український уряд працює над розвитком туризму в інших регіонах країни, які не постраждали від конфлікту, але вплив війни продовжує відчуватися у туристичній галузі.

Тому тема впливу війни на розвиток туристичної діяльності в Україні залишається актуальною та важливою дискусійною сферою [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато дослідників і авторів займалися вивченням впливу війни на туристичний бізнес. Ось декілька з них:

Джеффри Ліппман проводить дослідження на тему «Воєнні конфлікти та їхній вплив на галузь туризму». Він досліджував, як воєнні події впливають на зміну туристичного потоку та економічну динаміку туристичної галузі. Петер Тейлор у своїй книзі «Воєнна туристика: вплив війни на туризм та туризм на війну» розглядає взаємозв'язок між воєнними конфліктами та туризмом. Він досліджує, як війна впливає на туристичний ринок та як сам туризм може вплинути на розвиток конфліктів. Анна Лейнард у своєму дослідженні «Воєнний туризм і його вплив на туристичний сектор» аналізує, як війни впливають на мотивацію та вибір туристів, а також які можливості і загрози вони приносять туристичному бізнесу. Річард Батлер у своїх дослідженнях «Воєнний вплив на туризм: індустрія, теорія та практика» розглядає різні аспекти впливу війн на туризм, включаючи зміни в туристичному попиті, поведінку туристів і можливості відновлення після конфлікту. Майкл Дженкінс досліджує питання «Війна та туризм: аспекти взаємодії». Він звертає увагу на те, як воєнні події можуть вплинути на імідж країни, а також які стратегії можуть бути використані для відновлення туризму після воєнного конфлікту[3].

Ці автори внесли важливий внесок у розуміння та аналіз впливу війни на туристичний бізнес і висвітили різні аспекти цього питання.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета дослідження полягає у вивченні впливу війни та військових конфліктів на розвиток міжнародного туристичного бізнесу та перспектив його відновлення у післявоєнний час.

Виклад основного матеріалу дослідження. Міжнародний досвід засвідчує про подібні «воєнні сценарії», за якими не лише «виживала» сфера туризму, а й накопичувала власні історії розвитку туризму в умовах війни та поствоєнного періоду. Наразі складно прогнозувати перебіг військових дій, спричинених повномасштабним вторгненням російської

федерації до України, тому варто зробити огляд окремих практик, які можуть бути корисними для нас.

Попри те, що досвід Держави Ізраїль, на перший погляд, не досить оптимістичний, оскільки стосується розвитку туризму в умовах постійного загострення збройних конфліктів, разом з тим, відповідним органам влади вдалося виробити не тільки ефективну державну політику, а й адаптувати різні суспільні сфери, зокрема, й туристичну, до таких обставин. Найбільш популярними серед відвідувачів країни стали міста: Єрусалим, Тель-Авів, Назарет, Вифлеєм, Хайфа, Ейлат та курорти Мертвого моря. До початку пандемії COVID-19 туризм в Державі Ізраїль складав 6,2% надходжень до скарбниці через розвиток таких найбільш популярних видів туризму, як: паломництво, медичний, культурний[4].

В умовах так званого «холодного перемир'я» розвивається туризм на території Федерації Боснії та Герцеговини. Особливий туристичний інтерес привертають міста Сараєво і Мостар. Саме вони стали центрами розвитку так званого темного туризму, з огляду на те, що зберегли унікальну культурну спадщину, що зазнала руйнувань під час військових дій. Серед відвідувачів не лише туристи, які цілеспрямовано приїждять до федерації, а й ті, хто відвідує сусідні держави.

Власний підхід до розвитку туризму запропонувала Хорватія, маючи на своїй території потужний рекреаційно-оздоровчий та культурний потенціал. Держава підтримувала на початку 2000-х рр. авіакомпанії, круїзний сервіс, створила пільгові умови для власників житла, забезпечила відкриття пляжів, облаштувала відповідну інфраструктуру та забезпечила промоцію національних туристичних ресурсів. Це зумовило притік іноземних інвестицій, і як наслідок, щорічне зростання кількості відвідувачів країни до 10 млн. осіб, які формують близько 15% ВВП Хорватії.

Однією із найпопулярніших країн серед українських громадян є Єгипет, проте на території цієї країни теж велися бойові дії - наприкінці 1960-х до початку 1980-х рр. Нині ж внесок туризму в національну економіку складає близько 12%. Тому можна констатувати, що ця сфера в країні розвивається стрімкими темпами. Найперше, увагу мандрівників привертають особливості морського узбережжя півострова Синай з унікальним підводним світом та багатою історико-культурною спадщиною. Як зазначають експерти, у 2019 р. країну відвідали майже 15 млн. туристів[4].

Підсумовуючи, зазначимо, попри те, що сфера туризму дуже гостро і болісно реагує на суспільні виклики, спричинені збройними військовими конфліктами, разом з тим, такий стан справ, формує передумови і створює можливості для постконфліктного туристичного ландшафту [2], що здатен актуалізуватися в нових реаліях і в Україні.

Дослідження впливу війни на туризм є проблемою з кількох причин:

Економічні дослідження: туризм є значною економічною галуззю для багатьох країн. Дослідження впливу війни на туризм допомагають розуміти, як воєнні конфлікти можуть вплинути на доходи, зайнятість та інвестиції в туристичну індустрію[5].

Геополітична стабільність: аналіз впливу війни на туризм може допомогти роль туризму в геополітичних відносинах. Відновлення та розвиток туризму після конфлікту можуть сприяти зміцненню стабільності в регіоні.

Соціокультурний аспект: війна може впливати на сприйняття країни як туристичного напрямку. Дослідження допомагають з'ясувати, які культурні, соціальні та психологічні аспекти можуть бути включені до вибору туристів.

Стратегії відновлення: розуміння впливу війни на туризм є місцем для розробки стратегій відновлення після військового конфлікту. Це може включати в себе розробку маркетингових заходів, інвестиції в туристичну інфраструктуру та інші заходи.

Міжнародні відносини: вплив війни на туризм може мати міжнародні слідки, оскільки туризм взаємодіє з економічними та політичними аспектами. Дослідження можуть допомогти країнам розуміти, як їхні дії впливають на імідж та поміж іншими країнами.

Людська безпека та благополуччя: туризм може бути чинником, який сприяє підвищенню зайнятості, соціальному розвитку та покращенню якості життя. Дослідження впливу війни на туризм допомагають зрозуміти, як зберегти безпеку та благополуччя населення в умовах конфлікту.

Отже, дослідження впливу війни на туризм мають важливе значення для розуміння комплексного впливу конфліктів на різні аспекти суспільства, економіки та міжнародних відносин [6].

Як показує досвід, війна має значний вплив на туризм і може виділити різноманітні дослідження для туристичної галузі. Декілька авторів провели дослідження, щоб проаналізувати цей вплив. Ось деякі аспекти цих досліджень:

1. змінення туристичного потоку: військові конфлікти і загрози безпеки можуть призвести до значного зниження числа туристів, які бажають відвідувати країну, де відбуваються бойові дії. Туристи стають обуреними небезпекою і незабезпеченістю, що може призвести до суттєвого зменшення доходів від туризму.

2. економічні втрати: туризм є важливою економічною галуззю для багатьох країн. Військові дії можуть призвести до руйнування туристичної інфраструктури, готелів, ресторанів та інших закладів, що

може відбутися через знищення внаслідок бойових дій або через припинення роботи через загрозу безпеки.

3. зміна іміджу: конфлікти можуть спричинити негативний вплив на імідж країни. Новини про воєнні дії можуть створити враження небезпеки та непривабливості для туристів. Це можна вплинути на довгостроковий імідж країни як туристичного напрямку.

4. зміна напрямків туризму: військові конфлікти можуть спонукати туристів вибирати інші напрямки для подорожей, де їхня безпека буде менше загрожувати. Це може призвести до зростання попиту на туристичні напрямки, які раніше були менш популярними.

5. збитки в культурній сфері: воєнні дії можуть призвести до пошкодження або знищення культурних пам'яток і пам'ятників. Це може суттєво позначитися на культурному туризмі і зменшити інтерес до країни з точки зору культурної спадщини.

6. відновлення туризму після конфлікту: після завершення конфлікту країна може зіткнутися з труднощами у відновленні туристичної галузі. Важливо здійснити заходи для відновлення іміджу країни, інфраструктури та залучення туристів.

Ці аспекти досліджувалися швидкими авторами в контексті різних воєнних конфліктів.

Важливо вийти, що вплив війни на туризм може змінюватись залежно від численних факторів, таких як масштабний конфлікт, тривалість, географічне положення та інші [7].

Військовий стан завжди впливає на різні аспекти суспільства, включаючи економіку, політику та культуру.

Один із секторів, який піддається впливу таких ситуацій, – це туристична індустрія. Міжнародний туристичний бізнес в умовах воєнного

стану можливо стикається зі значними викликами та обставинами, які варто звітувати докладніше.

Виклики для міжнародного туризму під час воєнного стану:

Безпека: одним із основних факторів для туристів є їхнє особисте благополуччя. В умовах воєнного конфлікту безпека може бути серйозно під загрозою через можливість терористичних нападів, бойових дій та загальної нестабільності.

Зниження туристичного потоку: військовий стан може призвести до значного зниження числа міжнародних туристів. Люди рідко уникають поїздок до країни, де є конфлікти, через ризик для свого життя та невизначеність ситуації.

Загроза інфраструктури: бойові дії можуть призвести до руйнування та пошкодження туристичної інфраструктури, такої як готелі, аеропорти, пам'ятки культури тощо. Це може призвести до зниження якості послуг та зростання вартості подорожей.

Економічні труднощі: військовий стан часто супроводжується економічною нестабільністю. Зменшення економічної активності може призвести до труднощів у функціонуванні туристичних підприємств та зменшенню їхньої прибутковості [8].

Можливості для міжнародного туризму під час воєнного стану:

Туризм місцевих жителів: умови воєнного стану можуть змусити місцевих жителів звертати більше уваги на власну країну як пункт відпочинку.

Це може збільшити попит на внутрішній туризм та сприяти розвитку вітчизняних туристичних ресурсів.

Туризм за допомогою волонтерства: деякі туристи можуть відчувати бажання допомогти країні, яка переживає воєнний конфлікт, за допомогою відвідування та підтримки населення.

Культурний та історичний туризм: деякі об'єкти культурної спадщини можуть стати особливо цікавими для туристів, а потім вони можуть стати свідками історичних подій. Це може стимулювати розвиток культурного туризму.

Адаптація до нових умов: деякі туристичні компанії можуть шукати інноваційні шляхи адаптації до умов воєнного стану. Наприклад, вони можуть пропонувати туристам програми, які можуть їм долучитися до гуманітарних зусиль чи взяти участь у реконструкції.

У підсумку, міжнародний туристичний бізнес в умовах воєнного стану стикається з численними складнощами, але водночас має певні можливості для розвитку та адаптації. Безпека туристів та підтримка сталого розвитку туризму в таких умовах вимагає від уряду [9].

Міжнародний туристичний бізнес в умовах воєнного стану стикається з поруч складних проблем, які вимагають серйозного розгляду та аналізу. Основні аспекти цієї проблеми включають:

- безпека туристів: однією з безпеки найбільшою проблемою є забезпечення туристів в умовах військового конфлікту. Терористичні акти, бойові дії та загрози можуть викликати серйозні ризики для життя та здоров'я відвідувачів.

- збереження туристичної інфраструктури: руйнування та пошкодження інфраструктури, такої як готелі, аеропорти, транспортні маршрути та інші об'єкти, може призвести до зниження якості туристичних послуг та втрати привабливості країни для туристів.

- економічні втрати: військовий конфлікт може спричинити значні економічні труднощі, які вплинуть на фінансовий стан туристичних підприємств. Зниження туристичного потоку та збільшення витрат на забезпечення безпеки може призвести до труднощів у функціонуванні галузі.

- пошкодження іміджу: воєнний стан може викликати негативний відгук у міжнародній спільноті, що призводить до зниження попиту на туристичні послуги та зниження іміджу країни на міжнародному рівні [2].

Загалом у період воєнного стану через посилення заходів безпеки та обмеження пересування можуть постраждати об'єкти туризму та відпочинку. Робота цих об'єктів може бути обмежена або призупинена, і відвідувачі можуть зіткнутися з труднощами. Особливості відпочинку та роботи туристичних об'єктів у різних регіонах України в період дії воєнного стану залежить від конкретних обставин оголошення воєнного стану та ступеня його впливу на регіон [3]. У даній ситуації внутрішній туризм має свої особливості з точки зору певних дозволів та обмежень щодо відпочинку та подорожей, запроваджених під час війни у відносно безпечних західних і центральних областях, які потрібно враховувати туристичним компаніям при створенні та організації екскурсій та подорожей. Формування та організація маршрутів та подорожей з урахуванням розташування бомбосховищ поблизу. Туроператорам та гідам, які створюють туристичні маршрути, варто розглянути можливість надання туристам притулків у разі повітряної тривоги. При плануванні екскурсійної поїздки або походу з тривалим маршрутом в Україні варто враховувати час, оскільки в на сьогоднішній день діє комендантська година. Для забезпечення правопорядку в умовах воєнного 24 стану в усіх областях України введено комендантську годину. Як правило, з 23:00 до 5:00:00. Тому цю вимогу слід враховувати при плануванні відпустки та відвідування певних місць. Зазначимо, що кожен регіон та область має свої особливості туристичної діяльності своєї території в період воєнного стану, в більшості випадків це пов'язано з певними обмеженнями, які діють для окремих регіонів [1].

Загалом у період воєнного стану через посилення заходів безпеки та обмеження пересування можуть постраждати об'єкти туризму та відпочинку. Робота цих об'єктів може бути обмежена або призупинена, і відвідувачі можуть зіткнутися з труднощами. Особливості відпочинку та роботи туристичних об'єктів у різних регіонах України в період дії воєнного стану залежить від конкретних обставин оголошення воєнного стану та ступеня його впливу на регіон [2].

У даній ситуації внутрішній туризм має свої особливості з точки зору певних дозволів та обмежень щодо відпочинку та подорожей, запроваджених під час війни у відносно безпечних західних і центральних областях, які потрібно враховувати туристичним компаніям при створенні та організації екскурсій та подорожей. Формування та організація маршрутів та подорожей з урахуванням розташування бомбосховищ поблизу. Туроператорам та гідам, які створюють туристичні маршрути, варто розглянути можливість надання туристам притулків у разі повітряної тривоги. При плануванні екскурсійної поїздки або походу з тривалим маршрутом в Україні варто враховувати час, оскільки в на сьогоднішній день діє комендантська година. Для забезпечення правопорядку в умовах воєнного стану в усіх областях України введено комендантську годину. Як правило, з 23:00 до 5:00:00. Тому цю вимогу слід враховувати при плануванні відпустки та відвідування певних місць. Зазначимо, що кожен регіон та область має свої особливості туристичної діяльності своєї території в період воєнного стану, в більшості випадків це пов'язано з певними обмеженнями, які діють для окремих регіонів.

Введення воєнного стану має значний вплив на індустрію туризму, оскільки туристи можуть сприймати постраждалий регіон як небезпечний і вирішити скасувати або відкласти свої плани подорожей чи екскурсій. Проте зі скасуванням воєнного стану у туристичній індустрії є можливості

для відновлення та навіть процвітання. Війна в Україні має значно руйнівний вплив на індустрію туризму, оскільки вона пошкоджує інфраструктуру, перериває подорожі у зв'язку з загрозою життю та небезпечними місцями, створюючи проблеми з безпекою туристів. Однак існують програмні моделі розвитку туристичного бізнесу після війни, які можуть допомогти підтримати відновлення та зростання туристичної галузі [3].

Розвиток інфраструктури є однією з ключових програмних моделей розвитку туристичного бізнесу після війни і потребуватиме великих капіталовкладень. Відновлення інфраструктури передбачатиме ремонт та будівництво доріг, аеропортів і інших транспортних об'єктів, а також відновлення основних комунікацій, таких як електроенергія та водопостачання.

Розвиток інфраструктури має важливе значення для відновлення індустрії туризму після війни, оскільки це дасть можливість туристам подорожувати в постраждалих регіони та всередині них.

Розвиток інфраструктури також сприятиме створенні робочих місць та економічним можливостям розвитку для місцевих громад [5]. Культурно-історичний туризм також можна вважати однією з програмних моделей розвитку туристичного бізнесу після війни.

Культурно-історичний туризм передбачає популяризацію та збереження унікальних культурних та історичних місць і подій у постраждалих регіонах України.

Культурний туризм допоможе залучити туристів до постраждалих регіонів, а також надати економічні можливості для місцевих громад через розвиток туристичної сфери у певному регіоні, реалізації продуктів та послуг культурного-історичного туризму. Це може включати екскурсії, культурні фестивалі та освітні програми, які популяризують історію та

культуру певних регіонів, а в нашій країні кожен регіон має свої особливі цікаві історико-культурні особливості.

Громадський туризм є ще однією програмною моделлю для розвитку туристичного бізнесу після війни. Він передбачає участь місцевих громад у туристичній індустрії, зосереджуючись на сталих та відповідальних практиках туризму. Громадський туризм може допомогти підтримати відновлення індустрії туризму після війни, надаючи можливість місцевим громадам розвивати та продавати власні туристичні продукти та послуги. Це може включати проживання в сім'ї, місцеві екскурсії та культурні заходи, які надають туристам справжні та захоплюючі враження [6].

Ефективний маркетинг і просування також можуть бути важливою складовою розвитку туристичного бізнесу після війни. Маркетингові та рекламні кампанії допоможуть змінити сприйняття регіону як небезпечного чи пошкодженого, а також можуть залучити до регіону туристів. Маркетинг і просування можна здійснювати за допомогою різноманітних каналів, включаючи соціальні мережі, онлайн-рекламу та цільові кампанії для певних демографічних груп.

Ефективний маркетинг і просування можуть допомогти підтримати відновлення та зростання індустрії туризму після війни, залучаючи туристів і створюючи дохід для місцевого бізнесу. Хоча правдою є те, що воєнний стан негативно впливає на туризм, але є докази того, що інтерес до постконфліктного туризму з часом зростатиме. Частково це пов'язано з тим, що туристи часто цікавляться місцями, які пережили конфлікт та воєнні вторгнення, і прагнуть дізнатися про історію та культуру цих регіонів. Крім того, постконфліктний туризм можна розглядати як форму «темного туризму», який передбачає відвідування місць, пов'язаних зі смертю, трагедією та стражданням в даній ситуації як мирних громадян та дітей, так і наших захисників, які віддали своє життя за рідну землю. Зі

скасуванням воєнного стану у індустрії туризму може з'явитися можливість отримати вигоду з підвищення інтересу до постконфліктного туризму.

Рекламуючи регіон як місце, що має історичне та культурне значення, і висвітлюючи кроки, вжиті для відновлення безпеки та стабільності, туристичні оператори можуть залучити відвідувачів, які зацікавлені дізнатися про минуле та сьогодення постраждалих від воєнної агресії регіонів [4].

Під час конфлікту та нестабільності інвестиції в інфраструктуру та розвиток часто відходять на другий план, а не для більш нагальних проблем, таких як безпека та гуманітарна допомога. Проте зі скасуванням воєнного стану для індустрії туризму можуть з'явитися можливості отримати вигоду від збільшення інвестицій в інфраструктуру та загальний розвиток окремих постраждалих регіонів та цілої країни. Уряди та приватні інвестори можуть виявити більше бажання інвестувати в регіон після скасування воєнного стану, оскільки стабільність і безпека стануть більш впевненими. Це призведе до розвитку нових туристичних атракцій, покращення транспортної інфраструктури та модернізації існуючих готелів і курортів. Ці збільшені інвестиції в інфраструктуру та розвиток допоможуть залучити більше туристів до регіону та підтримати зростання індустрії туризму [3].

Державно-приватні партнерства (ДПП) можуть бути ефективними моделями для розвитку туристичного бізнесу після війни. ДПП передбачають співпрацю між урядовими установами, приватними підприємствами та місцевими громадами для підтримки відновлення та зростання індустрії туризму. Через ДПП державні установи можуть надавати фінансування та ресурси для підтримки відновлення пошкодженої інфраструктури, тоді як приватні підприємства можуть

інвестувати в нові туристичні продукти та послуги. Місцеві громади також можуть зіграти певну роль у процесі відновлення, надаючи внесок у розробку нових туристичних продуктів і послуг, а також рекламуючи регіон серед внутрішніх та іноземних туристів [5].

Важливу увагу слід звернути на розвиток потенціалу та програми навчання, оскільки вони також можуть бути ефективними моделями для розвитку туристичного бізнесу після воєнної ситуації. Ці програми передбачають навчання та освіту місцевих громад і туристичних операторів, зосереджуючись на розвитку навичок і знань, необхідних для підтримки зростання індустрії туризму. Розвиток потенціалу та програми навчання можуть допомогти покращити якість туристичних продуктів і послуг, а також можуть підтримати розробку нових туристичних продуктів і послуг, які адаптовані до потреб та інтересів туристів. Вони також можуть допомогти підвищити загальну конкурентоспроможність індустрії туризму, надаючи місцевим громадам і туристичним операторам інструменти та ресурси, необхідні для досягнення успіху на конкурентному туристичному ринку.

Війни мають значний вплив на індустрію туризму, але існуючі програмні моделі розвитку туристичного бізнесу після війни, можуть сприяти відновленню та зростанню туристичної галузі. Розвиток інфраструктури, культурний туризм і туризм, орієнтований на громаду, а також ефективний маркетинг і просування – все це ефективні програмні моделі для розвитку туристичного бізнесу в післявоєнний період. Застосувавши ці програмні моделі, індустрія туризму може оговтатися від війни і продовжувати підтримувати економічне зростання в постраждалих регіонах [2].

Застосування нових тенденцій та інновацій для розвитку туристичної індустрії у післявоєнний період Війна має великий вплив на індустрію

туризму, проте з розвитком технологій і новими тенденціями з'являється багато можливостей для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. Деякі з нових тенденції та інновації, які можна застосувати для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період наведемо нижче. Сталий туризм є одним із нових трендів, який можна застосувати для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період.

Сталий туризм передбачає популяризацію практики відповідального туризму, яка зосереджена на збереженні навколишнього середовища, розвитку громади та соціальній відповідальності [6]. Застосовуючи практику сталого туризму, індустрія туризму може залучити більше екологічно свідомих туристів, які зацікавлені в знайомстві з природною красою та культурною спадщиною регіону. Це може створити економічні можливості для місцевих громад, одночасно зберігаючи природні та культурні ресурси регіону. Цифрова трансформація є ще одним трендом, який можна застосувати для розвитку туристичної галузі у післявоєнний період.

Індустрія туризму може використовувати цифрові технології для покращення туристичного досвіду, оптимізації діяльності та просування регіону серед глобальної аудиторії. Цифрова трансформація може включати використання мобільних додатків для туристичних послуг, віртуальної реальності для віддалених напрямків і платформ онлайн-бронювання, які пропонують зручність і легкість для туристів. Використовуючи цифрові технології, індустрія туризму може залучити більше технічно підкованих туристів, а також підвищити операційну і економічну ефективність. Культурно-кулінарний туризм – ще один напрямок, який можна застосувати для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період.

Культурно-кулінарний туризм передбачає популяризацію унікальних культурних традицій регіонів України для залучення туристів. Культурний і кулінарний туризм створить економічні можливості для місцевих громад шляхом популяризації місцевих ремесел, культурних заходів і кулінарних вражень. Висвітлюючи унікальні культурні та кулінарні традиції регіону, індустрія туризму може залучити туристів, які зацікавлені в пізнанні історії та культури регіону. Спільне партнерство є ще одним трендом, який можна застосувати для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. Спільне партнерство передбачає співпрацю між різними зацікавленими сторонами в індустрії туризму, включаючи державні установи, неурядові організації та місцеві громади. Формуючи спільні партнерства, індустрія туризму може використовувати колективні ресурси та досвід різних зацікавлених сторін для просування регіону світовій аудиторії. Спільне партнерство також може сприяти обміну знаннями та найкращими практиками для сталого розвитку туризму, що може підтримувати довгострокове зростання та стійкість індустрії туризму [7].

Віртуальна реальність (VR) – це інноваційна технологія, яка може бути застосована для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. VR може дозволити туристам відчувати місце призначення більш захоплюючим способом, без необхідності фізичної подорожі.

Це може бути особливо корисним для напрямків, які сильно постраждали від війни або наразі небезпечні для відвідування. VR може запропонувати туристам унікальний інтерактивний досвід, який може продемонструвати красу та культурну спадщину регіону. Це може залучити більше туристів і збільшити впізнаваність регіону в глобальному масштабі.

Доповнена реальність (AR) — ще одна технологія, яку можна застосувати для розвитку туристичної галузі після війни. AR може

покращити туристичний досвід, додавши цифрову інформацію та віртуальні об'єкти до реального середовища. AR можна використовувати для створення інтерактивних путівників, які надають туристам інформацію про історію та культуру регіону. Це може підвищити освітню цінність туристичного досвіду, а також забезпечить більш привабливий і захоплюючий досвід для туристів. Мобільні додатки також можна використовувати для розвитку туристичної галузі після війни. Мобільні додатки можуть надати туристам широкий спектр послуг, включаючи системи бронювання та оплати, місцевих гідів та туристичну інформацію. Мобільні програми можна налаштувати, щоб надати туристам персоналізований досвід, який відповідає їхнім індивідуальним потребам і вподобанням. Це може підвищити зручність і легкість туристичного досвіду, а також забезпечить платформу для просування регіону серед глобальної аудиторії. 45 Маркетинг у соціальних мережах можна використовувати для розвитку індустрії туризму після війни. Платформи соціальних медіа можуть забезпечити рентабельний і ефективний спосіб охоплення глобальної аудиторії та реклами регіону серед потенційних туристів [9].

Маркетинг у соціальних мережах може передбачати використання візуального контенту, наприклад фотографій і відео, для демонстрації краси та культурної спадщини регіону. Це також може включати використання маркетингу впливу, коли популярні впливові особи соціальних мереж рекламують регіон своїм підписникам.

За рахунок розвитку туристичної галузі виникають нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення, удосконалюється система медичного обслуговування населення, збільшуються об'єми інвестицій, створюються передумови для поліпшення платіжного балансу країни. Державна політика у туристичній галузі полягає у розширенні

застосування маркетингової діяльності, спрямованої на раціональне й ефективне використання природних, історико-культурних і соціально-побутових ресурсів. Індустрія туризму має потенціал для підтримки економічного зростання та розвитку у післявоєнний період. Застосовуючи такі інноваційні рішення, як віртуальна реальність, доповнена реальність, мобільні додатки та маркетинг у соціальних мережах, індустрія туризму може залучати більше туристів, а також рекламувати регіон світовій аудиторії. Застосування цих інноваційних рішень може підтримати відновлення та зростання індустрії туризму в післявоєнний період.

Висновки. Дослідження впливу війни на туристичну діяльність є складним і багатогранним питанням, яке має низку теоретичних засад. Деякі з ключових теоретичних основ, які використовувалися для розуміння впливу війни на туризм, включають економічні та соціологічні теорії. Одним із ключових висновків, які можна зробити з досліджень у цій галузі, є те, що війна має значний негативний вплив на туристичну діяльність. Це пов'язано з низкою факторів, включаючи занепокоєння щодо безпеки та безпеки, зброї в роботі інфраструктури та послуг, а також негативне висвітлення в ЗМІ. Як результат, у багатьох напрямках, які пережили воєнний стан, спостерігалось зниження кількості туристів і доходів [8].

Вивчення впливу війни на туристичну діяльність є важливою сферою досліджень із значними практичними наслідками для напрямків, які пережили війну.

Крім того, розвиток практик сталого туризму, які надають пріоритети збереженню навколишнього середовища та культури, може створити нові можливості для розвитку туризму в післявоєнний період. Займаючись туристичною діяльністю, місцеві громади можуть отримати вигоду з економічних можливостей, які надає туризм, водночас зберігаючи свою культурну спадщину та захищаючи свої природні ресурси.

Поява нових технологій, таких як віртуальна та доповнена реальність, цифрові трансформації, мобільні додатки та маркетинг соціальних мереж може допомогти просувати нові напрямки туристичної діяльності та розвивати постраждали регіони від наслідків війни.

Досвід віртуальної реальності та інших нових технологій дасть потенційним відвідувачам можливість дізнатися про історію, культурні та природні чудеса регіонів, тим самим викликаючи інтерес і стимулюючи туристичний бізнес. Загалом, хоча розвиток туризму в післявоєнний період буде досить складним, його можна відновити та розвивати в майбутньому. Працюючи разом і впроваджуючи практику сталого та відповідального туризму, регіони, які постраждали від війни, можуть створити світле майбутнє для своїх громад і своєї індустрії туризму. 58 Для політиків і зацікавлених сторін у розвитку туристичної індустрії важливо ретельно враховувати ці фактори при плануванні та впровадженні туристичних стратегій у регіонах з певними проблемами [2].

Більше того, для забезпечення того, щоб туризм сприяв довгостроковому економічному та соціальному благополуччю постраждалих регіонів, слід застосовувати практики сталого туризму, які надають пріоритет збереженню навколишнього середовища, культурному розвитку та розвитку громади. Успішний розвиток туризму в постраждалих регіонах потребує цілісного та спільного підходу, який враховує унікальні обставини та виклики в даній ситуації.

Туризм відіграватиме важливу роль в економічному відновленні регіонів, які постраждали від війни. У той час як війна зруйнувала і надалі руйнує місцеву економіку, туризм може забезпечити вкрай необхідний поштовх, створюючи робочі місця, генеруючи дохід і сприяючи культурному взаєморозумінню.

Однак успіх туризму в післявоєнний період залежить від багатьох факторів, включаючи ситуацію з безпекою, політичну стабільність, наявність інфраструктури та рівень інвестицій у туристичний сектор та інші. Туризм може стати потужним інструментом для сприяння миру та економічного розвитку в регіонах, які постраждали від війни.

Хоча наслідки війни можуть бути руйнівними для індустрії туризму в постраждалих регіонах, є перспективи для розвитку туристичної діяльності після війни. Уряди, місцеві громади та приватний сектор можуть працювати разом для створення середовища, яке сприятиме розвитку туризму, інвестуючи в розвиток інфраструктури, покращуючи заходи безпеки.

Сьогодні, через нестабільну ситуацію в Україні, спричинену війною, зробити якісь конкретні висновки щодо розвитку туризму дуже складно.

Важко прогнозувати подальший розвиток, проте без перебільшення можна сказати, що туризм стане одним із тих напрямків, які допоможуть країні вижити в післявоєнну кризу, якщо український уряд застосує правильні маркетингові стратегії в цій сфері.

Список використаних джерел

1. International tourism consolidates strong recovery amidst growing challenges. (2022) Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>
2. Відновлення туристичних потоків: у 2021 році до України прибуло понад 3 млн іноземців (2022). Електронний ресурс. Режим доступу: <https://mtu.gov.ua/news/33238.html>
3. 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.

4. Катаєва М. Туризм у Києві: сучасний стан та плани з відновлення сфери. Вечірній Київ. 27 вересня 2022 р. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/71973/>

5. Ковальська Л., Щука Г., Михайлюк А., Загнибіда Р., Ткаченко Т. (2020). Розвиток туризму припадає на епоху економіко-політичних реформ і війни в Україні. Журнал геології, географії та геоекології, 29 (1), 94-101. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://doi.org/https://doi.org/10.15421/112009>

6. 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>

7. Державна служба статистики України. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 8. Моца, А., Шевчук, С., & Середа, Н. (2022). Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство, (41). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>

8. Романова А. А. Управління розвитком туристичної сфери в умовах збройних конфліктів. Modern Economics. 2018. № 9. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V9\(2018\)-12](https://doi.org/10.31521/modecon.V9(2018)-12).

9. Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2015. Вип. 126 (частина I). С. 12-23.

РОЗДІЛ 2.

СОЦІОКУЛЬТУРНІ, ІСТОРИЧНІ, ФІЛОСОФСЬКІ, ЕКОЛОГІЧНІ, ПРАВОВІ ЗАСАДИ ГЕНЕЗИСУ Й РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ (РЕГІОНАЛЬНИЙ, ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ, СВІТОВИЙ АСПЕКТИ)

Олена Конох
*канд. наук з фіз. вих. і спорту, доцент,
Запорізький національний університет
м. Запоріжжя*

КОЗАЦЬКА КУХНЯ, ЯК ЕЛЕМЕНТ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЗАПОРІЗЬКОГО КРАЮ

Актуальність. У сучасному світі туризм – це багатогранне явище, що є тісно пов'язаним із економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Туристичну галузь закономірно вважають однією з найбільш швидкозростаючих галузей світової економіки ХХІ ст. Для багатьох країн індустрія туризму є найважливішою статтею доходу і, як наслідок, одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки. Численні туристичні підприємства пропонують клієнтам тури, диференціюючи їх за уподобанням, матеріальними можливостями, порою року, містом відвідування.

Проблема харчування, якісного забезпечення повноцінним харчуванням людства на сьогодні є одним з найважливіших питань світового суспільства. Так при ООН створений Постійний комітет системи Організації Об'єднаних Націй з проблем харчування (далі ПКХООН), який

був створений в квітні 1977 року. Робота ПКХООН вибудована відповідно до таких чотирьох стратегічних цілей, сформульованих в його Стратегічному плані на 2016-2020 роки, а саме забезпечення максимальної узгодженості політики ООН та пропагандистської роботи в галузі харчування; сприяння послідовної і підзвітної реалізації програм в рамках системи ООН; вивчення нових і, які з'являються, аспектів в області харчування; заохочення обміну знаннями в системі ООН і за її межами [1].

В доповіді Генерального секретаря ООН щодо проблем харчування в світі в 2018 році було визначено, що глобальний характер проблеми неповноцінного харчування вимагає всеосяжного підходу до пошуку рішень, які могли б допомогти просунутися вперед. Успіх Десятиліття харчування буде залежати від того, чи вдасться об'єднати зусилля традиційних і нетрадиційних суб'єктів, що займаються питаннями харчування, і знайти точки дотику в роботі різних секторів [1].

У зв'язку з цим, виникає проблема пошуку нових ефективних рішень в проблемі повноцінного харчування людини.

Туризм є однією з важливих чинників міжнародних комунікацій, привабливість туристичних продуктів і ефективність галузі в цілому прямо пов'язані з інтеграцією національних традицій в світове співтовариство. Рішенням цієї проблеми може стати вивчення і впровадження в сучасне життя старих перевірених форм і методів харчування, зокрема заснованих на національних традиціях [4]. На нашу думку, рішення проблеми харчування людства може міститися зокрема на відродженні національних традицій харчування, оскільки вони пройшли перевірку часом, зберігши людство і народи в своєму існуванні. В Україні це може бути вивчення, відродження і впровадження традицій української національної кухні, зокрема козацької кухні та її популяризація.

Кожен народ характеризують його неповторні звичаї, обряди і, звичайно ж, традиційна кухня. Кулінарні уподобання, особливості приготування страв та способи їх подання склалися протягом століть під дією природно-географічних умов і зумовлених ними напрямів господарської діяльності – землеробство, тваринництво, рибальство, бджільництво тощо. Крім того, на кухню народу безпосередньо впливали релігійні вірування, система культових заборон, стародавні звичаями, що регламентували спосіб життя, тобто культурні традиції і соціально-історичне оточення [5]. На цій основі у різних народів сформувалася різна кухня зі своєю специфікою, що виразилися, зокрема, в унікальному смаку страв. Приготування їжі нерозривно пов'язане із сімейним побутом, саме тому харчування залишається найстійкішим компонентом матеріальної культури, виконуючи самоідентифікаційну функцію кожного народу.

Створення нового туристичного продукту пов'язується з освоєнням нових сегментів туристичного ринку, нових туристично-рекреаційних територій, залученням до туристичного ринку нових видів ресурсів. Перспективним у цьому плані є розвиток специфічних видів туризму, зокрема, гастрономічного. Адже тенденції сучасного туристичного ринку демонструють зростання інтересу серед споживачів саме до таких видів подорожей.

Аналіз останніх досліджень. У дослідження гастрономічного туризму особливий внесок зробили такі закордонні та вітчизняні вчені: Антоненко В., Басюк Д., Ніколаєнко В., Мітчелл Р., Вольф Е. та ін.

Традиції готування їжі в українців мають доволі давню історію – основні технології приготування страв походять від часів Трипілля, ранніх слов'ян та Київської Русі. Питанням становлення української кухні, її специфіки, присвячена чимала кількість праць популярного характеру, щоправда з одноманітним змістом, представлена переважно збірниками

рецептів із коротким зверненням до її витоків, однак ґрунтовних, а головне, оригінальних досліджень, особливо культурологічних, значно менше.

Кухня, як і кулінарія і гастрономія, вивчається не лише фахівцями харчування, а й однаковою мірою медиками (геронтологами), соціологами, етнографами, істориками, фахівцями туристичного і готельно-ресторанного бізнесу. Так, етнографічний підхід до дослідження їжі пов'язаний переважно з дослідженням функцій і семантики їжі в традиційних суспільствах [6], філологічні ж розвідки концентруються навколо семантики харчових образів у художніх творах та етнолінгвістичних досліджень традиційної їжі [7], динаміки тематичної групи лексики їжі та напоїв певного регіону [15] тощо.

Серед сучасних досліджень безпосередньо українській кухні присвячена незначна кількість наукових праць. Так, Л. Ф. Артюх, відомим українським етнологом, провідним знавцем народної кухні й харчування, досліджено різні аспекти народної їжі [2-4]. Зокрема у монографії «Українська народна кулінарія (історично-етнографічне дослідження)» [4] науковцем висвітлено особливості їжі і харчування українського народу як елемента матеріальної культури, а також подано етнографічний опис і класифікацію повсякденної і святкової обрядової їжі українського селянства доби капіталізму, проаналізовано її соціальну функцію. В іншій своїй праці «Звичаї українців у народному календарі» [3] дослідниця у 23 розділах, присвячених святам календарного року українського народу – від Святвечора до дня святого Андрія, подає рецепти традиційних страв національної кухні. Однією з перших публіцистичних розвідок у напрямі осмислення системи харчування сучасних українців у процесах все зростаючої соціальної напруги та інтенсифікації ритму повсякденних відносин є праця В. Панченка «Українське національне харчування:

минуле і майбутнє. Уроки здоров'я» [15], в якій дослідник на підставі соціально-диференційовальних характеристик звертає увагу на особливості національної системи харчування та найбільш небезпечні модуси її трансформації.

У статті «Традиційна народна їжа як предмет етнографічного дослідження» С. Яценко [17] аналізує праці вчених, які досліджують українські страви і традиції харчування українців.

У свою чергу, М. Жовнірова та Р. Дьяченко [9], досліджуючи питання харчування як елемента традиційно-побутової культури українців, звертають, зокрема, увагу й на тенденцію звуження якісного розмаїття повсякденного меню за рахунок недостатнього використання народних традицій українців у харчуванні.

Традиції харчування в українській культурі розкриває Ю. Ліпец [11]. У статті «Науково-етнографічне дослідження особливостей технології страв української національної кухні» А. Волковою [7] досліджено особливості технології продукції української національної кухні, обумовлених історичними та етнографічними детермінантами.

Систематизовані дані про витоки української кухні містяться у праці відомого знавця кулінарії В. Похльобкіна «Національні кухні наших народів», уперше виданій у 1978 р. [16], а також в «Історії української культури (українська культура XIII – першої половини XVII століть)» (2001), що являє собою комплексне дослідження культури українського народу та її міжнародного значення, і містить стисле висвітлення культури етнічних меншин у контексті загальноукраїнських культурних процесів. Переважна більшість праць з даної проблематики сучасних дослідників так чи інакше ґрунтуються саме на вказаних вище роботах.

Проблема їжі і харчування висвітлюється й дослідниками українського побуту – В. Борисенко [5], В. Наулко [13] та інші, які розглядали ці питання в різних контекстах.

Чи не є єдиним ґрунтовним дослідженням в Україні, дотичним до проблематики кухні, є докторська дисертація В. Ніколенка «Гастрономічні детермінанти суспільного життя: соціологічний вимір» [14], в якій обґрунтовано, з одного боку, зв'язок між гастрономічним виміром суспільного життя, а з іншого – соціальними процесами та відносинами як в ретроспективному контексті, так і сучасному.

Однак об'єктом роботи є гастрономія як суспільний феномен, а не безпосередньо українська кухня.

Отже, попри, здавалося б, достатню наявність публікацій з питань харчування українців, ґрунтовного і всебічного культурологічного дослідження потребують питання витоків та історичної еволюції української кухні з урахуванням традицій і чинників її формування. Не претендуючи на оригінальність і всебічність висвітлення заявленої проблеми, спробуємо в межах статті підсумувати напрацювання попередників та сформулювати сутність подальшого культурологічного дослідження української кухні як феномена соціальної культури.

Мета – визначити складові елементи української козацької кухні, і спрогнозувати її розвиток в Запорізькому краї та використання цього явища в туристичній галузі.

Виклад основного матеріалу. Гастрономічний туризм – це нове явище, що розвивається як новий туристичний продукт, обумовлений, зокрема, тим фактом, що за даними спеціалізованої літератури більше третини туристичних витрат припадає на їжу. Тому кухня туристичної дестинації є одним із надзвичайно важливих аспектів, що визначає якість відпочинку [14].

У 1998 році вченими університету Bowling Green (Боулінг Грін, США) на кафедрі народної культури було вперше введено до наукового обігу термін «кулінарний туризм». У 2003 р. була створена Міжнародна асоціація кулінарного туризму (International Culinary Tourism Association). Вона була перейменована у 2012 р. та одержала назву Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) після того, як дослідження показали, що англомовні споживачі невірно трактують поняття «кулінарний туризм».

Повна юридична назва даної організації – «Міжнародний інститут кулінарного туризму», але її не використовують дуже часто. Організація зареєстрована як Всесвітня асоціація продовольчих подорожей у штаті Орегон (США) як назва для «торгівлі/ведення бізнесу». Це те ім'я, за яким її знають публічно. Нині дана асоціація охоплює близько 50 тис. професіоналів в 139 країнах світу. Саме Всесвітня асоціація гастрономічного туризму в 2012 р. запропонувала вживання терміну «гастрономічний туризм».

У вересні 2013 р. під егідою Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму відбувся перший World Food Travel Summit (Гетеборг, Швеція), тематикою якого була «Нова хвиля в гастрономічному туризмі». Метою саміту стало створення форуму для діалогу, обміну знаннями, знайомство з новими тенденціями гастрономічного туризму, бізнес-знайомства, а також обговорення проблеми зацікавленості споживачів якістю продуктів та впливу навколишнього середовища на її показники [18].

Україна має високий туристично-рекреаційний потенціал: на її території зосереджені унікальні природні та рекреаційні ресурси, об'єкти національного і світового визнання культурно-історичної спадщини. У багатьох регіонах представлений широкий спектр потенційно привабливих туристичних об'єктів і комплексів, які користуються популярністю в

українських і закордонних туристів. Наявність різноманітних туристично-рекреаційних ресурсів країни дозволяє розвивати практично всі види туризму, в тому числі рекреаційний, культурно-пізнавальний, діловий, активний, оздоровлюючий і екологічний туризм, а також сільський та гастротуризм. Гастрономічна особливість притаманна кожній області країни України, тому вітчизняним туристичним компаніям варто приділяти більше уваги новому, проте перспективному напрямку туризму. Ніша гастрономічного туризму в Україні слабо наповнена. Слід акцентувати увагу, що країна з багатою кулінарною історією, традиціями і звичаями, багатонаціональними рецептами втрачає потенційні можливості розвитку даного бізнесу, доходи і конкурентні переваги. Кулінарний потенціал України не обмежується тільки традиційними стравами. Підприємцям туристичної індустрії варто враховувати гастрономічні особливості кожного регіону України і зміни у харчових уподобаннях населення.

Однак, на сьогоднішній день гастрономічний туризм в Україні має ряд перешкод для стрімкого розвитку, зокрема:

- криза внаслідок пандемії негативно позначилась на ресторанній галузі в цілому, що в свою чергу пригальмувало розвиток гастротуризму, незважаючи на інтерес з боку громадян України та інших країн;
- розвиток гастрономічного туризму прямо залежить від платоспроможності населення, а в умовах економічної кризи цей вплив є негативним;
- відсутність досвіду ведення гастрономічного бізнесу, кваліфікованих кадрів у сфері гостинності, зацікавлених ентузіастів та ідеологів популяризації гастротурів також обмежують розвиток даної сфери.

Оскільки гастротуризм – специфічний вид туризму, гастрономічні

тури масово не продаються, тому що не кожен турист зважиться виїхати до іншої країни або регіону, маючи на меті лише скуштувати страви національної кухні. Проте це не заважає багатьом країнам привертати до себе туристів досить оригінальними кулінарними способами. У будь-якому випадку, з огляду на те, що мова йде про індивідуальні тури, жорсткими рамками мандрівники не обмежені. Наприклад, окремі дегустаційні програми, які вже зарекомендували себе в інших країнах, можуть і звичайну подорож перетворити в гастрономічний тур. Гастрономічний туризм – це подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою відвідати унікальні для приїжджої людини страви або продукти.

Нині в англomовній літературі найчастіше зустрічаються терміни гастрономічний туризм (gastronomic tourism) або харчовий, продовольчий туризм (food tourism).

На ринку існують фірми й компанії, що спеціалізуються на наданні подібних послуг з гастрономічного туризму (Gourmet On Tour, The International kitchen, Gourmet Getaways) та пропонують бажаючим побачити на власні очі процес створення делікатесів, ознайомитися з секретами майстрів кухарської справи, перейняти майстерність і навіть під керівництвом кухара створити шедевр своїми руками [18].

Одне з найпоширеніших визначень гастрономічного туризму, яке використовується в закордонній літературі, було запропоноване Холлом і Шарплсом в 2003 р. Згідно нього продовольчий туризм є досвідною поїздкою до гастрономічного регіону для відпочинку й розваг, що включає в себе відвідування первинних та вторинних виробників продуктів харчування, гастрономічні фестивалі, продовольчі ярмарки, події, фермерські ринки, кулінарні шоу та демонстрації, дегустації якісних продуктів харчування або будь-якої туристичної діяльності, пов'язаної з

харчовими продуктами [19].

Крім того, ця подорож пов'язана з певним способом життя, який включає в себе як пізнання різних культур, набуття знань та розуміння якості або атрибутів, пов'язаних з туристичними продуктами, так і гастрономічні вироби даного регіону (спеціалітети) через їх споживання. Таким чином, гастрономічний туризм передбачає, що все вищезазначене має бути основною причиною або мотивацією подорожей для відвідувачів певної туристичної дестинації [14].

Всесвітня асоціація гастрономічного туризму визначає гастрономічний туризм як подорожі з метою отримання аутентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі або напоїв; відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню, зокрема козацьку.

Відзначимо, що в українській туризмології немає єдиного термінологічного визначення цього виду туризму. Зустрічаються терміни «кулінарний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «гурман-тури», «гастрономічний туризм». На нашу думку, найбільш вичерпним є поняття «гастрономічний туризм», який є похідним від терміну «гастрономія» (з грецької γαστήρ – шлунок) – наука, що вивчає зв'язок між харчуванням та культурою й відноситься до галузі соціальних дисциплін. Тоді як кулінарія (з латинського *culīna* – кухня) – галузь прикладної діяльності, пов'язаної з приготуванням їжі, що включає комплекс технологій, обладнання та рецептів і є частиною гастрономії.

Тобто гастрономічний туризм – це вид туризму, пов'язаний з ознайомленням із виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу.

Гастрономічний туризм також можна вважати допоміжним

інструментом у пізнанні культурної спадщини країн та регіонів світу, оскільки страви національної кухні є одним із елементів, що відображають спосіб життя, світогляд, традиції етносів.

В останні роки сфера відпочинку, розваг і туризму є однією з найбільш перспективних сфер економіки та бізнесу. Більшість розвинених країн активно змагається одна з одною у боротьбі за туристів, поліпшуючи якість організації нині існуючих і придумуючи нові подієві заходи, тим самим розвиваючи відносно молодий і перспективний напрям туристичного бізнесу - гастрономічний туризм. Це останнім часом, дуже популярна тенденція, яка продовжує набирати обертів.

Відмінними рисами гастротуризму, які визначають його відокремленість від інших видів, є:

- умови та потенціал для розвитку гастротуризму мають всі країни, в яких розвинена сфера туризму;
- гастрономічний туризм може динамічно розвиватися у будь-яку пору року, що нівелює вплив сезонності і забезпечує стабільність бізнесу;
- гастротуризм в певній мірі є складовим елементом всіх видів туризму, об'єктивно розвивається як складова туристичних маршрутів, що створює синергетичний ефект і активізацію підприємницької діяльності;
- гастрономічні тури є вишуканою рекламою та засобом просування крафтових продуктів місцевих господарств, підприємств та фірм, які залучені до розвитку харчової індустрії регіону.

Україна має величезний потенціал розвитку сфери туризму - і села, природні ландшафти, їх унікальні історичні та національно-культурні особливості можуть привабити не тільки туристів з інших регіонів, а й з інших країн. А гастротуризм в даному аспекті слід розглядати як необхідну умову і об'єктивну реальність стратегічного розвитку всіх видів туризму. Конкурентною перевагою українського гастротуризму для

іноземців є доступна ціна на продукти харчування, солодощі, алкогольні напої, крафтові продукти, що забезпечить приток туристів і зростання доходів туристичної сфери.

Дослідженням гастрономічного туризму присвячено ряд наукових праць Антоненко В. [1, с. 223-233], Басюк Д. [6, с. 128-132], які доводять важливість розвитку даного виду діяльності в окремих регіонах України. З українських науковців Д. Басюк визначає гастрономічний туризм, як спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури і виробництва [18, с. 47].

Чіткого визначення, що називають гастрономічним туризмом, не існує. А ось що стосується ролі гастрономічного складника для туризму, то, як відомо, «їжа – це одне з небагатьох задоволень, доступних людині все життя». Цей вислів належить великому вченому, лауреату Нобелівської премії у галузі фізіології і медицини Іллі Мечникову, і воно щонайкраще відображає роль гастрономічної складової у нашому житті, зокрема й під час подорожей.

Гастрономічний туризм – один із аспектів світової науки. Її світило вчений Ерік Вольф, котрий 2001 року заснував Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму, твердить: їжа – це квінтесенція нації, її менталітету, характеру і, звісно, історії.

У сучасному світі туризм – це багатогранне явище, що є тісно пов'язаним із економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Туристичну галузь закономірно вважають однією з найбільш швидкозростаючих галузей світової економіки XXI ст. Для багатьох країн індустрія туризму є найважливішою статтею доходу і, як наслідок, одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки. Численні туристичні підприємства

пропонують клієнтам тури, диференціюючи їх за уподобанням, матеріальними можливостями, порою року, містом відвідування.

Гастрономічний тур актуальний увесь рік – сезонност і немає. А в деякі місця навіть краще приїздити в не сезон: на виноробні господарства, які займаються виготовленням оливкової олії, збором трюфелів – восени. В цей же час часто проводяться гастрономічні фестивалі та кулінарні шоу. Всі ці події та дегустації можна відвідати і самотійно, і в складі туристичної групи.

Гастрономічний туризм – різновид туризму, взаємопов'язаний з пересуваннями по різних країнах з метою ознайомлення з національними стравами, продуктами, напоями [1, с. 223-233]. Під час таких турів споживач відвідує ресторани з національною кухнею, бере участь в гастрономічних заходах і приготуванні місцевих страв, знайомиться з історією та рецептурою національної їжі та напоїв, дегустує напої й подорожує по місцях вирощування, збору й виробництва продуктів, які його цікавлять. У гастрономічних подорожах можна дізнатися про повсякденне життя, історію та культуру країни часом більше, ніж в класичних екскурсійних поїздках.

Останнім часом спостерігається популяризація та зацікавленість населення кулінарією: телевізійні шоу, проведення майстер-класів для професіоналів та аматорів у ресторанах, а також дитячі кулінарні школи, що пропонують деякі заклади ресторанного господарства тощо. Безліч людей їздять в цілі тури по всьому світу, щоб спробувати страви різних країн. Але мало хто знає, що необов'язково витрачати великі гроші на подорож за кордон. На території України проживає так багато етнічних груп, що навіть самий вибагливий турист зможе провести час захоплююче і цікаво.

Національна кухня – це один із важливих факторів залучення

іноземних туристів в країну. Це й зрозуміло, адже в кулінарному мистецтві міцно зберігаються національні особливості й традиції народу, що завжди цікаві представнику іншої країни.

В світі існують відомі гастрономічні напрямки, серед яких можна назвати Іспанію, Францію, Італію, Грецію, Бельгію, Португалію, США (особливо Каліфорнія в долинах Напи та Сономи), Бразилію, Перу, Мексику, Нову Зеландію, Південну Африку, Австралію, Чилі, Малайзію, Японію, Індонезію, Балі, Китай або Сінгапур. Важливим є те, що в листопаді 2010 р. середземноморська дієта Іспанії, Греції, Італії та Марокко була включена до списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО [18].

Щодо перспективи просування гастрономічного туризму в Україні в цілому, то реклама, спрямована на мешканців сусідніх країн, регіонів, та областей, шляхом видання путівників, буклетів та спеціалізованої літератури стане основним шляхом активізації гастротуризму. У час інформаційних технологій, ефективним інструментом розвитку гастротуризму є просування турів та туристичних компаній у соціальних мережах. Не менш важливим інструментом популяризації гастротуризму є проведення гастрономічних фестивалів, майстеркласів, свят, щодо підтримання гастротуризму. Зазвичай, гастротури, до яких входить збір диких ягід, відвідування фабрик, або цехів, які виробляють продукти харчування, пропонують екологічно чисту продукцію. Представниками гастротуризму можуть бути як маленькі фермерські господарства, так і великі підприємства, а також кафе та ресторани, які пропонують органічну, екологічну продукцію і популяризують основи здорового харчування. Одним із найкращих з точки зору організаційних заходів знайомства з гастротуризмом є фестивалі. Щорічно в Україні проходить велика кількість заходів, спрямованих на вшанування традицій – гастрономічних

фестивалів. Вони проходять у різних точках країни, надаючи туристові змогу з головою зануритися у атмосферу місця, скуштувавши традиційні страви. Український гастротуризм відносно молодий вид дозвілля, але має все необхідне для свого поступового розвитку. Кожен туристичний регіон України сьогодні прагне знайти свою гастрономічну особливість і виявити свою неповторність, тому важливо включити гастротуризм до регіональних програм розвитку туристичної сфери. Головною рушійною силою у розвитку гастротуризму стають тематичні фестивалі локальної їжі і місцевих страв. Гастротуризм популяризується як тенденція в сьогоденному світі на основі знайомства з країною або регіоном через призму національних страв, дарує нові емоції та враження, які так необхідні сучасному туристу. Більше того, щороку відкриваються нові гастро-маршрути, вигідні як маленьким, так і великим виробникам послуг. Основні проблеми з просуванням гастрономічного туризму пов'язані з великою територією України і, особливо, з відсутністю координації в діяльності учасників ринку. Рідкісним є просування національного продукту з акцентом на унікальність своєї пропозиції. Багато регіонів України просувають схожі продукти – сири, вина, мед, соління, трав'яні чаї та ін. Хоча кожна область України унікальна, та має безліч різноманітних продуктів, які б могли стати її гастрономічною візитівкою. Відсутність централізованого підходу в напрацюваннях різних регіонів, при відсутності загальної інформаційної бази, змушує учасників ринку конкурувати з аналогічними продуктами сусідніх областей, що створює проблеми розвитку гастрономічного туризму як на рівні регіонів, так і на загальнодержавному рівні. Помилковою є стратегія розвитку гастротуризму, орієнтована на конкретний туристичний продукт, оскільки конкурентні переваги формує саме різноманітність страв. Для вирішення основних проблем розвитку гастрономічного туризму є необхідність

створення єдиної інформаційної бази, а також правильна реалізація рекламних кампаній, орієнтованих на пошук продукту і виявленні гастрономічної унікальності кожного регіону та області. В даний час, крім держави, активний інтерес до гастрономічного туризму виявляють і представники бізнесу. Проте дефіцит знань у даній сфері стримує багатьох до опанування нового бізнесу. Набути необхідні теоретичні та практичні знання допоможуть тематичні семінари, майстер-класи та програмне навчання. Для динамічного розвитку гастротуризму необхідна якісна підготовка висококваліфікованих кадрів у сфері обслуговування, які не лише матимуть освіту в кулінарії, а й знатимуться у культурно-історичній спадщині регіону та будуть зацікавлені у відродженні національних традицій. Цьому сприятиме введення спеціальних курсів при підготовці фахівців за спеціальностями «Готельно-ресторанна справа», «Туризм» у закладах вищої освіти. А з метою популяризації регіональної кухні та місцевих традицій серед корінного населення і туристів необхідно закладам культури проводити просвітницьку діяльність. Необхідним напрямком розвитку гастротуризму на регіональному рівні та в країні в цілому є визначення гастрономічного бренду. Гастрономічний бренд полягає у просуванні території як виробника або експортера унікальної високоякісної харчової продукції. Брендинг є важливим елементом розвитку країни, який визначають як конкурентну ідентичність певної місцевості (регіону чи країни в цілому). Основні компоненти гастрономічного бренду: добре розвинена сфера гастрономії; наявність фахівців у сфері організації закладів харчування з використанням традиційних продуктів; наявність автентичних страв (автентичних продуктів); гастрономічні події (фестивалі, конкурси). Якісно вибудований гастрономічний бренд - це не тільки їжа під час подорожі, а й смачні сувеніри, які турист привозить додому, спогади про поїздку і бажання

готувати вдома за тими рецептами, які він почерпнув у подорожі, а також сформована схильність вибирати ресторани цієї кухні у себе в місті. Висновки. Останні декілька років гастрономічний туризм активно розвивається, як повноцінний туристичний напрямок. Він є невід'ємною частиною системи гостинності у всьому світі, подорожуючи за кордон туристи автоматично стають споживачами. Залучення до чужої культури вимагає чималих зусиль - вивчення мови і політичного устрою, а відмінною рисою гастрономічного туризму є його відкритість та доступність для особистого сприйняття навіть при короткому візиті в країну. Гастротуризм залучає різні за вподобаннями групи туристів та допомагає дізнатися про традиції країни, познайомитися з місцевим населенням і культурно-історичною спадщиною. Україна має високий потенціал розвитку гастрономічного туризму, адже загальновідома не тільки культурно-історична спадщина, а й українська кухня. На її території представлено велике розмаїття національних страв і продуктів, цікавих усім туристам, охочим отримати нові враження та ближче познайомитися з країною. Тому Україна має всі шанси стати провідною країною гастротуризму. При виборі відпочинку туристи звертають увагу на такий важливий фактор як харчування, і в цьому плані гастрономічне розмаїття є конкурентною перевагою України. Наразі інфраструктура гастротуризму в Україні потребує розширення, тобто необхідно збільшувати кількість національних кафе та ресторанів, доречно створення гастрономічних музеїв та дегустаційних залів. Такі фундаментальні кроки у розвитку гастрономічного туризму можливі завдяки підтримці зі сторони держави, створенні сприятливого інвестиційного клімату та залученні іноземних інвесторів. Отже, гастрономічний туризм є важливою складовою сталого розвитку туристичної сфери України, що здатен генерувати істотні економічні і соціальні блага для учасників туристичного ринку.

Динамічний розвиток даного виду туризму стримується низкою факторів, які потребують негайного вирішення. Виявлення та визначення чіткого алгоритму рішення проблем розвитку гастрономічного туризму в Україні і є основою для подальшого дослідження.

Українська національна кухня склалася досить пізно, в основному на початку – в середині XVIII ст., а остаточно – до початку XIX ст. [16]. До того часу їй складно було відмежувати від споріднених з нею польської і білоруської кухонь, що пояснюється тривалістю і складністю процесу формування української нації та української держави. Лише згодом українська кухня, як відзначає В. Похльобкін, зважаючи на перерваний зв'язок з традиціями давньоруської кухні, втрачений після монголо-татарської навали, продовжила формуватися відособлено від російської, білоруської та польської кухонь, де давні традиції, хоча і видозмінювалися, але, тим не менше, зберігалися протягом багатьох століть [16].

Після монголо-татарської навали різні частини території сучасної України входили до складу різних держав (Литви, Польщі, Угорщини, Румунії), що, звичайно ж, не могло не вплинути на особливості формування кухні на цих землях. Відтак, загальноукраїнська кухня формувалася вкрай повільно, вбираючи в себе вже сформовані у кожній з регіональних частин України елементи кулінарної культури. Та, попри те, що ці елементи були дуже різномірними, з огляду на величину території, що розкинулася від Карпат до Приазов'я і від Прип'яті до Чорного моря, розходження природних умов та історичного розвитку її окремих частин, сусідства з безліччю народів (росіянами, білорусами, татарами, ногайцями, угорцями, німцями, молдаванами, турками, греками), українська кухня виявилася на рідкість цілісною, навіть трохи однобічною, як за відбором характерної національної харчової сировини, так і за принципами її кулінарної обробки [16]. Це значно полегшило поширення характерних

особливостей загальноукраїнських страв, хоча розходження між стравами Чернігівщини і Галичини, Полтавщини і Волині, Буковини і Харківщини, Поділля і Закарпаття збереглися до наших днів.

Помітно виявлялися в харчуванні українців особливості природно-географічних зон. Уже в часи трипільської культури населення цих територій знало пшеницю, ячмінь і просо. Розведення великої рогатої худоби, полювання й рибальство зробили меню багатограним, хоча ще до початку XIX століття м'ясні страви вважалися в народі святковими. Зокрема, в районах Наддніпрянщини та Карпат були поширені продукти вівчарства (баранина, овеча бринза та сир). На Поліссі традиційно велику роль відігравали продукти мисливства, рибальства, бджільництва та збиральництва (гриби, ягоди, яйця диких птахів). У суміжних зі степом районах Наддніпрянщини, Півдня (в тому числі на Запорозжжі) та Поділля жителі теж вживали багато продуктів мисливства (зокрема м'ясо впольованих диких коней), бджільництва, рибальства [10]. Однак з часом поширення фільваркової системи та вирубування лісів призвели до зменшення питомої ваги в харчуванні продуктів тваринництва, мисливства та лісового господарства. Це спершу проявилось в Галичині, а згодом, починаючи приблизно з середини XVI ст., тією чи іншою мірою і далі на сході.

Українська кухня перейняла деякі технологічні прийоми німецької й угорської кухні, татарської і турецької, по-своєму частково видозмінивши їх. Так, обсмажування продуктів у киплячій олії, властиве тюркським кухням, було перетворено в українське «смаження» (тобто пасерування овочів), що, наприклад, не властиве російській кухні. Подібна до пельменів страва турецької кухні «дюш-вара» (dyush-vara) перетворилась в українські «вареники», а потім у вареники з характерними національними наповнювачами – вишнями, сиром, цибулею, шкварками [16]. З німецької

кухні було перейняте шинкування, січкування та інші способи подрібнення їжі, зокрема м'яса. Звідси наявність в українській кухні різних рулетів (завиванців), фаршированих страв, запіканок, кручеників з м'ясним фаршем і «січеників», тобто різноманітних м'ясних страв на кшталт битків і котлет, запозичених з німецької кухні через польську і чеську.

Таким чином, своєрідність української кухні проявляється, по-перше, у переважному використанні свинини, сала, буряка, пшеничного борошна тощо, по-друге, в комбінованій тепловій обробці великої кількості компонентів страви на тлі одного головного і визначального (класичним прикладом є борщ, де до буряка додають й інші компоненти, не пригнічуючи при цьому смак буряка), по-третє, в тепловій обробці овочів або м'яса на олії або маслі, «смаження» по-українськи, і тільки після цього – тушіння, варіння або запікання. Чи не найбільш уживаним продуктом серед українців було й досі залишається свиняче сало – як у вигляді самостійної страви, головним чином в обсмаженому вигляді (так звані «шкварки»), так і у вигляді різноманітної приправи і жирової основи найрізноманітніших страв. Характерною є також велика кількість борошняних виробів, широке використання яєць та овочів. Так, яйця використовували і для готування самостійної страви і в якості добавки у борошняні, борошно-яєчні і яєчно-фруктові (солодкі) страви [20]. Овочі (морква, гарбуз, кукурудза, картопля, помідори, редька, огірки) вживали у вигляді гарнірів до масної м'ясної їжі або подавали як самостійні страви із салом. З додаванням овочів готували рибні й м'ясні відвари – основну гарячу їжу під загальною назвою «юха», що в російській мові пізніше трансформувалося в слово «уха». Для української кухні характерне також вживання бобових (гороху, квасолі), городніх і диких фруктів і ягід (яблука, вишня, журавлина, малина, ожина, які полюбили вживати не лише свіжими, а й моченими, сушеними і копчено-в'яленими. З прянощів і

приправ використовувалися переважно цибуля, часник, кріп, кмин, аніс, м'ята, любисток, дудник, чабер, червоний перець. Основними напоями були різного виду меду, пиво, кваси й виноградні вина (горілка, а також різні настоянки з'явилася в XIV ст.).

Туристи, які приїждять до України, безумовно, також бажають скуштувати традиційні місцеві страви. Тому одним із найважливіших аспектів розвитку туристичного сервісу є ознайомлення туристів з особливостями традиційного харчування та розвиток сфери обслуговування в цьому напрямку.

Основним завданням у розробці гастрономічного туру є поєднання кулінарії та культурно-пізнавальної програми в одному турі. Перевагою гастрономічного туризму в порівнянні з іншими підвидами пізнавального туризму є те, що тільки гастрономічний туризм задіює крім зору і слуху також інші органи відчуття людини, зокрема смаку та запаху.

Українська народна кухня – це така ж культурна спадщина українського народу, як мова, література, мистецтво. Це – неоціненний здобуток, яким можна і варто пишатися, про який не слід забувати. Українська кухня створювалася упродовж багатьох віків, тому вона у певній мірі відбиває не лише історичний розвиток українського народу, але й його звичаї, традиції та культуру.

Отже, українська кухня виступає суттєвим фактором стимулювання туристичних потоків. А в етнографічних дослідженнях зафіксовано, що українська кулінарія налічує понад 4 тисячі рецептів різноманітних страв із м'яса (особливо свинини), риби, овочів, яєць, молочних продуктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій в галузі традицій української національної кухні, козацької кухні засвідчує, що проблема висвітлюється достатньо в галузі етнічних досліджень, нарівні публікацій в періодичній пресі, або на рівні історичної літератури. Окремі аспекти

козацької кухні висвітлені в роботах Д. Яворницького [9], А. Кащенко [3]. Оскільки автори були сучасниками козацтва в останні роки існування, як офіційного явища, то їх опис козацької кухні можна вважати історичним джерелом. Досить ґрунтовно розглянута проблема козацької кухні з точки зору здорового харчування в працях Є. Товстухи [7], О. Середюка [6], які розглядали козацьку кухню, як елемент козацького здорового способу життя.

Незважаючи на досить велику популярність української національної кухні, зокрема козацьких традицій харчування, дана проблема не розглядалася як елемента нематеріальної культурної спадщини українського народу в контексті розвитку туристичної галузі в Україні і зокрема в Запорізькому краї.

Традиції козацтва є актуальними для духовно-культурного життя українців, оскільки саме козацтво, є одним з найважливіших маркерів самоідентифікації української нації, як історично, так і всучасності.

Запорозьке козацтво, як явище внесло значний внесок в формування основ як української державності, так і в формування самобутності духовності і культури українського народу.

Козацька кухня – це культура козацького харчування, яка в свою чергу є елементом культури козацтва і українського народу. У статті 2 Конвенції ЮНЕСКО про збереження нематеріально культурної спадщини дається наступне визначення нематеріальній культурній спадщині: «Нематеріальна культурна спадщина» означає ті звичаї, форми показу та вираження, знання і навички, а також пов'язані з ними інструменти, предмети, артефакти й культурні простори, які визнані спільнотами, групами й у деяких випадках окремим особами як частина їхньої культурної спадщини [1].

Така нематеріальна культурна спадщина, що передається від покоління до покоління, постійно відтворюється співтовариствами і групами залежно від середовища, що їх оточує, їх взаємодії з природою та історією і формує в них почуття самотності та спадкоємності, сприяючи тим самим повазі культурної різноманітності і творчості людини.

Важлива тільки та нематеріальна культурна спадщина, яка узгоджується з існуючими міжнародно-правовими актами з прав людини і вимогами взаємної поваги між співтовариствами, групами та окремими особами, а також стійкого розвитку» [8].

У Конвенції вказані також конкретні прояви нематеріальної культурної спадщини в декількох областях: усні традиції та форми вираження, в тому числі мова як носій нематеріальної культурної спадщини; виконавські мистецтва, у тому числі акторська гра, музика, спів, танці та інше; звичаї, обряди, свята; знання та звичаї, що відносяться до природи і всесвіту; знання та навички, пов'язані з традиційними ремеслами [8].

Козацька кухня є елементом козацької традиції. Секрети кухні передавалися з покоління в покоління. Питанню харчування запорозькі козаки приділяли особливе питання. Так в кожному курені Запорозької Січі був окремий штатний курінний кухар, який опікувався повноцінним і здоровим харчуванням своїх товаришів. Питання організації харчування в козацтві мало особливе значення.

Цікавою є характеристика козаків, надана французьким інженером Бопланом. який довго працював в Україні. Він писав: «На зріст гарні, проворні, сильні. З природи мають добре здоров'я. Від хвороби вмирають дуже рідко, хіба від старості» [9]. Козацька приказка говорить: «Запорожці, як діти – дай багато – все з'їдять, а дай мало – довольні будуть». Військовий побут не передбачав занадто ревнивої турботи про харчування.

Раціон харчування козаків був побудований на природній здоровій калорійній їжі роздільного харчування. Саме такий спосіб травлення давав найменші витрати реактивів організму – гормонів, ферментів, шлунково-кишкового соку та повне засвоєння всіх компонентів. Слабкий розвиток землеробства на Запоріжжі означав високу залежність краю відпостачання борошна та круп і вживання меншої кількості овочів у раціоні. Але поширеність рибальського промислу і добра забезпеченість товариства рибою, з огляду на велику кількість днів посту (189), посідали значне місце. Риба займала головне місце в харчуванні козаків, а м'ясні страви вважалися святковими. Ця традиція збереглась аж до 60-х років XX ст.

Відомий історик Д. Яворницький в своїх працях детально описує процес харчування в козацьких куренях: «Обід готувався в кожному курені особливим кухарем, або поварем, і його помічниками, невеликими хлопцями, в обов'язках яких було приносити воду в курінь і тримати в чистоті котли і посуд: «посуд – котли, ложки, корита, дуже чисто тримають і чистіше, як себе, а тим більше, як одяг». Їжа готувалася у великих мідних або чавунних котлах, які навішувалися за допомогою залізних гачків на кабиці в сінях кожного куреня, і варилася три рази вдень на все наявне число козаків куреня, за що платилося кухарю по два рублі і по п'яти копійок з кожного козака в рік, тобто 9 рублів і 50 копійок при 150 чоловік середнього числа козаків в кожному курені» [9, С. 243].

В куренях Запорозької Січі посада кухаря була штатною одиницею, яка забезпечувалася чималою заробітньою платнею. Це свідчить про важливість питання здорового харчування в середовищі запорозького козацтва, що в свою чергу об'єктивно мало створити саме козацьку систему здорового і безпечного харчування. Вчений дає опис і назви страв, які готувалися в козацьких куренях на Запорозькій Січі: «До столу, який по-запорозькому називався «сирно» звичайно подавалися

саломаха або саломать, тобто ржана мука, густо зварена з водою; тетеря, тобто ржана мука або пшоно, не дуже густо зварене на квасі, щерба та рідко зварена мука на риб'ячій юшці» В козацькому раціоні на Січі їжа була проста і варена на основі ржаної муки, або пшона. Провізія для їжі або доставлялася кожному куреню після розподілу царської хлібної платні, або купувалася на громадські гроші всього куреня, які завжди трималися в курінній скарбниці під керівництвом курінного отамана [9, С. 244].

За даним описом організації харчування в козацькому курені, можна зробити висновок, що процес організації харчування на Запорозькій Січі мав особливе суспільне значення.

Видатний український запорізький дослідник козацьких традицій, мандрівник і письменник В. Супруненко звертає увагу на те, що особливістю козацької кухні і безпосередньо кухні запорізького краю був борщ, який на запорізькій землі традиційно готувався дуже різний: на м'ясному бульйоні та пісний з квасолею чи без, з доданням сала, зі шкварками, смаженою рибою, з підсмаженим борошном і обов'язково – з зеленню, на яку так багатий південний український степ.

А також із заправкою з попередньо обсмаженої перед доданням у борщ суміші цибулі, моркви і буряка. Особливістю козацької кухні є комбінування вареного з смаженим, що обумовлено кліматичними характеристиками запорізького краю. В умовах високих температур, властивих регіону, обсмажування продуктів є необхідністю для їх максимально тривалого збереження. Тому на запорізькій землі смаження стала такою ж частиною кулінарної культури, як і традиційне для слов'ян приготування за допомогою варіння [2].

На думку О. Середюка, козацька кухня складалася з кашоподібних страв з різних злаків – саламаха, тетеря, щерба, кулеші. Їх вживали з медом, молоком, рибною юшкою. Значне місце в харчуванні козаків

займала риба: лящ, короп, осетер, сом, вугри, лини, піскарі, щука, в'язі. Вживали також ікру різних породириб. М'ясні страви вважали святковими [6].

Дослідники козацької кухні (О. Сердюк [6], В. Супруненко [2]) донесли до нас цілий спектр страв козацької кухні з рецептами: борщ з воловини, телятини або свинини, борщ з карасями, юшка з риби, юшка грибна, українські галушки, вареники з сиром, кулеша, пшоняна каша, гетьманська каша, гетьманська печеня, гетьманський куліш, кутя, узвар, вишняк на меду та ін. Всі ці страви несуть в собі оригінальні рецепти, які утворилися протягом існування запорозького козацтва і передавалися в родинях, як спадщина.

Видатний дослідник народної і козацької медицини Є. Товстуха розглядає козацьке харчування не лише, як здорове, але і таке, що має оздоровчий і лікувальний ефект. Вчений стверджує, що «народна ужиткова творчість українців витворила десятки, сотні і тисячі різноманітних страв, напоїв, закусок, також звертає увагу на високу загальну культуру та знання елементів загальної та харчової гігієни. Стіл, піч, груба, мисник, комори, льох, де зберігаються харчові продукти або готова їжа, завжди за народними традиціями, годиться тримати в чистоті. Біля харчових прродуктів зберігають обереги: хрін, цибулю, часник, селеру, редьку, петрушку» [7, С. 185].

Отже, козацька кухня багатогранна, маючи глибокі історичні корені, зберегла свою самобутність і самоідентичність. Це може слугувати приводом для подання цього, явища до внесення в реєстр нематеріальної спадщини народів ЮНЕСКО. В свою чергу реалізація даного проекту дає можливість до більшого інтересу людства до такого явища, як козацька кухня.

При організації туристичного продукту з елементами харчування

козацтва і козацької кухні можна організувати інтерактивні дійства з реалістичною реконструкцією приготування козацьких страв в атмосфері діяльності курінного кухаря і його служби.

Козацька кухня може стати магнітом туристичної галузі запорізького краю і України в цілому. Страви козацької кухні смачні і відносно не дорогі в приготуванні. Це, при певному створенні козацького інтерактивного середовища на туристичних об'єктах, змогло б створити додаткову туристичну привабливість. При цьому могла б утворитися ціла галузь – козацький гастротуризм.

Козацький гастротуризм в свою чергу наситив би видовищно подорожі туристів, надав би місцевий колорит туристичній галузі запорізького краю. Підтвердженням цього є вже багаторічне існування таких туристичних об'єктів з козацьким наповненням, в тому числі і з козацькою кухнею, як «Соколинний хутір» на Чернігівщині, «Мамаєва Слобода» в Києві, кінний театр «Запорозькі козаки» на о. Хортиця та інші поодинокі подібні проекти. Успішне багаторічне існування даних проектів на ринку туризму в Україні свідчить про затребуваність даної форми козацького гастротуризму. Причому, успішне існування даного проекту на нашу думку можливо тільки в комплексі використання інтерактивної складової роботи з туристичними групами. Козацька кухня має бути оточена козацькими виставами, показовими виступами, танцями, співами. Можливі майстер-класи з приготування туристами простих блюд козацької кухні, кулінарні конкурси.

Козацький гастротуризм можливо використовувати, поєднуючи його з фестивальним та подієвим туризмом. Прикладом поєднання козацького гастротуризму з подієвим та фестивальним є Міжнародний фестиваль національних воїнських та традиційних культур «Запорозький Спас» імені Анатолія Єрмака, який проводиться в Запоріжжі на о. Хортиця 25 років

поспіль. Успіх фестивалю базується в тому числі і на традиційних виставках-продажах козацьких страв. Також козацькі страви в останні роки стали своєрідним символом Запорізького регіону. Опитування глядачів телеканалом «Z» міста Запоріжжя, переважна більшість туристів, назвала козацький куліш традиційною стравою Запоріжжя, символом кулінарної справи міста.

Висновки. Козацька кухня може стати елементом нематеріальної культурної спадщини України, як один з маркерів української самоідентичності. Вона має інтеграційну природу, як синтез кухні українського народу та етносів, які населяють Україну. Козацька кухня має стати магнітом туристичної індустрії Запорізького краю.

Література

1. Антоненко В.Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур. *Філософські нариси туризм*. Київ, 2005. С. 223-233.
2. Артюх Л. З історії народної кухні. Мандрили. Шулики. Сластьони. Пундики. *Неопалима купина*. 1993. № 2. С. 23–27.
3. Артюх Л. Ф. Звичай українців у народному календарі. Київ : Балтія-Друк, 2012. 223 с.
4. Артюх Л. Ф. Українська народна кулінарія: історико-етнографічне дослідження : монографія. Київ : Наукова думка, 1977. 154 с.
5. Борисенко М. В. Побут міських мешканців України в 30-х роках ХХ століття. *Етнічна історія народів Європи*. 2008. Вип. 24. С. 12–18.
6. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці НУХТ*. 2012. №45. С. 128-132.

7. Волкова А. В. Науково-етнографічне дослідження особливостей технології страв української національної кухні. URL: <http://journals.urau.ua/pathofscience/article/view/72984>.
8. Дмитрук І. Ф. Гуцульщина в етнографічних дослідженнях кінця XIX – початку XXI ст. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. істор. наук : 07.00.05. Івано-Франківськ, 2009. 24 с.
9. Доповідь Генерального Секретаря ООН з проблем харчування URL: https://ukrainepravo.com/international_law/public_international_law/dopovid-generalnogo-sekretarya-onn-z-problem-kharchuvannya/
10. Жовнірова М. В. Їжа і харчування як елемент традиційно-побутової культури українців. Матеріали Всеукр. наук.-теорет. конф. «Українська культура XXI століття: стан, проблеми, тенденції». Київ : КНУКіМ, 2011. С. 36–38.
11. Запорозька О. Запорізька кухня прикрасить стіл і придасться в поході. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/2360992-zaporizka-kuhna-prikrasit-stil-i-virucit-v-pohodi-ros.html>
12. Історія української культури : у 5 т. / голов. ред. Б. Є. Патон ; НАН України. Київ : Наук. думка, 2001. URL: <http://litopys.org.ua/istkult2/ikult2.htm>.
13. Кащенко А. Оповідання про Славне Військо Запорозьке Низове URL: <http://kaschenko.us.org.ua>
14. Ліпєц Ю. В. Розвиток і традиції харчування в українській культурі. Матеріали Всеукр. на-ук.-теорет. конф. «Українська культура XXI століття: стан, проблеми, тенденції». Київ : КНУКіМ, 2011. С. 51–55.
15. Маланчук В. А. Побут українців у дослідженнях Володимира Гнатюка. *Народна творчість та етнографія*. 1973. № 2. С. 28–34.
16. Наулко В. І. Культура і побут населення України. Київ : Либідь,

1993. 255с.

17. Непочатенко В.О. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку» (м. Умань, 30-31.10.2019 р.). Умань: Візаві, 2019. С. 126-128.

18. Ніколенко В. В. Гастрономічні детермінанти суспільного життя: соціологічний вимір : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра соціол. наук: 22.00.01. Харків, 2015. 38 с.

19. Офіційний сайт конвенції про збереження нематеріальної культурної спадщини. URL: <https://ich.unesco.org/index.php?lg=EN&pg=home>

20. Панченко В. Г. Українське національне харчування: минуле і майбутнє. *Уроки здоров'я*. Дніпропетровськ : Герда, 2009. 234 с.

21. Пастернак А. Козацька медицина. URL: http://ukrlife.org/main/minerva/cossak_m.htm.

22. Похлебкин В. Национальные кухни наших народов URL: http://www.e-reading.club/chapter.php/46184/6/Pohlebkin_Nacional%27nye_kuhni_nashih_narodov.html.

23. Середюк О.М. Енциклопедія козацтва. Лицарі Сонця. Київ: ФОП Стебеляк, 2019. 488 с.

24. Товстуха Є. С. Українська народна медицина. Київ: видавництво «Рось», 1994. 342 с.

25. Яворницький Д.І. Історія запорізьких козаків: У 3 т. Київ: Наукова Думка, 1991. Т.1. 592 с.

26. Яценко С. А. Традиційна народна їжа як предмет етнографічного дослідження. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/2018/1/3.pdf>.

27. Global Report on Food Tourism. – World Tourism

Organization (UNWTO), Madrid, Spain. 2012. p. 63.

28. Hall, C.M. & Sharples, L. The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste / Food tourism around the world. – Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, 2003. pp. 1-24.

Олександр Носирєв,
доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ: НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА РЕГІОНАЛЬНИЙ КОНТЕКСТ

Стратегічною метою розвитку туризму в Україні є створення конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринках національного туристичного продукту, розширення внутрішнього та збільшення обсягів в'їзного туризму, забезпечення на цій основі комплексного розвитку курортних територій та туристичних центрів з урахуванням соціально-економічних інтересів населення, збереження та відновлення природних територій та історико-культурної спадщини. Важливим чинником суспільно-економічного розвитку певної території є ефективне впровадження регіональної політики, яка ґрунтується на принципах збалансованості. Метою розвитку туризму в Україні є створення сприятливого організаційно-правового та економічного середовища для розвитку цієї галузі, формування конкурентоспроможного на світовому ринку вітчизняного туристичного продукту на підставі ефективного використання природного та історико-культурного потенціалу України, забезпечення її соціально-економічних інтересів і екологічної безпеки [1].

Як зазначають дослідниці О. Савіцька та Н. Савіцька [1], «туризм як вид діяльності не може існувати як окрема галузь економіки, саме тому доцільно розглядати його вплив на економіку України з урахуванням

суміжних галузей. За оцінками міжнародної консалтингової діяльності McKinsey & Company, для забезпечення стійкого росту ВВП в Україні насамперед необхідно розвивати ті галузі економіки, які мають значний потенціал росту. Однією з таких галузей виступає туристична індустрія. Туристична індустрія складова туристичної інфраструктури, яку формують усі туристичні підприємства та суб'єкти, що надають основні й супутні для туризму послуги. Це сукупність окремих елементів, які включають різні галузі обслуговування: невеликі ресторани, мотелі, готелі, будинки відпочинку, об'єкти пізнавального, лікувального, оздоровчого, спортивного, ділового призначення та забезпечують обслуговування перевезення і надання туристично-екскурсійних послуг. Туристичний регіон являє собою географічну територію (місце, регіон), яку гість або туристичний сегмент вибирає з метою подорожі, пізнання та одержання задоволення. Така територія містить усі споруди, необхідні для перебування, розміщення, харчування й організації дозвілля туристів. Основні вимоги до регіону, щоб його можна було вважати туристичним, наявність об'єктів туристичного інтересу, можливість надання необхідних для задоволення потреб туристів послуг такої якості, яких очікує клієнт. Фактично усі регіони України мають можливості для подальшого розвитку туристичного бізнесу» [1].

Туризм – одна з галузей, яка допоможе нашій економіці відновитися після кризи. Адже після нашої перемоги інтерес серед іноземців до нашої країни буде значним. Україна дуже скоро заново відродиться і стане новим великим ринком, багатим на інвестиційні можливості, подорожі, досвід та незабутні враження. Стратегія просторового розвитку повинна передбачати реорганізацію економічного простору України шляхом формування та розвитку перспективних центрів економічного зростання, розкриття економічного потенціалу різних типів територій, розвитку

людського капіталу. Це надасть змогу зняти інфраструктурні обмеження у розвитку регіонів, що дуже важливо задля розширення географії внутрішнього туризму. У найближчій стратегії туристичний потенціал України, попри наслідки військового конфлікту, має бути відновлено і значно збільшено активізацією вітчизняного та міжнародного туризму [НОСИРЄВ].

Основні пріоритетні напрями державної політики розвитку туризму відображено на рис. 1.



Рис. 1. Пріоритетні напрями державної політики розвитку туризму
(розроблено автором)

Дослідник К. Корженко [3] акцентує увагу на тому, що «через специфіку своєї природи, ринок туристичних послуг здійснює як прямий економічний вплив на розвиток країни в цілому, так і суттєво регулює розвиток таких взаємопов'язаних галузей, як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, що оцінюється значним мультиплікативним ефектом, виступає каталізатором соціально-економічного розвитку, прямо і побічно сприяє підвищенню якості життя населення. Вагомий туристичний потенціал України, при правильному його використанні, може забезпечити швидкий розвиток ринку туристичних послуг в країні, а отже, отримання значних валютних надходжень, нарощування доходів бюджетів, розвиток виробництва споживчих товарів, підвищення рівня життя населення. Наявність великої низки проблем свідчить про можливість розвитку національного туризму тільки у випадку значної фінансової підтримки з боку держави, проте сучасна Україна не має економічної можливості здійснювати інвестування. В результаті складається ситуація, коли з одного боку, активно розвивається «туризм для багатих», тобто виїзний туризм, який сприяє зростанню фінансових потоків з України, а з іншого боку, в тіні залишаються внутрішній і в'їзний туризм, для розвитку яких потрібна мобілізація значних державних ресурсів і серйозні зміни на законодавчому рівні. Таким чином, в Україні практично не використовується національний туристичний потенціал, а розвиток туристичної інфраструктури знаходиться у вкрай низькому стані, що вимагає серйозного і професійного втручання. Важливими чинниками, які впливатимуть надалі на розвиток ринку туризму, є демографічні зміни, матеріальний і соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість та багато інших чинників. Одним з вагомих факторів впливу є добробут населення. Існує чіткий зв'язок між

тенденцією розвитку туризму, загальним економічним розвитком і особистими доходами громадян. Щорічне збільшення доходів громадян України призведе до більш інтенсивної туристичної діяльності й, зокрема, до збільшення кількості споживачів з високими доходами. Якщо у майбутньому населення України буде характеризуватися як таке, що має підвищену якість життя, відпочинок, подорожі, мистецтво, культура стануть основними елементами, які заповнять вільний час людини» [3].

Туристична сфера вважається однією з найбільших динамічних індустрій у світовій економіці та міжнародній торгівлі послугами. Являючи собою економічну діяльність, пов'язану із пересуванням людини за межі постійного місця проживання, її відпочинку зі зміцненням здоров'я, підвищенням рівня культури й освіти, туризм об'єктивно придбав значення найбільш розвинутої галузі у глобальному масштабі. Структуру туристичної галузі складають суб'єкти господарювання, які, використовуючи наявний природно-рекреаційний потенціал, надають послуги гостинності, транспортні послуги, та які створюють комплексний туристичний продукт і організовують його споживання (туроператори й турагенції). А умовами ефективного функціонування туристичних підприємств є організація ними комфортного та якісного забезпечення мотиваційних вимог туриста. Підприємства туристичної сфери пов'язані з активним розвитком підприємств готельно-ресторанного бізнесу, торговельних підприємств, а також сприяють виникненню нових сфер економічної діяльності, які надають послуги та виконують роботи для туристичної індустрії, що, своєю чергою, забезпечує зростання доходів, зайнятості та добробуту населення. Загальнодержавна реалізація всіх антикризових важелів, системність та послідовність в реалізації всіх заходів сприятиме якнайшвидшій їх стабілізації розвитку суб'єктів туризму та досягнення ними рівня економічної ефективності діяльності [4].

На думку Я. Кацеміра [5], «практика закордонних країн-лідерів індустрії гостинності та туризму свідчить про переваги та можливості розвитку сфери внутрішнього туризму не тільки як галузі, що забезпечує зайнятість населення і поповнення регіональних бюджетів, а і як сфери для підвищення ефективності виробництва, розвитку підприємництва, малого та середнього бізнесу; сфери, що сприяє розвитку інфраструктури регіонів, збільшенню вартості землі, підвищенню якості життя місцевих жителів, задоволенню потреб громадян в активному і повноцінному відпочинку, зміцненню здоров'я, залученню до культурних цінностей. В Україні майже відсутня інформація про природний і культурно-історичний рекреаційний потенціал регіонів і окремих населених пунктів. Місцеві органи влади, ЗМІ, підприємці та місцеве населення повинні разом працювати над створенням позитивного, відмінного від інших місць, іміджу своєї території. Це, безсумнівно, сприяє посиленню інтересу до території та стимулює туристичні поїздки. Можна рекомендувати туристичному бізнесу сфокусуватися на одноденних групових екскурсійних турах, вигідних як туристичному бізнесу, так і приймаючим регіонам або локальним територіям. Незважаючи на наявний в Україні потенціал, розвиток альтернативних видів туризму поки що перебуває в зародковому стані. Такі види туризму вимагають підтримки регіональних і місцевих органів влади, а вони повинні усвідомлювати, що альтернативні види туризму поряд з економічними вигодами здатні вирішувати соціальні та екологічні проблеми. До дієвих механізмів виходу туристичної галузі з кризи належить державна допомога і підтримка на законодавчому та виконавчому рівнях, а також створення вертикалі влади для стратегічного планування та оперативного розв'язання питань про підтримку національного туристичного продукту. Фактором виходу туристичної

галузі із кризи є реалізація антикризової стратегії й тактики самими суб'єктами туристичного ринку [5].

Колектив авторів [6] зазначає, що «впровадження інноваційних технологій це перспективний шлях розвитку економіки як для всієї країни, так і її регіонів зокрема. Постійні зміни, які відбуваються в сучасному часі, пандемія COVID-19, повномасштабне вторгнення рф, дуже вплинули на розвиток сфери обслуговування України й, тому, перед вітчизняними туристичними та готельно-ресторанними закладами стоїть складна задача як утримати свої позиції на ринку послуг. Активізація підприємницької діяльності відбувається під впливом інноваційних процесів в усіх сферах економіки, але у сфері обслуговування інновації впроваджуються випереджальними темпами, оскільки конкурентоспроможність підприємств туристичного і готельно-ресторанного бізнесу може бути забезпечена за умов досягнення кращих світових стандартів обслуговування. Інноваційна діяльність у сфері обслуговування знаходить своє втілення в створенні нових або поліпшенні існуючих турпродуктів, удосконаленні транспортних, готельно-ресторанних та інших послуг, освоєнні нових ринків, упровадженні провідних інформаційних і телекомунікаційних технологій, сучасних форм організаційно-управлінської діяльності, нових сучасних підходів до задоволення потреб туристів. Саме тому використання інноваційних технологій є шансом зберегти власне підприємство на ринку послуг у такому скрутному сучасному становищі. Індустрія туризму і гостинності охоплює найрізноманітніші підприємства, діяльність яких полягає в організації та покращенні якості обслуговування клієнтів, збільшення пропозиції сервісних можливостей та удосконалення вже існуючих. Це дає змогу зазначити, що індустрія туризму і гостинності – це є сукупність готельно-ресторанних і транспортних засобів, об'єктів харчування, а також

розважальних, пізнавальних, лікувальних, спортивних, ділових, релігійних осередків, які забезпечують туроператорську та турагентську діяльність та надають туристично-екскурсійні послуги. Забезпечення повноцінної системи розвитку послуг сфери обслуговування регіону знаходиться у площині функцій менеджменту: планування, регулювання, координація і контроль над його розвитком. Саме це впливає на необхідність упровадження цілеспрямованої регіональної політики, метою якої стимулювання саморозвитку суб'єктів господарства, оптимальний розподіл ресурсів регіону і підвищення конкурентоспроможності» [6].

Таким чином, задля відновлення туристичної та інвестиційної привабливості України необхідно насамперед розробити дієві інструменти управління туристичною сферою в умовах збройних конфліктів. На основі запропонованих механізмів створити антикризову Стратегію туристичного брендингу України, де в основі будуть заходи безпеки та захисту туристів, а також формування іміджу безпечної країни. На сьогодні в Україні не вистачає системного (в ідеалі щорічного) дослідження особливостей формування державної політики у сфері туризму в умовах збройних конфліктів. Все це ускладнює процес прийняття управлінських рішень та оцінку економічного ефекту від вдосконалення вітчизняної туристичної індустрії в цілому [7].

Стійкий розвиток у сфері туризму представляється, з одного боку, як циклічний процес, а з другого – оновлюваний тип функціонування економіки. За цього типу відбувається задоволення рекреаційних потреб населення здійснюється без шкоди для майбутніх поколінь і при цьому відбувається помірно швидке отримання прибутків туристичними підприємствами. Антикризова модель передбачає можливість забезпечення стійкого розвитку в туристичній сфері, що дозволяє взаємозв'язок економічних елементів стійкості економіки та бізнесу, а також

удосконалення системи публічного управління. Щодо інноваційної складової запропонованої моделі, то вона насамперед має бути представлена інноваціями, інвестиціями, упровадженням технологій тощо. Останні покликані забезпечити стратегічне управління та розвиток у середній і довгостроковій перспективі туристичної сфери. Модель антикризової й інноваційної модернізації туристичної сфери України заснована на інноваційних механізмах і інструментах макрорегулювання. Логіка антикризових й інноваційних заходів у межах середньої довгострокового розвитку туристичної сфери України має бути відображена в Стратегії сталого розвитку туризму Україна. У цій стратегії повинно бути визначено основи та перспективи розвитку туристичної сфери за умови повноцінної реалізації інноваційного й інвестиційного потенціалу, а також створюваних у післякризовий період просторово-галузових точок інноваційного зростання. З цією метою має бути забезпечено суттєву технологічну модернізацію реального сектору економіки України. Така модернізація повинна передбачати використання передових технологій і підвищення конкурентоспроможності як вітчизняної туристичної індустрії на міжнародній арені, так і окремо взятих суб'єктів підприємницької діяльності між собою на вітчизняному туристичному ринку. Це, своєю чергою, забезпечить перетворити вітчизняний науковий потенціал в один з основних ресурсів стійкого розвитку в туристичній сфері [8].

Варто зауважити, що в умовах тотальної війни питання українського туризму є мало дослідженим, тому виникає необхідність якнайшвидше перебудувати діяльність із повсякденних ситуацій у нові типи ситуацій, враховуючи природу бойових дій, яка полягає насамперед у появі нових викликів і загроз у зовнішньому та внутрішньому бізнес-середовищі. В основу розробки вітчизняної туристичної політики у повоєнний період

мають бути покладені деталі використання інструментів регіонального розвитку та державно-приватного співробітництва. Використання цих інструментів у туристичній сфері забезпечує економічне відновлення не лише окремих регіонів, а й країни в цілому. Основою цих взаємодій є активна співпраця між країнами, муніципалітетами та бізнесом на взаємну вигоду. Створення сприятливих умов для ефективного виконання роботи центрального органу влади та розвитку туристичного бізнесу (зокрема, розвитку належної транспортної та соціальної інфраструктури, будівництва готелів та ресторанів, розвитку туристичного продукту) призведе до зростання робочих місць, збільшення податкових надходжень до державного бюджету та розвитку територій [9].

Подальші перспективи туристичної галузі доволі неоднозначні. Зараз, під час війни, доволі складно робити довгострокові прогнози, тому що багато факторів залишаються невідомими. З одного боку, сильні руйнування інфраструктури, житлового фонду, підприємств, що сильно впливає на рівень життя громадян, а з іншого це можлива медійна зацікавленість в Україні, яка може бути конвертована в туристичний бренд після війни. Зрозуміло, що після закінчення війни скоріше за все поступово буде відновлятися в'їзний туризм, принаймні, передумови для цього є. Й тут головним фактором стане швидкість відновлення економіки та відбудови аеропортів. У будь-якому випадку, туризм буде розвиватись, адже бажання людей подорожувати зберігаються навіть у найскладніших обставинах. війна виявилась майже руйнівною для туристичного бізнесу в Україні. Закритий повітряний простір, складнощі з оплатою й нестабільна безпекова ситуація, здавалося, звели нанівець усі необхідні умови для «виживання» туризму. Проте, всупереч всій складності обставин, український турбізнес продовжує функціонувати. Він адаптується до нових реалій, шукаючи обхідні шляхи, створюючи засади для свого

майбутнього розвитку та працюючи заради єдиної спільної мети перемоги України [10].

Спілкування багатьох українців з іноземцями сьогодні, показує, що їхня зацікавленість Україною проявляється в різних напрямках: від географічного розташування нашої країни до історії, менталітету, української мови, кухні тощо. Історія України нерозривно пов'язана з історією багатьох європейських країн. Перші особи десятків країн в Європі у різні історичні періоди мали українське коріння. Це важливо доносити до іноземних туристів та включати таку інформацію й відвідування по можливості тих об'єктів, які були свідками таких зв'язків, до програм турів. Яскравим прикладом цього є Софія Київська. Багато відомих митців не українців за походженням в різні часи жили в Україні та творили тут це також важлива інформація для туристів з інших країн. Кожному гостю України приємно буде дізнатися, що відомого представника їхнього народу шанують в нашій країні. Ми маємо вулиці, які названі на честь відомих представників різних народів, які жили постійно або тимчасово в Україні, на будинках в яких вони жили, встановлені пам'ятні дошки та є їм пам'ятники в різних куточках України. Це свідчення поваги України до тих представників різних народів, які жили тут, знання своєї історії та толерантності української нації [11].

Бурхливий розвиток світового туризму зумовлює підвищення попиту на туристичні послуги у тих регіонах, де зберігається культурна, соціальна, побутова самобутність нації або держави. Особливості географічного положення, рельєфу, клімату, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів України сприяють інтенсивному розвитку туризму в нашій країні. Але разом з тим, сучасні тенденції управління туристичною діяльністю і жорстка конкуренція на ринку туристичних послуг вимагають широкого застосування стратегічного

планування при обґрунтуванні розвитку даної галузі у тому чи іншому регіоні. Становлення туристичної галузі в області стримується невирішеністю низки питань, розв'язання яких потребує державного регулювання та підтримки виконавчих органів влади. До цих питань слід віднести: нераціональне використання туристичних ресурсів області, зокрема природно-рекреаційних ресурсів та об'єктів історико-культурної спадщини; невідповідність об'єктів туристичної інфраструктури та туристичних послуг сучасним вимогам щодо технічної та функціональної якості; недосконалість системи державного управління туризмом і діяльністю курортів, низька ефективність взаємодії центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, приватного сектору та громадськості в управлінні розвитком туризму і діяльності курортів тощо [12].

Потрібна ясна довгострокова політика щодо виведення індустрії туризму з кризи та її сталого розвитку, заснована на комплексному системному підході до проблеми, на розумінні туризму як одного з найважливіших суб'єктів соціо-еколого-економічного перетворення України. Для цього потрібна Стратегія сталого розвитку країни, що забезпечує єдину спрямованість і збалансованість стратегій розвитку всіх галузей на виконання ЦСР. Трансформувати туризм у галузь, що стійко розвивається, можливо, тільки вирішивши цілу низку серйозних системних проблем державного рівня. Сьогодні Україну можна віднести до країн із середнім рівнем розвитку туризму, який достатньою мірою не використовує сприятливі передумови для належного розвитку в'їзного туризму. Складна політична та економічна ситуація в Україні стримує розвиток туристичної індустрії. Ситуація невизначеності відлякує потенційних іноземних туристів. А отже, для покращення ситуації потрібно, в першу чергу, вести грамотну інформаційну політику,

спрямовану на створення позитивного іміджу країни. Масштаби туристичних потоків істотною мірою залежать від політичної та макроекономічної ситуації (передусім, інфляції, зміни курсу валют), реальних доходів населення, наявності об'єктів туристичної інфраструктури й іміджу туристичних об'єктів. Підвищення конкурентоспроможності сфери туризму ключове завдання економіки сучасної України. При цьому необхідно постійно працювати над забезпеченням ефективного і комплексного використання наявного потенціалу, створенням конкурентоспроможного національного туристичного продукту та просуванням цього продукту на європейський та світовий ринок туристичних послуг [13].

Стратегічною метою розвитку туристичної індустрії в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довілля. Реалізація основних напрямів стимулюватиме туристичну діяльність в Україні, посилить взаємозв'язок туризму з іншими пріоритетними сферами соціального, економічного та культурного розвитку окремих регіонів і всієї країни. А це, своєю чергою, сприятиме зростанню авторитету України на світовому ринку туристичних послуг, зміцненню економіки країни, наповненню державного бюджету, створенню потужної туристичної галузі, зростанню добробуту українських громадян, збереженню історико-культурної спадщини, піднесенню духовного потенціалу суспільства [14].

З метою підвищення ефективності використання рекреаційно-курортного та туристичного потенціалу туристичних підприємств, управління ними доцільним є створення туристичних кластерів. Вони

передбачають сукупність взаємодіючих між собою підприємств, установ та організацій, які забезпечують функціонування і розвиток рекреаційно-курортної та туристичної інфраструктури, процес надання послуг із використанням територіально-ресурсного потенціалу для задоволення потреб населення в організації відпочинку, санаторно-курортного лікування та туристичного обслуговування. Організація кластерів сприятиме інтеграції та координації діяльності підприємств інших галузей, що функціонують у цій сфері та дозволить комплексно розв'язувати економічні, соціальні та екологічні проблеми. Для підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту доцільно досягти комплексності в обслуговуванні туристів, підвищити якість туристичних послуг та знизити їх вартість, підвищити статус туристичних підприємств України. При цьому, важливим є широке впровадження у діяльність туристичного підприємства інформаційних технологій та інновацій. Основними стратегічними орієнтирами формування інноваційного розвитку туристичних підприємств України є:

- досягнення економічного зростання;
- співпраця з іншими господарськими кластерами; раціональна організація території; забезпечення рівного доступу споживачів до бюджетних туристичних послуг;
- здійснення охорони довкілля та його відтворення; підвищення зайнятості населення [15].

Під час формування політики перспективного розвитку туризму, визначення форм та методів державного регулювання сфери туризму мають враховуватися негативні та позитивні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні та у світі. Розмір державних інвестицій у туризм залежить від важливості зазначеного сектора для економіки країни, а вкладення

міжнародних фінансових інститутів від гарантій, що надаються урядом конкретних країн по кредитах, від репутації самої країни на міжнародному туристичному ринку та від грамотності бізнес-планів, складених урядом країни для одержання фінансових ресурсів. В Україні бюджетне фінансування туризму є нестабільним й негарантованим. Тому в сучасних умовах держава має зробити акцент на збільшення обсягів бюджетного фінансування туристичної інфраструктури. Нестабільність політичної та економічної ситуації в Україні, ризикованість довгострокових вкладень визначають пасивний характер інвестиційної діяльності приватного капіталу, що зумовлює необхідність пошуку нового механізму стимулювання інвестицій у розвиток туризму. Сьогодні чинна статистична звітність щодо сфери туризму, особливо на регіональному рівні, не є джерелом достовірної економічної та маркетингової інформації, що негативно позначається на якості прийнятих управлінських рішень на всіх рівнях управління економікою [16].

Однією з умов удосконалення туристичної діяльності в Україні є розвиток готельної індустрії, оскільки туристична послуга майже на 33% складається з послуг щодо розміщення людей, а готельне господарство виступає візитною карткою туристичного потенціалу будь-якої країни. До цього варто додати важливість належного рівня розвитку готельного господарства для ділових, наукових і бізнес-контактів, регулярних обмінів у сфері освіти, спорту, оздоровлення тощо. У сфері готельного господарства величезну роль відіграє якість надання основних і додаткових послуг гостинності. Сучасна економіка та маркетинг у сфері послуг прибуток розглядають як функцію якості та інновацій. Відомо, що внутрішній туризм сприяє піднесенню економічного рівня регіонів, створенню нових робочих місць, тому його активізація одночасно із

в'їзним є важливою передумовою перетворення туризму у високоприбуткову галузь економіки [17].

За дослідженнями авторів Н. Гоблик-Маркович та А. Грянило [18], «готельно-ресторанний бізнес є перспективною галуззю економіки України та основною складовою туристичної галузі нашої держави. Прискорений розвиток туристичної галузі, прагнення підприємств до отримання найвищого прибутку та зростаюча платоспроможність споживачів послуг сприяють розширенню та урізноманітненню готельно-ресторанної діяльності. Готельно-ресторанний бізнес забезпечує розвиток туристичної галузі, економіки країни загалом та є складовою сфери обслуговування, що своєю чергою впливає на зайнятість населення, сприяє наповненню держбюджету, залученню капіталів та розвитку інфраструктури. Конкурентоспроможність регіону й ефективність роботи підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу не може бути забезпечена без обліку тенденцій глобалізації й міжнародної інтеграції підприємств галузі. Сфера готельно-ресторанного обслуговування на території України розвивається нерівномірно і носить чітко виражений регіональний характер. Для регіонального ринку характерним є розвиток матеріально-технічної бази туристичних підприємств, розгалуженість та різноманітність їх мережі, якість та обсяг послуг, пропонованих готельним господарством та ресторанными підприємствами. Готельні підприємства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів забезпечують їх житлом і побутовими послугами під час подорожі, а ресторанне господарство здійснює функції забезпечення харчуванням туристів (споживачів). Регіональний ринок ГРБ формується шляхом створення підприємств готельно-ресторанної сфери, наявності споживачів даних послуг та відповідності послуг підприємств потребам споживачів. Розвиток туризму, рекреації, освіти в галузі готельно-ресторанного

бізнесу, мінімальне втручання держави, налагодження системи постачання, транспорту та сфери послуг матиме результат у розвитку готельно-ресторанної галузі. Постійному підвищенню конкурентоздатності готельно-ресторанного бізнесу сприятиме запровадження інновацій, інвестиції та запозичення передового міжнародного досвіду» [18].

З усіх засобів розміщення в Україні четверта частина належить до будівель радянського періоду (санаторії, пансіонати, бази відпочинку). Серед них велика кількість готелів та здравниць в анексованому Криму, багато з яких не проходили реновацію по 10-20 років і до яких, на сьогодні, безпосереднього доступу держави практично немає.

Тому за відсутності гостей процес реновації та реконструкції для готелів може стати напрямком, куди можна розподілити ресурси, що вивільнилися, і час, враховуючи той факт, що такі роботи займають від шести до десяти місяців.

Реновація готелів це можливість завантажити виробництва національних компаній-постачальників і цим підтримати малий та середній бізнес суміжних галузей, скоротити витрати з допомогою роботи з національними товарами (незалежність від зростання курсу валюти), шанс зберегти кваліфікований персонал.

Підсумок реконструкції чи реновації оновлений готельний об'єкт, готовий до приймання гостей, потік яких поступово відновлюватиметься після карантину та спаду пандемії. Однак, наразі влада зволікає з підтримкою готельної галузі [19].

В умовах жорсткої конкуренції готелі змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Недооцінка інноваційного управління в діяльності вітчизняних готельних підприємств призвела до зниження рівня їх конкурентоспроможності, порушення принципів і методів управління, зниження якості готельних послуг.

Інновації виступають стимулом для подальшого розвитку готельного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати провідні положення у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування. Інноваційний підхід в готельному бізнесі може зводитися до використання не лише прогресивних інформаційних технологій і випуску нових послуг, але і цілого комплексу нововведень, що зачіпають усі сфери в області управління (управління якістю, фінансами, персоналом і так далі). При цьому найбільш ефективною інноваційна політика підприємства буде у разі одночасного впровадження різних типів інновацій [20].

Сфера гостинності становить суттєву зацікавленість держави та її виконавчих органів. Важливе значення сфери гостинності у фінансово-економічному розвитку виокремлює актуальність у сфері формування й реалізації державної політики.

Дослідження показують, що сфера гостинності є одним із важливих напрямів діяльності на регіональному рівні. Виникають нові фінансово-економічні інструменти, а саме розвиток інвестиційної діяльності, збільшення надходження до місцевих бюджетів зі сфери гостинності. Основними цілями державної політики та державного регулювання у сфері гостинності є:

- задоволення потреб суспільства;
- раціональне використання об'єктів, засобів і предметів праці, капіталу у сфері гостинності;
- координація розвитку сфери гостинності з урахуванням її функцій та зв'язків з іншими секторами народного господарства.

Державна політика сфери гостинності повинна:

- забезпечувати ефективне використання туристичних ресурсів;

- розробляти стратегічні плани щодо розвитку сфери гостинності;
- сприяти поліпшенню довкілля;
- забезпечувати високий рівень задоволення потреб населення [21].

Слід погодитись із позицією науковиці Н. Басюркіної [22], яка підкреслює, що «ринок готельно-ресторанного бізнесу є насправді одним з найбільш висококонкурентних через велику чисельність суб'єктів, що здебільшого незалежні один від одного. Разом з тим невважені процеси державного регулювання щодо формування конкурентного середовища можуть призвести до розвитку олігополістичних процесів на цьому ринку. Йдеться про розвиток декількох великих мереж, які, значно посиливши свою присутність на ринку, зміцнюють вплив на нього і витісняють з ринку дрібніші суб'єкти готельно-ресторанного бізнесу.

Саме тому органам державного управління слід врахувати ці особливості та працювати над збереженням здорового конкурентного середовища у галузі. Інструментами тут є запровадження практики моніторингу конкурентного середовища ринку, виважена політика Антимонопольного комітету, підтримка конкурентоспроможності й ресурсне забезпечення менш конкурентоспроможних підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Особливістю готельно-ресторанного бізнесу є невідривність створення послуги від моменту надання до отримання, та від суб'єктів, що її надають, та які отримують послугу. Це до максимуму збільшує важливість забезпечення високої якості послуг. У готельно-ресторанному бізнесі споживач безпосередньо визначає для себе рівень якості отримуваних послуг і приймає рішення про повторне їх отримання чи, навпаки, відмову.

Прийняття рішення при отриманні послуги іншими споживачами часто опирається на думки попередніх клієнтів готелів і ресторанів. Відтак, від якості послуг безпосередньо залежить можливість розвитку капіталу готельно-ресторанних підприємств» [22].

Дослідник В. Кифяк [23] зауважує, що «при формуванні регіональної системи управління підприємствами гостинності необхідно також враховувати, що вона має бути спрямована на різні компоненти діяльності сфери гостинності: витрати, якість, прибуток, інвестиційна привабливість, розвиток території та інші.

Перевагами регіональної системи управління підприємствами гостинності є і те, що на відміну від системи управління конкретним підприємством, яка не може контролювати всі елементи системи, зокрема, подачу води, тепла, електроенергії та інших складових зовнішнього постачання через зношеність або аварійні ситуації, що призводять до призупинення або неякісного надання послуг, то регіональна система управління ці та інші питання успішно вирішує.

Водночас є низка факторів, які не підлягають управлінню навіть регіональною системою управління: воєнні дії, соціальні конфлікти, надзвичайні ситуації, екологічні проблеми та ін.

Серед проблем, які потребують вирішення при формуванні регіональної системи управління підприємствами гостинності, можна також виділити: проблеми нормативно-правового регулювання, ефективного управління людськими ресурсами, мінливість ринкового середовища, інформаційної захищеності тощо. Формування системи управління підприємствами гостинності у сучасних умовах має відбуватися під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів, що постійно змінюються, зокрема, таких, як війна, мінливі потреби клієнтів, діяльність

на світовому та національному ринках, запровадження інноваційних технологій та методів менеджменту та інші» [23].

Науковиця Н. Малюга [24] доводить, що «на конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу впливає безліч факторів: розташування, номерний фонд, зірковість, інфраструктура, матеріально-технічний стан, вартість номера, наявність пам'яток тощо. Але всі перераховані вище фактори забезпечують лише оперативний і тактичний рівні конкурентоспроможності. Необхідною ж умовою стратегічної конкурентоспроможності закладу є впровадження інноваційних рішень.

Саме конкуренція є стимулом появи нових ідей і впливає на дії виробників готельних послуг. У таких умовах конкурентоспроможність можливо забезпечити лише за умови комплексного підходу до формування конкурентних переваг на основі нових методів управління, сучасних технологій, кваліфікованого персоналу та високого рівня сервісу. Інноваційний розвиток готельної сфери є зміною основних умов, факторів і елементів інноваційної діяльності, яка перетворюється на стійкий механізм, що дає змогу забезпечувати ефективність і конкурентоспроможність готельних послуг переважно шляхом впровадження нововведень. Як правило, їх інноваційна діяльність зосереджена у сфері забезпечення матеріально-технічних умов надання готельних послуг клієнтам і розширення асортименту послуг, що надаються на території готельного комплексу. Інноваційна діяльність підприємств сфери готельного бізнесу нерозривно пов'язана з інвестиційним розвитком, тобто відбувається безперервне формування і використання інвестиційних ресурсів для досягнення оперативних і стратегічних цілей у їх економічній діяльності.

Специфіка інвестиційного розвитку готелів виявляється в тому, що реальні інвестиції мають капіталомісткий характер у формі нового будівництва. Також виявляється залежність процесів модернізації та реконструкції готельних будівель від моди й авторських ексклюзивних рішень з погляду дизайну. На регіональному рівні інноваційно-інвестиційний розвиток господарюючих суб'єктів готельного бізнесу залежить від ефективності функціонування регіонального туристичного ринку, а також державної та регіональної підтримки. Для активізації цих процесів необхідно посилити асоціативні взаємозв'язки туристичних і готельних підприємств на регіональному і державному рівнях та ввести інтегровану асоціацію рекреаційно-туристичного міжгалузевого комплексу, метою якої буде розвиток пріоритетних напрямів туризму в регіоні» [24].

Велике значення має розвиток малого та середнього підприємництва з урахуванням чинників попиту і пропозиції на туристичному ринку та євроінтеграційних і глобалізаційних впливів у цій сфері. У методиці та практиці управління туристичними підприємствами доцільно використовувати концептуальні положення про структуризацію процесу управління маркетингом.

Структуризація туристичних послуг, визначення їх джерел та факторів, аналіз їх взаємозв'язку із проблемами функціонування туристичних підприємств та їх кластерів дозволяє чіткіше підійти до маркетингового сегментування ринку туристичних послуг, до розробки й реалізації ефективної ринкової політики у галузі туристично-курортної діяльності на макро-, мезо- і мікрорівнях. За останні роки відбулися суттєві зрушення у формах власності та організації туристичних підприємств. Середня місткість одного готелю складає 55 номерів або 98 місць, 47% з

них мали у своєму складі об'єкти інфраструктури, що є ознакою незадовільного розвитку додаткових та супутніх послуг [15].

Життєздатність готельного бізнесу повинна бути пов'язана з його можливістю прилаштуватися до потреб зовнішнього і внутрішнього середовища. Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства гостинності почали орієнтуватися на якість продукції та наданих послуг. Такими можливостями є:

- автоматизація бізнес-процесів всередині готелю. Інформація про роботу готелю накопичується і зберігається на (базі даних) сервері;
- створення внутрішньої інформаційної системи. Дозволяє автоматизувати бізнес-процеси через мережу Інтернет, яка пов'язує внутрішню інформаційну систему готелю із її зовнішніми партнерами (туроператорами, клієнтами);
- об'єднання Інтернет і екстернат систем в одне бізнес-середовище. Інтегрує всі внутрішні служби готелю і забезпечує відгук на будь-які запити із зовні завдяки методам електронного обміну даними, електронній комерції. Такі процеси сприяють спрощенню системи бронювання та надають прозору та доступну інформацію про об'єкт відпочинку.

Слід зауважити, що такі технічні можливості значно скорочують час на систематизацію, аналіз та вдосконалення напрямів готельного підприємства за різними, адже, завдяки відгукам, аналізу внутрішньої інформаційної системи, стає можливим виявити недоліки або сучасні потреби користувачів готельного комплексу [25].

Сьогодні практично у всіх країнах світу працюють мережі готелів, які належать всесвітньовідомим фірмам або більш дрібним власникам. Однак у науковій літературі термін «готельна мережа» ще не є остаточно усталеним. Готельна мережа на сьогодні є одним з найбільш ефективних

механізмів функціонування й розвитку суб'єктів економічної діяльності в готельному бізнесі.

Практика свідчить, що продуктивність праці в готельних мережах є значно вищою, ніж у незалежних готелях.

Це пов'язано із застосуванням мережами типових форм організації праці, а також економією ними засобів за рахунок масштабу діяльності в таких напрямках, як просування готельного продукту, професійний розвиток персоналу, зниження видатків на управління, знижки при закупівлі та транспортуванні великих партій, шляхом упровадження нових ідей та технологій, а також при реалізації різноманітних елементів маркетингової стратегії.

До переваг готельних мереж можна віднести також те, що, володіючи значною концентрацією ресурсів, вони мають можливість:

- спрямовувати значні інвестиції на розробку маркетингової стратегії;
- використовувати міжнародні централізовані системи резервування;
- залучати висококваліфікований персонал;
- застосовувати гнучку цінову політику; утримувати власну ефективну систему підготовки кадрів;
- застосовувати централізовану систему постачання та збуту; централізовано управляти фінансами [26].

Сучасний стан і тенденції розвитку готельного господарства країни можна характеризувати наступними положеннями: досягнення готельної індустрії України є дуже скромними на тлі загальносвітової тенденції зростання сфери послуг, процвітання і розвитку даної сфери діяльності; основний готельний фонд країни не відповідає міжнародним стандартам;

висококомфортабельні готелі в Україні введені в експлуатацію за участю іноземних компаній.

Слабка підтримка готельної діяльності з боку держави, проблема інвестиційної активності, сезонність наповненості, а також нерівномірність завантаження по регіонах України, виникнення конкуренції на готельному ринку між готельними підприємствами та індивідуальними засобами не готельного типу, використання готелів не за призначенням, відсутність надійної та вірогідної інформації про стан ринку готельних послуг та відповідної конкуренції на цьому ринку ще більше погіршує стан і затримує вихід України на світовий туристичний ринок.

На готельне господарство України впливає ряд таких проблем як: співвідношення «ціна-якість», тобто ціна послуг сфери готельного бізнесу в Україні вища аніж у провідних туристичних державах Європи, проте якість послуг нижча; недостатній рівень завантаженості; готельні підприємства працюють в збиток. невідповідність пропозицій потребам ринку: замість відкриття засобів розміщення бюджетного та середнього класу дедалі частіше відкриваються готелі класу 4 та 5 зірок [27].

Останнім часом суттєву конкуренцію підприємствам готельного господарства і, в тому числі великим готелям, створюють фізичні особи суб'єкти підприємницької діяльності, які переважно утримують невеличкі готелі та є власниками приватних будинків та квартир, кількість яких за останні роки інтенсивно зростає.

Вони пропонують відвідувачам повний спектр основних та додаткових готельних послуг при значно нижчій їхній вартості. У світі головною проблемою у сфері готельно-ресторанного бізнесу є величезна конкуренція. Ринок дуже агресивний, пропозиція випереджає попит, тому готелям важко відстоювати свої інтереси.

У цьому випадку тільки поліпшення якості обслуговування і пропозиція особливих послуг можуть врятувати становище, однак дрібним готелям часто доводиться виживати та працювати собі у збиток. Ще одна проблема непередбачуваність повернення інвестицій. Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу припускають окупність вкладень за 5-6 років, проте на ділі може виявитися, що невеликий готель просто не зможе впоратися за цей термін.

Все тому, що ризики прораховуються не до кінця, власники бізнесу не завжди можуть відразу вгадати правильний напрямок роботи, а клієнти з яких-небудь причин вибирають конкурентів. Необхідність впровадження інновацій у сфері готельно-ресторанного бізнесу стимулює конкурентна боротьба і цілий ряд інших вимог ринку. Важливість їх використання також обумовлюється мінливими вимогами споживачів. Впровадження і дифузія інновації стає об'єктивною необхідністю на всіх етапах діяльності підприємства. Сучасний розвиток індустрії гостинності спрямований на створення інноваційних технологій, які сприятимуть залученню якомога більшої кількості клієнтів, максимальній кількості продажів, завоюванню довіри гостя, формуванню позитивного іміджу підприємства [28].

У роботі [29] колектив авторів зазначає, що «в Європі використовують методику зниження ставки для стимулювання попиту на свої послуги, що має свої недоліки, наприклад, повільне відновлення доходів.

Досить часто експерти радять не знижувати ціни, тому що боротися з наслідками такого рішення доведеться дуже довго. Дослідження показали, що готелі, які суттєво знижують ціни в кризу, можуть відновитися пізніше всіх, після повернення попиту. З відновленням попиту підприємство спробує повернути колишні ціни, але найбільш прибуткові гості такі як

бізнес-мандрівники, організатори заходів та інші будуть неохоче погоджуватися на підвищені ціни.

Необхідно продумати маркетинговий план на період відновлення повноцінної роботи закладів гостинності. Як відомо, гості краще запам'ятають те, як вони скасовували бронювання, ніж ціну за номер. Тому, якщо обставини дозволяють, необхідно пропонувати більш гнучкі умови скасування, перенесення броні на інші дати протягом року або додаткові послуги безкоштовно.

Під час вирішування на яку цільову аудиторію зорієнтувати рекламу і витратити маркетинговий бюджет в майбутньому необхідно пам'ятати попит обов'язково відновиться» [29].

Для забезпечення сталого розвитку туристичної сфери в умовах поглиблення відносин між Україною і Європейським Союзом, на думку дослідниці Н. Бунтової [30], «необхідне підвищення якості готельної пропозиції до рівня міжнародних стандартів і розширення ринків збуту. Рішення цих двох стратегічних завдань потребує державного фінансування за двома основними напрямками:

- залучення туристів на вибраних цільових ринках (рекламно-інформаційна діяльність, зокрема виставкова, створення мережі інформаційних центрів тощо);
- приведення національних нормативів, стандартів безпеки, якості товарів і послуг у відповідність до міжнародних.

Виведення України до числа провідних туристичних країн світу є завданням комплексним, що вимагає системних зусиль як всіх державних установ, так і суб'єктів готельного бізнесу [30].

Необхідні для цього стратегічні вектори розвитку підприємств індустрії туризму та гостинності відображено на рис. 2.

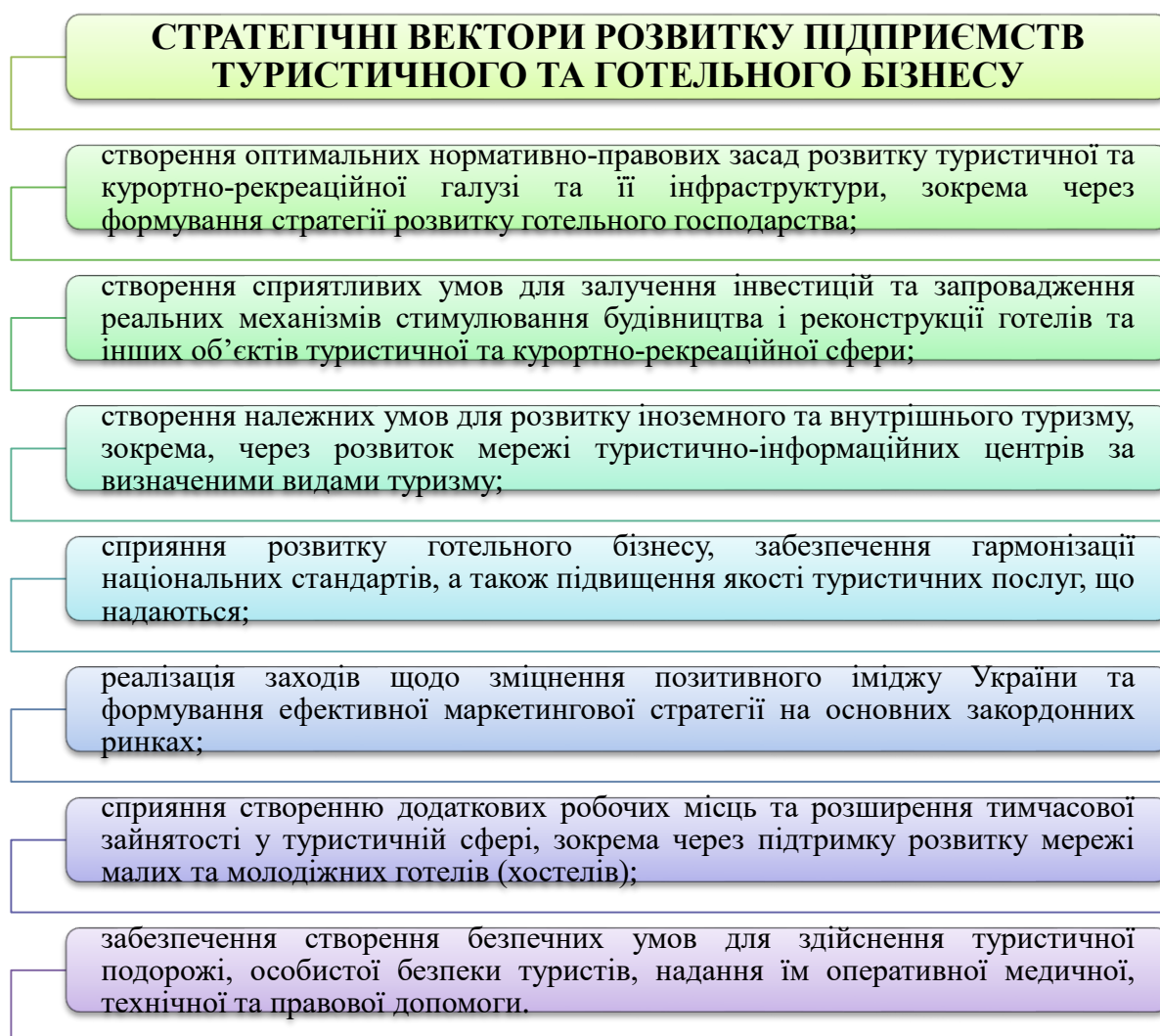


Рис. 2. Стратегічні вектори розвитку підприємств індустрії туризму та гостинності *(розроблено автором)*

Підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості туристичної галузі України можливе лише за умови формування розгалуженої мережі туристичних центрів, яка вкріє більш-менш рівномірно всю її територію.

Як зазначає науковець К. Бриль [31], «на можливість формування такої мережі вказують певні особливості України та країн, які її оточують, зокрема:

- схожість природно-кліматичних умов з іншими частинами Європи; розвиненість екологічних видів туризму в Європі; усталена розгалужена мережа туристичних маршрутів;
- розташування країни на перехресті шляхів «Схід-Захід» та «Північ-Південь» та ін.;
- формування «середнього» класу в суспільстві;
- досвід співпраці вітчизняних туристичних підприємств з іноземними партнерами; зростання рівня кваліфікації вітчизняних працівників туристичної галузі та налагоджена мережа закладів освіти, які їх готують;
- високий рівень розвитку промисловості;
- наявність діючих туристичних центрів у традиційно «туристичних» регіонах;
- велика кількість мисливських угідь, національних парків, озер, річок, заповідників; вичерпаність напрямів інвестування зі швидкими темпами прибутковості;
- наявність певних категорій заможних громадян, які бажають відпочивати недалеко від місць постійного проживання невеликими групами й одночасно розв'язувати бізнесові питання;
- намагання іноземних транснаціональних туристичних корпорацій проникати на територію України [31].

Високий рівень розвитку промисловості є конкурентною перевагою України на ринку туристичних послуг з декількох причин. По-перше, спроможність промисловості виробляти всі види конструкційних матеріалів дозволяє будувати споруди складного інженерного дизайну на будь-яких територіях. Такі споруди, будівлі, туристичні центри та окремі їх складові вже самі по собі здатні стати туристичними дестинаціями. По-друге, розвинута промисловість надасть туристичним центрам таку техніку

для перевезення туристів, яку з незначними доробками можна було б використати в інших галузях господарства. По-третє, науково-технічні розробки для туристичної галузі можуть стати джерелами створення обслуговуючої мережі (заправки, ремонту, зберігання) по всій країні. Отже, тісна співпраця промислових підприємств з туристичною галуззю полегшить створення туристичних центрів з різноманітними наборами розваг і, як наслідок, ексклюзивними туристичними продуктами» [31].

Існує два основних методи розв'язання проблеми розвитку відсталих у промисловому відношенні регіонів і тим самим пом'якшення регіональних диспропорцій. Перший створення у відсталих районах центрів або полюсів економічного зростання, другий метод поступового розсіяного «впорскування» капіталів в економіку слаборозвинутих районів. Великі туристичні центри є прикладом першого методу проведення регіональної політики, який визнали в багатьох країнах. Для визначення перспектив розвитку туризму в тому чи іншому районі необхідно мати оцінку відповідності матеріально-технічної бази іноземного туризму величині туристичних ресурсів, а також попиту на даний туристичний продукт. При цьому дуже важливо уникати переоцінки туристичних ресурсів. Так, пам'ятка старовини може мати певний інтерес для даного району, але в міжнародному масштабі, в порівнянні з цінністю інших архітектурних пам'яток, вона може не привернути великої кількості іноземних туристів, тому великі капіталовкладення у створення матеріально-технічної бази туризму в даному регіоні будуть малоефективні. Також необхідно враховувати попит, викликаний туристичною модою, наприклад, прогулянки пішки або верхи на конях та ін. [32].

Підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості туристичної галузі України можливе лише за умови формування розгалуженої мережі

туристичних центрів, яка вкрийє більш-менш рівномірно всю її територію. Лише за умови здатності кожного туристичного центру до управління своїми конкурентними перевагами, раціонального й ефективного розміщення фахівців, забезпечення стійкого фінансового й економічного становища можливо досягти поставленої мети. Проаналізовані особливості України, які сприяють вибудовуванню прибуткової туристичної галузі, мають спиратися на мережу туристичних центрів, діяльність яких здійснюватиметься за налагодженим механізмом, який завдавав би їх діяльності інноваційно-інвестиційного поштовху, та визначені складові цього механізму. Лише узгоджено працюючи, інвестиційно привабливі туристичні центри матимуть перспективи щодо об'єднання у конкурентоздатну мережу, тобто утворення собою «критичної маси», яка підвищить прибутковість туристичної галузі, а в перспективі, під'єднає її до світової мережі туристичних підприємств, надасть змогу скористатися перевагами, які надають місткі туристичні ринки розвинутих країн [33].

Науковиці М. Барна та І. Тучковська [34], досліджуючи трансформаційні зміни індустрії туризму в сучасних умовах економічного розвитку, звертають увагу на те, що «на сучасному етапі економічної трансформації України її туристична галузь виступає важливим чинником геостратегічного розвитку країни, яким треба вміло скористатися, як це робиться у розвинених країнах світу. Транскордонний рівень побудови організаційно-управлінської структури містить можливість співпраці з регіонами сусідніх країн з метою розвитку туристичної галузі. Така форма співробітництва сприяє прискоренню регіонального розвитку, а також інтеграції у світовий простір. Організаційними структурами при транскордонному співробітництві можуть виступати спільно створені органи в межах функціонування єврорегіонів, виконання програм, проєктів, угод про співпрацю. Саме. На сьогодні, окрім, власне

регіонального розвитку туризму в Україні, він інтенсивно розвивається в окремих містах і областях. Також туристичні центри сформовані навколо одного або двох високоатрактивних об'єктів. Така туристична регіональна різнорангова система галузі є найбільш дієздатною і вже зараз доводить свою функціональну спроможність. Безумовно, такий підхід створює певні труднощі в координації діяльності, хоча з точки зору придатності певних територій для розвитку туризму він цілком виправданий» [34].

При цьому слід погодитись з позицією авторок [34] стосовно того, що «стратегічне управління є основою для розробки стратегічних планів, проєктів і програм, що є системною характеристикою напрямів розвитку підприємства, формування і проведення змін в організаційній структурі підприємства, стрижнем діяльності всіх рівнів системи управління. Стратегія дає можливість забезпечити ефективну мотивацію, контроль і облік дотримання стандарту підприємства, що визначає його успішний розвиток і результати діяльності. Система стратегічних змін повинна бути гнучкою й адекватною зовнішньому середовищу підприємства. При цьому стратегічні перетворення повинні мати здатність не тільки адаптуватися до змін та загроз цього середовища, але й вміти ефективно їх використовувати як нові можливості для досягнення успіху в бізнесі» [34].

Стратегією державного управління в туристичній індустрії можна вважати доповнену комплексом реальних заходів загальну концепцію реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, завдяки якій досягаються визначені принципи, пріоритети, цілі розвитку туристичної індустрії, оптимально використовуються всі ресурси, необхідні для її розвитку, вирішуються проблеми, що перешкоджають її вдосконаленню. стратегічне державне управління в туристичній індустрії відіграє ключову роль в загальній системі управління соціально-економічним розвитком країни. Належний рівень конкурентоспроможності зазначеної території на

рівні національної та світової індустрії туризму може бути забезпечений тільки за наявності розвиненої системи стратегічного державного управління, яка, своєю чергою, орієнтована на розробку дієвих інструментів для досягнення поставлених цілей усіх рівнів ієрархії в довгостроковій перспективі. Саме завдяки побудові сучасної системи стратегічного державного регулювання в Україні можна забезпечити сталі темпи розвитку вітчизняної індустрії туризму [34].

Висновки. Туризм є мультиплікатором зростання національного доходу, ВВП, зайнятості населення, інструментом для врегулювання економічного розвитку окремих територій, сприяє закріпленню населення в районах, зменшенню міграційних потоків до великих міст і промислових центрів. Туристична галузь, яка у своїй діяльності використовує пам'ятки культурної спадщини, природні рекреаційні ресурси, спроможна залучити до їх збереження та відновлення фінансові можливості туристичних, готельних, оздоровчих та інших рекреаційних підприємств нашої країни, а також закордонних інвесторів. Основними перевагами стратегічного управління для суб'єктів туристичного бізнесу є те, що стратегія дозволяє визначити основні напрями та шляхи досягнення цілей активізації розвитку та забезпечення виживання підприємства в довгостроковій перспективі, концентруючи зусилля на пріоритетах, дає змогу здійснювати оперативне і постійне уточнення в процесі господарської діяльності та змін за умови добре налагодженого зворотного зв'язку.

У сучасних умовах для збереження поступального розвитку туризму на рівні окремих країн необхідно забезпечувати довгострокові інвестиції в цю сферу на основі розробки державних стратегічних планів сталого розвитку туризму з урахуванням збереження балансу між зростанням попиту і пропозиції. країнам які розвивають туризм, слід знайти найбільш прийнятне рішення між розвитком масового туризму і збільшенням попиту

на індивідуальний або спеціалізований туристський продукт. Ці країни повинні виділити пріоритетні види туристичного продукту при досягненні прийняттого співвідношення його ціни і якості. Підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту будь-якої країни, як свідчить міжнародна практика, має підкріплюватися виділенням бюджетних коштів на його некомерційне просування на внутрішньому та міжнародному ринках, оскільки приватний бізнес не здатний проводити. Світовий туристичний та готельний ринки особливо чутливі до політичних факторів, оскільки несприятлива політична ситуація безпосередньо впливає на падіння попиту на туристські та готельні послуги. Комплексний регіональний підхід до управління туристичною діяльністю може забезпечити необхідну охорону, збереження і використання історико-культурного та природного середовища та перетворення рекреаційно-туристичної сфери на один із пріоритетних напрямів регіонального розвитку та структурної розбудови національної економіки.

Посилення конкуренції в готельному бізнесі, а також вплив вищезазначених чинників вимагають від готельних підприємств розробки нових підходів для досягнення ними конкурентних переваг. питання якості готельних послуг і стійкості розвитку готельного господарства тісно пов'язані між собою. Тому загальна політика і стратегія розвитку готельного бізнесу повинні виходити з єдиного підходу до цих питань. При цьому якість передбачає досягнення задоволеності споживачів в сьогоденні, а стійкість створення умов для підтримки рівня цієї задоволеності в майбутньому. Інновації та розвиток нових видів послуг є найважливішою складовою сучасних ринкових стратегій готельного господарства. Нині найбільші конкурентні переваги дає розробка і виведення на ринок принципово нових видів готельних продуктів, а використання сучасних інформаційних технологій, мережі Інтернет та

електронної комерції істотно розширюють можливості їх створення. Забезпечення інвестиційно-інноваційної конкурентоспроможності суб'єктів туристичного та готельного бізнесу слід здійснювати через реалізацію цільових програм підвищення сервісного обслуговування, підвищення рівня кваліфікації персоналу та реалізації внутрішніх та зовнішніх соціальних інновацій.

Література:

1. Савіцька О. П., Савіцька Н. В. стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2013. № 754. С. 68-74. URL: <https://ena.lpnu.ua/bitstreams/30fb0cfa-57ba-4349-86f7-93eb0730a516/download>
2. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1 (26). С. 55-68. DOI: <https://doi.org/10.33108/sepd2022.01.055>
3. Корженко К. А. Основні стратегічні перспективи розвитку національного туризму в Україні в умовах соціально-економічної нестабільності. *Сталий розвиток економіки*. 2015. № 1(26). С. 14-21. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2015_1_3
4. Світлична В. Ю. Туристична сфера: пошук шляхів подолання кризи в умовах глобальних карантинних обмежень. *Комунальне господарство міст. Серія: Економічні науки*. 2020. Т. 5. Вип. 158. С. 23-31. DOI: <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2020-5-158-24-31>
5. Кацемір Я. В. Соціально-економічні чинники розвитку внутрішнього туризму в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 52. Ч. 2. С. 7-11. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.52-23>

6. Сидорук А., Бортников Є., Кириченко Н. Шляхи впровадження інновацій у регіональний розвиток туризму і гостинності. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-62>
7. Романова А. А. Управління розвитком туристичної сфери в умовах збройних конфліктів. *Modern Economics*. 2018. № 9. С. 93-104. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V9\(2018\)-12](https://doi.org/10.31521/modecon.V9(2018)-12)
8. Помаза-Пономаренко А. Л., Долнікова Ю. Лядер А. Проблеми та перспективи розвитку туризму в сучасних умовах. *Тренди розвитку менеджменту, фінансів та бізнес-технологій в умовах формування сучасної економіки та суспільства: Міжнародна науково-практична конференція, 30 листопада 2022 року*. С. 352-355. URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/handle/123456789/1683>
9. Сіра Е. О., Голубець І. М., Безрученков Ю. В. Післявоєнне відновлення туризму в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 68. С. 155-158. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/68_2022/29.pdf
10. Рева Т. Ю. Аналіз стану туризму в Україні під час війни. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.)*. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 338-341. https://tourlib.net/statti_ukr/reva.htm
11. Аніпко Н., Андрусак Н. Зацікавленість іноземних туристів Україною: особливості післявоєнного туризму. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект» (м. Чернівці, 5 травня 2022 р.)*. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 323-326. https://tourlib.net/statti_ukr/anipko2.htm

12. Алексєєва Н. Ф., Сакун Л. М. Регіональні аспекти стратегії розвитку туристичної індустрії. *Економіка. Управління. Інновації*. 2012. №2 (8). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_2_3
13. Худавердієва В. А. Стратегічні напрями сталого розвитку індустрії туризму. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення» (м. Львів, 1-2 червня 2022 р.)*. Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2022. С. 286-288. https://tourlib.net/statti_ukr/hudaverdiyeva.htm
14. Стешенко О. Д., Ільєнко А. Ю. Економічна стратегія розвитку туристичної галузі в Україні. *Комунальне господарство міст. Серія: Економічні науки*. 2010. № 94. С. 414-417. URL: https://eprints.kname.edu.ua/17785/1/414-417_Стешенко_СД.pdf
15. Давидова О. Ю. Стратегічні орієнтири формування інноваційного розвитку туристичних підприємств України. *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку» (м. Старобільськ, 16-17 листопада 2021 р.)*. Старобільськ: Луганський національний університет імені Тараса Шевченка, 2021. С. 37-39. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/davydova8.htm
16. Бондаренко О. О. Державне регулювання туризму на регіональному рівні. *Право та державне управління: збірник наукових праць*. 2011. №2. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/bondarenko2.htm
17. Іванова Л. О. Дослідження чинників якості послуг підприємств готельного господарства та їх врахування у маркетинговій стратегії. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна*. 2009. Вип. 30. С. 38-43. URL: <https://infotour.in.ua/ivanova-1.htm>

18. Гоблик-Маркович Н. М., Грянило А. В. Теоретичні засади регіонального ринку готельно-ресторанного бізнесу. *Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг»*. 18 жовтня 2012 р., м. Харків. Ч. 1. С. 247-248. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/goblyk3.htm

19. Ягельницька Ю. С. Стратегії підприємництва у сфері гостинності в умовах пандемії COVID-19. *Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми та перспективи розвитку бізнесу в Україні» (м. Львів, 25 січня 2022 р.)*. Львів: Львівський торговельно-економічний університет, 2022. С. 528-532. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/yagelnycka.htm

20. Журавльова С. М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємствах готельного господарства. *Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки*. 2012. №2 (8). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_2_15

21. Чорновол А. Реформування державної політики у сфері гостинності. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект» (м. Чернівці, 5 травня 2022 р.)*. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 287-290. URL: <https://tinyurl.com/3n6fkuzh>

22. Басюркіна Н. Й. Проблеми розвитку і особливості державного регулювання готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції «Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття» (м. Одеса, 5-8 жовтня 2016 р.)*. Одеса: ОНАХТ, 2016. С. 85-92. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/basjurkina.htm

23. Кифяк В. Формування регіональної системи управління підприємствами сфери гостинності. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект» (м. Чернівці, 5 травня 2022 р.)*. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 334-337. URL: <https://tinyurl.com/yc75kyh7>

24. Малюга Л. М. Формування конкурентоспроможності підприємств готельного господарства. *Економіка і суспільство*. 2016. № 5. С. 216-219. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/38.pdf

25. Полянко Г. Інноваційні напрями розвитку готельного бізнесу. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект» (м. Чернівці, 5 травня 2022 р.)*. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 224-227. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/polyanko.htm

26. Долга Г. Сучасні форми організації готельного бізнесу в системі конкурентного регіонального готельного господарства. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект» (м. Чернівці, 5 травня 2022 р.)*. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 199-203. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/dolga2.htm

27. Большакова І. М. Сучасний розвиток готельного господарства України. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку» (м. Умань, 30-31 жовтня 2019 р.)*. Умань: Візаві, 2019. С. 13-14. URL: <https://tourism.udau.edu.ua/assets/files/konferencii-kafedri/zbirnik.pdf#page=13>

28. Домінська О. Я., Батьковець Н. О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні*

науки. 2017. Вип. 52. С. 39-41. URL:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2017_52_8

29. Камушков О. С., Ткач В. О., Язіна В. А. Стратегічні перспективи розвитку готельно-ресторанного господарства України в умовах світової кризи. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2020. № 4. Т.2. С. 349-352. URL:
http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/11/vknu-es-2020-n-4-t2-284_61.pdf

30. Бунтова Н. В. Стратегічні орієнтири розвитку готельного бізнесу в Україні. *Ефективна економіка*. 2013. № 12. URL:
<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2559>

31. Бриль К. Г. Визначення можливостей інтенсивного розвитку туристичної галузі в Україні. *Агросвіт*. 2010. № 24. С. 66-71. URL:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2010_24_17

32. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 312 с. URL: <https://infotour.in.ua/fomenko.htm>

33. Бриль К. Г. Визначення складових механізму підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості туристичних центрів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2010. № 24. С. 12-15. URL:
http://www.investplan.com.ua/pdf/24_2010/5.pdf

34. Барна М. Ю., Тучковська І. І. Основні тенденції управління туристичною діяльністю в Україні. *Підприємництво і торгівля*. 2016. Вип. 20. С. 5-8. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2016_20_3

35. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні : монографія. Харків: Видавництво НУЦЗУ, 2017. 153 с. URL: <https://tinyurl.com/mw8bbuna>

УДК 642.59

Інна Чуєва

*канд. наук з фіз. вих. і спорту, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Запорізький національний університет*

Анна Сидорук

*канд. пед. наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Запорізький національний університет*

Андрій Волобуєв

*студентка 1 курсу магістратури
спеціальності «Туризм»
Запорізький національний університет*

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТА ЯКІСТЮ ПОСЛУГ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

У статті досліджено основні аспекти управління якістю обслуговування в сфері гостинності та ресторанній галузі, основні питання та принципи управління якістю послуг у готельних та ресторанних галузях, а також наведено огляд інструментів і методів, які допомагають підвищити якість обслуговування та задоволення клієнтів. Також розглядаються практичні аспекти впровадження систем управління якістю в сфері гостинності а саме, в ресторанному бізнесі, а також ефективність

таких систем управління у забезпеченні задоволення потреб споживачів та підвищенні конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства.

Ключові слова: управління якістю обслуговування в сфері гостинності, ресторанна справа, заклади ресторанного господарства, обслуговування споживачів, управління якістю.

The article examines the main aspects of service quality management in the hospitality and restaurant industry, the main issues and principles of service quality management in the hotel and restaurant industries, as well as provides an overview of tools and methods that help improve service quality and customer satisfaction. The practical aspects of the implementation of quality management systems in the field of hospitality, namely, in the restaurant business, as well as the effectiveness of such management systems in ensuring the satisfaction of consumer needs and increasing the competitiveness of restaurant establishments are also considered.

Keywords: service quality management in hospitality, restaurant business, restaurant establishments, customer service, quality management.

Постановка проблеми. Не ефективний процес обслуговування та незадовільна якість надання послуг у закладах ресторанного господарства є серйозною проблемою для бізнесу у цій галузі, що може призводити до недостатньої відвідуваності та негативного впливу на репутацію закладу. Для забезпечення успішної роботи закладів ресторанного господарства необхідно розробляти та впроваджувати ефективні стратегії та практики обслуговування, що забезпечать високу якість послуг, задоволеність споживачів та розвиток бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням щодо вивчення змісту понять якості та управління нею вивчали як зарубіжні так і вітчизняні вчені. Серед зарубіжних вчених можна виділити концептуальні розробки Е. Демінга, Ф. Кросбі, Дж. Уокера, М. Мескона, М. Альберта та

Ф. Хедоурі, Ф. Котлера, Ф. Тейлора та інших, що представляють сформовані в теоретичному плані моделі управління якістю, які згодом отримали широке практичне застосування та розвиток. До вітчизняних вчених слід віднести науковців М. Бойка, Г. Бондаренка, О. Момота, В. Г. Топольника, І. Сидоренка, Т. Сокол, М. Шаповалова та ін., які розглядали загальнотеоретичні, методологічні та практичні питання щодо проблеми управління якістю на підприємствах індустрії гостинності.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проблема якості послуг на підприємствах індустрії гостинності є однією з найактуальніших у сучасних ринкових умовах господарювання, оскільки саме через перенасичення різними технологічними інноваціями та більшої кількості специфічних готельних та ресторанних послуг, якість сервісу є одним із найсильніших конкурентних переваг сучасних підприємств. Для її забезпечення та для успішної інтеграції України в міжнародні економічні відносини для підприємств індустрії гостинності недостатньо висвітлені питання щодо ефективності управління, та адаптації організаційно-економічних механізмів до макроекономічної та геополітичної ситуацій

Мета дослідження – провести аналіз теоретичних засад управління якістю обслуговування споживачів в закладах ресторанного господарства.

Поняття «гостинність», беззаперечно будучи ознакою ідентичності української нації, набуває розповсюдження як економічна категорія на межі XX та XXI сторіччя. Термін «гостинність» увійшов до словника науковців після конференції національних асоціацій готелів та ресторанів. Саме це визначило первинне сприйняття категорії, розуміння сутності, виокремлення суб'єктів індустрії гостинності. Дж. Р. Уокер [3] та його однодумці [6] визначають чотири основні етапи розвитку сфери гостинності у світі: а саме:

– поява закладів гостинності у IV тис. до н.е. – IV ст. н.е.;

- виникнення та функціонування спеціалізованих закладів розміщення подорожуючих – період VI–XV ст.;
- розвиток закладів ресторанного / готельного господарства XVI–XX ст.;
- сучасний етап розвитку закладів готельної сфери.

Для початкового етапу розвитку характерним є задоволення первинних потреб у ночівлі, втамуванні голоду й спраги. Гостинність була орієнтована на всіх нужденних, хто потребував прихистку, та не мала комерційної складової.

Подальший поступ обумовлюється розвитком міжнародної торгівлі, мореплавства, паломництвом. Функцію закладів гостинності виконують храми, місця відпочинку, таверни, спектр послуг розширюється та набуває ознак спеціалізованості. Період XVI–XX ст. науковці [2] визначають як час розвитку закладів ресторанного та готельного господарства, що набувають рис спеціалізованих закладів розміщення та забезпечення стравами та напоями. Прогресія зростання кількості суб'єктів гостинності визначалася ступенем розвитку країни, її залученням до міжкультурного обміну, ландшафтних особливостей місцевості, рекреаційної культури населення.

Складним, однак цікавим для дослідження, є період існування України у складі Радянського Союзу, що позначився геопросторовими особливостями розвитку готельного, курортного та ресторанного господарства.

Обмежені можливості пересування громадян великої країни потребували розбудови:

- мережі готелів у обласних та республіканських центрах, орієнтованих на осіб, перебуваючих у відрядженнях,
- санаторіїв та профілакторіїв для надання курортнооздоровчих послуг;

- дитячих таборів та баз відпочинку для організації дозвілля школярів;
- закладів харчування (їдальнь у наукових установах, на виробничих підприємствах, закладах освіти; кафе, ресторанів).

Доречно відзначити, що характерний для Радянського Союзу туризм / відпочинок, був організованим та плановим, сезонні коливання попиту на відпочинок у санаторіях та профілакторіях корегувалися путівками на оздоровлення, що надавалися працівникам через систему професійних спілок. Номерний фонд готелів обслуговував перебуваючих у відрядженні та під час канікул школярів, що організовано мандрували країною [4].

Ресторани вдень обслуговували населення через пропозицію комплексних обідів, а ввечері надавали традиційних комплекс послуг щодо забезпечення стравами та напоями, культурного супроводу відпочинку.

У спадок від Радянського Союзу Україна, як незалежна держава, отримала готельно-ресторанне господарство, санаторно-курортну мережу, що відповідали поняттю «радянського сервісу».

Гостинність, як ознака особливого ставлення до споживача послуг, відвідувача, а зрештою гостя, відроджується у незалежній Україні та стає характерною ознакою приватних закладів.

Помаранчева революція «відкриває» світові Україну, як особливу, незалежну країну, що заслуговує уваги. Таким чином ця історична подія стимулює поступове зростання потоку в'їзного туризму з країн Європи, США. Загострюється розуміння невідповідності якості послуг рівню культури відпочинку відвідувачів. Саме на межі сторіч починається бурхливий розвиток вітчизняної індустрії гостинності, що характеризується революційним стрибком у підходах та формах до задоволення потреб подорожуючого. 2012 рік стає піковим за обсягами

інвестицій та кількості гостей, в тому числі іноземних туристів, котрі відвідали Чемпіонат з футболу Євро-2012.

Наступного року міста України потрапляють до списків найкращих місць для відвідувань, серед яких: Київ, Львів, Крим. Перед Україною відкриваються можливості експорту туристичних послуг, розвитку суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу, розваг та відпочинку, супутніх послуг. Однак, розстріли на Майдані, окупація російською федерацією Криму, військові дії у Донецькій та Луганській областях в 2014 році провокують кризу у в'їзному туризмі, починаючи період стагнації, котрий триватиме до середини 2016 року. Визначальною подією наступного етапу розвитку суб'єктів індустрії гостинності стала лібералізація візового режиму.

Стрімкий розвиток індустрії гостинності є віддзеркаленням еволюційного стрибку у міжнародному туризмі, а саме зростаючому взаємному інтересу українців до виїзного туризму, а також активізації зацікавленості до України з боку іноземних туристів [5].

Необхідність відповідати нормам та уявленням іноземного гостя стимулює вітчизняні готелі та заклади харчування адаптуватись до більш високих вимог, розвивати конкурентоспроможність, розширювати спектр надання послуг. Для цього періоду стає характерною поява нових форм (видів) розміщення з широкою диверсифікацією цінової складової: від хостелів, орієнтованих на молодіжний сегмент, до мережевих готелів, створених для VIP-гостей. Індустрія гостинності XXI сторіччя об'єднує сектори проживання-розміщення, харчування, подорожей та туризму, індустрію розваг, сезонну оренду житла для тимчасового проживання-відпочинку, серед гравців ринку: суб'єкти готельного та ресторанного бізнесу, відпочинку і розваг.

Особливе значення для розвитку індустрії гостинності має ситуація на ринку туристичних послуг, вкрай актуальним залишається питання залучення до обслуговування іноземних туристів. Адже саме туризм є одним з найвагоміших сегментів індустрії гостинності, а його реалії ключовим фактором розвитку суб'єктів гостинності.

Сьогодні готельна індустрія - це могутня система господарювання регіону чи окремого туристичного центру і надзвичайно важлива дохідна складова економіки країни.

Суть поняття готельна індустрія сьогодні більшість науковців ототожнюють із поняттями «готельний бізнес», «готельне господарство», «готельна справа». Це пов'язано з тим, що суб'єкти господарювання здійснюють свою діяльність з метою отримання прибутку внаслідок розміщення туристів та надання їм інших додаткових послуг. А тому більшість науковців переконані, що готельна індустрія є невід'ємною частиною сфери гостинності.

На конкурентному ринку послуг гостинності прагнення підприємств до отримання найбільшого прибутку та зростаюча платоспроможність споживачів послуг спонукають підприємства готельного бізнесу надати не лише проживання та харчування, а й розширити обсяг додаткових і супутніх послуг. Це збагачує зміст поняття «готельний бізнес», розширює сферу діяльності готельних підприємств, що надають послуги, і власного виробництва, і суміжних галузей [2].

Окрім цього, готельний бізнес є складним багатофункціональним видом діяльності, соціальним за своєю суттю [1, с. 3].

Як відзначають фахівці, готельна індустрія - це єдність усіх фірм і організацій, що співпрацюють, кожна з яких виконує свої специфічні функції, спрямовані на задоволення потреб гостей. Під час дослідження індустрії гостинності важливо усвідомлювати, що вона містить різні галузі

й сектори, крім того, потрібно врахувати системи взаємин, що існують між готельними комплексами та інтими компаніями, багато в чому подібними до них. А головна рисою готельного господарства, на думку О.Л. Ремеслової [4], є підвищення попиту на готельні послуги через створення взаємовигідних відносин між клієнтом (відвідувачем) і підприємством готельного господарства, в яких визначальними стають функціональні якості гостинності [3, с. 302].

Мальська М.П. трактує зміст готельного господарства як сукупність готельних підприємств різних типів, що приймають та надають послуги з розміщення, харчування, додаткових і суміжних послуг [2].

Узагальнення існуючих думок щодо визначення економічної природи готельної індустрії автори по-різному трактують цю категорію: як відносини або як діяльність. Готельна діяльність визначається як діяльність юридичних осіб і індивідуальних підприємців, які володіють або наділені у встановленому порядку майновими правами, на яке або колективний засіб розміщення з безпосереднього розпорядження та управління ним, для надання послуг розміщення і обслуговування громадян, а також інша діяльність з організації та надання готельних послуг, включаючи їх реалізацію [8, с. 34].

Враховуючи це, фінансово-господарська діяльність підприємств готельної індустрії має свої особливості, які формуються під впливом факторів наведених. Зміст та значення діяльності підприємств готельної індустрії визначається її функціями, а вони - соціальною і економічною складовими, а саме:

- надання тимчасового житла на комерційній основі;
- максимальне задоволення потреб споживачів готельних послуг;
- оптимізація прибутків від готельної діяльності внаслідок ефективного управління фінансово-господарською діяльністю;

- оптимальне задоволення інтересів суб'єктів, які беруть участь у розподілі доданої вартості, що сформувалась внаслідок виготовлення та реалізації готельних послуг (власники готелів, працівники, держава);
- створення нових додаткових робочих місць;
- важливе джерело наповнення місцевих та державного бюджетів;
- презентує державу та її рівень на міжнародному ринку.

Із розвитком готельної індустрії спостерігаємо стрімкий розвиток різноманітних мереж та суб'єктів щодо надання послуг із розміщення туристів. Серед них виділяють групи підприємств як готельного, так і не готельного типів (додаткові засоби розміщення).

Найпоширенішими серед них є готелі та мотелі. Однак і інші підприємницькі структури посідають вагоме місце серед мережі суб'єктів готельної індустрії.

Враховуючи неоднозначність класифікаційних підходів щодо типології підприємств готельної індустрії та опираючись на дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців, у роботі представлено авторську уніфікацію їх за виділеними ознаками, що дає змогу найбільш ґрунтовно охопити специфіку сфери [6].

За формою власності розрізняють колективні, індивідуальні, приватні та державні готельні заклади. Цікаво відзначити, що розвиток капіталістичних та ринкових відносин в економіці України призведе до постійного зростання приватного сектору у цій сфері, а державна форма власності характеризується поступовим скороченням.

Окремі дослідження свідчать, що приватна власність зарекомендувала кращі результати діяльності підприємницьких структур господарювання. За формою організації розрізняють суб'єктів готельного та не готельного типу. Згідно з "Правилами користування готелями та аналогічними засобами розміщення і пропозиції готельних послуг,

затверджених наказом Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 р., № 19", до готелів та аналогічних усіх форм власності належать комплекси, що здійснюють діяльність на території України у сфері надання послуг розміщення (готельних послуг) споживачам, і регулюють відносини між споживачами (фізичними особами, які проживають у готелях або мають намір скористатися готельними послугами) та готелями, виконавцями цих послуг [9].

До готельного типу належать: готелі, мотелі, пансіонати, курортні готелі, гостьові будинки тощо.

Особливістю сучасного готельного обслуговування є децентралізація реалізації послуг. Великі готельні об'єднання формують спеціалізовані ланки для реалізації основних послуг. Тому частина операцій у процесі обслуговування туристів (попередній продаж, резервування місць та ін.) не належать до компетенції окремих ланок готельного підприємства і зосереджені у спеціалізованих бюро подорожей або самому підприємстві. Тому на якість обслуговування в готелях впливає діяльність посередницьких ланок, що реалізують їхні основні послуги [6].

У процесі виробництва та пропозиції цих послуг у готельному господарстві не створюються ані новий продукт, ані нова вартість. Аналіз характеру та змісту готельної діяльності дає змогу визначити її як господарську діяльність виробничої сфери, що виробляє та надає готельно-туристичні послуги, продаж яких дає реальні доходи [2].

Це визначає необхідність формування системи готельних послуг за умови акцентування уваги на видах діяльності готельного підприємства

Стандарти обслуговування для закладів ресторанного господарства – це встановлені правила та норми, які регулюють якість та рівень обслуговування споживачів в ресторанах, кафе, барах та інших закладах ресторанного господарства. Сутність стандартів обслуговування полягає в

забезпеченні єдності підходів до обслуговування споживачів та створенні однакових умов для всіх відвідувачів закладу. Вони забезпечують відповідний рівень обслуговування, забезпечують безпеку та гігієну харчових продуктів, знижують ризики виникнення неприємних ситуацій, що можуть завдати шкоди закладу. Значення стандартів обслуговування для закладів ресторанного господарства дуже високе. Заклади, які дотримуються стандартів обслуговування, забезпечують задоволення та комфорт споживачів. Вони мають більшу можливість залучати нових відвідувачів та зберігати вірних гостей.

Крім того, стандарти обслуговування можуть забезпечити зниження витрат на роботу персоналу, оскільки зменшують ризики виникнення помилок, необхідність повторного виконання роботи та звільненням працівників. Також стандарти обслуговування забезпечують зниження ризику заяв і скарг на обслуговування. Загалом, стандарти обслуговування для закладів ресторанного господарства важливі для забезпечення якісного та ефективного обслуговування споживачів, зниження витрат та збільшення задоволення гостей.

Крім того, стандарти обслуговування можуть допомогти підвищити репутацію закладу і забезпечити конкурентну перевагу на ринку.

Якщо заклад дотримується високих стандартів обслуговування, відвідувачі будуть з задоволенням рекомендувати його іншим та повертатися сюди знову. Стандарти обслуговування включають в себе такі аспекти, як взаємодія персоналу зі споживачами, якість харчових продуктів, швидкість та точність обслуговування, чистота та порядок в закладі. Виконання цих стандартів може бути формалізовано в певні процедури та інструкції, що забезпечують однаковий підхід до обслуговування всіх гостей. Крім того, стандарти обслуговування можуть допомогти закладам ресторанного господарства відповідати вимогам

законодавства та нормативних документів щодо безпеки та якості харчових продуктів, що дозволить уникнути санкцій та штрафів від контролюючих органів [3].

Стандарти обслуговування є дуже важливим елементом успішної роботи закладів ресторанного господарства. Вони забезпечують якість та ефективність обслуговування, задоволення та комфорт відвідувачів, зниження витрат та збільшення конкурентної переваги на ринку. Для реалізації стандартів обслуговування необхідно мати професійний та компетентний персонал, який зможе забезпечити їх виконання.

Тому важливо правильно відбирати кандидатів на роботу та надавати їм достатню підготовку та навчання з питань стандартів обслуговування. Надзвичайно важливо також забезпечувати постійний контроль за виконанням стандартів обслуговування, проводити оцінку роботи персоналу та вживати заходів щодо покращення якості обслуговування. Регулярні тренінги та навчання персоналу з питань стандартів обслуговування допоможуть підтримувати високу якість обслуговування та уникнути виникнення негативних ситуацій.

На нашу думку, стандарти обслуговування повинні бути адаптовані до потреб та очікувань конкретної аудиторії, яку обслуговує заклад ресторанного господарства.

Наприклад, стандарти обслуговування в ресторані швидкого харчування будуть відрізнятися від стандартів обслуговування в ресторані вищого класу.

Сучасні підходи до управління якістю орієнтовані на досягнення максимальної якості продукції та послуг, задоволення потреб та очікувань споживачів, забезпечення ефективного та економічного використання ресурсів та підвищення конкурентоспроможності організації на ринку. Один з найпоширеніших сучасних підходів до управління якістю є

стандарт ISO 9001, який визнається в усьому світі. Цей стандарт встановлює вимоги до системи управління якістю, що дозволяє організації досягати позитивних результатів в управлінні якістю та забезпеченні сталого розвитку.

Ще одним сучасним підходом є методологія «Lean», яка орієнтована на ефективне використання ресурсів та усунення зайвих витрат у виробничих процесах.

Цей підхід включає в себе такі інструменти, як стандартизація робочих процесів, покращення продуктивності та якості, зменшення часу на виробництво та постачання товарів та послуг. Ще один сучасний підхід – «Six Sigma», який спрямований на досягнення найвищої якості продукту та послуг через впровадження системи контролю якості та зменшення кількості дефектів у виробничих процесах. Обслуговування в закладах ресторанного господарства має свої особливості порівняно з іншими видами обслуговування [5].

Основні особливості процесу обслуговування в закладах ресторанного господарства наступні:

1. Особистість споживачів: Споживачі ресторанів – це особлива категорія відвідувачів, оскільки вони очікують більш особистого підходу до них. Вони приходять до ресторану не тільки для того, щоб поїсти, але й для того, щоб провести час з друзями та родиною, насолоджуючись процесом спілкування.

2. Специфіка продукту: Продукт, який обслуговується в ресторані, – це не просто їжа, але й дизайн та представлення страв на тарілках, неповторність смаку та аромату, а також асоціації та емоції, які викликаються відповідними стравами.

3. Тривалість процесу: Обслуговування в ресторані – це не просто швидке подавання їжі, але й довгий процес, який може тривати кілька

годин. Відповідно, споживачі очікують комфортного середовища, де вони можуть насолоджуватись їжею та спілкуванням, та якісного обслуговування.

4. Комунікація: Оскільки процес обслуговування в ресторані тривалий, споживачі очікують змоги спілкуватись з персоналом. Вони можуть мати питання про меню, поради щодо вибору вина, або просто хочуть поспілкуватись.

5. Режим роботи: Ресторани зазвичай працюють в режимі обідньої та вечірньої зміни, а також вихідних та святкових днів. Тому важливо мати гнучкий графік роботи, щоб забезпечити якісне обслуговування в будь-який час.

6. Взаємодія з постачальниками: Для забезпечення якісного продукту необхідно співпрацювати з надійними постачальниками, які забезпечать свіжу та якісну продукцію.

7. Освіта та навчання: Для забезпечення високої якості обслуговування в ресторані необхідно мати високо кваліфікований персонал, який має необхідні навички та знання в області готельно-ресторанної справи.

8. Затримки в обслуговуванні: Затримки в обслуговуванні можуть спричинити незадоволення споживачів та погіршити репутацію ресторану. Тому важливо забезпечити ефективний процес обслуговування, включаючи розуміння потреб відвідувачів, вміння передбачати їхні замовлення та швидкість обслуговування.

9. Оформлення замовлень та рахунків: Оформлення замовлень та рахунків має велике значення для споживачів, оскільки це може вплинути на їхній досвід відвідування ресторану. Важливо забезпечити чітке та зрозуміле оформлення замовлень та рахунків, щоб уникнути непорозумінь та незадоволення гостей закладу.

10. Забезпечення безпеки: Забезпечення безпеки є важливим аспектом у ресторанному бізнесі. Ресторан повинен забезпечити безпечні умови для відвідувачів закладу та персоналу, включаючи безпеку їжі, засобів гігієни та пожежної безпеки.

11. Забезпечення комфорту: Комфорт споживачів є одним з важливих аспектів відвідування ресторану. Ресторан повинен забезпечити комфортне оточення, включаючи відповідну температуру, освітлення та музику [4].

Усі ці особливості вимагають від ресторану та його персоналу високого рівня професіоналізму, вміння працювати в команді, а також зосередженість на споживачах та їх потребах.

Відповідно, успіх ресторанного бізнесу залежить від здатності ресторану забезпечити високу якість продукту та обслуговування.

Загалом, процес обслуговування в ресторанному бізнесі має багато особливостей, що вимагають від ресторану та його персоналу високого рівня професіоналізму та уваги до потреб споживачів.

Дотримання вимог якості та ефективного процесу обслуговування може допомогти ресторану забезпечити задоволення відвідувачів та збільшити свою прибутковість за рахунок повторних гостей закладу та позитивних відгуків.

Для досягнення успіху в ресторанному бізнесі важливо постійно працювати над удосконаленням процесу обслуговування та розвивати бізнес. Тому важливо слідкувати за тенденціями ринку та впроваджувати новітні технології та методи управління для підвищення якості обслуговування та забезпечення конкурентоспроможності [5].

Одним з підходів до удосконалення процесу обслуговування є використання технологій, наприклад, роботизація процесів, використання програмних засобів для управління замовленнями та рахунками,

використання мобільних додатків для замовлення їжі та інше. Також важливо забезпечити навчання та розвиток персоналу, щоб вони мали необхідні знання та навички для ефективного обслуговування споживачів.

Навчання повинно включати як професійні навички, так і знання з психології та міжособистісних взаємин для успішного спілкування з відвідувачами закладу. Також важливо забезпечити якість продукції та обслуговування, використовуючи високоякісні інгредієнти та створюючи приємну атмосферу в ресторані. Ресторан повинен дотримуватися вимог здорового харчування та використовувати екологічно чисті продукти. У підсумку, процес обслуговування в ресторанному бізнесі є складним та вимагає багато уваги до деталей.

Забезпечення високої якості обслуговування та розвиток бізнесу вимагають постійного вдосконалення процесу обслуговування, використання новітніх технологій та навчання персоналу.

Успіх в ресторанному бізнесі залежить від того, наскільки ефективно ви забезпечуєте споживачів високоякісним обслуговуванням та створюєте для них приємну атмосферу.

Одним з ключових аспектів процесу обслуговування є комунікація зі споживачами.

Ресторанний персонал повинен бути добре підготовлений до ефективного спілкування з клієнтами та вміти реагувати на їхні потреби. Відвідувачі закладу повинні відчувати, що їх поважають та їхні потреби важливі для ресторану [6].

Також важливо забезпечити швидку та ефективну обробку замовлень. Ресторанний персонал повинен бути добре знайомий з меню та процесом замовлення, щоб бути готовими відповісти на запити клієнтів та допомогти їм з вибором.

Крім того, ресторан повинен мати систему контролю якості, щоб забезпечити високу якість приготування їжі та швидку обробку замовлень. Для досягнення успіху в ресторанному бізнесі важливо також забезпечити чистоту та гігієну в ресторані.

Ресторанний персонал повинен дотримуватися правил гігієни та забезпечувати чистоту приміщення та посуду. Чистота та гігієна є важливими чинниками для споживачів, які очікують від ресторану високої якості обслуговування та продуктів.

Управління якістю готельної та ресторанної послуги є однією із найважливіших складових усього механізму управління підприємством. Як зазначає В. Русавська: «Управління якістю здійснюється в межах системи якості – цілісного комплексу взаємопов'язаних елементів, якому властива особлива єдність із оточуючим середовищем і який являє собою елемент системи вищого рівня.

Правильно організована система якості створює у споживача та керівництва підприємства впевненість у тому, що продукція та послуги відповідають ствердженним вимогам якості» [5].

Усім нам відомо, що управління якістю послуг включає в себе не лише моніторинг відносин між усіма учасниками технологічного процесу надання послуги, а також форми та методи, що впливають на процес виконання послуги.

Управління якістю послуги повинна мати спрямованість на вироблення управлінських рішень щодо планування та створення подальшого моніторингу послуг найвищої якості.

Управління якістю розглядається як сукупність напрямів виконання усіх функцій загального управління підприємством, які визначають та корегують політику, цілі організації, а також здійснюють їх, використовуючи різні методи, зокрема, планування якості, оперативне

управління якістю, забезпечення якості на виробництві та удосконалення якості.

Управління якістю продукції є однією з основних складових управління підприємством, яка спрямована на досягнення його цілей, пов'язаних із підвищенням ефективності виробництва продукції.

Управління якістю включає види діяльності, методи, ресурси, спрямовані як на управління процесом виробництва, так і на усунення причин незадовільного функціонування підприємства для отримання економічної ефективності [2, с. 359].

На сучасному етапі розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу категорія «якість» пов'язана з такими категоріями, як надійність і ефективність: «якість – це міжнародна категорія, якій притаманні дві складові: технічна, що формується у процесі виробництва і характеризує технічний рівень продукції (надійність), та економічна, що визначається ціною і витратами на забезпечення якості (ефективність)» [2, с. 358].

Якість послуги в закладах індустрії гостинності найскладніше піддається управлінню та контролю.

На нашу думку, складність найчастіше полягає в тому, що працівники підприємств індустрії гостинності сприймають встановлені стандарти якості по-різному.

Причина цієї проблеми полягає і у використанні застарілих методів управління, тому, що працівники поведуться так аби отримати схвалення від керівництва і така поведінка персоналу веде до неефективності роботи всього підприємства.

Керівники підприємств індустрії гостинності практично щодня стикаються з неефективним обслуговуванням та порушенням технологічного процесу надання послуги.

Саме неефективність надання послуги і породжує низку причин, що формують ключові проблеми в управлінні якістю. Серед них можна виділити такі:

- відсутність єдиних вимог (кожен співробітник має свій погляд щодо розуміння стандарту якості, що призводить до виникнення розбіжностей під час процесу надання послуги;
- нетотожне бачення послуги;
- неефективність зв'язків (проблема зв'язків між співробітниками різного рівня управління є досить складна для вирішення різноманітних питань пов'язаних з якістю надання послуг);
- оцінка праці по активності, а не за його результатами (саме результат має бути показником якісно виконаної роботи);
- реакція на симптоми, а не на причини (нерідко керівники відмовляються вивчати корінь проблеми, а діють лише виходячи із первинних даних);
- недоліки в оцінці та заохоченні праці службовців (найчастіше керівники схильні не помічати працю лінійних співробітників та використовують неправильні механізми мотивації);
- залежність управління готелем/рестораном від окремої особи, а не від усієї організації загалом;
- перевага старим методам управління, а не навчання новим.

Наставництво є найбільш поширеним методом, який використовують для передачі стандартів якості сервісу новим працівникам, шляхом їх закріплення за співробітниками, які мають достатній досвід роботи на підприємстві. Недоліком даного методу є те, що часто наставник просто перекладає частину своїх обов'язків без належного роз'яснення.

Саме це і призводить до таких результатів, як низька продуктивність, зниження ефективності роботи підприємства, погіршення якості обслуговування;

– оцінка та управління якістю. Постійний моніторинг якості сервісу та контроль за дотриманням стандартів обслуговування є важливою частиною управління. Даний вид контролю передбачає не лише запровадження документації, а й оцінювання ситуації, що склалася та розробка додаткових заходів;

– проблеми якості послуг. Багато керівників вітчизняних готельно-ресторанних підприємств не звертають належної уваги на скарги, що стосуються якості обслуговування. У випадку отримання такого роду скарги, найчастіше починається пошук винного співробітника, а не аналіз причин та наслідків. Для вирішення цього завдання найчастіше повинні створюватися чіткі стандарти, яких зобов'язаний дотримуватися кожен працівник та контролюватись керівництвом підприємства;

– організація – складний і багаторівневий процес, який захоплює безліч напрямів розвитку готельно-ресторанного комплексу. Керівник повинен мати не тільки досвід у роботі зі специфічною готельною/ресторанною послугою, але й мати широкий спектр знань з окремих напрямів виробничої діяльності;

– ефективність – в основному знаходиться у певній залежності від продуктивності праці. Проте, її кінцевий результат найбільше впливає на відповідність наданої готельної /ресторанної послуги встановленим нею стандартам. На нашу думку, вагомий вплив на якість послуги має сам персонал. Саме він безпосередньо пов'язаний із виникненням кризової ситуації всередині підприємства, а недостатній рівень професійної кваліфікації працівників тягне за собою безвідповідальність перед

власниками за наслідки управлінських рішень та фінансові результати діяльності [2].

Управління якістю в готелі/ресторані завжди тісно пов'язане із певними витратами. Саме ці витрати в основному спрямовані на виправлення тих недоліків, які були виявлені під час аналізу поточної системи управління.

Також, готельно-ресторанні підприємства несуть величезні витрати, пов'язані з проведенням запобіжних заходів щодо можливого погіршення якості пропонованих послуг.

На підприємствах індустрії гостинності з радикальною стратегією такі види витрат будуть ставитись до найвищих, так як культура виробництва вимагає постійного прагнення високоякісного сервісу. Найчастіше всі запобіжні заходи включають трудові витрати на досягнення спільного у колективі розуміння стандартів, навчання персоналу різним методам контролю за якістю послуг, а також постійне проведення нарад та оцінка індивідуальної, колективної ефективності на підприємстві.

На нашу думку, ідеальним є система управління якістю, яка виділяє людський чинник у цілій системі підприємства, одночасно визначаючи місце для технологічних характеристик.

Сьогоднішні реалії господарювання показують, що ефективність функціонування підприємств індустрії гостинності у кризовій ситуації полягає у сукупності бізнес-процесів, обліку внутрішніх та зовнішніх факторів впливу на кризову ситуацію, а також постійну оцінку ефективності існуючої стратегії на рівні організаційної структури, маркетингу, системи управління підприємства.

На даний момент формуються нові умови та тенденції, які багато в чому визначають ефективність та конкурентоспроможність

готелів/ресторанів в умовах кризи, а саме: сервісизація економіки; глобалізація та інтеграція готельного та ресторанного бізнесу; облік особливостей туристичного потоку; глибока персоніфікація обслуговування та повна концентрація на запитах та потребах споживачів; розвиток нових підприємств індустрії гостинності; розвиток роботизованої техніки та використання інфрачервоних датчиків тощо.

Впровадження інноваційних програмних продуктів у роботу закладів індустрії гостинності, розвиток мобільного маркетингу та орієнтованість на покоління «міленіум»

Для вирішення проблем, пов'язаних із проблемами функціонування підприємств в умовах кризи необхідно використовувати ефективні методи управління[1]:

1. Тактичні методи (перебудова; скорочення; банкрутство).
2. Стратегічні методи (об'єднання; інновації; регуляризація; реструктуризація; скорочення).

Висновки. Отже, можна зробити висновок, що процес обслуговування в закладах ресторанного господарства є ключовим аспектом успіху в цій галузі. Якість обслуговування та створення приємної атмосфери для відвідувачів закладу мають велике значення для розвитку бізнесу.

Важливо забезпечувати ефективну комунікацію зі споживачами, швидку та ефективну обробку замовлень, контроль якості приготування їжі, а також дотримання правил гігієни та чистоти приміщення та посуду. Успіх в ресторанному бізнесі залежить від того, наскільки ефективно заклад забезпечує своїх гостей високоякісним обслуговуванням та створює для них приємну атмосферу.

Сутність процесу управління якістю залежить від управлінських рішень, а від ефективного результату управлінських рішень, залежить якість послуги.

Найвища конкуренція у будь-якій сфері готельного та ресторанного бізнесу, змушує підприємства ретельно слідкувати за якістю послуг. Важливим елементом під час управління якістю повинна бути стандартизація, найбільш відчутним чинником якості обслуговування повинна бути робота з персоналом.

Успіх якісного стратегічного антикризового управління залежить від своєчасного виявлення кризи і застосування найбільш ефективних методів його подолання.

Ефективне управління в період кризи повинно здійснюватися із застосуванням ряду стратегічних і тактичних методів.

Також, не слід забувати, що завдяки вкладанню капіталу в управління якістю підприємств індустрії гостинності можна вивести свої послуги на новий рівень, збільшити свій дохід, а також запобігти недолікам в обслуговуванні, тим самим підвищити рівень задоволеності споживачів.

Список використаних джерел:

1. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельноресторанному господарстві: підруч.; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2018. 487 с.

2. Наumenко М. О., Гура Т. В., Ковширко В. С. Підвищення якості послуг підприємства ресторанного господарства в системі ринкових відносин. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. №42. С. 319-322.

3. Посто́ва В.В. Покращення процесу обслуговування споживачів шляхом просування послуг підприємства ресторанного бізнесу через інтернет. Економіка та суспільство. 2022. №. 36. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1170> (дата звернення: 20.08.2023 р.).

4. Посто́ва В. В. Якість продукції та послуг як об'єкт управління на підприємствах ресторанного господарства. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 41. 2022. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1580> (дата звернення: 20.03.2023 р.).

5. Рого́ва Н. В., Чемеренкова М. Д. Якість обслуговування в ресторанах України. Збірник наукових статей магістрів. Навчально-науковий інститут денної освіти: у 2 ч. Полтава: ПУЕТ, 2021. Ч. 1. С. 88-92.

6. Сучасні концепції організації обслуговування споживачів у ресторанах. URL: https://pidru4niki.com/17540906/turizm/suchasni_kontseptsiiyi_organizatsiyyi_obslugovuvannya_spozhyvachiv_restoranolah (дата звернення: 20.08.2023 р.).

РОЗДІЛ 3.
МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ЛОГІСТИКА Й
ЦІНОУТВОРЕННЯ В ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ
СПРАВІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Наталія Маковецька
док. пед. наук, професор,
Запорізький національний університет,
м. Запоріжжя

Дарина Люта
канд. пед. наук, доцент,
Запорізький національний університет,
м. Запоріжжя

Анна Сидорук
канд. пед. наук, доцент,
Запорізький національний університет,
м. Запоріжжя

КОУЧИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО
ТУРИСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ
У ВОЄННИЙ І ПОВОЄННИЙ ЧАСИ

Актуальність. Не викликає сумніву той факт, що за сприятливих умов туристична галузь є однією з пріоритетних галузей економіки будь-якої країни. Дійсно, разом з її розвитком у країні паралельно розвивається транспортна інфраструктура, покращується екологічний стан

навколишнього середовища поблизу туристичних підприємств та рекреаційних зон, міська та комунальна інфраструктури тощо. Водночас слід зазначити, що ринок туризму дуже вразливий до криз різного походження, зокрема, таких як стихійні лиха, епідемії, соціально-економічні та політичні кризи, воєнні конфлікти, що призводять до дестабілізації ситуації всередині країни. Підтвердженням цієї думки є ситуація в туристичній галузі України, яка з початком повномасштабної війни пережила справжній крах. На жаль, наслідком сьогоденної ситуації у нашій країні є велика кількість туристичних компаній, що припинили або перепрофілювала свою діяльність, а готелі, санаторії та туристичні бази, приймають біженців з окупованих територій. Ситуацію ускладнює й те, що небо над Україною закрито для польотів як вітчизняних, так і зарубіжних авіакомпаній.

Проте, попри військові дії, які продовжуються в багатьох областях нашої держави, та встановлені обмеження, туристичний сектор продовжує працювати в безпечних регіонах, де не ведеться активних бойових дій. Однак діяльність туристичних підприємств та підприємств гостинності під час війни має певні особливості, які потребують додаткового розгляду на аналізу.

Одним із методів технології управління персоналом на підприємствах сфери обслуговування є коучинг.

Наукові дослідження у царині управління персоналом засвідчують неабияку актуальність проблеми застосування інноваційних технологій управління персоналом з точки зору забезпечення конкурентноспроможності підприємства, підвищення ефективності його діяльності, зростання продуктивності праці тощо. Безперечно це стосується абсолютно кожного підприємства, але коли йдеться про підприємства сфери обслуговування у галузі туризму, з упевненістю

можна стверджувати, що джерелом їх конкурентних переваг є людський капітал, а саме: мотивація працівників щодо підвищення якості обслуговування туристів, набуття фахової багатoproфільності, суміщення функцій тощо. Забезпечення такого підходу відбувається, зокрема, за рахунок застосування інноваційних інструментів управління персоналом, пріоритетною метою яких залучення працівників до участі у прийнятті управлінських рішень, більш повне використання їх особистісного потенціалу. Одним із них є коучинг, тому питання дослідження його застосування у процесі управління персоналом підприємства сфери обслуговування є достатньо актуальним.

Аналіз останніх досліджень. Особливості туристичної сфери в умовах розгортання повномасштабної війни в Україні досліджується у низці наукових та практичних праць. Зокрема, автори Т. Сак, І. Більо, Ю. Ткачук у своїх працях проаналізували еколого-економічні наслідки російсько-української війни [7]. Учені дослідили іноземний досвід екологічного та економічного впливу на державу та світ під час військових дій, а також вплив побудови та утримання військових сил на споживання ресурсів. Неабияку роль у дослідженні відіграє вивчення фактів екологічних злочинів окупаційних військ на території України та їх наслідків у довгостроковій перспективі тощо.

У дослідженнях Н. Паньків розглядається вплив війни на туризм, обговорюється поведінка учасників туристичного ринку на усіх етапах кризи [5].

О. Роїк, О. Недзвецька, досліджуючи означену проблеми дійшли висновку, що сьогодні в нашій країні настав час політологічного осмислення розвитку туристичної сфери як об'єкта та суб'єкта політичного процесу, а також соціально-економічного атрактора. На думку дослідниць, це пов'язано насамперед з тим, що національна економіка наразі

характеризується потребою пошуку стабілізації економічного і соціального розвитку суспільства, а також формуванням політичних можливостей участі різних суб'єктів соціальної дії у політичному процесі, де туризм починає працювати на зміну інституційної структури. Поряд із цим, О. Роїк і О. Недзвецька зафіксували факти культурних злочинів окупаційних військ на території України та їх наслідки в перспективі, визначили основні фактори впливу на соціально-економічну та екологічну ситуацію під час війни, надали опис ключових можливих наслідків для розвитку туристичної сфери України [6].

Г. Тараненко [8] присвятив низку своїх наукових розвідок аналізу тенденцій розвитку туризму у сучасних умовах, акцентуючи увагу на необхідності розвитку саме внутрішнього туризму, що на сьогодні є достатньо актуальною проблемою.

Водночас у науковій літературі бракує комплексних розробок щодо формування системи управління на засадах коучингу людськими ресурсами підприємств сфери туризму та гостинності. Проблематику використання персонал-технологій, у тому числі і коучингу, у практиці управління персоналом різних підприємств висвітлено у дослідженнях як зарубіжних (Дж. Вітмор, Е. Парслоу, М. Рей, Дж. Сمارт, Н. Сміт, П. Хоукінс та ін.), так і вітчизняних (Р. Бала, Ю. Белінська, В. Гурієвська, Г. Захарчин, Н. Лев, О. Мельник, І. Миколайчук, В. Никифорок, М. Рубінс та ін.) учених.

Мета. Висвітлити концептуальні положення туристичного та антикризового туристичного менеджменту, а також визначити орієнтовні заходи антикризового туристичного менеджменту у воєнний і повоєнний часи методом коучингу та довести можливість використання коучингу у роботі з персоналом підприємств сфери туризму та гостинності як одного із ефективних шляхів підвищення його конкурентноспроможності.

Виклад основного матеріалу. Говорячи про ефективну або неефективну діяльність туристичного підприємства, підприємства сфери гостинності, насамперед маємо на увазі ефективний або неефективний менеджмент на цьому підприємстві. Відтак можемо стверджувати, що туристичний менеджмент є узагальненням практики раціонального управління виробництвом, насамперед у масштабах підприємства сфери туризму та гостинності.

За визначенням, наданим дослідниками О. Королем та М. Крачилом, туристичний менеджмент – це особлива, відносно відокремлена діяльність, цілеспрямований вплив на працівників із метою управління та координації операцій туристичних фірм (підприємств) в умовах ринку для досягнення певної цілі (одержання прибутку) [2].

Слід зазначити, що теорія сучасного менеджменту розглядає туристичне підприємство як об'єкт управління. Кожне з них, насамперед, знаходиться під впливом зовнішнього середовища. З огляду на вищевикладене, головним завданням туристичного менеджменту є створення відповідного внутрішнього середовища та його повна адаптація до зовнішнього.

З огляду на результати наукових досліджень О. Короля, М. Крачила зазначимо, що внутрішнє середовище туристичної фірми визначається внутрішніми змінними, тобто тими складовими елементами комерційного підприємства, на які спрямований управлінський процес і через які він реалізується [2].

Отже, основними взаємопов'язаними компонентами внутрішнього середовища визначаємо цілі, завдання, структуру, персонал підприємства, технології, що на ньому застосовуються.

Надаючи характеристику зовнішньому середовищу, О. Король, М. Крачило дійшли висновку, що його складові розвиваються за власними

законами, а власне зовнішнє середовище для підприємства є джерелом існування, і його стан не залежить від діяльності останнього [2].

Відтак, компоненти зовнішнього середовища це – споживачі, конкуренти, державні заклади (інституції), фінансові організації, джерела трудових ресурсів, туристичні ресурси тощо. З нашої точки зору, тут не можна не назвати політичне, економічне становище регіону або країни в цілому.

Безперечно, зовнішнє середовище не є сталим у часі, воно змінюється, тому прогнозування його стану в майбутньому – одне з головних завдань туристичного менеджменту.

В умовах повномасштабного вторгнення російських військ в Україну можна характеризувати зовнішнє середовище яке таке, що не сприяє розвитку туристичного бізнесу у країні, але ця галузь економіки має бути збережена і має працювати і в таких непростих умовах. У таких обставинах неабиякого значення набуває антикризовий менеджмент.

Насамперед зазначимо, що термін «**криза**» походить від грецького слова «crisis», що означає «вирок з якого-небудь питання або рішення в сумнівній ситуації».

Появу терміну «кризовий менеджмент» (crisis management) відносять до середини дев'яностих років минулого століття. Окремі вчені розглядають антикризовий менеджмент як управління в умовах загальної кризи економіки, деякі – як управління напередодні банкрутства, інші пов'язують поняття антикризового менеджменту з діяльністю антикризових керуючих у межах судових процедур банкрутства [3].

Зазначимо, що антикризовий менеджмент дослідниками визначається як розроблення і реалізація антикризових стратегій підприємства, основними видами яких в умовах воєнного часу є такі: стратегія скорочення і консервації – зменшення обсягів і тимчасове

припинення видів діяльності, потенційно збиткових в умовах кризи; стратегія прийняття кризи – це діяльність підприємства в умовах, коли кризові явища, які прогнозувалися, стали реальністю і реалізується певний компенсаційний пакет заходів; стратегія реструктуризації – це трансформація фінансово-господарської діяльності підприємства в умовах кризи для переходу до нового етапу розвитку [3].

Отже, антикризовий менеджмент передбачає організацію управління використанням усіх видів ресурсів, формування відповідного сценарію дій – антикризової програми, що має поєднувати різні заходи.

Перш, ніж розглянути особливості антикризового туристичного менеджменту, коротко зупинимось на характеристиці ризиків у туризмі, до класифікації яких існує багато підходів у вітчизняній та світовій науці.

Ми висвітliamo лише один із них, розроблений Всесвітньою туристичною організацією.

Відтак, UNWTO визначила 4 групи ризиків у туризмі:

1. Ризики соціального та інституційного характеру: рівень дрібної та організованої злочинності та насильства, тероризм, соціальні, політичні, релігійні конфлікти, військові дії.

2. Ризики туристичної діяльності та суміжних галузей (транспорт, спорт та торгівля, які можуть бути небезпечними для туриста, його фізичного стану та економічних інтересів): низькі стандарти будівництва туристичної інфраструктури (конструкцій, пожежостійкість, екологічність матеріалів); «прогалини» у законодавстві, недобросовісна конкуренція, комерційні ризики та шахрайство.

3. Ризики, пов'язані з власне туристом: захоплення небезпечними видами спорту, недбайливе водіння авто, споживання шкідливої їжі та напоїв, відвідування небезпечних місць, втрата особистих речей та документів, перевезення заборонених речей, подорож у нездоровому стані.

4. Ризики природного характеру: незнання особливостей природного середовища дестинації (особливо флори і фауни), відсутність превентивного медичного обслуговування до моменту подорожі (вакцинація), недотримання санітарних норм споживання їжі (вулична їжа), ймовірність потрапити під вплив непередбачуваних природних катаклізмів [10].

Як бачимо з класифікації, сьогодні в Україні ризики в туризмі належать до першої групи. З огляду на цю ситуацію і працює антикризовий туристичний менеджмент, який розуміє необхідність спільної роботи у цій сфері на рівні міжнародних, національних, регіональних туристичних організацій, а також розробки власної антикризової політики.

Аналіз результатів наукових досліджень надає змогу виокремити низку ключових кроків антикризового туристичного менеджменту, пріоритетними серед яких є:

- розробка антикризового плану;
- формування команди антикризових менеджерів;
- швидке реагування на перші ознаки прояву кризи, кооперація з іншими стейкхолдерами туріндустрії у кризовий період;
- співпраця зі ЗМІ;
- відсутність паніки у корпоративній команді;
- акцент на репутації [9].

Як же антикризовий менеджмент реалізується в межах туристичної галузі? Розглянемо світовий досвід організації туристичної діяльності у воєнний і повоєнний періоди.

Під час війни ситуація з туристичною галуззю нашої держави виглядає досить песимістично. Однак є надія, що після закінчення

конфлікту вона почне відроджуватися. Досвід деяких країн, які пережили війну і вивели туризм на новий рівень підтверджує це [4].

Так, розвиток туризму в 1990-х роках у Хорватії під час війни припинився, але з 2000 року понад тисяча островів стали інвестиційно привабливими. Туризм в цій країні набув швидких темпів завдяки розвитку авіасполучення, доступних цін на житло, відкриття сучасних готелів та пляжів, відкриття цікавих круїзних маршрутів. Також, про переваги відпочинку на островах Хорватії написано багато публікацій в закордонних виданнях, записано відео презентації та свідчення блогерів. Це дозволило заповнити номерний фонд готелів з червня по вересень майже на 100 %, що позитивно вплинуло на економіку та генерування близько 15 % дохідної частини ВВП Хорватії.

Збройний конфлікт у Боснії та Герцеговині у 1992-1995 роках негативно вплинув на сферу гостинності, однак заходи, які сприяли розвитку туризму, дозволили у 2010 році м. Сараєво занести в топ-10 міст, яке рекомендували для відвідування відомі туроператори. У 2019 році загальна питома вага вкладу туризму в економіку Боснії та Герцеговини склала 10,5 %. Особливо цікавлять туристів історичні місця, пов'язані зі збройними конфліктами, місця руйнувань і битв, сувенірні крамниці з військовими атрибутами, старовинні вулиці в османському стилі, затишні кафе та ресторани, музеї, базари.

Кіпр у 1960 році став незалежним від Великобританії, у 1963-1974 роках на острові постійно відбувалися військові зіткнення між збройними формуваннями грецької і турецької общин острова за участю національної гвардії республіки, а також контингентами відповідно Королівства Греція та Туреччини, що підтримували їх.

Цей конфлікт є довготривалим, але аналіз статистичних даних засвідчив, що у 2018 році острів відвідала рекордна кількість туристів – 3,8

млн. при населенні в 1,22 млн. жителів. Питома вага вливань в економіку досліджуваної країни склав 18 %, а у 2021 році приріст туристичного потоку в пікові місяці склали до 300 % порівняно з 2020 році. Родзинкою туристичної інфраструктури є наявність великої кількості пляжів з «Блакитним прапором».

Єгипет у 1967-1970 роках перебував у стані війни і лише в 1979 році був підписаний мирний договір. Завдяки природним особливостям морського узбережжя, історичними пам'яткам, музеям, новим зірковим готелям туризм в цій країні розвивається великим темпами. Його частка в економіці Єгипту у 2019 році склала 12 %, а туристичний потік склав за сезон майже 15 млн. туристів.

Унікальною країною, яка активно розвиває туризм перебуваючи у стані війни із Палестиною, є Ізраїль. Основними напрямками туризму в цій країні є паломництво, культура і медицина. У 2019 році на туризм припало 6,2 % економіки, туристичний потік склав приблизно 4,5 млн. туристів. Незважаючи на військові дії, туристи охоче відвідують біблійні місця Єрусалиму, відновлюються на курортах Мертвого моря, насолоджуються традиційною кухнею в Тель-Авіві.

Цікавими є і певні історичні ретроспективи. Зокрема, становлення туризму в післявоєнній Німеччині. Зі зростанням добробуту населення у післявоєнній Німеччині у 60-х роках ХХ ст. та включенням до складу «середнього класу» за рівнем доходів робітників високої та середньої кваліфікації, туризм все менш орієнтувався на цю соціальну групу. Пов'язане це було насамперед з тим, що ця група населення могла дозволити собі й дорожчі – індивідуальні тури. Завданням для турбізнесу стала організація за прийнятними цінами якісних поїздок як усередині країни, так і за кордон, для населення з низькими доходами. Цільовою групою соціального туризму стали пенсіонери, молодь, учні та ін.

Прийнятний рівень цін підтримувався за рахунок дотацій з бюджетів різних рівнів, за рахунок пакетних пропозицій групових турів та різноманітних групових та індивідуальних знижок. Робітники отримали можливість користуватися туристськими послугами на тих же умовах, що й інші категорії туристів. Такі кроки помітно підняли ринок внутрішнього туризму. У повоєнні роки в Німеччині найбільшого успіху досягали саме ті туристичні компанії, які орієнтувалися на масовий сегмент ринку та на пакетні пропозиції [1].

Безумовно, війна в Україні не має аналогів в сучасній історії, тому неможливо провести коректну аналогію з жодною із країн, які пережили воєнний конфлікт та відродили туризм. Не слід забувати, що бойові дії в Хорватії, Ізраїлі чи Грузії були не настільки руйнівними, як у нашій країні. Те, що трапилося з туристичним ринком України, не траплялось в жодній країні, тому його реанімація буде особливою [1]. Більшість готелей або зачинено, або трансформовано під потреби житла для внутрішньо переміщених осіб. Що стосується туристичних компаній зі сфери міжнародного туризму – то галузь також майже заморожена в Україні.

Ключове питання, яке постане перш за все для української туристичної галузі: якими методами антикризового управління можливо буде оперувати задля її реанімації?

Фахівцями з туризму вже розроблено кілька напрямів, а саме:

- сформулювати нові змісти для внутрішнього туризму, на кшталт «Для чого ми подорожуємо Україною?»;
- після війни, коли на сході України стане безпечно, розвивати туризм в Донецькій і Луганській областях;
- розробити туристичні програми по місцям військової слави ЗСУ;
- відкрити національні офіси українського туризму в розвинених країнах світу;

- просувати нестандартні та потенційно успішні формати: екотуризм, урбан-культура тощо;
- підготувати масштабної маркетингової кампанії для зовнішніх ринків, адже Україна повинна сприйматися не тільки як місце бойових дій, а і як безпечна локація для подорожей;
- зорганізувати перемовини зі світовими готельними мережами щодо їх виходу в Україну;
- сприяти включення туризму до програм післявоєнного відновлення, які розробляються українським Урядом.

Дійсно, у повоєнний час неминучою є трансформація туристичного «ландшафту» країни. З'ясуємо його окремі характерні риси.

Що стосується міжнародного туризму, звичайно, багато іноземних туристів будуть зацікавлені у відвідуванні місць бойової слави ЗСУ.

Оновлення потребують українські лижні курорти, що є не гіршими від словацьких і австрійських і при тому дешевші.

Достатньо цікавим є створення бренду України як країни середньовічних замків, яких чимало на Поділлі й Закарпатті.

Для любителів урбан-культури може стати цікавим Київ як місто муралів всесвітньовідомих авторів. Багато з них за своєю майстерністю не поступаються муралам Берліна або Нью-Йорка.

Для прихильників екотуризму, турів по крафтових виробництвах, унікальних виноградниках будуть цікавими Карпати й Закарпаття.

Для поціновувачів дикої природи – колосальна кількість таких унікальних місць, як Полісся, Національний парк «Прип'ять-Стохід» та озеро Світязь на Волині, озеро Синевир на Закарпатті.

Для туристів з Європи та Америки, захоплених популярним зараз «urban exploration» (туризм, з метою дослідження територій і об'єктів, виробничого або спеціального призначення, а також будь-яких покинутих

споруд) буде цікавим не тільки Чорнобиль, а й маса локацій у великих українських містах-мільйонниках.

Звичайно, для досягнення подібних цілей потрібно обрати та використати найбільш дієві методи. Одним із найактуальніших є метод коучингу, тому розглянемо його сутність більш докладно.

Вперше поняття «коучинг» з'явилося у книзі, виданій у 1974 році Тімоті Голвеем «Внутрішня гра в теніс», де було сформульовано концепцію цього методу [12].

За одним із визначень, коучинг – це своєрідний вид навчання, в якому коуч (з англ. coach – тренер, інструктор) допомагає клієнту досягти поставленої мети [15].

І. Петровська та Р. Бала, підходячи інтегровано до визначення поняття «коучинг», дійшли висновку, що його можна трактувати таким чином:

- засіб сприяння, допомоги іншому працівнику в пошуку його власних рішень або службово-посадового просування у будь-якій складній ситуації;
- інструмент для оптимізації людського потенціалу та ефективної діяльності;
- вид індивідуальної підтримки людей, що ставлять своїм завданням професійне й особистісне зростання, а також підвищення персональної ефективності;
- безперервний процес спілкування керівника і підлеглого, що сприяє як успішній діяльності підприємства, так і професійному становленню працівника в обставинах службової діяльності, що швидко змінюються;
- розкриття потенціалу особистості з метою максимального підвищення її професійної та особистісної ефективності [18].

Ґрунтуючись на різних наукових підходах до визначення сутності коучингу як категоріального поняття, В. Гурієвська зазначає, що у практиці управління він застосовується переважно в таких аспектах, як:

- прикладний інструментарій та окремий вид консультування для управлінців, метою якого є допомога їм у поліпшенні професійної діяльності, досягненні цілей та вирішенні управлінських завдань;
- технологія, що передбачає використання демократичного стилю керівництва та сформоване системне мислення, що базується певним чином на організованій техніці запитань на основі співробітництва і налагодження зворотного зв'язку;
- компетенція менеджменту та певний тип лідерства, що зумовлює особистісний розвиток через взаємодію з командою [13].

Отже, коучинг може застосовуватися в господарській діяльності для досягнення таких цілей:

- підвищення ефективності роботи співробітників і використання їхнього потенціалу;
- створення творчої атмосфери в колективі;
- підвищення ініціативи співробітників;
- формування лідерів в колективі;
- формування та розвиток команди;
- створення сильної корпоративної культури;
- розвиток нематеріальної мотивації персоналу;
- оптимізація систем розвитку персоналу;
- створення групи, що навчається [14].

Говорячи про підприємства туристичної галузі можемо стверджувати, що робота над реалізацією цього комплексу цілей забезпечить його конкурентноспроможність. Важко оцінити ступінь важливості визначених цілей щодо управління персоналом для того чи

іншого підприємства, але, з нашої точки зору, для підприємства, що надає послуги туристам, пріоритетними є такі, як-от: підвищення ефективності роботи співробітників і використання їхнього потенціалу, створення творчої атмосфери в колективі, створення сильної корпоративної культури.

Їх досягненню сприятиме робота коуча (консультанта), особливістю діяльності якого є допомога команді щодо самостійного знаходження вирішення тієї або іншої проблеми. Більш докладно визначимо його професійний портрет.

Коуч є фахівцем, що має навички, знання та досвід з різних аспектів управління підприємством взагалі і підприємством з надання туристичних послуг зокрема. Основним завданням коуча є дослідження цілей, які ставить перед собою кожен працівник. Спочатку він визначає зміст цілей та способи їх досягнення. Наступним кроком є стимулювання працівника до встановлення конкретних інструментів та термінів реалізації поставлених завдань.

Вчені В. Никифорак, О. Мельник, Ю. Белінська, узагальнюючи результати наукових досліджень щодо класифікації коучів, визначають наявність зовнішніх (запрошуються для консультування топ-менеджерів) і внутрішніх (працюють з фахівцями різних відділів) коучів [17].

На підприємстві, що обслуговує туристів, доцільним є запрошення для консультування представників обох груп коучів. Так, завданням коучингу є надання туристичному підприємству допомоги щодо створення згуртованої команди.

Відтак, діяльність зовнішнього коуча спрямовується на консультування керівника підприємства та підрозділів. Основною метою такої роботи є допомогти керівникові усвідомити якою саме він бачить модель команди, а також шляхи досягнення цієї мети. З огляду на вибудовану модель, внутрішній коуч, проводячи групове та індивідуальне

консультування працівників туристичного підприємства, сприяє формуванню нового способу взаємодії між людьми, кращому розумінню одне одного кожним співробітником тощо. Безперечно, означена форма роботи спрямована на виявлення лідерів, формування команди однодумців

Відтепер висвітliamo низку принципів, на яких ґрунтується діяльність як зовнішнього, так і внутрішнього коуча. Досліджуючи цю проблему, науковець Р. Бала свого часу виокремив:

- принцип відповідальності, що передбачає відповідальність за результат своєї діяльності, за свої помилки, якщо вони допущені;
- принцип єдності та взаємозв'язку, який означає, що позитивні результати в одній сфері діяльності призводять до досягнень в інших;
- принцип маятника – додержання цього принципу сприяє формуванню гнучкості мислення, усвідомлення стереотипів і алгоритмів своєї поведінки;
- принцип рівності передбачає комунікативне співробітництво, суб'єкт-суб'єктні відносини;
- принцип ієрархічного розвитку, який враховує, що розвиток кожної особистості відбувається поетапно і відповідає певному рівню [11].

Більш докладно зупинимось на розкритті сутності декількох видів коучингу.

Аналіз наукових досліджень щодо класифікації видів коучингу надав нам змогу дійти висновку, що в практиці управління персоналом підприємств туристичної сфери можуть бути використані такі його види, як особистісний та бізнес-коучинг.

З метою доведення справедливості цього висновку, з'ясуємо результати застосування особистісного та бізнес-коучингу, наведені у дослідженні І. Миколайчук [16].

Таблиця 1

Результативність застосування особистісного та бізнес-коучингу

(за І. Миколайчук)

Особистісний коучинг	Бізнес-коучинг
Визначення цілей і оптимальних кроків їх досягнення	Створення згуртованих робочих команд
Підвищення рівня самостійності та відповідальності	Виведення на ринок нових продуктів і послуг
Одержання задоволення від своєї діяльності	Управління змінами
Сформованість вміння віднаходити нові шляхи ефективного співробітництва	Вихід на нові ринки та формування конкурентних переваг
Знаходження потрібних рішень у важких ситуаціях	Управління проектами (від окремого підрозділу до всього підприємства)
Погодження індивідуальних цілей з цілями організації	Підвищення ефективності продажів
Збагачення змістовно власного життя	Особистісний і корпоративний PR
Відкриття у собі нових можливостей	Диверсифікованість
Збільшення власних доходів	Створення проектних команд
Збагачення життя новими продуктивними особистими відносинами	Позиціонування товару або компанії та брендінг

Дані таблиці засвідчують достатньо широкий спектр результатів, можливість отримання яких надає застосування особистісного та бізнес-коучингу.

Акцентуючи увагу на застосування цих технологій в управлінні персоналом підприємств, що обслуговують туристів, зазначимо особливу значущість таких результатів особистісного коучингу – підвищення рівня самостійності та відповідальності, знаходження потрібних рішень у важких ситуаціях, відкриття у собі нових можливостей, та бізнес-коучингу

– створення згуртованої робочої команди, виведення на ринок нових продуктів і послуг, особистісний і корпоративний PR.

Пояснюємо наш вибір тим, що специфіка діяльності працівника підприємства сфери обслуговування туристів передбачає наявність таких особистісних якостей, як уміння вирішувати конфліктні ситуації, приймати адекватні рішення у форс-мажорних обставинах, бути терпимим і проявляти емпатію.

Передумовою же успішності підприємства є згуртована команда однодумців, яка чітко бачить цілі діяльності цього підприємства і точно знає як їх досягти, постійна працюючи над створенням нового та оновленням вже існуючого туристичного продукту.

З огляду на вищевикладене, доцільно зупинитись на принципах коучингової діяльності [11].

Не викликає сумніву той факт, що наведені принципи є актуальними під час організації коучингової діяльності на підприємстві з обслуговування туристів. Це стосується як загальних принципів, так і принципів, на яких ґрунтується робота з персоналом підприємства, а також принципів, що визначають ключові компетенції самого коуча.

Відтак, принципи коучингової діяльності, що вивчались Р. Балою, з нашої точки зору, можна назвати універсальними.

Надалі наводимо приклад двох вправ з коучингу, застосування яких у роботі з персоналом туристичного підприємства, у комплексі з іншими методами, сприятиме поліпшенню реалізації туристичного продукту [19].

Таблиця 2

Принципи коучингової діяльності
(за Р. Балою)

Група принципів	Характеристика	Принципи, які належать до цієї групи
Загальні принципи	визначаються тим, що мають універсальний характер, встановлюють базові засади здійснення коучингового процесу та технології використання коучингової діяльності на підприємстві	економічність, рівність, комплексність, підвищення ефективності діяльності, трансформація, простота, соціальне партнерство, об'єктивність, єдність та взаємозв'язок.
Принципи впливу на розвиток клієнтів	принципи, спрямовані на зміну поведінки працівників з метою їх розвитку, на засадах застосування встановлених норм коучингової комунікації	мотивованість, формування унікального потенціалу, усвідомлення, розподіл відповідальності, подолання опору змінам, поетапність розвитку, цілеспрямованість.
Принципи професійної діяльності коучів	принципи, що визначають ключові компетенції, професійно-кваліфікаційний рівень коучів при роботі з клієнтами.	інформування, відсутність експертної позиції, відсутність готових відповідей, віра в можливості людини, комунікативність, ієрархічність розвитку, усвідомленість і відповідальність, самостійність, професійна майстерність, моніторинг.

Вправа 1. «Залишитися в живих».

Вправа спрямована на формування вміння виявляти потреби потенційних туристів. Призначена для групи від 8 чоловік.

Відведений час: 30-35 хвилин.

Мета вправи: виявити потреби цільової аудиторії. Підготовка до вправи не потрібна.

Хід вправи:

Всі учасники діляться на дві команди: «людожери» і «постраждалі від аварії корабля». Ведучий дає інструктаж кожній команді окремо.

Припис для «людожерів»: корабель з україномовними туристами розбився. Кількох постраждалих викинуло на берег острова, на якому мешкають «людожери». Вождь людожерського племені кілька років тому здобув освіту в київському університеті і чудово розуміє україномовних людей. Він готовий подарувати життя тим, хто буде корисний для його племені. Кожному «потерпілому від аварії корабля» вождь дарує 3 хвилини на те, щоб можна було довести всьому племені свою корисність. Після презентації плем'я приймає рішення кого залишити в живих, а кого ні.

Припис для «постраждалих від аварії корабля»: кількох україномовних пасажирів затонулого корабля викинуло на берег острова, на якому живуть «людожери». На щастя вождь людожерського племені говорить українською і готовий залишити в живих тих, хто зможе довести всьому племені свою потрібність. На підготовку власної презентації кожен «потерпілий» отримує 5 хвилин, на доказ своєї корисності – 3 хвилини.

Отже, завдання кожного «постраждалого від аварії корабля» – врятувати своє життя.

Підсумки вправи: Учасники підбивають підсумки, відповідаючи на запитання:

- Скільком «постраждалим» вдалося врятувати своє життя?
- Чому у деяких не вийшло залишитися в живих?
- Що повинні були зробити «постраждалі», щоб «людожери» не з'їли їх?

- Не знаючи потреб племені, чи варто було доводити свою потрібність?

- Яким чином потрібно було виявити потреби «людожерів»?

Вправа 2. «Людожер і мандрівники»

Вправа вчить учасників ставити клієнтам правильні запитання і з'ясовувати їх мотивацію. Призначена для групи від 6 осіб.

Відведений час: 20-60 хвилин.

Мета вправи: навчити учасників працювати з холодними клієнтами і перестати їх боятися. Підготовка до вправи не потрібна.

Хід вправи: Один учасник виконує роль «людожера», інші – роль «мандрівників», яких викинуло хвилею на берег безлюдного острова. «Мандрівники» докладають усіх зусиль, щоб «людожер», не з'їв їх.

Завдання «мандрівників» – за допомогою серії запитань з'ясувати, що для «людожера» важливіше за поїдання людей. Благання, прохання, залякування не діють на «людожера». Зрозумівши головне бажання «людожера», «мандрівники» придумують історію про те, що вони можуть виконати його заповітну мрію, але тільки в тому випадку, якщо залишаться живі.

Підсумки вправи: в ході обговорення учасники з'ясовують, хто проявив найбільшу лояльність і показав повну готовність до будь-яких поворотів в діалозі з упертим «людожером».

Висновки. З огляду на вищевикладене слід зазначити, що повномасштабне вторгнення РФ в Україну залишило глибокі шрами в туристичному бізнесі України. Але створюється новітня спадщина і

постконфліктний туризм. Україна володіє значним потенціалом розвитку туристичної галузі, та, врахувавши досвід розглянутих країн, може швидкими темпами відновлюватись та приймати туристів і в нагоді туристичній галузі тут буде антикризовий менеджмент.

Також, проблема застосування інноваційних технологій управління персоналом з точки зору забезпечення конкурентноспроможності підприємства є актуальною для підприємств сфери обслуговування у галузі туризму, адже джерелом їх конкурентних переваг є людський капітал, а саме: мотивація працівників щодо підвищення якості обслуговування туристів, набуття фахової багатoproфільності, суміщення функцій тощо. Безперечно коучинг є такою технологією. Застосування коучингу як з точки зору окремої особистості, так і з точки зору взагалі бізнесу сприятиме підвищенню рівня самостійності та відповідальності персоналу, формуванню вміння знаходити потрібні рішення у важких ситуаціях, здатності відкрити у собі нові можливості, а також створенню згуртованої робочої команди, виведенню на ринок нових продуктів і послуг, розвитку особистісного і корпоративного PR.

Література:

1. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <http://surl.li/gsqpl>.
2. Король О.Д., Крачило М.П. Менеджмент туризму: навч. посіб. Київ: Знання, 2009. 248 с.
3. Матукова Г.І. Антикризовий менеджмент: алгоритм підвищення конкурентноспроможності підприємства. URL: <http://surl.li/lvnql>.
4. Мустаца І.В. Проблеми розвитку туристичної галузі у період воєнного стану в Україні та шляхи удосконалення. URL: <http://surl.li/gxkre>.

5. Паньків Н.Є. Характеристика потенціалу екотуризму України в умовах війни. Креативний простір в Україні та світі: кол. моногр. Харків : СГ НТМ «Новий курс», 2022. С. 154-162.
6. Роїк О.Р., Недзвецька О.В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. URL: <http://surl.li/gxmlx>.
7. Сак Т. Еколого-економічні наслідки російсько-української війни URL: <http://surl.li/lvnsw>.
8. Тараненко Г.Г. Розвиток туризму в сучасних умовах: реалії та перспективи. URL: <http://surl.li/gxmny>.
9. Slow tourism: experiences and mobilities [Monograph]. Fullagar S., Markwell K. Channel View Publications. Bristol. UK. 2012. 233 p.
10. Tourism Risk Management. An Authoritative Guide to Managing Crises in Tourism. URL: <http://surl.li/dsmef>.
11. Бала Р.Д. Економічне оцінювання та розвиток коучингу на промислових підприємствах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.00.04. «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Львів, 2013. 26 с.
12. Голвей Тімоті У. Внутрішня гра в теніс. Київ: Альпіна Бізнес Букс, 1974. 252 с.
13. Гурієвська В. Коучинг як прикладна технологія державного управління. *Вісник Нац. акад. держ. упр. при Президентові України*. 2011. Вип. 1. С. 32-39.
14. Захарчин Г.М. Корпоративна культура: навч. посіб. Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2011. 317 с.
15. Лев Н.Ю. Моделі коучингу: характеристика та особливості застосування. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2012. № 727. С. 76-81.

16. Миколайчук І. Коучинг у системі управління персоналом. *Вісник КНТЕУ*. 2015. №4. С. 50-67.

17. Никифорак В.А. Коучинг як інструмент управління персоналом. URL: <http://surl.li/jmrjfb>.

18. Петровська І.Р. Підвищення ефективності управлінської діяльності керівника за допомогою коучингу. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. № 20. С. 158-161.

19. Рубінс М. 40 вправ для групового коучингу. URL: <http://surl.li/jqyhp>.

РОЗДІЛ 4.

ЕКОНОМІКА, ФІНАНСИ, СТАТИСТИКА В ТУРИЗМІ Й ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ

Вікторія Смесова
докт. екон. наук, професор,
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»,
м. Дніпро

ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА В СФЕРІ ЛІКУВАЛЬНО- ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: НАЯВНІ ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ТА ВИКЛИКИ

Актуальність теми дослідження. Україна характеризується значним потенціалом в сфері розвитку лікувально-оздоровчого туризму і рекреації. Якщо проводити аналіз географічних переваг України та природних ресурсів, які є в наявності на території нашої країни, то передусім необхідно зазначити, що Україна розташована в центрі Європи та знаходиться на межі західної та східної частини європейського континенту.

Також Україна багата природними ресурсами (47% природних лікувальних ресурсів в Європі сконцентровано в Україні), потужною інфраструктурною базою для оздоровлення, формування якої має історичні та культурні коріння. Для нашої країни є характерними достатньо м'які кліматичні умови, наявність мінеральних вод, лікувальних грязей, морів, озер, лісів, гір та багато чого іншого.

Все це є основою для розвитку лікувально-оздоровчого туризму на її території, який користується значною популярністю серед українців та

іноземних туристів. Особливо розвиток цього виду туризму є актуальним на сучасному етапі функціонування повоєнної економіки України, коли питання реабілітації, відновлення та лікування в українців виникає все частіше і частіше. Крім того, рекреаційні потреби туристів пов'язані з оздоровленням та відпочинком в екологічно чистих місцях.

Саме такі туристи все частіше шукають санаторії і курорти в регіонах, де є ліси або море, де є чисте повітря, оскільки дуже багато територій і регіонів України є забрудненими, і екологічна ситуація в них є катастрофічною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розробку і вирішення проблем розвитку і функціонування сфери туристично-рекреаційних послуг, а також лікувально-оздоровчого туризму зробили такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені як: Билим О.С., Галасюк С.С., Герасименко В.Г., Давиденко І. В., Дубінського С.В., Герд В. А., Нейздомінова С.Г, Михайлюк О. Л, та ін.

Разом з тим, проведений нами аналіз результатів їх досліджень та праць інших вчених свідчать про те, що у науковій літературі так і не склалося єдиного підходу до шляхів розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні, особливо на сучасному етапі функціонування, коли туристична діяльність здійснюється в умовах повоєнної економіки. Саме це є підставою для подальших досліджень у цій сфері та розробки практичних рекомендацій щодо подальшого розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні.

Метою роботи є обґрунтування сучасного стану, основних проблем і викликів у розвитку лікувально-оздоровчого туризму, розробка заходів туристичної політики у напрямі відновлення лікувально-оздоровчого туризму в повоєнній економіці України.

Виклад основного матеріалу. Лікувально-оздоровчий туризм – це

один із найбільш перспективних напрямків туризму в Україні. Однак відновлення і розвиток цього виду туризму необхідно здійснювати з урахуванням регіональних особливостей – наявності або відсутності певного виду природних ресурсів, транспортних шляхів та лікувальних закладів для проведення оздоровлення, фахівців медико-санітарної сфери тощо.

До проблем, що ускладнюють розвиток лікувально-оздоровчого туризму в окремих регіонах України, відносяться наступні:

1) недостатня розвиненість інфраструктури та відсутність модернізації об'єктів лікувальної і транспортної інфраструктури.

У багатьох регіонах України існує обмежена кількість баз відпочинку і лікувальних закладів, низька якість транспортних шляхів і розв'язок або взагалі відсутність транспортного сполучення, немає освітлення вулиць, готельно-ресторанних закладів та закладів дозвілля, а це є основними факторами, які мають чинниками, що негативно впливають на враження від відпочинку і визначають комфорт під час подорожі;

2) відсутність державної підтримки [1–2].

В Україні фактично не реалізуються основні напрями державної стратегії щодо розвитку лікувально-оздоровчого туризму, тому і фінансування з боку держави і громад є мінімальним або взагалі відсутнім.

Відповідно найбільшої популярності серед туристів набули регіони, які мають унікальні власні природно-лікувальні ресурси, функціонування і підтримка яких забезпечується за рахунок державного бюджету або за кошти місцевих громад. Цей фактор обумовлює монопольне становище цих регіонів на ринку внутрішнього туризму та можливості для їх подальшого розвитку;

3) Відсутність сприятливих економічних та безпекових умов для збільшення потоків туристів.

Несприятлива економічна ситуація в Україні і зростання цін на курортах часто роблять лікування недоступним для значної частини населення. Особливо ця проблема загострилася з початком війни в Україні, коли сформувався дефіцит енергоресурсів та значно підвищився рівень цін на них, відбулося знецінення національної грошової одиниці, рівень інфляції сягнув 26,67% на початок 2023 р., багато людей втратили житло, заощадження, майно та роботу. Ця проблема загострюється також у зв'язку з закритим небом над територією України, замінуванням та окупацією певних її регіонів, в яких знаходяться об'єкти лікувально-оздоровчого туризму;

4) недостатнє просування регіональних курортів серед іноземних туристів і відсутність реклами об'єктів лікувально-оздоровчого туризму за кордоном та в Україні.

Просування туристичних об'єктів лікувально-оздоровчої сфери в Україні практично не відбувається. Якщо закордонні курортні заклади проводять багато інформтурів, надають консультації щодо закладів, які можуть відвідати туристи для лікування певних хвороб, пропонують систему знижок і бонусів для туроператорів і туристів, то українські туроператори не мають такої інформації, досвіду і кваліфікованих фахівців, не знайомі з лікувальним профілем закладів.

Тому у кращому випадку в Україні самі лікувально-курортні заклади рекламують свої послуги на власному сайті.

Крім того, у порівнянні з курортами Європи та іншими розвиненими країнами світу рівень обслуговування туристів у санаторно-курортних закладах України, готелях і ресторанах залишає бажати кращого. Це пов'язане як з наявністю застарілого медичного обладнання, технологій оздоровлення та оздоровчих програм, так і з сервісом, що надають ці заклади;

5) недостатня кваліфікація лікарів та слабка медична база.

В Україні існує недостатньо кваліфікованих медичних кадрів, які зможуть працювати як у звичайному медичному закладі, так і у курортно-лікувальних закладах, де є своя специфіка та необхідність у спеціальних знаннях [3–4].

Крім того, рівень оплати праці лікарів у курортно-лікувальних закладах дуже низький, що відштовхує молодь та змушує їх отримувати освіту у медичній сфері та шукати роботу за кордоном, що зумовлює значний дефіцит трудових ресурсів у цій сфері та відток молодих спеціалістів в інші країни.

Таким чином, виявлені проблеми свідчать про необхідність втручання держави у вирішення проблем розвитку лікувально-оздоровчого туризму, що вимагає створення і реалізації комплексної програми розвитку вітальної та оздоровчої галузі як основи для формування галузі оздоровчого туризму.

Не зважаючи на наявність в Україні мінеральних і термальних джерел, лікувальних грязей, солоних озер, оздоровчих курортів, існує необхідність у розвитку санаторно-курортних організацій та реабілітаційних центрів, орієнтованих на впровадження інноваційних методик лікування і оздоровлення, що може привабити іноземних медичних туристів та внутрішніх туристів, для яких це питання сьогодні є вельми актуальним.

Однією з основних проблем, яка перешкоджає розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні, є недостатня розвиненість лікувально-оздоровчої інфраструктури. Для покращення ситуації у цьому напрямі необхідно:

1. Залучати іноземні та внутрішні інвестиції у модернізацію старих та будівництво нових об'єктів інфраструктури в різних регіонах України, у

тому числі у центральних та східних регіонах – санаторіїв, курортів, готелів зі спеціальною медичною базою, відновлювальних центрів, інших закладів розміщення поряд з ними, об'єктів, що надають послуги харчування та дозвілля.

2. Відновити старі або побудувати нові транспортні шляхи до лікувально-оздоровчих об'єктів, створити мережу підприємств, які надають послуги транспортування з метою забезпечення транспортної доступності до курортів.

2. Дотримуватися і надалі політики підтримання відносно низьких цін на послуги лікування та оздоровлення з орієнтацію на сегмент середнього класу, що дозволить залучити більшу кількість іноземних і внутрішніх туристів.

3. Розширити наявні та запровадити додаткові пакети медично-оздоровчих послуг, таких як проведення екскурсій та ознайомчих турів, відвідування місцевих пам'яток та визначних місць, послуг з психологічної підтримки та реабілітації, послуг в сфері краси та релаксу.

4. Розробити та впровадити стратегію просування вітчизняних лікувально-оздоровчих закладів та санаторно-курортних продуктів з метою залучення іноземних туристів в Україну, а також популяризації цих закладів серед українців. Одночасно це передбачає проведення рекламної кампанії найкращих курортів та лікувально-оздоровчих центрів, надання туроператорами інформації щодо оздоровчих і медичних профілів українських закладів, оздоровчих процедур та суб'єктів туристичної діяльності, які надають послуги в сфері лікувально-оздоровчого туризму.

5. Підвищити рівень і якість обслуговування у курортно-оздоровчих закладах, підприємствах готельно-ресторанного бізнесу та інших супутніх підприємствах. що позитивно відобразиться на туристичному бренді України. Це означає, що санаторно-курортний продукт повинен бути

таким, що сполучує в собі якісні лікувально-оздоровчі послуги, високоякісні послуги в сфері транспортування, розміщення і харчування, дозвілля та інформації [5].

Отже, для того, щоб лікувально-оздоровчий туризм розвивався, українським здравницям та іншим закладам лікувально-оздоровчого туризму потрібно здійснити ряд перетворень – реконструкцію (реставрацію) санаторних комплексів, модернізацію допоміжних основних фондів і приміщень, осучаснення умов для проживання туристів, оновлення медичного та санаторного обладнання, озеленення курортних територій, збільшення кількості медичного персоналу, покращення сервісу та розширення асортименту лікувально-оздоровчих послуг в оздоровчих та реабілітаційних комплексах.

Вітчизняні лікувально-оздоровчі заклади стануть більш привабливими для туристів тільки за умови їх осучаснення та оновлення.

Крім того, обов'язковим елементом закордонних лікувально-оздоровчих закладів є наявність розважальної програми для відвідувачів, екскурсії по горах, лісам та озерам, відвідування сільських садиб та екологічних місць тощо.

Саме за таких умов можна досягти рівня обслуговування, за якого турист буде задоволений лікуванням, туристським обслуговуванням та організацією самого тура, розважальною програмою, транспортною індустрією, харчуванням, якістю послуг проживання та інших послуг, що включаються в турпродукт.

Виходячи з отриманих нами результатів аналізу, можна зробити висновок, що розвиток лікувально-оздоровчого туризму в Україні вимагає комплексного підходу та вирішення ряду проблем.

Для успішної реалізації запропонованих заходів необхідна не тільки державна підтримка, але і підтримка з боку зовнішніх інвесторів. На

сучасному етапі потрібно звернути увагу на покращення інфраструктури, підвищення якості послуг, розробку ефективної маркетингової стратегії, підготовку висококваліфікованих кадрів в сфері лікувально-оздоровчого туризму, що дозволить Україні більш повно реалізувати власний потенціал у сфері надання лікувально-оздоровчих послуг та приваблювати більше туристів як на внутрішній, так і на зовнішній туристичний ринки.

База статистичної інформації Державної служби статистики України, на жаль, не відображає сучасних даних щодо потоків туристів за таким видом туризму як лікувально-оздоровчий та іншими, вибірка і статистичні збірки обмежуються 2020 роком.

На рис. 1 нами представлено кількість внутрішніх туристів за регіонами України, які були обслуговані у 2018-2020 рр. туроператорами та турагенствами [6].

Як демонструє інфографіка, найбільша частка туристів в сфері лікувально-оздоровчого туризму була зафіксована у Львівській, Запорізькій, Дніпропетровській, Харківській областях та у м. Київ.

При цьому кількість туристів у всіх цих областях значно впала у 2020 році – з початком пандемії COVID-19 та обмежувальними заходами щодо пересування та відвідування громадських місць.

Мінімальна кількість туристів за напрямом «лікувально-оздоровчий туризм» була зафіксована у Вінницькій, Тернопільській, Чернівецькій та у Чернігівській областях, в яких існує обмежена кількість санаторно-курортних закладів.

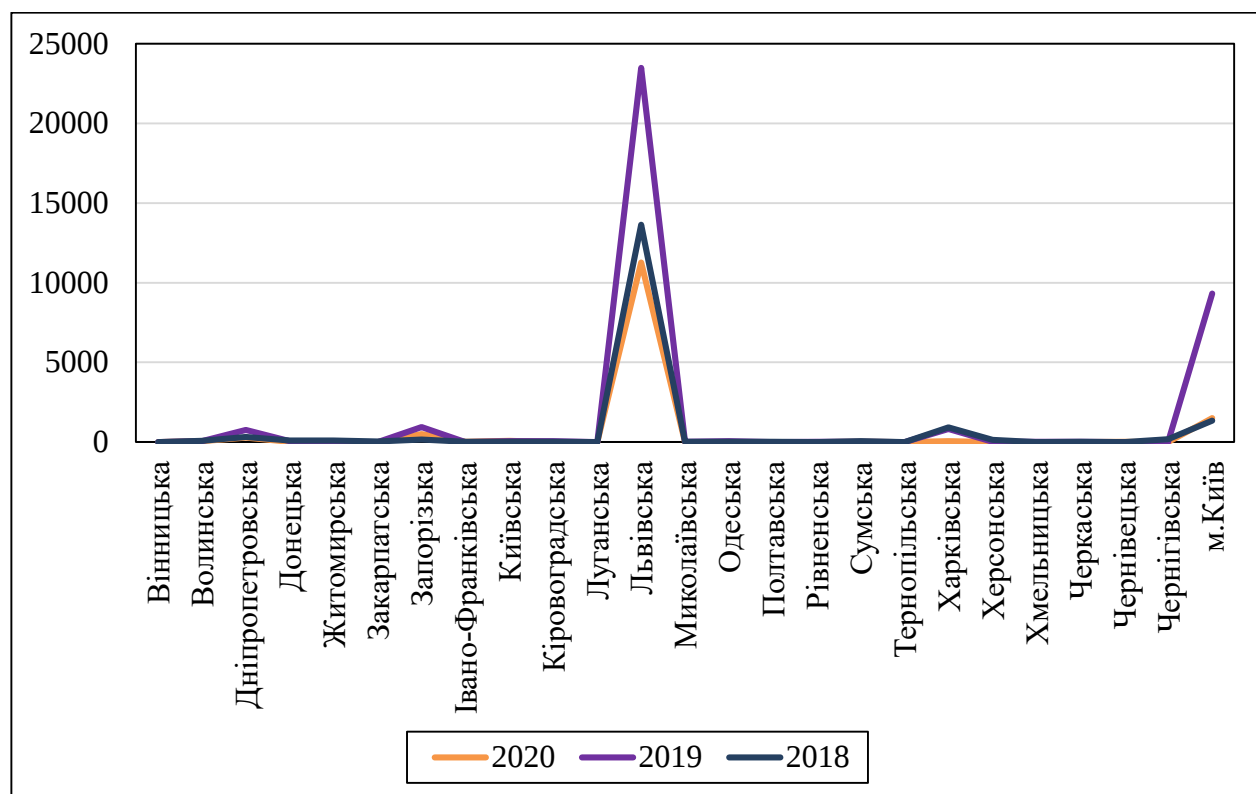


Рис. 1 Динаміка кількості внутрішніх туристів, що подорожували з метою лікувально-оздоровчого туризму у 2018-2020 рр. у регіонах України, осіб *

**Побудовано автором на основі [6].*

Проведемо порівняльний аналіз умов для розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні та деяких країнах Європи (Польщі, Чехії, Угорщині, Словаччині). Результати аналізу, представлені нами на рис. 2, свідчать про те, що Україна має високий рівень доходів від цього виду туризму, поступившись у цьому показнику тільки Польщі.

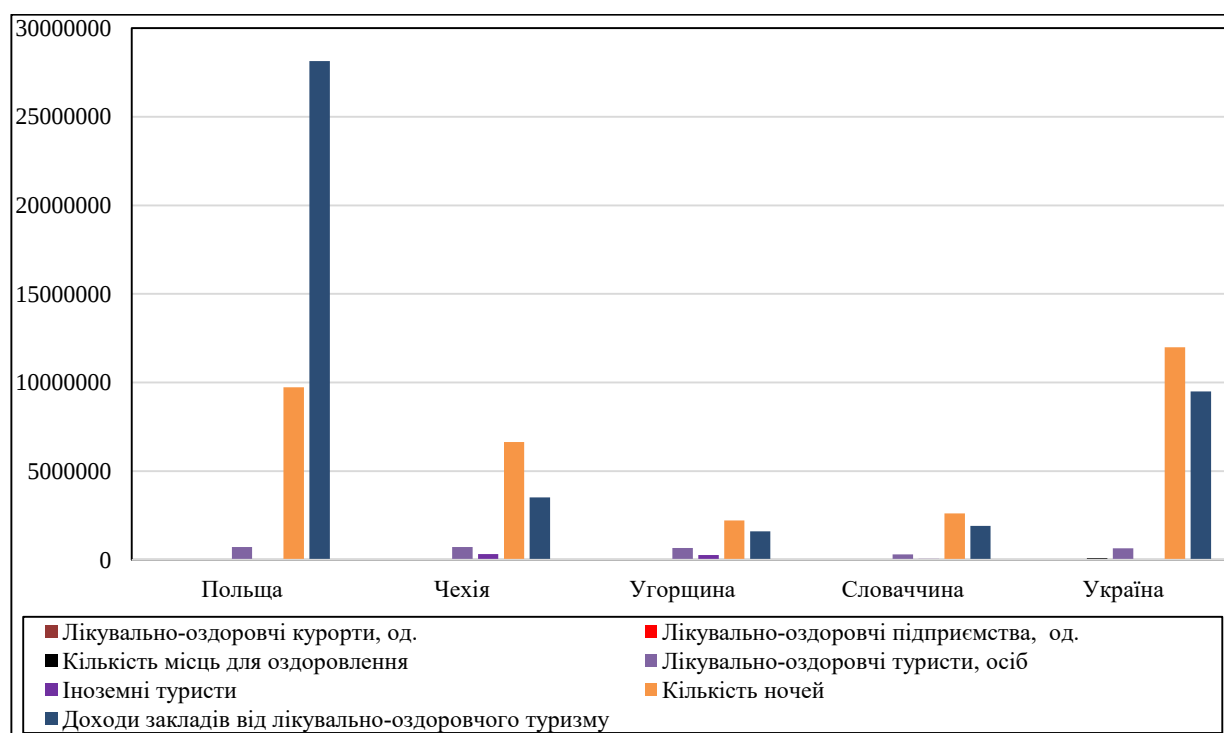


Рис. 2 Лікувально-оздоровчий туризм в Україні та європейських країнах у 2020 році *

**Побудовано автором на основі [6]*

Кількість ночей лікувально-оздоровчих туристів в Україні є найбільшою серед усіх країн, що порівнюються. На другому та третьому місцях за цим показником знаходяться відповідно Польща та Чехія.

За показниками доходів та кількості ночей лікувально-оздоровчих туристів найгірші позиції – в Угорщині.

Україна також була лідером за кількістю лікувально-оздоровчих курортів, яка складала 58 одиниць, у Польщі цей показник дорівнював 43 од, а у Чехії – 33 од. відповідно.

Кількість лікувально-оздоровчих підприємств була найбільшою в Україні та Польщі та становила у 2020 році 404 од. та 250 од. відповідно.

Найгірші показники Україна мала за показником кількості іноземних

туристів порівняно з іншими європейськими країнами, серед яких лідером є Чехія.

Таким чином, Україна має значний потенціал у розвитку лікувально-оздоровчого туризму і є лідером серед проаналізованих європейських країн за кількістю курортів та підприємств лікувально-оздоровчого типу, чисельністю туристів, які подорожують з метою оздоровлення, та кількості ночей. Одночасно існує необхідність у просуванні цього виду туризму на міжнародному туристичному ринку та залученні більшої кількості іноземних туристів на оздоровчі тури в Україні.

Одночасно перевагами розглянутих європейських країн є те, що фінансування лікувально-оздоровчого туризму в них здійснюється не тільки за рахунок власних коштів фізичних осіб, але і за рахунок державних фінансових засобів, коштів страхових фондів та фондів соціального забезпечення, що значно розширює можливості для розвитку цього виду туризму та збільшує його популярність [1].

Слабким місцем України є те, що переважна більшість населення відвідує заклади оздоровлення в якості туристів за рахунок власних заощаджень, які в умовах економічної повоєнної кризи є вкрай обмеженими. А, враховуючи інфляцію, підвищення вартості палива та відповідно вартості подорожування залізничним та автомобільним транспортом, лікувально-оздоровчий туризм з кожним роком стає все менш доступним. Особливо це стосується дітей, осіб з обмеженими можливостями, пенсіонерів, людей похилого віку.

Крім того, у зв'язку з війною в Україні спочатку значно обмежилося фінансування вартості путівок до лікувально-оздоровчих закладів Фондом соціального страхування України, який раніше пропонував цим категоріям населення пільгові путівки, оплату частки їх вартості, виплату компенсації за самостійне санаторно-курортне оздоровлення, а потім взагалі 01.01.2023

відбулася ліквідація цього фонду та передача цієї функції Пенсійному фонду України. Останній, на жаль, поки що практично не виконує дану функцію та скасував частину з раніше застосованих виплат [2].

Тому сьогодні фінансовий потенціал розвитку лікувально-оздоровчого туризму за рахунок державних фондів і програм, коштів громад та фізичних осіб значно обмежився.

З боку міжнародних фондів та організацій даний напрям туризму не розглядається в якості пріоритетів для фінансування, враховуючи більш нагальні потреби у зв'язку з війною. Однак у подальшому, коли закінчиться війна, цей вид туризму буде дуже востребуваним та буде мати фінансування за рахунок зовнішніх джерел.

Розглядаючи проблеми розвитку лікувально-оздоровчого туризму, не можна не вказати той факт, що самі туроператори і туристичні агентства не зацікавлені у продажу лікувально-оздоровчих турів в Україні.

Іноземні курорти і компанії пропонують українським туристичним підприємствам вигідні умови для реалізації саме іноземних санаторно-курортних путівок, надають значні знижки та привабливі умови для співпраці, передають повний пакет інформації про іноземні місця оздоровлення. Це стає стимулом для продажу саме іноземних туристичних продуктів в сфері лікувально-оздоровчого туризму, а не українських [1].

Крім того, більшість українських турагентів і туроператорів не мають відповідної кваліфікації, знань та іншої інформації для спрямування потенційних туристів за необхідним профілем лікування та оздоровлення, підбору особистих лікувальних або реабілітаційних турів.

Туристичний бізнес став сферою діяльністю, яка найбільш сильно постраждала під час війни. Ця сфера стикнулася з внутрішніми і зовнішніми викликами, які негативно впливали на її розвиток (рис. 3).

ВИКЛИКИ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ З ПОЧАТКОМ ВІЙНИ



Припинення туристичної діяльності
Обмеження здійснення валютних операцій
Ризики і невизначеність



Закрите небо
Небезпека для туристів та працівників туристичного бізнесу
Блокування і зміна транспортних шляхів, руйнування інфраструктури,
замінування територій



Евакуація працівників та вивіз людей за кордон
Волонтерство
Гуманітарні перевезення, розселення нужденних
Допомога ЗСУ

Рис 3. Основні виклики, з якими стикнулася туристична сфера з початком війни в Україні *

**Розроблено автором*

З початком війни діяльність туристичних підприємств в Україні призупинилася. Частина закладів повністю припинила своє функціонування, частина – зайнялася організацією евакуації українців та вивозом людей за кордон, волонтерством, гуманітарними перевезеннями, допомогою ЗСУ, розселенням усіх нужденних. Масово закривалися офіси та припинялася діяльність туристичних операторів [7].

Закрите небо, небезпека для туристів та працівників туристичного бізнесу, обмеження здійснення валютних операцій, інші ризики і невизначеність призвели до падіння підприємств туристичного сектору. В'їзний туризм був повністю паралізований, виїзний туризм базувався на перевезенні тимчасово переміщених осіб та біженців, внутрішній туризм був орієнтований на пропонуванні місць для розселення евакуйованих

людей [7].

Згодом туристична сфера почала поступово відновлювати свою діяльність, що характеризувалася такими новими тенденціями в її повоєнному розвитку (рис. 4).



Рис. 4. Нові тенденції у розвитку туристичної сфери в повоєнній економіці України *

**Розроблено автором*

З'явилися замовлення на організацію екскурсій, подорожей, бронювання квитків та готелів з боку українців, які опинилися за кордоном. Туристичні агенції працювали онлайн та за допомогою соціальних мереж, надавали як повний набір послуг, так і частину з них.

Влітку 2022 р. туристичний ринок дещо оживився – вже більше 1500 туристів замовили організацію подорожей, що було значно менше показників 2021 р. (96 тис. туристів), однак значно більше порівняно з

зимово-весняним сезоном, коли взагалі були відсутні будь-які замовлення. У 2022 р. частка суб'єктів-ФОП, які займалися туристичною діяльністю, скоротилася на 18%, а частка суб'єктів-юридичних осіб – відповідно на 14%. За даними ДАРТ надходження до дохідної частини Державного бюджету України від туристичної галузі скоротилися у 2022 році більше, ніж на 31% [7].

Обсяги податкових платежів у бюджет у 2022 р. порівняно з 2021 р. знизилися в 1,44 рази. Значно скоротилися надходження від діяльності туроператорів – на 35% порівняно з 2021 роком.

У 2023 році ці негативні тенденції продовжилися. І за підсумками першого півріччя 2023 р. обсяги податкових надходжень від туризму в Державний бюджет України впали на 29% відносно такого ж періоду у 2022 р. та на 39 % відносно 2021 року. І далі продовжується закриття підприємств туристичного сектору – кількість платників податків у цій галузі впала на 34% порівняно з 2022 роком та на 38% порівняно з 2021 роком [7].

Локальний туризм був сконцентрований у Львівській, Київській, Івано-Франківській областях, Закарпатті і одночасно різко скоротився в Одеській, Херсонській, Миколаївській областях та у м. Київ. Одночасно рівень завантаженості готелів складав приблизно 10-15 %. Більшість багатомісних готельних закладів працювали у збиток і були напівпорожніми.

Поряд із проблемами об'єктивного характеру, пов'язаними з неможливістю продовження нормального функціонування туристичної сфери в Україні, з'явився ряд супутніх проблем системного характеру, які обмежують розвиток цієї сфери економічної діяльності (рис. 5).

Так, однією з таких супутніх проблем туристичної галузі України став відтік кваліфікованих кадрів, що працювали в цій сфері, та їх

перекваліфікація. Частина працівників після переселення в інші області України або за кордон вже знайшла іншу роботу, проходить перенавчання та навряд чи повернеться до діяльності в сфері туризму.

З іншого боку, обмеження можливості діяльності туристичного сектору призвело до зниження попиту на освітні послуги в сфері туризму, скорочення студентів туристичних спеціальностей, а також кількості баз для проведення виробничої практики, програм проходження стажування та отримання практичного досвіду [7].

СУПУТНІ ПРОБЛЕМИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ



Рис. 5. Супутні проблеми і виклики для галузі туризму в Україні під час війни *

**Розроблено автором*

У повоєнному виїзному туризмі дуже сильно змінилася логістика – якщо раніше превалював авіатуризм, то тепер найбільшу частку у структурі подорожей займають автобусні тури з регіонів України до європейських країн або автобусні перевезення туристів до Молдови чи

Польщі з подальшим авіавильотом до кінцевої туристичної дестинації. Перший напрямок був дуже популярним серед українських туристів та організований оператором «JoinUp».

Багато хто з українців виїжджав влітку 2022 р. у Болгарію, де можна було знаходитися у безпеці та одночасно відпочити на морі чи на природі. Для тих, хто обирав виїзд з України до Польщі, існувала можливість організації авіаперельотів для українців за найбільш затребуваними напрямками – до Туреччини, Греції, Іспанії, Тунісу, Єгипту завдяки співпраці українських туристичних компаній з польським туроператором «Rainbow Tours» [7].

Одночасно з цим суміжна галузь – готельно-ресторанна – також стикнулася з рядом проблем функціонування в умовах повоєнної економіки (рис. 6).

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СФЕРА

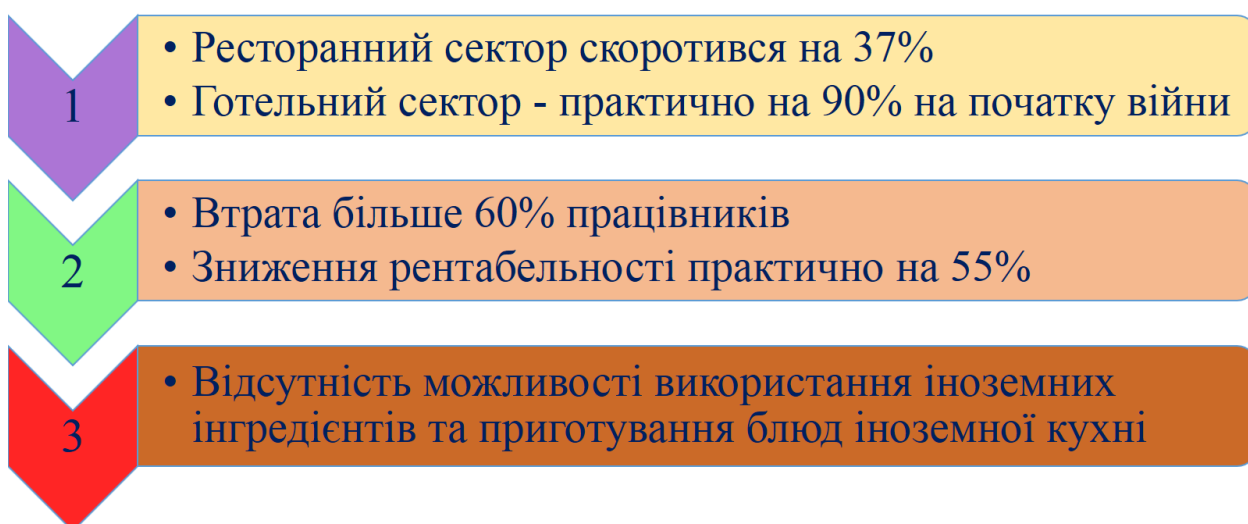


Рис. 6. Проблеми функціонування готельно-ресторанної справи в Україні у зв'язку з війною*

**Розроблено автором*

Це закриття більшості готельних закладів на початку війни та припинення діяльності більше третини ресторанних закладів України.

Ще однією зі значних проблем стала втрата працівників цього сектору економіки та зниження рентабельності цього виду економічної діяльності у зв'язку з окупацією територій, евакуацією людей в інші країни світу, порушенням економічних і логістичних зв'язків, інфляцією та енергетичною кризою.

Ресторанні заклади стикнулися з проблемою імпорту – неможливістю забезпечити вчасність доставки іноземних інгредієнтів та свіжість продукції, виготовленої з імпортою сировини.

Крім того, це значний відтік заможних людей за кордон і, як наслідок, – зменшення кількості людей, які потенційно можуть відвідувати ресторанні заклади, невідповідність фінансового становища населення, яке залишилося в Україні, ціннику в ресторанних закладах, а, отже, суттєве зниження відвідуваності та рівня ексклюзивності тих блюд, які подаються в ресторанах.

Поряд із цим готельно-ресторанні заклади швидко адаптувалися до реалій воєнної економіки.

Не зважаючи на те, що ресторанний сектор скоротився на 37%, а готельний практично на 90% на початку війни, втратив більше 60% працівників, знизив рентабельність практично на 55%, він продовжує свою роботу [7].

Для сучасного етапу розвитку готельно-ресторанної сфери є характерними такі тенденції розвитку сфери гостинності (рис. 7).

НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОМПАНІЙ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

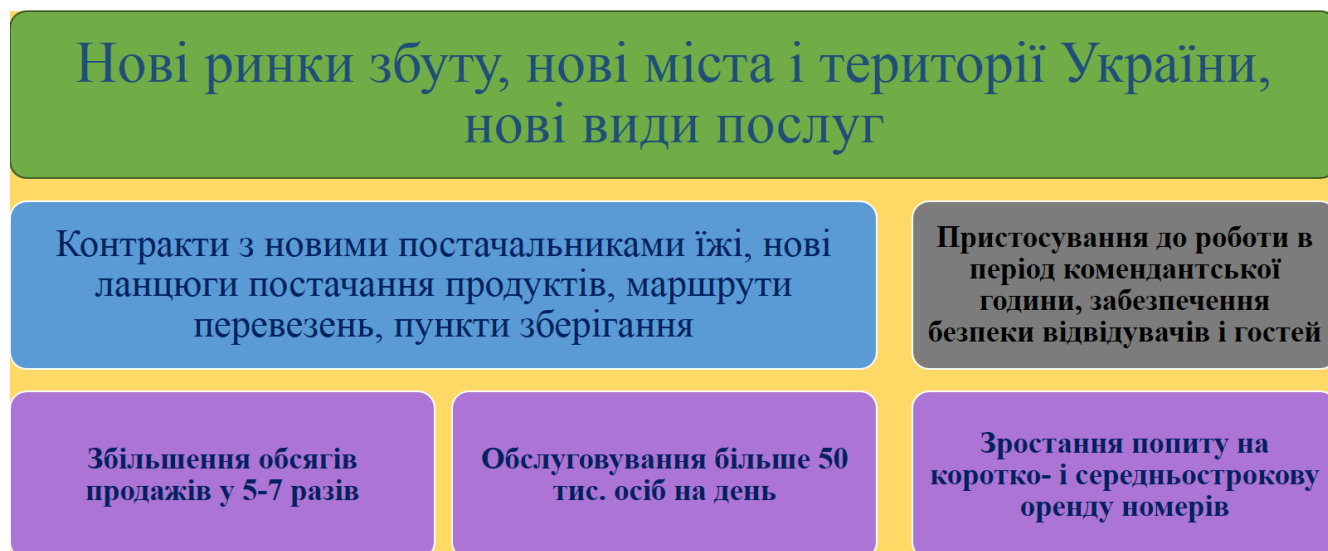


Рис. 7 Нові тенденції у розвитку підприємств сфери гостинності у повоєнній економіці України *

**Розроблено автором*

Так, згідно досліджень USAID компанії сфери гостинності освоюють нові ринки збуту, заключають контракти з новими постачальниками їжі, формують нові ланцюги постачання продуктів, маршрути перевезень, пункти зберігання, освоюють нові види послуг, пристосовуються до реалій роботи в період комендантської години і необхідності забезпечення безпеки відвідувачів і гостей.

Завдяки цьому з'явилися заклади громадського харчування, які збільшили обсяги продажів у 5-7 разів та забезпечували обслуговування більше 50 тис. осіб на день.

Заклади розміщення приймали тимчасово переміщених осіб, військових, цілі компанії, що переїжджали з інших територій, в результаті

чого обсяги фінансових коштів від туристичного збору зросли на 32% порівняно з 2021 р.

Особливо це стосувалося закладів, розташованих на Заході України, які користувалися значною популярністю [7].

Одночасно готелі у південних та центральних областях України, що працюють на прийом туристів у літній період, надають санаторно-лікувальні послуги, мали рівень завантаженості не більше 15-25%.

У цілому надходження до бюджету України від готельно-ресторанного сектору зросли і склали більше 470 млн грн у 2022 р.

На сучасному етапі розвитку сфера гостинності може поступово відновити своє нормальне функціонування, що є можливим за рахунок громадської діяльності та фінансової допомоги з боку міжнародних організацій та інвесторів (рис. 8).

І певні кроки на цьому шляху вже зроблено.

Так, суттєву підтримку заклади харчування і розміщення отримали завдяки діяльності державних організацій та іноземних фандрайзингових платформ, донатам українців та іноземних громадян.

З іншого боку – за рахунок участі ресторанних закладів у волонтерському русі, а також у програмах міжнародної ініціативи World Central Kitchen ресторани-учасники не тільки змогли налагодити своє нормальне функціонування, але і допомагали ЗСУ, тероборонівцям, а також тимчасово переміщеним особам.



Рис. 8. Сучасні реалії розвитку сфери гостинності в Україні *

**Розроблено автором*

Готельний сектор значну підтримку отримав завдяки діяльності міжнародних організацій (USAID, ООН), громадській діяльності ДАРТ та Міністерства культури та інформаційної політики України, які ініціювали проведення акції «пожертвованого бронювання» готельних номерів, які підтримали діяльність цих закладів та дозволили усім нужденним отримати тимчасове місце для проживання. За допомогою фінансування оренди житла цими організаціями та донатів українців кожен із переміщених осіб, хто потребував тимчасове житло, міг перебувати у готелях [7].

Завдяки цієї акції було профінансовано перебування багатьох людей із окупованих територій та евакуйованих людей у нормальних життєвих

умовах та надано тимчасове житло всім нужденним особам.

Таким чином, воєнні реалії обумовили появу нових наслідків і тенденцій розвитку туристичного і готельно-ресторанного секторів економіки України, які значно скоротили свою діяльність, однак продовжують функціонувати та вимагають підтримки з боку держави, міжнародних організацій та інвесторів.

Вихід із кризи та пожвавлення туристичної і готельно-ресторанної діяльності в Україні вимагають безпечних умов для туризму, більш стабільної економічної ситуації, інвестиційної підтримки за рахунок зовнішніх джерел фінансування, впровадження спеціальних програм розвитку туризму на території України.

Вирішення цієї проблеми є дуже важливим, враховуючи високий рівень доходу туристичної галузі, а також впливу рівня її розвитку на ВВП країни. Як відомо, світовий мультиплікатор туристичної галузі складає 3,2 [8].

Цей показник значно перевищує мультиплікатори сільського господарства, зв'язку, фінансового сектору, добувної промисловості і уступає тільки автомобілебудуванню та хімічній промисловості. Відповідно приріст ВВП від вкладених інвестицій у туристичний сектор дорівнюватиме у пропорції 3,2 : 1, а їх відсутність – навпаки – негативно вплине як на основні макроекономічні показники країн світу, так і на внесок суміжних з туризмом галузей (транспорту, готельно-ресторанного сектору тощо) у ВВП [8].

Крім того, значно зменшаться обсяги місцевих доходів, які залишать туристи у бюджеті тих територій, які вони відвідують, або витратять на купівлю товарів та послуг, а також обсяг податків, які сплатять підприємства сфери гостинності у бюджет. Згідно даних Всесвітньої туристичної організації близько 91% витрат туристів залишається у

бюджеті, і тільки 9% їх витрат ввозиться у вигляді імпорту.

Одночасно з цим частка утриманих витрат на туризм є значно більшою, ніж у галузях промисловості – таких як гірничодобувній, автомобілебудівній, хімічній галузях.

Тому Україні вкрай необхідно сприяти відновленню цієї галузі економіки та стимулювати її подальший розвиток.

На сьогоднішній день в Україні поступово відновлюється внутрішній туризм на тих територіях, де можна забезпечити безпеку та якість обслуговування туристів, однак міжнародний туризм по факту є замороженим у зв'язку з закритим небом та порушенням логістичних зв'язків.

Тенденція скорочення в'їзних туристичних потоків почалася ще з 2014 року через військову агресію росії та загострення ситуації на сході України. А 24 лютого 2022 року почалася повномасштабна війна в Україні, унаслідок якої знищується туристична інфраструктура, туристичні об'єкти і пам'ятки, гине мирне населення, руйнуються історичні місця, мінуються природні масиви, що завдає великої шкоди екології та туризму в Україні [9].

Загострилася проблема забезпечення безпеки туристів через постійні обстріли українських міст, руйнування об'єктів критичної інфраструктури, гуманітарну катастрофу, неможливість дістатися до міст, які перебувають у сірій зоні чи окупації. Знищення підстанцій та ліній електропередач, неможливість здійснення газо- і водопостачання, відсутність зв'язку та інтернету також становлять небезпеку для іноземних туристів, негативно впливають на бажання іноземних туристів відвідувати Україну, де ведуться активні бойові дії, та підривають її туристичний імідж.

Крім того, щодня Україна зазнає великих економічних збитків, витрачаючи на ведення війни мільярди \$ США, що негативно позначається

на її економічному становищі та обсягах фінансових коштів, які можна було б потенційно використати для відновлення лікувально-оздоровчого туризму.

Унаслідок зовнішньої агресії проти України зросла кількість постраждалих під час війни – як військових, так і цивільних. Їм потрібно кваліфіковане лікування, реабілітація, відновлення фізичного та/або психоемоційного стану.

Саме тому на даному етапі та в майбутньому розвиток лікувально-оздоровчого туризму в Україні матиме все більшу актуальність. При цьому лікувально-оздоровчий туризм може бути орієнтований одночасно на внутрішніх туристів та іноземних, задовольняти рекреаційні потреби як громадян і військових, що постраждали під час війни, так і всіх інших – звичайних українських та іноземних туристів.

Результати аналізу робіт вчених-економістів дають нам підстави для виділення ряду факторів, що негативно впливають на відновлення, функціонування та розвиток лікувально-оздоровчого туризму в Україні [8]:

1) економічні фактори – наявність економічної кризи, інфляції, знецінення курсу національної валюти, підвищення відсоткової ставки, збільшення витрат на одиницю продукції, закриття багатьох підприємств, низькі доходи громадян, високі ціни, нестабільність економічного розвитку, роблять нашу країну непривабливою з одного боку для іноземних інвесторів, які за таких умов не бажають відкривати туристичні підприємства на території України, а, з іншого боку – для туристів, оскільки формують негативний імідж країни в очах її потенційних відвідувачів;

2) інфраструктурні фактори – поганий стан транспортних шляхів або взагалі повна їх відсутність, важка логістика та черги при перетину кордону, зменшення кількості засобів розміщення, харчування та розваг

для туристів в Україні у зв'язку з окупацією певних територій та руйнуванням багатьох об'єктів туристичної інфраструктури;

3) етносоціальні фактори – йдеться про демографічну кризу в Україні у зв'язку з виїздом багатьох українців за кордон або тимчасовим переміщенням громадян на інші території України, а, отже, збільшення міграційних процесів, а також про урбанізацію, втрату частиною населення житла, роботи, заощаджень, соціальну трансформацію тощо;

4) фактори туристичного попиту, що дозволяють визначити поточні і майбутні, внутрішні та глобальні потреби туристів, а також особливості їх задоволення під час обслуговування;

5) фактори історичного розвитку туризму, які дозволяють визначити тривалість, інтенсивність та етапність освоєння територій туристами;

6) адміністративно-управлінські фактори, які пов'язані з недосконалістю українського законодавства в секторі туризму, структурою адміністративного управління, туристично-рекреаційною діяльністю територій;

7) інформативні фактори, пов'язані насамперед з відсутністю повної інформації про Україну у зарубіжних туристів та негативним туристичним іміджем України під час війни;

8) фактори інноваційно-ділової ініціативи, яка на сьогоднішньому етапі функціонування туристичних підприємств в умовах повоєнної економіки практично відсутня, що гальмує створення комплексу нових туристично-рекреаційних програм, нової спеціалізованої інфраструктури, нових DESTINACIЙ для лікувально-оздоровчого туризму;

9) фактори освітньо-кадрового забезпечення. На сьогоднішній день в Україні існує проблема з високоякісними спеціалістами в сфері лікувально-оздоровчого туризму, недостатньо розвинута профільна початкова, середня, вища освіта, що потребує підвищення якості

підготовки здобувачів спеціальної та вищої освіти, а також удосконалення систем підвищення кваліфікації спеціалістів в сфері туризму, необхідний резерв кадрів та трудових ресурсів тощо [8].

Виходячи з цього, потрібно наголосити на важливості реалізації задач, стратегічних напрямів та дорожньої карти Стратегії розвитку туризму і курортів України на період до 2026 року у таких напрямках як: створення сприятливих умов, а також зон розвитку лікувально-оздоровчого туризму, розробки конкурентоспроможних туристичних продуктів, ефективного та збалансованого використання рекреаційних та лікувальних ресурсів у туристичній галузі України, а також моніторингу їх стану, формування Державного кадастру природних лікувальних ресурсів [10].

Це необхідно здійснити з метою стимулювання притоку зовнішніх та внутрішніх інвестицій у розвиток лікувально-оздоровчого туризму та туристичної галузі в цілому на основі формування сприятливого інвестиційного клімату, впровадження податкових і митних стимулів, гармонізації порядку проведення валютних операцій, удосконалення законодавства.

Крім того, потребує вирішення проблема незадовільного стану лікувально-оздоровчої інфраструктури в Україні, оскільки протягом багатьох років державою та приватним сектором не вкладалися інвестиційні ресурси в модернізацію та оновлення рекреаційної інфраструктури в цілому та лікувально-оздоровчої сфери зокрема відповідно до вимог міжнародних стандартів обслуговування туристів.

І сьогодні вирішення цієї проблеми є нагальним і необхідним, однак вимагає пошуку необхідних інвестиційних можливостей та ресурсів, оскільки війна в Україні призвела до окупації окремих рекреаційних територій, викрадення сучасного обладнання, мінування і руйнування

об'єктів рекреаційної інфраструктури. Тому необхідно отримувати міжнародні гранти та фінансову допомогу саме для відновлення лікувально-оздоровчої інфраструктури та спрямовувати інвестиційні кошти на її модернізацію відповідно до міжнародних стандартів, що одночасно стане запорукою для приваблення іноземних туристів в Україну [9].

Стратегічне управління розвитком лікувально-оздоровчого туризму в Україні потребує комплексного та спільного підходу, який враховує вищезазначені особливості. Завдяки цьому Україна може зарекомендувати себе як конкурентоспроможний учасник ринку лікувально-оздоровчого туризму та залучити більше туристів з усього світу.

Як відомо, незалежно від того, яка ситуація існує у країні, туризм є важливою галуззю для розвитку внутрішньої економіки та сприяє поглибленню економічних зв'язків з іншими країнами світу. Тому навіть в умовах повоєнної економіки дуже важливо розробляти стратегічні програми розвитку лікувально-оздоровчого туризму як на рівні держави, так і на міжнародному рівні – спільно з міжнародними організаціями.

Однією з переваг туризму є його внутрішній потенціал для економічного зростання. Розвиток лікувально-оздоровчого туризму буде стимулювати створення нових робочих місць, сприяти розширенню підприємницької діяльності, залученню інвестицій та розвитку інфраструктури.

Це особливо важливо в умовах війни, коли економіка України зазнає великих втрат. Розвиток цього виду туризму може сприяти економічному відновленню та зміцненню стабільності в економіці нашої країни.

Крім того, лікувально-оздоровчий туризм має потенціал для поглиблення міжнародних відносин. Він сприяє зближенню культур, обміну досвідом та спорідненості народів різних країн світу. Крім того,

міжнародні туристичні програми, спільно розроблені державою та міжнародними організаціями, можуть сприяти вирішенню політичних питань шляхом зміцнення діалогу та співпраці між ними [11].

Наприклад, в рамках таких стратегічних програм можна розробити міжнародні маршрути, які охоплюють Україну, що зазнає війну. Це буде викликати бажання іноземних туристів відвідати нашу країну, допоможе підтримати місцеве населення за рахунок збільшення витрат туристів та сформує відповідну суспільну думку про необхідність припинення війни в Україні на міжнародному рівні. Такі програми можуть включати також заходи, спрямовані на підтримку та розвиток лікувально-оздоровчої туристичної інфраструктури, а також програми навчання місцевих жителів щодо відкриття бізнесу в сфері гостинності.

Однак при цьому необхідно пам'ятати, що розвиток туризму в умовах воєнного конфлікту має свої особливості та потребує обережного підходу. Важливо забезпечити безпеку туристів, враховуючи особливості воєнної ситуації. Також потрібно враховувати потенційні соціально-економічні та екологічні наслідки туризму та ризики в обслуговуванні туристів у цій сфері та вжити відповідні заходи для їх мінімізації.

В результаті реалізації запропонованих рекомендацій розвиток лікувально-оздоровчого туризму, незважаючи на війну, може чинити позитивний вплив на економіку та міжнародні економічні відносини.

Розробка стратегічних програм розвитку цього виду туризму, залучення міжнародних організацій та ефективне управління цим процесом можуть сприяти покращенню економічної ситуації в повоєнній економіці України, яка зазнає значних втрат у зв'язку з війною, а також сприяти зміцненню співпраці між країнами-союзниками.

За результатами оцінювання вчених-економістів збитки лікувально-рекреаційної сфери та довкілля від ведення війни на території України вже

становлять 1,35 трильйона гривень, зокрема:

- 1) забруднено небезпечними речовинами близько 183 тис. м² ґрунту, засмічено 2,3 млн. м² землі;
- 2) 23,3 тис. га. спалених лісів, деякі з них втрачені назавжди;
- 3) 200 тис. км² території потребують розмінування;
- 4) зайнято та пошкоджено 8 заповідників, 10 національних природних парків, а також 2200 родовищ енергетичних ресурсів, металів і корисних копалин (зокрема, вартість пошкоджень складає не менше 12,4 трлн \$ США) [9].

Серед основних територій, які потенційно можна розглядати в якості осередків розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні можна виділити, по-перше, курорти Карпат.

Карпати є прекрасним місцем для відпочинку та оздоровлення завдяки своєму гірському клімату, лікувальним джерелам та мінеральним водам. Вони розташовані в західній частині України та охоплюють території декількох областей, зокрема, Закарпатської, Львівської, Івано-Франківської та Чернівецької.

У Карпатському регіоні є багато санаторіїв та курортів, які пропонують різноманітні процедури для лікування та оздоровлення, а також відновлювальних реабілітаційних програм. Один з головних чинників, що приваблює відпочиваючих, – це гірський клімат. Чисте повітря, низька вологість, насиченість йодом та мікроелементами роблять його корисним для дихальної системи, підвищують імунітет та загальний стан організму.

Бальнеологічні процедури є ще однією перевагою Карпатських курортів. Ці процедури проводяться з використанням мінеральних вод та лікувальних грязей.

Карпатські мінеральні джерела, наприклад, термальні води, гірські

мінеральні джерела та джерела середовища лікування, використовуються для ванн, гідротерапії, питного курсу лікування та інших процедур. Їх вживання та застосування для лікування сприяють поліпшенню кровообігу, оздоровленню нервової системи, опорно-рухового апарату та загального самопочуття.

Серед міст-курортів цього регіону слід виділити:

1. Яремче (Івано-Франківська область) – це відомий гірський курорт з чистим повітрям, карпатськими лісами та гірськолижними курортами. Тут також є джерела мінеральної води та лікувальні санаторії [12].

2. Трускавець (Львівська область) – відомий своїми мінеральними джерелами, які мають цілющі властивості. У цьому курортному місті є численні санаторії, готелі та лікувальні заклади.

3. Моршин (Львівська область) – також славиться своїми мінеральними джерелами та санаторіями. Досить часто тут лікуються захворювання шлунково-кишкового тракту [13].

4. Кременчук (Полтавська область) – відоме місто-курорт, де розташовані мінеральні джерела та лікувально-оздоровчі заклади. Лікування у Кременчуку спрямоване на відновлення функцій органів руху, серцево-судинної та нервової систем [12].

5. Хмільник (Вінницька область) – це місто, де розташовані лікувальні джерела і санаторії. Хмільник славиться своєю мінеральною водою та можливістю проходити лікування захворювань сечовидільної системи та шлунково-кишкового тракту [15].

Ці міста-курорти пропонують різноманітні лікувальні процедури та мають розвинуту інфраструктуру для туристів, які шукають відпочинок та програми для покращення здоров'я. Кожен із цих курортів має свої особливості та унікальні лікувальні можливості.

Найвідоміші рекреаційні курорти західної України продовжують працювати і це дозволяє не тільки підтримувати економіку України, але і також надавати фізичну та емоційну допомогу учасникам бойових дій та звичайним українцям, які постраждалим під час війни.

Так, з початку війни росії проти України санаторії Східниці були зайняті переселенцями, що виїхали з небезпечних територій, спасаючись від війни. Пізніше ситуація покращилася, і більшість біженців змінили місця тимчасового перебування або повернулася у рідні міста.

Однак, не зважаючи на всі вказані виклики, з якими стикнувся туризм в Україні з початком війни, Моршин так само запрошує туристів і тих, хто прагне покращити своє здоров'я, до себе Найпопулярніші місця та бальнеолікарня продовжують працювати без змін. Крім того, більшість туристичних послуг залишається доступною та відкритою для всіх.

У Трускавці туристичний сезон було відкрито 1 червня 2022 року. З лютого 2022 р. частина місць для розміщення туристів перетворилася у приймальні заклади, волонтерські центри та пункти розміщення для багатьох внутрішньо переміщених осіб з різних частин України, тому вони не могли працювати на повну потужність як звичайні туристичні заклади. Певна частка оздоровчих закладів була перепрофільована під центри надання медичної допомоги українським бійцям та пораненим у результаті дій окупантів [15].

Крім карпатських курортів, потенціал розвитку лікувально-оздоровчого туризму є у Чорноморських курортів. Українське узбережжя Чорного моря відоме своїми піщаними пляжами та м'яким кліматом. Багато курортів тут пропонують лікувальні процедури на основі морських ресурсів, таких як морські води, грязі та морські водорості. Лікувальні курорти Одеси, Херсонської та Запорізької областей є дуже популярними серед відпочиваючих.

Україна має багатий природний потенціал, включаючи заповідники, національні парки та природні резервати. Багато людей шукають можливості відпочити в мальовничих місцях, де можна насолодитися чистим повітрям, природними ландшафтами та активним відпочинком. Такі місця, як Карпати, Кримські гори, Полісся та Карачуново-Дніпровський ландшафтний заказник, приваблюють любителів екологічного туризму та мають лікувально-оздоровчий ефект [16].

Україна має багато природних ресурсів, які можна використати для розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Серед них свою нішу займають лікувальні грязі та мінеральні води, що використовуються для проведення бальнеологічних процедур. Серед найвідоміших курортів, що спеціалізуються на проведенні бальнеологічних процедур, можна назвати Трускавець, Моршин, Миргород, Східницю та Шацькі озера. У цих регіонах розташовані лікувальні джерела, джерела мінеральних вод, санаторії, обладнання та засоби для виготовлення лікувальних грязей.

Мінеральні води, які видобуваються на цих курортах, мають різний хімічний склад та чинять корисний вплив на організм людини.

Вони можуть бути використані для внутрішнього вживання, наприклад, при прийомі водних курсів питної мінеральної води, в ароматерапії або для зовнішнього застосування, наприклад, при ванних процедурах, душах або при проведенні інших водних процедур [17].

Лікувальні грязі також є важливою складовою бальнеологічного лікування. Вони містять багато корисних мінералів та органічних речовин, які можуть чинити лікувальний вплив на організм. Грязі використовуються для приготування аплікацій, обгортань, грязевих ванн та інших процедур, які можуть допомогти в лікуванні захворювань опорно-рухового апарату, шлунково-кишкового тракту, дихальних шляхів та інших проблем.

Ці курорти не тільки пропонують бальнеологічне лікування, але

також мають зручну інфраструктуру, забезпечують комфортне надання послуг, мають сучасні готелі, санаторії та інші установи, що забезпечують якісне медичне обслуговування та відпочинок для відвідувачів.

Крім того, необхідно окремо сказати про медичні спа-курорти. Україна має курорти, що спеціалізуються на медичних процедурах та спа-терапії. Один із найвідоміших таких курортів – Трускавець. Цей курорт розташований у Львівській області.

Трускавець славиться своїми мінеральними джерелами та лікувальною базою, які використовуються для реабілітації та відновлення здоров'я.

На курорті Трускавець проводяться різноманітні процедури, спрямовані на поліпшення фізичного та психічного стану людини.

Основні методи лікування та спа-терапії, доступні на цьому курорті, включають:

- 1) Гідротерапію, зокрема, ванни з мінеральною водою, гідромасаж, гальванічні процедури;
- 2) Лікувальний масаж, а саме, класичний масаж, антицелюлітний масаж, лімфодренажний масаж та інші види масажу, спрямовані на поліпшення кровообігу та зняття напруги;
- 3) Фізіотерапію: лікування за допомогою фізичних факторів, таких як ультразвукова терапія, електрофорез, індуктотерапія тощо;
- 4) Лікувальне харчування. На курорті Трускавець туристам часто надають можливість вибрати спеціальні дієти, які підходять для покращення стану здоров'я, різноманітні оздоровлюючі процедури та спа-програми;
- 5) Інші процедури, зокрема, аеротерапію, лікування з використанням природних лікувальних факторів (мінеральні води, грязь), косметологічні процедури тощо.

Крім Трускавця в Україні є й інші курорти, де також пропонуються медичні процедури та спа-терапія. Серед них потрібно назвати Моршин, Східницю, Тернопільські курорти, курорти Закарпаття та інші.

Кожен з цих курортів має свої особливості та спеціалізацію, але загалом їх об'єднує прагнення надати процедури в сфері лікування та відпочинку, сприяючи відновленню організму людини, оздоровленню та її відпочинку.

Окремо слід сказати про медитаційний туризм та йога-ретрити.

В Україні все більшою популярністю користуються лікувально-оздоровчі програми в формі ретритів та інших відновлювальних заходів, заснованих на використанні медитації, йоги, психологічної підтримки людини. Такі мальовничі українські місця як Карпати, Крим, регіони біля річки Дніпро мають безлюдні та природні осередки, які характеризуються як найбільш сприятливе середовище для зосередження, відновлення енергії та оновлення психологічного стану людини [19].

Лікувально-оздоровчий туризм в Україні має свою спеціалізацію не тільки за напрямками лікування, але і за віком відпочиваючих.

Так, в Україні одним з напрямків розвитку лікувально-оздоровчого туризму є дитячий. У багатьох регіонах України функціонують спеціалізовані дитячі санаторії та курорти, які пропонують широкий спектр медичних послуг для дітей з хронічними захворюваннями, а також процедур для реабілітаційних потреб.

Серед основних процедур, доступних для дітей у дитячих курортах і санаторіях, слід виділити фізіотерапію, бальнеологію (лікування мінеральними водами), масажі, апаратні методи лікування, лікувальну гімнастику та інші. Ці процедури спрямовані на поліпшення стану здоров'я дитини, зміцнення імунітету, покращення функцій органів та систем організму.

Крім лікувальних процедур дитячі санаторії організовують та проводять оздоровчі і розвиваючі заняття для дітей, такі як роботу спортивних секцій, виконання фізичних вправ, реабілітаційних тренувань, заняття з логопедом, музичну терапію та інші активності, спрямовані на покращення розвитку дитини [19].

Зазначені напрямки розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні забезпечують відновлення здоров'я туристів, надають можливості для відпочинку та реабілітації людей. Регіони України повинні розширювати свою інфраструктуру, покращувати якість лікувально-оздоровчих послуг та просувати свої унікальні лікувальні та природні ресурси для залучення на курорти більшої кількості українських та іноземних туристів.

Висновок. Таким чином, в Україні існує значний потенціал для розвитку лікувально-оздоровчого туризму, однак його реалізації перешкоджають об'єктивні проблеми, пов'язані з війною, економічною кризою, неможливістю забезпечити безпеку туристам, обмеженнями у пересуванні та відсутності нормально функціонуючої системи транспорту, застарілим обладнанням та інфраструктурою.

З метою вирішення зазначених проблем існує необхідність у залученні інвестиційних коштів внутрішніх та зовнішніх інвесторів, міжнародних організацій, грантів і фінансової допомоги, що дозволить реалізувати стратегічні плани в сфері відновлення лікувально-оздоровчого комплексу України та покращити ситуацію у туристичному секторі в цілому. Велику роль при цьому відіграватиме реалізація державою основних напрямів Стратегії розвитку туризму і курортів України на період до 2026 року в сфері лікувально-оздоровчого і рекреаційного туризму, а також приватна ініціатива підприємств сфери гостинності.

Література:

- 1.Смєсова В.Л., Ключник Р.М., Кожушко С.П. Основні виклики розвитку туризму: спроба класифікації. *Академічний огляд*. 2023. №2(59). С. 298–307. DOI: 10.32342/2074-5354-2023-2-59-20.
- 2.Смєсова В.Л., Мясоїд Г.І., Лежнєва Т.М. Економіко-правові аспекти організації туристичної діяльності в Україні. *Економіка. Фінанси. Право*.2022. №1. С. 9–14. doI: <https://doi.org/10.37634/efp.2022.1.2>.
- 3.Пилипенко Г.М., Смєсова В.Л., Безугла Л.С., Бондаренко Л.А. Теоретико-методологічні аспекти визначення якості послуг у туристичному бізнесі. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2023. №1. С. 150 –157. <https://doi.org/10.33271/ebdut/81.150>.
- 4.Смєсова В.Л., Іванова М.І., Пилипенко Г.М., Безугла Л.С., Якість туристичних послуг як основа розвитку міжнародного туризму. *Адаптивне управління: теорія і практика [Електронне видання]. Серія Економіка*. 2023. Том 16. № 32. [https://doi.org/10.33296/2707-0654-16\(32\)-14](https://doi.org/10.33296/2707-0654-16(32)-14).
- 5.Smiesova V.L., Cheliadina A. Adaptation of the restaurant business during the war in Ukraine. *Розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності: проблеми, перспективи, конкурентоздатність: II Міжнародна конференція здобувачів та молодих вчених* (18 листопада 2022р.). Дніпро: УАН, 2022. С. 118–119.
6. Державна служба статистики України. Статистична інформація. Туризм. 2023. URL: <https://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 02.06.2023).
7. Дубінський С.В., Орлова В.М. Визначення факторів, які забезпечують розвиток медичного та лікувально-оздоровчого туризму в Україні. *Академічний огляд*. 2017. № 2 (47). С. 12–20.
8. The Comparative Economic Impact of Travel & Tourism. (2012). URL: https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Case-Studies-Docs/The_Comparative_Economic_Impact_of_Travel__Tourism.pdf. (accessed

on 02 June 2023).

9. Природа та війна: як російська агресія вплинула на довкілля. *Слово і діло: аналітичний портал [Електронне видання]*. 2022. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/11/08/infografika/suspilstvo/pryroda-ta-vijna-yak-rosijska-ahresiya-vplynula-dovkillya>. (дата звернення 02.06.2023).

10. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>. (дата звернення 02.06.2023).

11. Becker, T. et al. A Blueprint for the Reconstruction of Ukraine. *Rapid Response Economics*, No. 1, CEPR, London. 2022. URL: <https://cepr.org/sites/default/files/news/BlueprintReconstructionUkraine.pdf> (accessed on 02 June 2023).

12. Бордун О. Ю. Формування та оптимізація геопросторової системи туристичних потоків: міжнародний, національний, регіональний та локальний рівні : монографія. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 344 с.

13. Карпенко Н. М., Карпенко Ю. В. Регіональні аспекти розвитку лікувально-оздоровчого туризму в умовах модернізації економіки. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки*. 2017. № 2. С. 172–179.

14. European travel commission extends complimentary membership to Ukraine's tourism agency. 2022. URL: <https://etc-corporate.org/news/european-travel-commission-extendscomplimentary-membership-to-ukraines-tourism-agency/> (accessed on 02 June 2023).

15. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2022. № 46. С. 11–15.

16. Безуглий В. В. Геопросторові особливості санаторно-курортного комплексу України. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Геологія. Географія*, 2016. Т. 24(2), вип. 19. С. 3-10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdugg_2016_24_19_3. (дата звернення 02.06.2023).

17. Іванов В. Д., Талізов С. Н., Полухін С. Е. Туризм вихідного дня / *Збірник наукових праць I Міжнародної науково-практичної конференції: Розвиток науки й освіти в сучасному світі*, Київ, НАУ. 2018. С. 104–110.

18. Смесова В.Л. Функціонування туристичних підприємств та закладів сфери гостинності в повоєнній економіці України. / *Синергія науки і бізнесу у повоєнному відновленні Херсонщини: Міжнародна науково-практична конференція (26-27 квітня 2023 р.)*, Херсон – Херсонський національний технічний університет, 2023. С. 193–195.

РОЗДІЛ 5.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, КРЕАТИВНІСТЬ, ІННОВАЦІЙНА ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ, КЛАСТЕРИЗАЦІЯ В ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ

Лариса Безкоровайна
*доктор педагогічних наук, професор,
професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Запорізький національний університет*

Галина Омеляненко
*кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри теорії та методики фізичної культури і спорту
Запорізький національний університет*

Світлана Парій
*викладач,
кафедра теорії та методики фізичної культури і спорту
Запорізький національний університет
(Запоріжжя, Україна)*

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ КРЕАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС ПРОЄКТУВАННЯ ПОСЛУГ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

Туристична діяльність і інформація нероздільні. Рішення про поїздку приймається, здебільшого, на основі інформації. Тур у момент купівлі – теж інформація.

Для успішної діяльності туристичної фірми необхідно використовувати постійний потік реалістичної і своєчасної інформації з

метою прийняття важливих управлінських рішень і досягнення очікуваного кінцевого результату – отримання прибутку.

У зв'язку з тим, що інформацією учасники туристського ринку обмінюються протягом дня, виникає необхідність у вмінні збирати і опрацьовувати її. Тому розвиток інформаційних технологій в туризмі має бути першочерговим.

На межі XX-XXI століть у соціальному житті відбулися значні зміни, що призвели до формування нового типу суспільства – інформаційного.

Інформаційне суспільство це нова форма цивілізації, що генерує сучасні структури і відповідні соціально-політичні механізми рішення проблем, пов'язані з розвитком галузей інформаційної технології.

Інформатизація суспільства це процес, в якому соціальні, технологічні, економічні, політичні та культурні механізми взаємопов'язані між собою.

Головне в цьому процесі – якісне перетворення інформаційного середовища життя суспільства з метою оптимізації результатів соціально-значущої діяльності будь-якого роду.

Це глобальний соціальний процес, особливість якого полягає в тому, що домінуючим видом діяльності у сфері суспільного виробництва є збір, накопичення, продукування, обробка, зберігання, передача й використання інформації, здійснювані за допомогою обчислювальної техніки, а також на базі різноманітних засобів інформаційного обміну.

Термін “інформація” (від латинського *informatio* – роз'яснення) означає пояснення, викладення, повідомлення. У загальному розумінні інформація – це сукупність відомостей, даних.

Як відображення явищ реального світу, поняття “інформація” розкривається у процесі дій, в яких вона бере участь: передача, перетворення і зберігання інформації.

Зберігання інформації передбачає наявність носія інформації – об'єкта, що фіксує інформацію і може мати різний стан.

Передача інформації передбачає наявність передавача, приймача і каналу зв'язку, що здатен відображати стан передавача у стан приймача.

Обробка інформації – це виконання деякого алгоритму, вихідні дані для якого ототожнюються зі станом носія інформації, а результат зі станом того ж чи іншого носія.

Тобто інформація отримується з даних, якщо вони оброблені таким чином, що їх цінність збільшено. При кібернетичному підході інформацією є лише нові, корисні, вагомі для користувача відомості, і задача полягає в їх здобутті.

Отже, трактуючи поняття інформації, як загальної категорії, можна визначити, що **інформація** являє собою сукупність відомостей про факти, об'єкти, події та ідеї, які в даному контексті мають цілком певне значення, її можна створювати, передавати, зберігати, шукати, приймати, розмножувати, обробляти, знищувати.

У широкому розумінні, інформація – це передача знань, висловлювання про зареєстровані факти та ідеї, що представляють обґрунтоване судження чи експериментальний результат, які: зменшують ступінь невизначеності, неповноти знань; існують окремо від їх творця як віддзеркалення дійсності в уявленні людини; представлені у вигляді повідомлення, яке може бути записане на матеріальному носії, доступне для зберігання та відтворення за допомогою засобів обчислювальної техніки без участі автора, може бути передане телекомунікаційними мережами.

Інформація переходить в знання, якщо вона усвідомлена (не існує поза свідомістю) і допускає застосування у конкретній діяльності у вигляді інформаційного ресурсу.

Значні обсяги інформації, які зберігаються і змінюються у процесі виробничих відносин формують певний *інформаційний простір*.

Якщо сукупність інформації у інформаційному просторі класифікувати за певними критеріями, наприклад за галуззю виробництва (туристична), то можна констатувати формування певного інформаційного простору – професійного (внутрішньогалузевого).

Такий інформаційний простір створюють всі суб'єкти інформаційної взаємодії окремої сфери діяльності

Отже, *професійний інформаційний простір* є сукупністю виробничих відносин, що формуються внаслідок створення, передачі, розповсюдження, накопичення і використання інформації, обміну інформацією в середині галузі.

Рушійною силою професійного інформаційного простору є фахівець галузі, який у процесі своєї діяльності створює, розповсюджує, накопичує і використовує інформацію.

Інформаційний простір має свою структуру, основними складовими якої є інформаційні поля і потоки.

Інформаційне поле є сукупністю усієї інформації у різних формах незалежно від усіх учасників інформаційного простору.

Переміщення і зміна форм інформації в інформаційному полі відбувається за допомогою фізичного зв'язку учасників інформаційного простору, джерел і одержувачів інформації.

Процес переміщення і зміни форм інформації представляє собою інформаційний потік.

Таким чином, *інформаційний потік* є сукупністю певної інформації, яка переміщується і трансформується у межах інформаційного простору через комунікаційні канали.

Такі інформаційні потоки існують як в середині окремих професійних галузей, так і поза ними або між ними, за умови наявності комунікаційних каналів.

Інформаційний простір складають бази і сховища даних, інформаційні системи і мережі з різними за стосунками і технологіями їх ведення за певними правилами, які дозволяють поєднати усіх об'єктів інформаційного простору.

Інформаційний простір, завдяки своїй багатокomпонентній структурі, **виконує декілька функцій**:

- комунікативну – поєднує різних суб'єктів галузі у певному просторі, де вони здійснюють інформаційний обмін;
- інтегруючу – об'єднує у спільний простір різні види економічної діяльності;
- актуалізуючу – актуалізує інтереси різних суб'єктів галузі в одному або декількох суміжних професійних інформаційних просторах;
- соціальну – змінює характер та зміст соціально-економічних відносин суб'єктів різних професійних галузей.

Отже, підкреслимо, що інформаційний простір має власну інформаційну інфраструктуру, яка забезпечує збирання, обробку і збереження інформації, її подальше зберігання або розповсюдження. Основними складовими компонентами інформаційного простору є інформаційні ресурси, галузеві знання і бази знань, інформаційні системи (рис. 1).

Під **інформаційними ресурсами** розуміють знання, відомості, дані, одержувані в процесі розвитку науки і у практичній діяльності людей, які можуть бути використані у процесі цієї діяльності як чинник, який впливає на підвищення її ефективності.

Знання – сукупність фактів, закономірностей, відносин і евристичних правил, що віддзеркалює рівень поінформованості про проблеми певної предметної області.

База знань, відповідно, це упорядкована сукупність правил, фактів, механізмів виводу й програмних засобів, що описує певну предметну область і призначена для роботи з накопиченими в ній знаннями.

Таким чином, акцентуємо, що система управління базою знань є сукупністю програмних та апаратних засобів для організації й ведення бази знань.

Наявність бази даних клієнтів дає змогу: ідентифікувати клієнтів за рівнем доходу, укладати більшу кількість угод, краще пізнавати потенційних клієнтів і перетворювати їх на реальних покупців, створювати бази попередніх клієнтів, які надалі залишатимуться майбутніми споживачами, виявляти послуги, які приносять найбільший дохід, вести відповідну цінову й рекламну політику, порівнювати витрати і доходи, оцінювати показники обслуговування клієнтів, визначати ефективність управлінських рішень.

Все це базується на великих обсягах інформації.

У останні десятиліття інформацію розглядають як один з основних ресурсів розвитку суспільства, а інформаційні системи та технології – як засіб підвищення продуктивності праці та ефективності роботи персоналу.

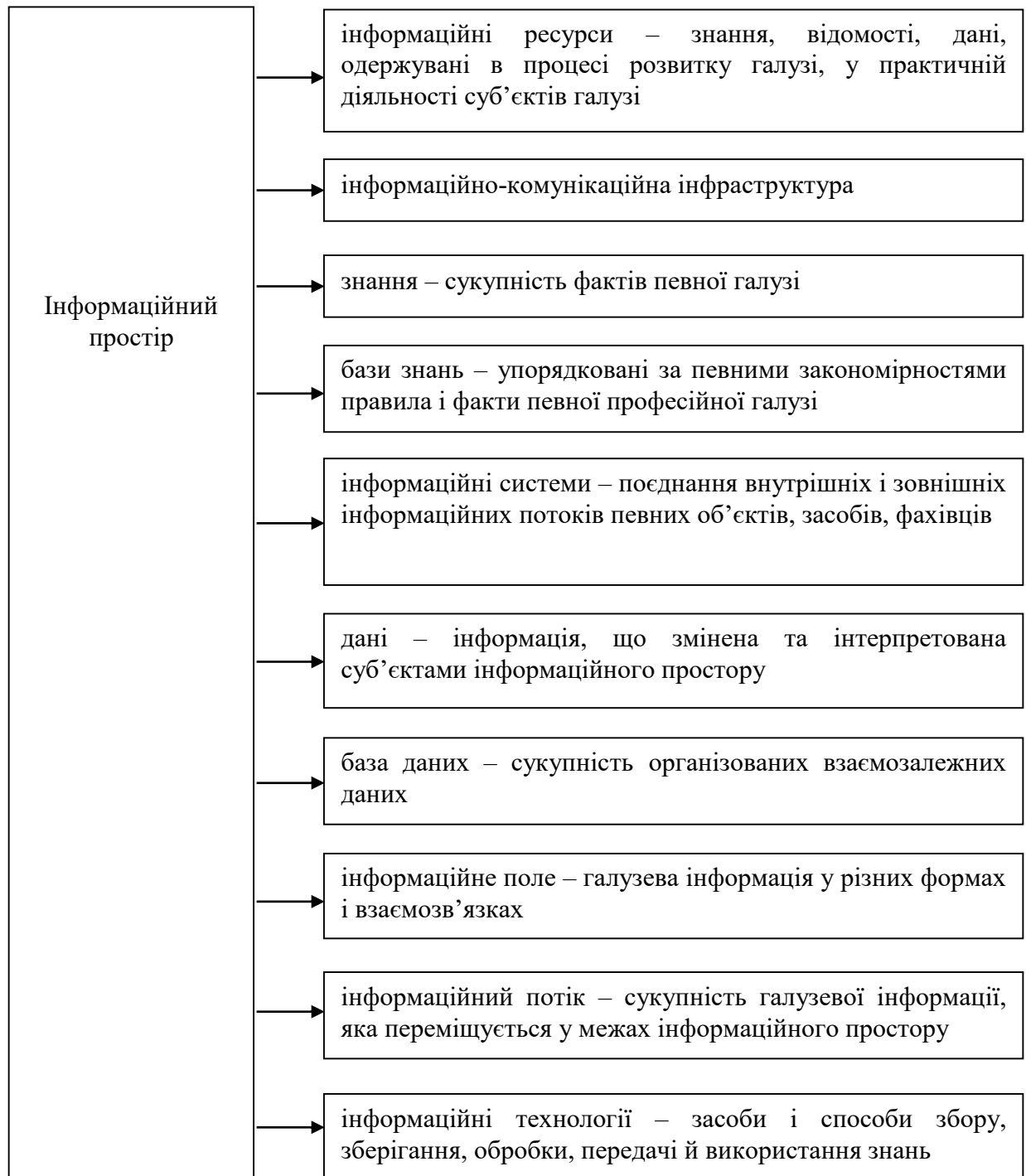


Рисунок 1. Компоненти інформаційного простору

Туристична галузь є однією з найбільш інформаційно-насичених галузей народного господарства.

Обробка інформації – найважливіша функція, без якої неможлива цілеспрямована діяльність будь-якої соціально-економічної, організаційно-виробничої системи (підприємства, організації, території тощо).

Систему, що реалізує функції збору, зберігання, обробки і передачі інформації, називають інформаційною системою.

Найважливішими функціями цих систем є прогнозування, планування, облік, аналіз, контроль і регулювання.

Технології виконання таких функцій називаються інформаційними технологіями.

Найбільш широко інформаційні системи та технології використовуються у виробничій, управлінській і фінансовій діяльності.

Робота інформаційної системи пов'язана з обміном інформацією між її компонентами, а також системи з навколишнім середовищем.

У процесі роботи персонал одержує відомості про стан системи у кожний момент часу, про досягнення (або не досягнення) заданої мети для того, щоб впливати на систему й забезпечити виконання управлінських рішень.

Інформаційна система – це сукупність внутрішніх і зовнішніх потоків прямого і зворотного інформаційного зв'язку певних об'єктів, засобів, фахівців, що беруть участь у процесі обробки інформації та ухваленні управлінських рішень.

Практично всі інформаційні системи організовуються на основі засобів автоматизації й обчислювальної техніки (комп'ютерів).

Автоматизована інформаційна система – сукупність інформації, економіко-математичних методів і моделей, технічних, програмних, технологічних засобів і фахівців, призначених для автоматизованої обробки інформації та прийняття управлінських рішень.

Інформаційні системи здавна знаходять (в тому чи іншому вигляді) досить широке застосування у життєдіяльності людства.

Це пов'язано з тим, що для існування цивілізації необхідний обмін інформацією – передача знань, як між окремими членами і колективами суспільства, так і між різними поколіннями.

Інформаційні системи існують з моменту появи суспільства, оскільки на кожній стадії його розвитку існує потреба в управлінні.

Місією інформаційної системи є виробництво потрібної для організації інформації, потрібної для ефективного управління всіма її ресурсами, створення інформаційного та технічного середовища для управління її діяльністю.

Інформаційна система може існувати і без застосування комп'ютерної техніки – це питання економічної необхідності.

Додавання до поняття “система” слова “інформаційна” відбиває мету її створення й функціонування.

Інформаційні системи забезпечують збір, зберігання, обробку, пошук, видачу інформації, необхідної у процесі прийняття рішень завдань з будь-якої області.

Вони допомагають аналізувати проблеми й створювати нові продукти.

Сучасне розуміння інформаційної системи припускає використання в якості основного технічного засобу переробки інформації персонального комп'ютера. У великих організаціях поряд з персональним комп'ютером до складу технічної бази інформаційної системи може входити мейнфрейм (mainframe) або супер-ЕОМ.

Крім того, технічне втілення інформаційної системи повинне враховувати роль людини, для якої призначено вироблену інформацію і без якої неможливі її одержання й обробка.

Необхідно розуміти різницю між комп'ютерами й інформаційними системами.

Комп'ютери, оснащені спеціалізованими програмними засобами, є технічною базою й інструментом для інформаційних систем. Інформаційна система неможлива без персоналу, який взаємодіє з комп'ютерами й телекомунікаціями.

Окрім вищезгаданих понять не менш важливими є розуміння таких термінів, як “технологія”, “дані”, “база даних”.

Технологія (від грецького *techné* – мистецтво, майстерність, уміння), сукупність методів, способів і прийомів одержання, обробки або переробки сировини й напівфабрикатів з метою отримання готової продукції; наукова дисципліна, що вивчає механічні, фізичні, хімічні й інші зв'язки й закономірності, що діють у технологічних процесах. Іноді технологією називають також самі процеси щодо видобутку, обробки, транспортування, зберігання, контролю, які є частиною загального виробничого процесу.

Інтелектуальна інформаційна технологія – це прийоми, способи й методи виконання функцій збору, зберігання, обробки, передачі й використання знань.

Дані – інформація, оформлена у формалізованому вигляді, зручному для пересилання, інтерпретації або обробки за участю людини або автоматичних засобів.

База даних, у свою чергу, є сукупністю взаємозалежних даних, організованих згідно зі схемою бази даних так, щоб з ними міг працювати користувач.

Система управління базами даних або **СУБД** – це сукупність програмних та мовних засобів, які забезпечують керування базами даних.

Отже, стрімке збільшення обсягів інформаційних ресурсів і не менш

стрімкий розвиток новітніх технологій сприяють змінам у діяльності туристичних підприємств, загалом, і усіх циклів виробництва туристичних продуктів зокрема.

Список використаної літератури:

1. Безкоровайна Л., Омеляненко Г., Парій С. Інформаційні системи і технології в туризмі та гостинності як навчальна дисципліна в підготовці фахівців туристичного напрямку. *Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку: зб. мат. II Міжн. н-п.к.* (Запоріжжя, 8-9 груд. 2022 р.). Запоріжжя: ЗНУ. С. 195-201.
2. Венгерська Н. С., Воронкова В. Г., Безкоровайна Л. В., Череп А. В. Використання креативних цифрових технологій у сфері туризму під час пандемії Covid-19: економічні і соціальні наслідки. *Humanities studies: збірник наукових праць* / Гол. ред. В. Г. Воронкова. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. Випуск 7 (84). 148 с. С. 91-102.
3. Венгерська Н. С., Воронкова В. Г., Череп А. В., Череп О.Г., Безкоровайна Л. В. Напрями цифрової трансформації креативних технологій у сфері туризму після удару пандемії COVID-19. *Humanities studies: збірник наукових праць* / Гол. ред. В. Г. Воронкова. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. Вип/ 9 (86). 148 с. С. 168-179.
4. Венгерська Н.С., Воронкова В.Г., Безкоровайна Л. В. Креативні індустрії як нова модель зростання туристичної економіки. *Теоретико-прикладні аспекти розвитку туризму та гостинності в умовах міжнародної економічної інтеграції : Всеукр. н-п.к.* (Дніпро, 27 трав. 2022 р.). Дніпро : ВВПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2022. С.

104-109.

5. Воронкова В.Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л.В. Інновації у туристичному секторі як чинник конкурентоспроможності та виходу з кризи пандемії Covid-19 «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики»: *мат. міжн. н-п. інтернет-к., м. Харків; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова*, 2022. С. 113-114.

6. Воронкова В.Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л.В. Майбутнє подорожей і готельної галузі як основний двигун глобалізованого світу та цифровізації. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: *Міжн. н-п.к., Запоріжжя, 11-12 травня 2022 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка»*, 2022.С. 302-305.

7. Воронкова В.Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л.В. Розумний туризм як чинник конкурентоспроможності. *Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: мат. IV-ої Міжн. н.-п. к., 10-11 трав. 2023 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка»*, 2023. С. 207-211.

8. Гаврилов В. П. Інформаційні системи і технології в туризмі : навчальний посібник для студентів напряму підготовки 6.140103 “Туризм”. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 168 с.

9. Гужва В. М. Інформаційні системи і технології на підприємствах: навчальний посібник. Київ : Київський національний університет, 2013. 400 с.

10. Дубчак Л. В. Інформаційні системи та технології на підприємствах. Ірпінь : Національна академія ДПС України, 2015. 84 с.

11. Єрмошенко М. М. Інформаційні технології у комерційній діяльності. *Актуальні проблеми економіки*. Київ, 2003. № 9 (27). С. 49 – 57.

12. Інформатика. Комп'ютерна техніка. Комп'ютерні технології : підручник / В. А. Баженов, В. М. Венгерский, В. М. Горлач та ін. Київ : Каравела, 2004. 464 с.

13. Козловський Є. Основні сфери застосування інформаційних систем технологій у туризмі. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. Туристичний бізнес та інноваційна діяльність в туризмі. Київ, 2020. № 3 (1). С. 128 – 136.

14. Король С. Я. Управління інформаційною базою управління готелем. *Економіка і підприємництво: стан та перспективи*. Київ, 2003. № 10 С. 220–224.

15. Крюк А., Безкоровайна Л. Алгоритм та особливості взаємодії систем бронювання та туристичних підприємств в індустрії туризму під час реалізації туристичного продукту. *Економіка та суспільство*. Електронний журнал. 2022. № 45. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-5>

16. Федосова К. С., Тележенко Л. М. Сучасні інформаційні технології у готельному та ресторанному бізнесі. Одеса : ТЕС, 2010. 264 с.

17. Череп А. В., Воронкова В. Г., Череп О.Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л. В. Вплив креативних інноваційних технологій на сталий розвиток туристичної галузі в Європі після пандемії Covid-19. *Humanities studies: збірник наукових праць* / Гол. ред. В. Г. Воронкова. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. Випуск 8 (85). С. 134-147.

РОЗДІЛ 6.

**ОСНОВИ БЕЗПЕКИ В ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-
РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ; ТУРИЗМ В УМОВАХ
ПАНДЕМІЇ COVID-19**

Едуард Криволапов
старший викладач
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Запорізький національний університет,
м. Запоріжжя

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ
ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ З БЕЗПЕКИ ТУРИЗМУ
МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

Актуальність. В даний час питання безпеки набули особливої актуальності, оскільки ця проблема стосується усіх людей.

Бурхливий розвиток масового міжнародного туризму, його поширення практично на всі райони земної кулі все гостріше ставить проблему забезпечення безпеки туристів. На думку експертів, в останні роки загроза їхньому життю, здоров'ю та майну значно зросла. У той же час туристичні фірми, зацікавлені насамперед у отриманні прибутку, не надають своїм клієнтам достатньої інформації, а також практично не проводять роботи з виявлення регіонів підвищеної небезпеки, в тому числі і районів з несприятливою кримінальною обстановкою. У результаті туристи стають жертвою внутрішньополітичних зіткнень, тероризму, кримінальних злочинів, а іноді навіть потрапляють у райони

великомасштабних бойових дій. Інформаційний пробіл намагаються якось заповнити урядові установи, зокрема міністерства закордонних справ.

Аналіз останніх досліджень. Аналізу проблем безпеки в туризмі присвячені дослідження багатьох зарубіжних вчених: Т. Бентлі, С. Пейджа, Л. Волкера, К.Г. Борисова, Е.Л. Драчевої, М.М. Марініна, Т.Г. Піщуліної.

Сучасний стан вирішення проблем безпеки подорожуючих набув відображення також і в працях вітчизняних науковців, зокрема: В.Ф. Кифяка, В. Козинця, М.П. Мальської, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич та інших. Незважаючи на значний інтерес дослідників до сфери міжнародного туризму, багато аспектів його функціонування потребують додаткової уваги, зокрема підготовка кваліфікованих та конкурентоспроможних фахівців з безпеки туризму.

Мета. Метою даного дослідження є аналіз теоретико методологічних засад формування професійної компетентності з безпеки туризму майбутніх фахівців туристичної галузі.

Виклад основного матеріалу. Теоретико-методологічним підґрунтям побудови ефективної фахової компетентності майбутніх фахівців з безпеки туризму ми розглядаємо положення підходів:

- цілісного синергетичного (системного);
- комунікативно-аксіологічного;
- компетентнісного;
- особистісно-діяльнісного.

Відтепер більш детально розглянемо кожен з підходів.

На думку В. Ортинського «...системний підхід полягає в тому, що дозволяє вивчати об'єкт, явище в динаміці, цілісності зв'язків між елементами об'єкта»[1, с. 17]. В основі цього підходу – відмова від однобічних аналітичних, лінійно-причинних методів дослідження, а основний акцент зроблено на цілісності інтегрованих якостей об'єкта, їх

походженні, тому увагу зосереджено на виявленні зв'язків і взаємин і в межах об'єктів, і з навколишнім середовищем. Цілісність системного підходу дозволяє визначити об'єкт у єдності компонентів і зв'язків.

При цьому вважалося, що властивості цілого об'єкта породжуються сумою властивостей окремих складових його елементів. Основними ознаками системних об'єктів є структурність, цілісність, інтегративність, синергетизм.

Системний підхід передбачає побудову структурних та функціональних моделей, що імітують досліджувані об'єкти і процеси як цілісні системи, що дозволяє отримати знання про закономірності їх організації та функціонування. Конкретне вираження системний підхід у педагогіці знаходить своє вираження в таких категоріях, як «педагогічна система», «педагогічний процес як цілісна система», «система засобів, форм і методів», «модель педагогічної системи», «дидактична система», «система виховання », «система управління освітою »тощо.

Першу спробу визначити поняття педагогічної системи зробив український педагог Я.Мамонтов. Під педагогічною системою він розумів «систему наукових тверджень, яка трактує та координує для певної мети основні педагогічні фактори (педагог, учень, матеріал) та встановлює їхній стосунок до даного суспільного середовища» [2, с.133]. Серед головних ознак педагогічної системи вчений називає найголовніші: метод навчання або метод організації дитячого життя та ставлення до соціального оточення; мета виховання або цільова настанова. Ним же була зроблена спроба класифікувати всі педагогічні системи («педагогічні течії»), що існували на початку століття. Звичайно, що розуміння Я.Мамонтовим сутності поняття педагогічної системи є далеким від сучасного. Та все ж така спроба була здійснена і значно випередила розвиток сучасної педагогічної науки.

У 40-х роках ученим І.Козловим було зроблено спробу виявити структуру процесу виховання, в якій він особливо виділяв життєдіяльність вихованців та ті зміни, які в них відбуваються в результаті такої життєдіяльності [2]. Саме завдяки спробі такого системного дослідження виховного процесу було покладено початок методиці зовнішнього виховного впливу. Проблеми застосування можливостей системного підходу до вивчення педагогічних явищ та процесів можна розподілити за такими аспектами: виховання (Л.Гордін), сфера побудови навчального предмета (Д.Логвинов), навчальний предмет та його логічна структура (М.Алексєєв), властивості навчального матеріалу (О.Сохор), засвоєння знань (В.Максименко, П.Ерднієв), процес навчання як цілісне явище (В.Загвязінський, В.Рубахін, Ю.Щербань), загальнотеоретичні питання (М.Данилов, Ф.Корольов) та ін.

Коротко спинимось на характеристиці сучасних концепцій системного підходу, розроблених ученими-педагогами в 70-90-х рр. ХХ століття.

Певний внесок у дослідження проблеми системного підходу зробила професор Т.Ільїна. В її концепції ми зустрічаємо поняття «системно-структурний підхід», сутність якого полягає в тому, що «спочатку проводиться структурний аналіз, а потім відбувається системний розгляд об'єкта» [3, с.7]. Самого поняття «педагогічна система» у Т.Ільїної ми не знаходимо, а під системою вона розуміє «множину взаємопов'язаних елементів, об'єднаних загальною метою функціонування та єдністю керування, що виступають у взаємодії із середовищем як цілісна єдність» [4, с.16]. Серед елементів системи навчання нею називаються: навчальний матеріал, учитель, учні, навчальні посібники та технічні засоби навчання. Отже, повної реалізації системний підхід у концепції Т.Ільїної не знайшов, адже науковець відстоює термін «структурно-системний підхід», хоча, на

нашу думку, кожна система обов'язково має свою структуру і її виділення неможливе без визнання того чи іншого предмета або явища системою.

В.Безпалько зробив спробу дати визначення поняттю «педагогічна система». Оскільки під самою системою автор розуміє «будь-який процес, що відбувається за конкретних умов і в сукупності з цими умовами», то педагогічною системою вважає «систему, в якій протікають педагогічні процеси» [5, с.25]. З його точки зору, педагогічна система включає в себе загальноосвітні школи, технікуми, вузи та ін. Пропонується класифікувати педагогічні системи за суспільно-економічними формаціями (первіснообщинні рабовласницькі, феодальні і т.д.), що повністю узгоджується з авторським розумінням цього поняття та все ж не розкриває його суті.

Ю.Бабанський розглядає навчальний процес із точки зору системності. Учений вважає, що «...навчальний процес можна розглядати двояко-з точки зору складу системи, в якій функціонує процес, і складу самого процесу». Тому в складі системи навчання вчений виділяє такі основні елементи: педагоги та інші суб'єкти навчання й виховання, учні та умови навчання [6, с.37]. Процес навчання також має свої компоненти: мету, зміст, форми та методи організації діяльності, методи емоційно-вольової стимуляції, контроль, аналіз та оцінка результатів пізнавальної діяльності. Поняття педагогічної системи знову відсутнє, а натомість розглядається педагогічний процес, що являє собою систему. Замість поняття “структура” вводиться поняття “склад”, а вони не є тотожними в рамках системного підходу. Та й сам термін “системний підхід” автором не вживається.

Широке поширення в науковій літературі отримав підхід Е. Юдіна, який дав визначення методології як «системи принципів і способів

організації та побудови теоретичні та практичної діяльності, а так само вчення про цю систему». Це визначення було визнано і педагогами.

Системний підхід орієнтує дослідження на розкриття цілісності об'єкта, виявлення його складних зв'язків і взаємодій, серед яких потрібно виділити найбільш істотну, визначальну для даного об'єкта, як кажуть, системо утворюючий зв'язок (наприклад системо утворюючими компонентами навчального процесу може бути: суб'єкти педагогічного процесу – педагоги і учні, і результат).

Більш диференційовано розглядає аспекти системного підходу О. Оболенський, який виокремлює:

- системно-цільовий аспект, що визначає цілі діяльності системи та її елементів;
- системно-функціональний аспект, що вказує на функції системи;
- системно-інтегрований аспект, що розкриває механізм збереження та розвитку системи;
- системно-структурний аспект, що розкриває внутрішню організацію системи;
- системно-комунікаційний аспект, що розкриває зв'язок системи з іншими системами;
- системно-управлінський аспект, що визначає зміст управлінських рішень;
- системно-елементний аспект, що розкриває відносно-елементарні компоненти системи;
- системно-історичний аспект, що розкриває етапи розвитку системи, її цінності, звичаї і перспективи [7, с. 87 - 94].

Саме з позицій системного підходу ми розглядаємо професійну освіту майбутніх фахівців з безпеки туризму як єдину цілісність

функціональної системи педагогічної взаємодії викладача та студентів, націлену на максимальну актуалізацію і реалізацію їх особистісних функцій у педагогічному процесі, а також в ролі способу представлення відібраного змісту предмета у вигляді задач і способів їх розв'язання.

Цілісний синергетичний підхід (як різновид системного) полягає у трактуванні освіти як складної динамічної системи, відкритої деперманентних змін відповідно до трансформації соціокультурного контексту. Він змушує брати до уваги її саморегульованість, тобто розглядати як таку, що тяжіє до неперервного саморозвитку, враховувати її потужний варіативний евристичний потенціал, що забезпечує освітній саморух і стимулює індивідуальну й колективну співпрацю усіх суб'єктів освіти: науковців, методистів, викладачів, студентів.

Наступний підхід, на якому зупинимосся докладніше – аксіологічний.

Головна мета української системи освіти – «створити умови для розвитку і самореалізації кожної особистості як громадянина України, формувати покоління, здатні навчатися впродовж життя, створювати і розвивати цінності громадянського суспільства» [8, 3-4].

Вирішення цих завдань потребує переходу від стандартних виховних заходів на цілеспрямоване і професійне управління процесами громадянського виховання. В свою чергу реформування змісту освіти неможливо без утвердження нової системи цінностей.

Особливе значення для формування громадянської позиції має засвоєння цінностей демократичного суспільства, що передбачає аналіз ціннісних аспектів громадянської освіти.

Під цінностями ми розуміємо «почуття людей, які диктують визнати цінність такою, що стоїть понад усім і до чого можна прагнути, ставитися поважно, шанобливо, що можна споглядати. Цінність не є властивістю

якоїсь речі, вона – сутність і водночас умова повноцінного буття об'єкта» [9, с 507].

Методологія і практика аналізу сучасних педагогічних парадигм з акцентуванням ролі аксіологічних (ціннісних) чинників досить повно розкриті у Національній доктрині розвитку освіти, законах України про освіту.

Зокрема, у Національній доктрині розвитку освіти йдеться про необхідність постійного оновлення змісту освіти та організації навчально-виховного процесу відповідно до демократичних цінностей, виховання покоління людей, здатних оберігати та приумножувати цінності національної культури та громадянського суспільства. Особливо наголошується на формуванні національних та загальнолюдських цінностей, запровадження освітніх інновацій, інформаційних технологій, збереження та збагачення українських культурно-історичних традицій, формуванні у дітей сучасного світогляду, розвиток творчих здібностей і самореалізації особистості; у законі України «Про освіту» – про основні принципи освіти, якими є рівність умов кожної людини для реалізації її здібностей, всебічного розвитку, пріоритетність загальнолюдських духовних цінностей, зв'язок з національною історією, культурою, освітою.

Цінності спрямовують, організовують, орієнтують поведінку людини на визначення цілей діяльності. Людина пізнає світ через призму цінностей, і протягом усього життя вони регулюють її соціальну поведінку.

Відповідно до гуманістичної теорії А. Маслоу і К. Роджерса «...сучасна освіта: виходить із загальнолюдських цінностей, узгоджених з конкретними цінностями інших етнокультур; має за мети освіти самореалізацію особистості; орієнтується на розвиток особистості, що відбувається цілісно, у єдності розуму і відчуттів, душі і тіла; утверджує

права людини на вільний вибір змісту, форм, режиму освіти; здійснюється за умов державної та громадської підтримки, уваги, співпраці, а не формального керівництва» [10].

В умовах значного зростання ролі освіти в усіх складниках суспільного життя й у зв'язку із загостренням питань, пов'язаних зі смыслом буття людини, її перспектив та ціннісних орієнтирів, помітно зростає роль аксіологічних засад педагогічної науки, що знайшло відображення у створенні нової галузі знання – педагогічної аксіології.

Змістовими компонентами педагогічної аксіології за В. Гінецинським, є такі: «демонстрація багатоманітності наявних систем ціннісних орієнтацій; реальний плюралізм спрямованості людей, що взаємодіють у процесі виховання; розробка й обґрунтування системи методичних процедур, які дають змогу виявляти й ураховувати системи ціннісних орієнтацій реального життя; розробка й обґрунтування науково-методичного інструментарію, який уможлиблює пояснення системи диспозицій, що реально регулюють інтерперсональні стосунки» [11, с 87].

Аксіологічний підхід, як вважає Є. Шиянов, «органічно притаманний гуманістичній педагогіці, оскільки вона розглядає людину як найвищу цінність суспільства й самоціль суспільного розвитку. У цьому зв'язку аксіологія, яка є більш загальною стосовно гуманістичної проблематики, може розглядатися як основа нової філософії освіти і відповідно методології сучасної педагогіки» [12].

Якщо врахувати, що освіта – це фундаментальна основа й одне з джерел створення реальної картини про справжні та уявні цінності людини в різних життєвих сферах, то розробка її ціннісної складової є необхідним і значущим кроком на шляху до вдосконалення, розробки стратегії і розвитку. У цьому процесі, на думку З. Равкіна [13], «слід враховувати історичність ціннісних національних орієнтирів, їх здатність знаходити на

новому етапі цивілізованого розвитку новий зміст, не ігноруючи аксіологічну складову».

Проблему формування виховних цінностей фундаментально розробляв Б. Лихачов, на думку якого «аксіологічний підхід полягає в тому, що здійснюється аналіз процесу формування компетентності майбутнього фахівця з безпеки туризму засобом ціннісно-змістового ставлення до особистісних якостей і своєї професійної діяльності» [14, с 6].

Він проаналізував сутність і основний зміст цієї категорії («цінність»), виявив її джерела і запропонував оригінальну класифікацію для виховної системи.

На його думку, «виховні цінності – це духовні й матеріальні феномени, що позитивно впливають на людину через суб'єктивно-об'єктивні суспільні умови, обставини, стосунки. Одним з важливих аспектів, що розкриває їх сутність, є наявність ідеалу особистості, сучасних уявлень про сутність і призначення людини, що зумовлює її розвиток». Виховні цінності в системі Б. Лихачева – це «такі якості, властивості, прагнення особистості, які мають багатий внутрішній потенціал і здатні за певних соціальних умов зробити людину щасливою і корисною для суспільства». Принциповою є ідея Б. Лихачева про те, що виховні цінності «складають духовну основу, базисний духовний компонент особистості, визначають сутність її внутрішнього світу» [14, с 6]. Природно, що це духовне ядро особистості виявляється в спрямованості й світогляді людини, у її знаннях, уміннях і життєвій силі, є особистісною характеристикою в соціально обумовлених відносинах, діяльності й спілкуванні.

Дослідник дійшов висновку про наявність таких основних інтегративних джерел виховних цінностей, як генетичний, індивідуально-особистісний, природний, соціумний, соціально-космічний, у яких

найважливішим базисним джерелом він вважає природу, яка породжує такі цінності, як людяність, відкритість, краса світу, замилювання, відповідальність. Головною цінністю соціуму як одного з невичерпних аксіологічних джерел є людина, саме вона – природна і всеосяжна цінність і творець виховних цінностей. «Правда, – пише Б. Лихачов, – при цьому людина повинна бути духовною, вміти мислити, радіти, любити, страждати тощо» [14, с 6].

Комунікативний підхід до організації навчальної діяльності наголошує на необхідності опанування принципами, нормами, способами, уміннями міжкультурної комунікації на засадах суб'єктності та діалогу, толерантності та емпатії і критичного. У зв'язку з цим увага приділяється мікросоціуму, фокусується на взаємозв'язках між суб'єктами спілкування як джерела духовного взаємозбагачення, професійного удосконалення.

Ми підтримуємо погляди Л. Масол, яка обґрунтовує концепцію відновлення педагогічної освіти України на засадах гуманізму, метою якої є «формування особистості вчителя, який зможе реалізувати головне завдання освіти – всебічний розвиток людини як особистості; найвищої цінності суспільства – відповідно до тієї галузі діяльності, з якої він спеціалізується» [15: 6].

Наступний підхід до професійного розвитку педагогів – компетентнісний – припускає заміну системи обов'язкового формування знань, умінь і навичок набором компетентностей (комплексом компетенцій). Основи компетентнісного підходу було закладено у працях Б. Ананьєва, Л. Виготського, І. Зимньої [16], О. Леонтьєва, де особистість розглядалася як суб'єкт діяльності, яка сама, формуючись у діяльності і в спілкуванні з іншими людьми, визначає характер цієї діяльності та характер спілкування.

Компетентнісний підхід вперше зародився у 80-ті роки минулого століття. На початку, йшлося про компетентність особистості і про компетенції, що повинні були стати метою і результатом освіти. Під нею розумілося «поглиблення знань», «освоєння умінь» і «вміння використовувати навички». Але пізніше це поняття все більше розширювалося, і зараз у педагогіці вже говорять про цілісному підході даного типу в освіті.

Компетентнісний підхід акцентує увагу на визначенні ключових компетенцій професійної підготовки майбутнього фахівця з безпеки туризму. У наукових джерелах поняття «компетентнісний підхід» розглядається як оцінка підготовленості певного освітньо-кваліфікаційного рівня до професійної діяльності на основі наявності в них визначених стандартами компетенцій. Проблема формування ціннісних орієнтацій, компетенцій студентів педагогічних факультетів посилює акцент на компетентнісно-орієнтований підхід як основу системи професійної підготовки майбутніх фахівців з безпеки туризму.

Ключові компетенції можуть бути самими різними. Їх висуває саме життя. Це можуть бути «наскрізні» навички: робота на комп'ютері, вміння здійснювати пошук інформації, володіння основними поняттями економіки та бізнесу, розуміння екології, володіння іноземними мовами, основами правових знань та навичками в області маркетингу. Сюди можна віднести комерційні навички, знання санітарно-медичних аспектів.

Компетентнісний підхід у вищій освіті увазі формування у фахівців в обов'язковому порядку:

- знання основних принципів функціонування підприємств;
- володіння основною базою юридичних знань;
- знання принципів існування в умовах, конкурентної боротьби і можливого безробіття;

- готовності до зміни професії, а, при необхідності, і сфери діяльності;
- креативності мислення;
- навичок комунікативної роботи;
- досвіду роботи в команді.

Не на останньому місці стоїть і така властивість людського характеру, як самосвідомість і самооцінка.

Характеризуючи сутність компетентнісного підходу, І. Зимня зазначала, що «його введення зумовлено загальноєвропейською і світовою тенденціями інтеграції, глобалізації світової економіки, і зокрема, неухильно зростаючими процесами гармонізації “архітектури європейської системи вищої освіти”».

У процесі навчання у вищому навчальному закладі майбутній фахівець з безпеки туризму набуває комплексу компетенцій, які складають початковий рівень компетентності у галузі туризму.

Формування фундаментального (фахового) рівня компетентності відбувається вже після закінчення університету з накопиченням досвіду у відповідній професійній діяльності, оскільки саме цей рівень розкриває потенціал, який виявляється ситуативно, описує інструментарій одночасного розуміння і дії, що дає змогу сприймати нові культурні, соціальні, економічні і політичні реалії й адекватно на них реагувати у педагогічній діяльності.

Отже, компетентність – компонент потенційної якості підготовки майбутнього фахівця з безпеки туризму, що виражає його здатність до виконання певного комплексу професійних завдань і формування професійних якостей, креативності, рефлексії, педагогічної майстерності для самозадоволення і професійних досягнень.

Компетентнісний підхід формує компетентнісний формат опису якостей фахівця. До цих якостей, крім загальновизначених для фахівця, відносимо готовність до вибору, комунікативність і толерантність (здатність до конструктивного спілкування, терпимість до думок інших, орієнтація в інших культурах), готовність до співпраці.

Реалізація особистісного підходу в професійному розвитку передбачає постійне вивчення та знання індивідуальних особливостей фахівця, його поглядів, інтересів, звичок тощо; діагностування і моніторинг рівня сформованості професійних якостей; оперативну зміну тактики взаємодії залежно від обставин, що склалися; створення умов для самовиховання та саморозвитку особистості фахівця; розвиток самостійності, ініціативи, здатності до об'єктивної оцінки результативності професійної діяльності.

Проте існують різні відтінки тлумачення науковцями особистісного підходу.

Так, одним із його проявів є особистісно орієнтований підхід, що передбачає створення навчально-виховного середовища та врахування своєрідності індивідуальності особистості у розвитку та саморозвитку. Важливим моментом у цьому підході є визнання того, хто навчається, активним суб'єктом діяльності, а отже, становлення суб'єкт-суб'єктних стосунків.

Згідно з дослідженнями В. Будака, О. Пехоти та ін. [17, с. 38 - 42], особливостями реалізації особистісно орієнтованого підходу є проектування навчального процесу на основі визначення і врахування потреб, бажань і можливостей згідно з результатами особистісного діагностування, а також використання таких активних форм і методів навчання, як діалог, полілог, створення "ситуації успіху", драматизація

дидактичних ситуацій, рольові ігри, індивідуальні заняття, творчі роботи, проблемні заняття тощо.

Останнім часом все частіше застосовується поняття “особистісно-діяльнісний підхід”, реалізація якого передбачає моделювання у процесі професійного навчання такої структури педагогічної діяльності, яка б забезпечувала пріоритет особистості над усією освітньою діяльністю. У відповідності з цим освітня діяльність у процесі підготовки не формує особистість педагога, а сприяє розвитку професійного досвіду, індивідуально-психологічних особливостей тощо. Особистісно-діяльнісний підхід вимагає рефлексійного управління міжособистісною взаємодією, тобто його метою є розвиток потреби і здатності до самоуправління, саморегуляції, самоорганізації, самоконтролю педагога.

Вивчаючи особливості цього підходу, В. Лозова [18, с. 96 - 97] дійшла висновку, що «існує діалектична єдність особистісного і діяльнісного підходів у педагогіці». Згідно з результатами її досліджень, якщо особистісний підхід вимагає визнання особистості як продукту соціально-культурного розвитку, носія культури, її унікальності, інтелектуальної та моральної свободи, права на повагу, що передбачає опору на природний процес саморозвитку здібностей, самовизначення, самореалізацію, самоствердження, створення для цього відповідних умов, то діяльнісний підхід спрямований на таку організацію суб'єкта, в якій би він був активним у пізнанні, праці, спілкуванні, своєму особистісному розвитку. В. Лозова справедливо стверджує, що «у педагогічній науці все частіше вживається поняття “особистісно-діяльнісний підхід”, де особистісний і діяльнісний аспекти утворюють нерозривну, єдину інтеграцію, спрямовану на саморух, самозростання особистості і в заключному результаті на самореалізацію нею своїх можливостей».

Подібною є точка зору В. Семиченко [19**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с. 184], яка стверджує, що розділяти діяльнісний та особистісний підходи недоцільно. Абсолютизація як діяльнісного (підкорення зовнішнім вимогам), так і особистісного (ігнорування вимог об'єктивної дійсності) може нанести шкоду як людині, так і тій системі, до складу якої вона входить. Науковець наполягає на тому, що концептуальні відмінності між діяльнісним та особистісним підходами доцільно проводити тільки на теоретичному рівні. Реальна дійсність вимагає гнучкого співвідношення відповідних пріоритетів, адже особистість саме завдяки діяльності отримує можливості спрямування, конкретизації, наповнення фактичним змістом, отримання реальних можливостей для свого розвитку.

В межах нашого дослідження втілення особистісно-діяльнісного підходу спирається на такі стратегічні принципи, запропоновані В. Лозовою [18, с. 97]:

1) принцип еврилогізації, що полягає у визнанні як провідної у професійному розвитку та самовираженні особистості продуктивної, творчої діяльності. Цей принцип надає можливості актуалізувати наявні знання, потрібні для розуміння нового завдання; спрямувати пошук на його розв'язання, винайти і застосувати технології досягнення поставленої мети, оцінити досягнуте. Нове вирішення завдань дає і нову особистість, оскільки поняття особистості принципово пов'язане з її творчим потенціалом і його неодмінною реалізацією в конкретній діяльності. При цьому елементи творчої діяльності поступово виростають у надрах репродуктивної і продуктивної, забезпечуючи підвищення рівня самореалізації. Творча діяльність стає потужним стимулятором і генератором, двигуном розвитку не тільки нових ідей, а й оновлення, власне створення особистості.

2) принцип варіативності, завдяки якому фахівець досягає максимального успіху через викриття власних моделей особистісно-професійного самозростання, найбільш ефективних для нього способів досягнення особистісної і професійної самореалізації. Цей принцип передбачає не тільки варіанти змісту, методів, засобів професійного саморуку, й організацію педагогічного середовища взагалі.

3) аксіологічний принцип як перспектива вивчення явищ з точки зору виявлення їх можливостей задовольняти потреби людини як найвищої цінності суспільства в траєкторії здоров'я, любові, краси, миру, освіти в межах гуманістичної педагогіки.

4) принцип ресурсності як використання сукупності об'єктивно існуючих умов і засобів, необхідних для реалізації потенційних можливостей суб'єкта. Особливого значення набуває виявлення та прогнозування зміни індивідуальних ресурсів кожного фахівця, що забезпечить реалізацію його власних можливостей.

Отже, особистісно-діяльнісний підхід враховує мотивацію особистості на самореалізацію та самотрансценденцію; загальні характеристики особистості (самосвідомість, ціннісні орієнтації, кругозір, індивідуальність) які визначають неповторність, унікальність особистості, її позицію у навколишньому світі; в єдиній педагогічній інтеграції особистості і діяльності цього підходу важливим моментом виступає самоорганізація особистості як повноцінне оволодіння собою, своєю сутністю, як здатність самотійно ставити перед собою мету і діяти відповідно до неї, зберігаючи адекватну критичну позицію відносно себе, уміння випереджати, передбачати результати дій до їх виконання, самотійно будувати стратегію досягнення педагогічної мети.

У зв'язку із зазначеним, доцільною буде коротка характеристика діяльнісного підходу, концепцію якого було сформульовано на базі

психологічних положень. Згідно з основною ідеєю діяльнісного підходу, засвоєння змісту історичного досвіду людей здійснюється не шляхом передачі інформації про нього людині, а в процесі власної діяльності, спрямованої на явища і предмети навколишнього світу. Процес діяльності одночасно є процесом формування людських здібностей і функцій, а одиницею діяльності виступає наочна дія.

Сучасне українське суспільство визнало провідними професіоналізм фахівців з безпеки туризму і нові вимоги до їх професійної діяльності серед основних пріоритетів освітніх реформ, запроваджених у країні. У педагогічній науці та практиці на сьогодні проблема визначення компетентних людей, які спроможні виконувати свої професійно-посадові обов'язки на продуктивному й творчому рівні, є актуальною й пріоритетною. Вона особливо гострою є для керівників різного рівня, які стикаються з проблемою вибору й розстановки туристичних кадрів, оцінки їх професійної діяльності. Створення ринку праці зумовило необхідність пошуку нових методів вимірювання професійної компетентності та результативності професійної діяльності працівників.

Аспектний аналіз наукових джерел та масиву міжнародних документів дозволяє окреслити два підходи до визначення професійної компетентності фахівців з безпеки туризму:

1. Розглядає компетентність як спеціально структурований набір знань, умінь і особистісних якостей фахівця, що дозволяють ефективно виконувати професійну діяльність;
2. Підходить до поняття з позицій обсягу повноважень (кола компетенцій) фахівця з безпеки туризму як посадової особи.

Структурний аналіз визначення поняття „компетентність” надає змогу виокремити наступні його аспекти: когнітивний (знаннєвий), психомоторний (практичний), емоційний (особистісний) та

результативний. Змістовний аналіз конструкту „компетентність” у ракурсі першого підходу дозволяє окреслити його структуру через такі компоненти: базові знання, операційні вміння, ціннісні орієнтири, мотиви діяльності, загальна культура, творчість. Тобто, основними компонентами професійної компетентності майбутнього фахівця з безпеки туризму можна вважати: професійно необхідні знання і вміння у директивно-нормативній, методологічній, загальнотеоретичній, фаховій, організаційно-технологічній галузях та професійно важливі особистісні якості фахівця, такі як характерологічні особливості, здібності.

Змістовий аналіз конструкту „компетентність” у ракурсі другого підходу – розгляду кола компетенцій, що визначається посадовою інструкцією працівника, дозволяє виокремити в його структурі функції, обов’язки, права та відповідальність при виконанні професійних обов’язків.

На підставі аналізу сучасних наукових доробок можна зробити висновок, що одним із сучасних підходів до оцінювання ПК майбутнього фахівця є комплексний, що складається з трьох поступових процедур: тестування (вимірювання когнітивного та психомоторного компонентів у структурі професійної компетентності), анкетування (вимірювання емоційного та психомоторного компонентів) та вивчення портфоліо майбутнього фахівця (визначення результативного та творчого компонентів). Відповідно до цього інструментами оцінювання виступають: тест професійної компетентності (ПК), опитувальник професійної компетентності та портфоліо - „папка спеціаліста” у певному конкретизованому вигляді.

Аналіз багаторічного зарубіжного та певного вітчизняного досвіду дозволяє припустити ефективність використання тестування як одного з провідних методів оцінювання професійної компетентності співробітників.

Тестування - один із сучасних підходів до оцінювання рівня професійної компетентності фахівця. В широкому розумінні тестування – це сукупність процедурних етапів планування, складання та випробування тестів, опрацювання та інтерпретація їх результатів.

Крім цього, тестування розглядається як метод педагогічної діагностики. У педагогіці класичним і досить повним вважають „критеріальне” визначення, що дає К. Інгекамп: „Тестування – це метод педагогічної діагностики, за допомогою якого вибір поведінки, що презентує передумови або результати навчального процесу, повинен максимально відповідати принципам зіставлення, об’єктивності, надійності та валідності вимірів. Він має пройти обробку й інтерпретацію й бути прийнятим для застосування в педагогічній практиці”.

Слово „тест” в англ. мові означає „випробування, проба, експеримент, перевірка”. У науковій літературі є багато визначень тесту. Тестолог В.А.Кокота вважає, що тест – комплекс завдань, які пройшли попереднє випробування з метою визначення якісних показників і дають змогу виявити ступінь компетентності учасників тесту, результати якого піддаються певному оцінюванню за заздалегідь встановленими критеріями.

Тест ПК складається з тестових завдань із галузей дидактики, виховання, психології, методики викладання чи методики виховання та з директивно-нормативної галузі для оцінювання когнітивного аспекту; тестових завдань-ситуацій, упорядкованих за змістовними одиницями для оцінювання психомоторного аспекту професійної компетентності.

Анкетування містить питання, розподілені по п’яти блоках, відповіді на які дозволяють з’ясувати: характерологічні особливості, мотиви та усвідомленість професійної діяльності, пізнавальні інтереси, розвиненість комунікативності.

Портфоліо – це “папка спеціаліста”, що має таку структуру:

- папка досягнень, що містить докази результативності професійної діяльності (грамоти, дипломи, сертифікати тощо);
- папка розвитку (власні доробки, що засвідчують професійне вдосконалення);
- робоча папка (матеріали для саморозвитку).

При створенні кожного інструменту оцінювання особлива увага приділялася: визначенню мети оцінювання; створенню матриці змісту, що оцінюється; окресленню цілей і завдань; розробці структури інструменту вимірювання; логістиці - детермінуванню порядку проведення вимірювання; обробці й представленню результатів (індивідуальних та групових); встановленню критеріїв оцінювання.

До переваги запропонованої методики ми віднесли інтеграцію кількісної та якісної оцінки професійної діяльності та професійних якостей особистості, що є підґрунтям об’єктивності оцінювання.

Ще одним сучасним підходом до оцінювання рівня професійної компетентності фахівця є кваліметричний підхід.

Кваліметричний підхід (з латин. «квалі» – якість та древньогрецьк. «метрію» – вимірювати) передбачає кількісний підхід до опису якостей предметів чи процесів.

Кваліметрія – наукова галузь, що вивчає методологію й проблематику комплексних кількісних оцінок якостей будь-яких об’єктів - предметів чи процесів.

Кваліметрія - науково обґрунтована оцінка й системна діагностика професійної діяльності й рефлексії особистості.

Аналіз досліджень науковців довів, що використання кваліметрії в освіті є прогресивним кроком, що сприяє кращому розв’язанню низки проблем і, насамперед, підвищенню її якості.

Кваліметрія розділяється на теоретичну й прикладну.

Теоретична кваліметрія абстрагується від конкретних об'єктів і вивчає загальні закономірності й математичні моделі, що пов'язані з оцінкою якості. Предметом теоретичної кваліметрії є підвищення точності, зменшення трудомісткості кількісних оцінок якості й розробка методів і технологій раціонального використання кожного з кваліметричних методів.

Прикладна кваліметрія адаптує й доводить до технологічного використання моделі якісної оцінки якості.

Педагогічна кваліметрія – практична наука, що поєднує в собі педагогіку, математику, загальну кваліметрію, психологію, соціологію й кібернетику.

Основним методом педагогічної експертизи є експертна оцінка. Основна методика - групова експертна оцінка. З допомогою цього методу здійснюється формування колективного судження.

Основний принцип групової експертної оцінки є створення умов для індивідуального опитування експертів (незалежно один від одного). Для групової експертної оцінки підбираються кваліфіковані професіонали експертів. Технічно це виглядає так:

Готується список питань, що представляються експертам.

Експерти незалежно один від одного проставляють бали (ранжування, бальність тощо) проти кожного питання.

Проводиться статистична обробка результатів опитування.

Повторна експертна оцінка незалежних експертів.

Цикл повторюється 3-4 рази. Результати багатьох експериментів підтверджують гіпотезу про більшу надійність колективної експертної думки порівняно з індивідуальною.

Основні принципи кваліметрії, на яких побудована педагогічна кваліметрія (за Єльніковою Г.В.):

1. Якість - поняття складне

2. Споживач

Третій принцип – вагомість факторів.

3. Вагомість факторів.

У педагогічній кваліметрії вагомість кожного фактора буде грати велику роль і буде дуже залежати від "споживача" освітніх послуг конкретного навчального закладу.

По відношенню до педагогічних об'єктів застосовують поняття „параметр” і „критерій”.

Параметр - величина, що характеризує якусь властивість чи стан процесу, явища, системи, числове значення якої дозволяє виділити певний об'єкт із множини інших об'єктів такого ж роду.

Критерій - ознака, на підставі якої здійснюється оцінка, визначення чи класифікація.

Поняття „оцінювання” більш широке, ніж вимірювання. Оцінювання здійснюється на якісному та кількісному рівнях. Коли рівень оцінюється кількісний, то йдеться про вимірювання. Оцінювання здійснюється 4-ма способами:

- об'єктивним, з допомогою стандартизованих методик;
- суб'єктивним, коли в якості оцінювача виступає високопрофесійно підготовлена людина – експерт;
- суб'єктивно-об'єктивним, коли поєднується використання стандартизованих методик і засобів з безпосереднім оцінюванням людини – експерта;

- експертним, коли використовуються спеціальні процедури, необхідні для отримання колективної думки про властивості педагогічних об'єктів.

Головне призначення критерію – служити інструментом для оцінки станів і динаміки НВП.

Будь-який критерій, згідно сучасним уявленням, повинен задовольняти такі вимоги кваліметрії:

- забезпечувати репрезентативність у вирішенні педагогічної задачі, отже, володіти достатньо повним набором суттєвих ознак (якостей), що належать предмету дослідження;
- в якості мірила можуть виступати тільки соціально значущі якості, що мають високі показники в рамках еталонної структури критерію;
- володіти здатністю до формалізації логічної структури, що дозволяє представити систему ознак еталону у вигляді графа чи іншої символічної моделі;
- бути представленим у такій формі, що давала б можливість чітко розділяти структуру на інформаційну, вимірювальну й еталонну частини.

Які основні компоненти діяльності фахівця з безпеки туризму ми могли б виділити, щоб описати її? Найбільш важливими є:

Освіта. Це той компонент, з якого взагалі починається фахівець. Проте базової освіти для розвитку фахівця як компетентного працівника замало. Для розвитку фахівця, що підвищує свою кваліфікацію постійно й цілеспрямовано, освіту необхідно продовжувати протягом усієї діяльності, тому перший компонент більш точно було б назвати - НЕПЕРЕРВНА ОСВІТА.

Кожен, хто ще тільки вирішує стати фахівцем з безпеки туризму, розуміє, що однієї освіти замало. Можна мати багато знань, проте не вміти все це застосовувати на практиці. Тому другим важливим компонентом є ЗДІЙСНЕННЯ РОБОЧОГО ПРОЦЕСУ.

Ще один важливий компонент діяльності – ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ОФОРМЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ.

Висновки. Отже, особистісно-діяльнісний підхід у професійному розвитку – це багатомірна, багатоаспектна, багаторівнева ступінчата відкрита структура, що відображає змістовну та процесуальну повноту професійного навчання фахівців, спрямованого на їхній розвиток та саморозвиток як авторів своєї діяльності; це спосіб педагогічної діяльності, метою якої є інтенсифікація особистісно-професійної сфери у спільній діяльності педагога і вихованців через самопізнання, самоорганізацію, самопобудову, самозміну, самоздійснення, через взаємодію і взаємовплив суб'єкт-суб'єктних стосунків; це умова особистісного розвитку суб'єктів освітнього процесу.

Отже, підґрунтям побудови ефективної фахової компетентності майбутніх фахівців з безпеки туризму є концептуальні засади, в межах яких актуальним і ефективним є застосування таких підходів:

- цілісного синергетичного (системного);
- комунікативно-аксіологічного;
- компетентнісного;
- особистісно-діяльнісного.

Література:

1. Ортинський В. Л. Педагогіка вищої школи : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.]. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 472 с.

2. Мамонтов Я.А. Педагогічна система як принцип науково-педагогічного дослідження // Шлях освіти. 1927. №5. С. 131-135.
3. Ільїна Т.О. Структурно-системний підхід до дослідженню педагогічних явищ // Результати нових досліджень в педагогіці. Моршин., 2017. С. 5-9
4. Ільїна Т.О. Структурно-системний підхід до організації навчання. Моршин., 2017. 124 с.
5. Безпалько В.П. Основи теорії педагогічних систем. Мелітополь: Вид-во МДПУ, 2019. 204 с.
6. Бабанский Ю.К. Оптимізація процесу навчання. Київ : 2015. 138 с.
7. Оболенський О. Ю. Державна служба України : [навч. посіб.] Київ : КНЕУ, 2013. 344 с.
8. Лозова В. І. Стратегічні питання сучасної дидактики // Розвиток педагогічної і психологічної науки в Україні. Ч. 1. Харків : ОВС, 2002. С. 96–97.
9. Філософський енциклопедичний словник. Львів : ІНФРА, 2016. 811 с.
10. Морен Е. Утраченная парадигма: природа человека. Київ, 1995. 240 с.
11. Гинецинский В.И. Знание как категория педагогики: Опыт педагогической когнитологии. Львов : 2009
12. Педагогика: педагогические теории, системы, технологии. Мелітополь, 2001.
13. Равкин З.И. Конструктивно-генетическое исследование ценностей образования – одно из направлений развития современной отечественной педагогической теории. Мелітополь, 2005.

14. Лихачев Б.Т. Вступ в теорію та історію виховних цінностей. Сарни : 2017. 84 с.
15. Масол Л.М. Підготовка вчителів до поліхудожнього виховання учнів // Мистецтво та освіта. 2009. №2. С. 4–7.
16. Зимня І. А. Ключові компетенції – нова парадигма результату освіти // Вища освіта сьогодні. 2013. № 5. С. 34–42.
17. Підготовка майбутнього вчителя до впровадження педагогічних технологій : навч. посіб. / О. М. Пехота, В. Д. Будах, А. М. Старева, та ін. ; за ред. І. А. Зязюна, О. М. Пехоти. Київ : А.С.К., 2013. 239 с.
18. Лозова В. І. Стратегічні питання сучасної дидактики // Розвиток педагогічної і психологічної науки в Україні. Ч. 1. Харків : ОВС, 2012. С. 96–97.
19. Семиченко В. А. Пріоритети професійної підготовки: діяльнісний чи особистісний підхід? // Неперервна професійна освіта: проблеми, пошуки, перспективи : монографія / за ред. І. А. Зязюна. Київ : Віпол, 2000. С. 176–203.

РОЗДІЛ 7.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УКРАЇНІ НА ЗАСАДАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ПРАКТИКИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ, КРЕАТИВНОСТІ Й КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ТУРИЗМУ

Лариса Безкоровайна,

доктор педагогічних наук, професор,

професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Запорізький національний університет

Наталя Венгурська,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та

економіки міжнародного туризму

Запорізький національний університет

Валентина Воронкова

доктор філософських наук, професор,

професор, завідувачка кафедри менеджменту організацій та

управління проєктами

Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні

Запорізький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО (ЗЕЛЕНОГО, АГРО-, ЕКО-) ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПАРАДИГМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Сталий розвиток туризму значить всеосяжне врахування поточних і майбутніх економічних, соціальних та екологічних результатів

туристичної діяльності відповідно до вимог мандрівників, специфіки туристичної індустрії, домовленостей навколишнього середовища та приймаючих громад.

Слід підкреслити, що цілі сталого розвитку (ЦСР) або Глобальні цілі – це набір із 17 взаємопов'язаних глобальних цілей, сформульованих як план для кращого і більш сталого майбутнього для всіх.

У вересні 2015 року в Нью-Йорку в межах 70-ї Генеральної Асамблеї ООН відбувся Саміт ООН зі сталого розвитку, на якому було прийнято Порядок денний розвитку після 2015 року, що затвердив новітню стратегію розвитку.

Підсумковий документ саміту «Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку на період до 2030 року» урядив 17 цілей сталого розвитку та сформулював 169 відповідних до цих питань певних завдань [20] (рис. 1).

Слід зауважити, що відповідно до Глобальної стратегії розвитку, саме Ціль 8 природно стосується туристичного сектору і проголошує виконання стратегії підтримки сталого туризму до 2030 року в такий спосіб:

- сприяти створенню робочих місць, розвитку місцевої культури та виробництву місцевої продукції;
- підтримувати економічне зростання та повну і продуктивну зайнятість для всіх громадян;
- сприяти підтримці темпів зростання валового внутрішнього продукту найменш розвинених країн (щонайменше 7% на рік);
- підтримувати економічну продуктивність шляхом диверсифікації, модернізації та інновацій.

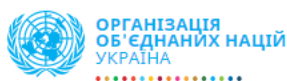


Рис. 1 Цілі сталого розвитку згідно з Самітом ООН (2015 р.)

Джерело: [20]

Відповідно до резолюції Генеральної Асамблеї ООН 70/193, 2017 рік було проголошено Міжнародним роком сталого туризму на сприяння цього зросту.

Варто зауважити, що в підсумковому документі конференції ООН «Ріо+20» (2012 р.) у пункті 130 під назвою «Майбутнє, якого ми прагнемо» сталий туризм може здійснити важливий внесок у всі три компоненти сталого розвитку завдяки щільній співпраці з іншими секторами та його здатності створювати гідні робочі місця і можливості для торгівлі. Стверджується, що він може це трансформувати.

У даному контексті державам-членам необхідно підтримувати діяльність у сфері сталого туризму та розбудову потенціалу, котрі

підтримують підняття екологічної обізнаності, збереження та захист навколишнього середовища, дикої природи, флори, біорізноманіття, екосистемі культурної розмаїтості, підвищення добробуту та збільшення доходів місцевих громад, сприяння місцевій економіці та покращення стану навколишнього середовища для людини і природи в цілому.

Підкреслимо, що в параграфі 130 документа конференції Ріо+20 також міститься запрошення держав-членів адресувати більшу підтримку діяльності у галузі сталого туризму та відповідних заходів із розбудови потенціалу в державах, що розвиваються, з ціллю підтримки сталого розвитку.

Зазначимо, що параграф 131 цього ж документа рекомендує державам-членам заохочувати інвестиції в сталий туризм, включаючи еко-туризм і культурний туризм, що може включати створення малих і середніх підприємств та допомоги доступу до фінансових ресурсів за допомогою ініціатив мікрокредитування на користь бідних, корінних і місцевих громад в регіонах з важливим потенціалом еко- та зеленого туризму.

Вона рекомендує, щоб це могло включати сприяння доступу.

У зв'язку з цим держави-члени також звертають особливу увагу на «важливість розроблення відповідних керівних принципів і правил для просування та підтримки сталого туризму, де це доцільно, відповідно до національних переваг і законодавства» [20].

Слід підкреслити також, що Україна, як і інші держави-члени Організації Об'єднаних Націй (ООН), бере участь у глобальному процесі сталого розвитку.

З метою встановлення стратегічних кордонів національного розвитку України до 2030 року було розпочато комплексний процес адаптації ЦСР, в основу котрого покладено положення «ніхто не залишиться поза

увагою» [20].

Концептуальним підніжжям, в обсягах котрого реалізується розвиток сільського туризму, є нормативно-правові документи на різних рівнях, приміром:

- *на міжнародному рівні* (Глобальні 17 цілей сталого розвитку до 2030 року (2015); Паризька кліматична угода (2015); Програма ООН із навколишнього середовища (1972) та ін.);

- *на національному рівні* (Концепція популяризації України у світі та забезпечення її інтересів у світовому інформаційному просторі (2016); Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року (2017); Закон «Про туризм» (1995, зі змінами та доповненнями); Закон «Про особисте селянське господарство» (2003); Постанова про затвердження порядку надання послуг із тимчасового розміщення (2006 р., зі змінами); Постанова про встановлення класифікації готелів та інших об'єктів, призначених для надання послуг з тимчасового розміщення (2009) та ін.).

Також зауважимо, що відповідно до Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством із атомної енергії і їхніми державами-членами, з протилежної сторони (2017 р.), та її статті 403, здійснюється співробітництво з ціллю підтримки розросту сільського господарства та сільських територій, зокрема шляхом поступового наближення політики та законодавства.

Вплив туризму як потужного механізму забезпечення соціально-економічного розвитку країн та регіонів стає можливим завдяки розвитку внутрішнього та в'їзного туризму, наданню туристичних послуг, що відповідають світовим та європейським тенденціям, із урахуванням національних та регіональних особливостей, встановленню новітніх вимог до виробництва нових туристичних продуктів.

Варто наголосити, що соціально-економічна важливість розвитку сільського туризму зобов'язана відповідати певним умовам, а саме:

- заохочення розвитку фермерів;
- посилення розвитку інфраструктури регіону;
- стимулювання ринку праці в регіоні, підвищення зайнятості населення;
- сприяння продажу сільськогосподарських надлишків;
- збільшення додаткових доходів фермерів;
- внесок у місцеві державні фінанси;
- збереження етнокультурної ідентичності українців та відповідних етнічних меншин;
- підняття культурних стандартів та екологічної свідомості сільського населення;
- створення змістовного дозвілля для бідних верств населення.

Що торкається розросту сільського туризму, зеленого та еко-туризму в Україні, то наразі цими питаннями займається Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму.

Дана Спілка консолідує інформацію про сільський туризм у різних регіонах країни та організовує його промоцію, конференції, тематичні виставки, тренінги та семінари.

Виходячи з вищезазначеного, слід зауважити, що хоча з моменту прийняття ЦСР у вересні 2015 року минуло багато років, і незважаючи на багато важливих досягнень у підвищенні обізнаності щодо Порядку денного у сфері сталого розвитку до 2030 року, жоден сектор ще не досягнув кінцевого терміну досягнення Цілей.

З огляду на це, ООН вважає поважним не лише здійснювання відповідних програм і політик, а й побудову партнерства із урядами, громадянським суспільством та самостійними особами для залучення

ресурсів, розвитку інноваційного мислення та досвіду для втілення ідей, відображених у Порядку денному до 2030 року, в реальність.

Глобальний договір ООН надає особливу можливість сприяти співпраці між галузями та організаціями для розробки рішень глобальних проблем.

Зазначений договір закликає компанії привести свою політику та практику у відповідність до десяти всеохоплюючих принципів у сфері прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьби з корупцією, а також вжити заходів для досягнення соціальних цілей та ЦСР.

Залучаючи тисячі великих і малих компаній по всьому світу, що представляють різні галузі, ООН прагне випродувати по-справжньому глобальний плин відповідального бізнесу, котрий керується прагненням до сталого розвитку, з фундаментальними стратегіями та практиками – не тільки-но для добробуту товариства, але й на благо окремих людей.

Десять ключових елементів Глобального договору ООН, засновані на Основних конвенціях і Статуті ООН, визнані і задокументовані в ряді міжурядових резолюцій та підсумкових документів, включаючи резолюції Генеральної Асамблеї.

Підприємства гостинності в сільському туризмі повинні дотримуватися цих правил у своїй діяльності та при визначенні стратегій для нових розробок та ефективного функціонування.

Отже, уточнимо сутність принципів Глобального договору ООН, що полягають у такому:

- захист проголошених на міжнародному рівні прав людини повинен підтримуватися і поважатися;

ділові круги зобов'язані:

- підтримувати свободу асоціацій та право на колективні переговори;

- бажати ліквідації всіх форм примусової та обов'язкової праці;
- прагнути до ліквідації дитячої праці;
- бажати ліквідації дискримінації в галузі праці та занять;
- схвалювати запобіжний підхід до екологічних питань;
- підтримувати ініціативи, спрямовані на підвищення екологічної відповідальності;
- схвалювати розвиток і поширення екологічно чистих технологій;
- протидіяти корупції в усіх її формах, включаючи здирництво та хабарництво;
- не бути спільниками порушень прав особистості.

Таким чином, з огляду на наведене, необхідно наголосити, що дотримання принципів Глобального договору ООН надає індустрії гостинності та туризму, в тому числі сільського туризму, можливість опрацювати обґрунтовану концепцію сталого розвитку та конкурентоспроможності туристичної галузі в ринкових умовах бізнес-середовища, засновану на продуктивному корпоративному управлінні, діловій етиці та корпоративній культурі надання обслуговувань в індустрії туризму надає можливість для розвитку туристичної галузі.

Сьогоднішні передбачення щодо агробізнесу, є оптимістичними. Всі розуміють, що це єдиний актив, котрий варто захищати під час кризи.

Інтегрування в світову систему туризму і гостинності потребує переходу українських готельних, ресторанних, туристичних підприємств на світові загальники сервісу, зміни форм організації та управління в готельно-ресторанному й туристичному бізнесі.

Варто підкреслити, що сьогодні в Європі існує три види сільського туризму:

- зелений туризм – це безпосередня участь відвідувачів у

сільськогосподарській діяльності;

- сільський відпочинок – у цьому виді відпочинку туристи зупиняються в будинках місцевих жителів або в спеціально побудованих садибах і знайомляться з місцевою природою, рекреацією, історією, архітектурою, культурою та сімейними традиціями;

- еко-туризм – вид науково-освітнього сільського туризму, характерний для селищ і сіл у національних парках та заповідних територіях.

Варто зазначити, що одним із видів диверсифікації сільського туризму є агро-туризм, який сформувався у 80-х роках минулого століття і наразі набуває все більшої популярності в Європі.

Виникає питання: «Чи можна сказати, що сільський туризм і агро-туризм – це одне і те ж саме?».

Акцентуємо, що сільський туризм – це будь-який вид туристичних послуг, що пропонуються в сільській місцевості та надаються місцевими жителями.

Переконання полягає в тому, щоби притримати більшу частку економічної вигоди в кордонах місцевої території.

Водночас агро-туризм є одним із елементів цього виду відпочинку, який зазвичай надається (принаймні, на неповний робочий день) на фермах або в сільських домогосподарствах.

У будь-якому випадку, споживачі туристичних обслуговувань можуть розраховувати на особистий прийом у сільській родині, автентичну сільську атмосферу та відчуття національної культури, смачну домашню їжу з місцевих продуктів, а також комфортне, але необов'язково розкішне житло.

Поняття агро-туризму стосується певного виду рекреаційного або пізнавального туризму, пов'язаного з використанням

сільськогосподарських активів, де туристи займаються агро-туризмом під час короткого перебування в сільському поселенні.

Водночас агро-туристична діяльність стосується приватної сільськогосподарської практики, спрямованої на задоволення потреб туристів та надання агро-туристичних послуг.

Таким чином, агро-туристичні послуги включають короткострокове розміщення, харчування, туристичні, спортивні, розважальні, культурні та освітні послуги та інші послуги для туристів.

Сільські садиби – це житлові будинки, розташовані в сільській місцевості і призначені для короткострокового проживання туристів на присадибних ділянках, що перебувають у власності фермерських господарств.

Агро-оселі є обов'язковою умовою сільського туризму в європейських країнах і становлять основу продукту.

Агро-оселі є основою комплексного пакету послуг для клієнтів, а також платформою для формування супутніх послуг, а саме:

- привабливі для туристів регіони;
- місцеві традиції та практики гостинності;
- історична та культурна спадщина;
- розмаїття гастрономії тощо.

Варто зазначити, що з розвитком сільського туризму в європейських країнах сільські території мають спроможність запропонувати туристам надзвичайно різноманітний асортимент сільських туристичних продуктів, серед котрих:

- оригінальний спосіб життя;
- історичну та архітектурну народну спадщину;
- екологічно чисті продукти харчування;
- мальовничі ландшафти тощо.

Крім того, до заходів, що сприяють розвитку сільського туризму в європейських країнах, належать:

- підвищення кваліфікації фахівців у галузі сільського туризму;
- перепідготовка кадрів для надання послуг у сфері сільського туризму;
- вивчення організаційних, правових та економічних питань, пов'язаних із сучасним станом та розвитком сільського туризму;
- навчання громадян, які бажають започаткувати власну справу в сільській місцевості, у сфері сільського туризму;
- надання послуг та організація семінарів із питань розвитку сільського туризму.

Сільський туризм може вирішити соціальні проблеми села. Агротуризм може вирішити проблеми зайнятості сільського населення, а кошти, отримані від його реалізації, можуть бути використані місцевими громадами для покращення місцевої інфраструктури.

Зазначимо, що С. Аммірато та А. Фелікетті, дослідники з Університету Калабрії, Італія, вивчали агро-туризм як засіб сталого розвитку сільських територій і виявили, що, на відміну від попередніх стратегій розвитку, котрі були зосереджені в першу чергу на економічному зростанні, наслідки такого невибіркового зростання (панівні соціальні витрати, незрозуміле використання природних ресурсів, загальне забруднення тощо), вона відзначає, що сьогодні парадигма постійного економічного зростання як прийому задоволення вимог сільських громад є досить малоймовірною [18].

Варто наголосити, що італійські вчені С. Аммірато та А. Фелікетті розробили концепцію сільського туризму, котра розглядає його як систему з певними взаємозв'язками [18].

Цю концепцію вдало демонструє рисунок 2.

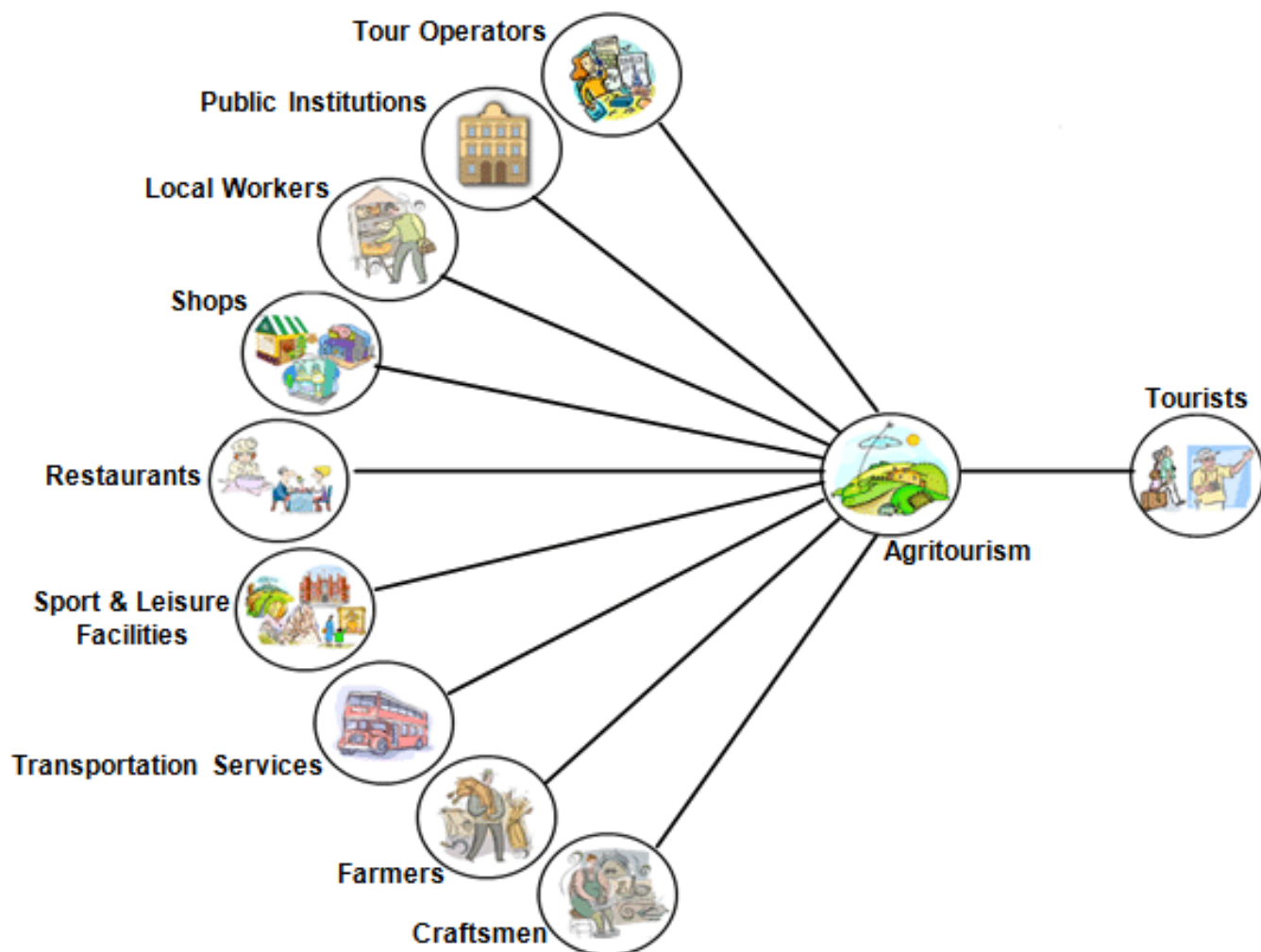


Рис. 2 Концепція сільського туризму за вченими С. Амірато, А.М. Фелікетті

Джерело: [18]

Підкреслимо, що концепція сільського розвитку в Європі набігає дедалі більш складного сенсу, з акцентом уваги на позаекономічну галузь та використання природних ресурсів і ландшафтів, а також на просування та валоризацію матеріальних (інфраструктура, пам'ятники, типова місцева кухня тощо) і нематеріальних (культурна спадщина, традиції та історія)

цінностей (урядові заходи з переоцінки капіталу та збільшення вартості) [18].

Важливо зазначити, що одним із інструментів насичення місцевого туристичного ринку є диверсифікація туристичних послуг на основі креативності та стійкості (еко-туризм, гастрономічний та розважальний, культурний та пізнавальний туризм, освітній туризм, SMART-спільнота, креативні хаби села, фестивалі та свята народних ремесл тощо).

Публікацію розроблено в межах проєкту «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні» / «Diversification of rural tourism through sustainability and creativity: disseminating European experience in Ukraine» (DIRUT) 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE за підтримки Програми Erasmus+: Jean Monnet Європейського Союзу, що реалізується у Запорізькому національному університеті (2020-2023).

Список використаної літератури:

1. Безкоровайна Л. Корпоративне управління в конкурентному туристичному середовищі: етика і культура гостинності. Наук. журнал «Економічний форум». Луцький нац. техн. ун-т. Луцьк. 2021. С. 39-45.

2. Безкоровайна Л., Венгерська Н., Череп А., Воронкова В. Особливості впровадження проєкту «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні» в Запорізькому національному університеті. В кн.: *Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку: монографія* / за заг. ред.

Л.В. Безкоровайної. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2022. С. 262-278.

3. Безкоровайна Л. В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства у вищих навчальних закладах: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04. Запоріжжя, 2018. 713 с. URL: <http://surl.li/cidsq>

4. Венгерська Н. С., Череп А. В., Воронкова В. Г., Безкоровайна Л. В., Осаул А. Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: досвід Європи та України. В кн.: *Інтеграція освіти, науки і бізнесу* / За загальною редакцією Череп А. В. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика». 2021. С. 56-61.

5. Венгерська Н. С., Череп А. В., Воронкова В. Г., Безкоровайна Л. В. Череп О.Г., Бойка О.А. Кластерна модель організації сільського туризму в європейському союзі: теоретичні та практичні аспекти. *Humanities studies: збірник наукових праць* / Гол. ред. В. Г. Воронкова. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. Вип. 15 (92). С. 142-151.

6. Диверсифікація європейського сільського туризму через збалансованість та креативність : навчально-практичний посібник / за ред. А.В. Череп, Н.С. Венгерської, Л.В. Безкоровайної, В.Г. Воронкової, О.Г. Черепи, А.О. Осаул, О. А. Бойки, С.В. Омелянчика. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2022. 272 с.

7. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби COVID-19 (2020). Відом. ВР (ВВР), 2020, № 43, ст. 371. URL: <http://surl.li/hebac>

8. Закон України Про особисте селянське господарство. Відом.

ВР України (ВВР), 2003, № 29, ст.232. URL: <http://surl.li/hgrdn>

9. Організація Об'єднаних Націй. Україна. URL: <http://surl.li/dhefr>

10. Пенцак Є. «Економічні сценарії майбутнього: нові правила чи нові гравці?». URL: <http://surl.li/cecsu>

11. Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання). Постанова КМ України від 29 лип. 2009 р. № 803. Київ. URL: <http://surl.li/hjuxg>

12. Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання). Постанова КМ України від 15 бер. 2006 р. N 297 Київ. URL: <http://surl.li/hjuxd>

13. Про схвалення Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі від 11 жовт. 2016 р. № 739-р Київ. URL: <http://surl.li/hjuyf1>

14. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026: розпорядження КМ України від 16.03.2017 р. №168-р. Урядовий портал. 2017. № 168-2017-р. URL: <http://surl.li/hjuwh>

15. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. Відом. ВР України. 1995. № 31. Ст. 241. Із змінами, внесеними згідно із Законом № 222-VIII (222-19) від 02.03.2015 р., Відом. ВР України. 2015. № 23. ст. 158. URL: <http://surl.li/bupcs>

16. Спілка Сприяння Розвитку Сільського Зеленого Туризму України. URL: <https://www.facebook.com/spilkaszt/>

17. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. Угоду ратифіковано із заявою Законом № 1678-VII від 16.09.2014. URL: <http://surl.li/cesny>

18. Ammirato, S., Feliketti, A. M. (2014). The Agritourism as a means

of sustainable development for rural communities: a research from the field. International Journal of Interdisciplinary Environmental Studies. 8(1):17-29. URL: <http://surl.li/cecvl>

19. Faría, C. del P., Angarita, J. L., Pérez Laurens, L., & Ochoa, A. C. (2017) Modelo de planificación estratégica del turismorural sostenible. Multiciencias. 16(3), 267-273. Recuperado a partir de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/multiciencias/article/view/2298>

20. Resolution adopted by the General Assembly on 22 December 2015 (2015). Global Code of Ethics for Tourism. URL: <http://surl.li/hkhmr>The Paris Agreement under the United Nations Framework Convention on Climate Change. United Nations. 12 Dec. 2015 (2015). URL: <http://surl.li/hjuvv>

21. The United Nations. URL: <http://surl.li/ceexz>

22. United Nations Environment Programme (UNEP). URL: <http://surl.li/hjuwb>

23. World Tourism Organization. URL: <http://surl.li/hjuzh>

РОЗДІЛ 7.

РОЛЬ ТУРИЗМУ В ПОЛІПШЕННІ СТАНУ ЗДОРОВ'Я НАСЕЛЕННЯ, ВПРОВАДЖЕННІ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ, ЗБЕРЕЖЕННІ Й РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ, КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ І ТРАДИЦІЙ, ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНОГО НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА; ЗАСТОСУВАННІ МОДЕЛЕЙ «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ»

Андрій Конох

канд. пед.наук, доцент

Запорізький національний університет

м. Запоріжжя

ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Актуальність. Всебічне втілення концепції сталого розвитку в життя робить екологічний туризм з кожним роком все більш значимим. Ефективне і раціональне використання ресурсного потенціалу та оптимальне вирішення проблем регіонального розвитку – ось дві найважливіші мети, які намагається досягти стратегія сталого розвитку для будь-якої території. Ці дві мети знайшли б свою реалізацію в розвитку екологічного туризму, що дозволить зберегти унікальну красу природних територій, зменшити антропогенний тиск на природне середовище, збільшити в підростаючого покоління об'єм знань про природу і досвід спілкування з нею, покращити добробут місцевого населення тощо. Тобто, екологічний туризм можна назвати стійким еколого-зрівноваженим

туризмом. В зв'язку з перспективністю розвитку екологічного туризму в Україні представляє інтерес трактування поняття екологічного туризму прийняте в міжнародних документах, його принципів і критеріїв, дослідження співвідношення понять екологічний туризм і стійкий туризм.

Аналіз останніх досліджень. Наукова проблематика розвитку екологічного туризму, трактування поняття екологічного туризму висвітлюється у працях О. Бейдика, В. Вацеба, О. Дмитрука, Л. Жданової, Дудурова Л., Сакун Л. та інші. Вивченням питання сталого розвитку в туризмі займалися Л. Жданова, Л. Кнодель, В. Куценко, В. Смаль, Б. Пангелов, Г. Цехмістрова та інші.

Мета. Розкрити сучасне трактування поняття екологічний туризм, дослідити співвідношення понять екологічний туризм і стійкий туризм, проаналізувати основні принципи концепції сталого розвитку туризму.

Виклад основного матеріалу. В історії цивілізації першооснови визначення поняття «туризм» закладені греками [7]. Так, «Tour» (тур) – грецьке слово, що означає «подорож». Адам Сміт у XVIII ст., проаналізувавши соціальні особливості мандрівників, назвав їх «tourists» (туристами), пізніше всі атрибути подорожі називались прикметником «tourist» (туристський чи туристичний), і от, нарешті, термін «tourism» – туризм – був винайдений для позначення явища і теорії туризму [15]. В англійській мові лексема «туризм» увійшла в обіг на початку XIX століття. Корінь tour (tourism) асоціюється скоріше з «турне» театральної трупи, ніж з «індивідуальними поїздками» в сучасному розумінні цього слова.

У французькій мові слово «туризм» походить від «tourisme», «tour» – подорож (поїздка, похід) у вільний від роботи час, один із видів активного відпочинку; у німецькій мові «туризм» – це проведення відпочинку в подорожах; в італійській – мандрування з цікавістю [33].

На думку В.В. Абрамова, туризм – поняття, яке не має коренів і витоків в українській мові [1]. Тому різні автори по-різному тлумачать цей термін. Наприклад, туризм – це відпочинок або оздоровлення, один із видів спорту, один із засобів фізичного, естетичного виховання тощо.

В історії розвитку туризму були такі періоди, коли це соціальне явище не мало своєї назви і вживалося лише в статтях про історію конструкції велосипеда і подорожей на велосипедах. Тому в «Енциклопедичному словнику» Брокгауза й Ефрона (1902 р.) відсутнє поняття «туризм». Великий тлумачний словник української мови подає таке визначення слова «туризм»: «подорож з метою знайомства з чужими країнами та місцями або заради відпочинку».

Новий тлумачний словник української мови «туризм» подає як подорожі, що здійснюються за певними маршрутами по своїй країні або за кордоном та поєднують відпочинок з пізнавальною метою, інколи містять елементи спорту [5].

Отже, при формуванні визначення поняття «туризм» слід розглянути багатоаспектність цього явища і його взаємодію з іншими видами діяльності.

На основі аналізу праць В.В. Абрамова [1] та ін., виявлено, що подорож і туризм – два нерозривно пов'язані поняття, які характеризують певний спосіб життєдіяльності людини. Це відпочинок, активна розвага, спорт, пізнання навколишнього світу, торгівля, лікування тощо. Проте при цьому завжди присутня визначальна дія, яка вирізняє і виокремлює подорож у ряді сфер діяльності – переміщення людини в іншу місцевість або країну, континент, що відрізняються від звичного місцезнаходження або мешкання.

У подорожах беруть участь окремі індивідууми, групи осіб із спільними інтересами й метою експедиції, у тому числі і військові, у складі

яких може бути декілька сотень або навіть тисяч фахівців, а також дипломати, мігранти і переселенці. Подорож – поняття, що має спільне значення з туризмом і позначає переміщення людей у просторі і часі [18].

Вчений В. Квартальнов тлумачить подорож як переміщення людей у часі і просторі, а людина, яка здійснює подорож, незалежно від мети, напрямів, засобів пересування і тимчасових проміжків, іменується мандрівником [14]. Дослідник стверджує, що залежно від особливостей подорожі мандрівника можна називати мореплавцем, космонавтом, бізнесменом, натуралістом тощо згідно з метою, напрямом, засобами пересування і характеристиками, що мають істотне або навіть неістотне значення. За певних характеристик, а також умов організації і здійснення, подорож може бути складовою частиною туристської послуги. Для зручності людина, яка мандрує, зветься «відвідувачем» [14].

Бюро переписів США, що відповідає за ведення досліджень національних подорожей, трактує подорож як «переміщення більш ніж на 100 миль від місця постійного мешкання». Проте в «Огляді національних подорожей» (1963 і 1967 рр.) використовується визначення, доповнене словами «або за межами міста на одну та більше ночей». Центр даних із туризму США, що знаходиться у Вашингтоні, використовував у своїй роботі визначення, встановлені бюро переписів США. Як і бюро переписів, центр даних із туризму США виключив із визначення «подорожі» деякі види поїздок, зокрема переміщення членів екіпажів морських і повітряних суден, залізничних потягів тощо; подорожі осіб між регіонами, країнами з метою виконання службових, посадових обов'язків; подорожі осіб з метою навчання. Із цим твердженням важко не погодитися, оскільки мета цих поїздок – потреба виробництва, виконання своїх службових обов'язків, а не задоволення [10].

У ході вивчення праць про туризм В. Абрамова [1], В. Дехтяря [9] та ін., виявлено, що спроби окреслити кордони туризму провокували появу нових питань у дослідників, а саме: як співвідносяться поняття «туризм», «дозвілля» (відпочинок) і «відновлення сил» (рекреація); які складові елементи й основні характеристики туризму; які взаємозв'язки між елементами туризму; який взаємозв'язок між перспективами туризму і навколишньою реальністю; чим визначаються контекст, розміри, показники туризму; у чому сутність механізму стійкості туризму; яка природа методології досліджень туризму.

Туризм, як окремий вид подорожей має певні обмеження, особливості, чітко визначені характеристики і безліч тлумачень у понятійному сенсі.

На відміну від подорожі, туризм – суспільне явище, яке піддається впливу стану економіки в країні, йому властивий дуалізм (подвійність) внутрішньої природи явища, оскільки туризм – це й особливий, масовий різновид подорожей, а також діяльність з організації і здійснення цих подорожей.

Дослідники наводять понад 200 визначень туризму, які тією чи іншою мірою містять певні ознаки туризму, але не можуть скласти повну картину цього унікального явища. Так, відпочинок або оздоровлення неповно розкривають суть туризму. Наприклад, туризм – один із видів спорту, засобів фізичного виховання, пізнання природи регіону та культури народу, естетичного виховання.

У міжнародній практиці офіційно існує визнане визначення поняття «туризм», запропоноване Всесвітньою туристською організацією і прийняте Статистичною комісією ООН, а саме: «туризм» – це «усі види діяльності людей, які подорожують чи перебувають у місцях за межами їх звичайного середовища не більше як на один наступний рік з метою

дозвілля, бізнесу чи в інших цілях» [3]. Проте за термінологічними цілями це трактування сприяє тільки впорядкуванню статистичної інформації з туризму.

Туристське товариство Великобританії визначає туризм як тимчасове, короткострокове переміщення людей до пунктів призначення поза місцями, де вони зазвичай живуть і працюють, і їхні дії впродовж перебування в цих пунктах призначення. Нідерландський інститут туризму і транспортних досліджень (НІТТД м. Бреда) визначає туризм як усі види діяльності людей, що подорожують чи залишаються під час їх вільного часу далеко від постійних місць проживання. Джафар Джафарі пропонує таке робоче тлумачення туризму як сфери досліджень: «туризм, як галузь дослідження, вивчає людину далеко від її звичайного місця проживання; індустрію, що задовольняє її потреби та інтереси і те, що людина й індустрія роблять у соціокультурному, економічному і фізичному середовищі» [10]. Туризм – масове явище ХХ ст., що одержало свій розвиток у політико-економічній ситуації, яка склалася в розвиненому суспільстві. Люди (в більшості своїй робітники по найму) скрізь отримали право на щорічну коротку (в середньому 2-3 тижні) відпустку. Після другої світової війни (1939-1945 рр.) вони стали жити в достатку, а це дозволяє виділяти кошти на відпочинок і короткострокові подорожі з метою відпочинку. Розвинені транспортні засоби, які відкрили еру транс-континентальних польотів на повітряних суднах, надали можливість відвідати будь-яку частину світу.

Це також стверджується статистичними даними українського бюро з туризму, яке свідчить про те, що найбільшу частку займає туризм вихідного дня (2-3 дні), далі йдуть невеликі туристські поїздки (6-7 днів), значно менший відсоток становлять 8-12-денні тури. Всі інші, більш

тривалі поїздки, випадають із статистики через свою низьку питому вагу в загальній кількості.

У теорії і практиці туризму існує й інша понятійна категорія – «звичне місце постійного проживання». Воно визначається часом, протягом якого людина постійно проживає в одному і тому ж місці (місті, селищі, районі). Для кожного певного місця, району, країни, а також населення слід визначити осіб, які можуть бути віднесені до категорії постійних жителів або відвідувачів. Визначення періоду вільного часу виходить із загального розуміння туризму як способу відпочинку. Воно недостатньо справедливе для деяких видів туризму, наприклад, для професійно-ділового, учасники якого зазвичай здійснюють поїздки як фахівці, які відряджаються фірмою, організацією, підприємством [19].

На нашу думку, понятійний апарат повинен ґрунтуватися на найважливішому елементі, який входить у саму систему туризму і є його метою. Вона дозволяє чітко виділити види діяльності, що належать до туризму і підпадають під пільгові митні, податкові й інші режими, встановлені державами для туризму. Головні цілі туризму: розважальні, рекреаційні й пізнавальні. Іншими щодо значущості є цілі оздоровчі й лікувальні, далі професійно-ділові, гостьові тощо.

У туристському словнику-довіднику В. Федорченко, І. Мініч туризм тлумачиться як «тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без діяльності, що оплачується» [22].

Отже, на сьогодні виникла необхідність у переосмисленні та уніфікації чинного понятійного апарату. Так, тлумачення «туризм», закріплене в Законі України «Про туризм» від 1995 року, на наш погляд, є звуженим і некоректним [13]. Тут туризм визначається як тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних

або професійно-ділових цілях без оплачуваної діяльності. Тому діяльність юридичних осіб із надання послуг (операторів цього ринку) під час тимчасового виїзду не входить до цього поняття «туризму».

У цьому випадку визначенню дефініції «туризм» надається звужене поняття «подорож», що, на наш погляд, є помилкою, особливо, коли термін «туризм» використовується для пояснення суті «подорож». Трактуювання значення, записане в ст. 1 Закону «Про туризм», за своїм змістом більше підходить поняттю «туристична подорож» [13]. Зауважимо, поняття «подорож» значно ширше, ніж поняття «туризм», адже подорож пов'язана не лише з виїздом (переміщенням) людей для задоволення оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілей без здійснення оплачуваної діяльності, а і з переміщенням людей за інших обставин, зокрема в умовах воєнних дій (переміщення військ), географічних відкриттів, міграційних процесів, у науково-дослідницьких інтересах. І, відповідно до цього, одним із видів подорожі може виступати і туристична подорож.

Таким чином, Закон не розглядає діяльність юридичних осіб, що надають туристські послуги, як один з елементів туризму. У такому разі видається дивним визначення туристського продукту як «комплексу туристичних послуг, необхідних для задоволення туриста під час його подорожі» та терміна «туристичні послуги» як «послуги суб'єктів туристської діяльності, спрямовані на задоволення потреб туристів». Якщо туризм – це лише тимчасовий виїзд людини, що здійснений тільки її силами (це впливає із визначення), то про який продукт і послуги може йтися? Хто виробляє цей продукт і хто надає ці послуги? Виникає здивування вживання і пояснення в Законі таких понять, як «туристична діяльність», «туристична індустрія».

Якщо туристичним продуктом є туристична послуга, то її надання повинно передбачати існування двох сторін: того, кому надається послуга і того, хто надає цю послугу. Проте в цьому випадку сторона, яка надає послуги, відсутня (за визначенням). Якщо виходити з того, що будь-які дії громадян та організацій, спрямовані на встановлення, зміну або припинення цивільних прав і обов'язків (угоди), передбачають належне їх оформлення, то за відсутності однієї зі сторін означені дії неможливі. Відповідно й існування договору про надання туристських послуг теж неможливе.

Отже, чинне визначення туризму, закріплене в Законі України «Про туризм», не відповідає не лише фактичному значенню поняття «туризм», а й самому змісту цього закону. Необхідне більш чітке визначення, яке б закріпило існування всіх сторін цих відносин.

Найбільш компетентно, на нашу думку, туризм варто розглядати як велику економічну систему з різноманітними зв'язками між окремими елементами в рамках як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством у цілому. На нашу думку, значно точнішим і конкретнішим є тлумачення поняття «туризм» як сукупність відносин і послуг, пов'язаних із тимчасовою і добровільною зміною мандрівником місця проживання з некомерційних чи непрофесійних причин. Таке пояснення не заміняє поняття «туризм» поняттям «туристська подорож» або яким-небудь іншим, воно вказує, що це є відносини і послуги, а не просто тимчасовий виїзд людини.

Крім того, в Законі України «Про туризм» при формулюванні базових понять ще й досі застосовується назва «туристичний», тоді як увесь світ користується назвою «туристський» і похідними від неї. На сучасному етапі розвитку туризму в Україні досить суперечливим

залишається питання влучного використання прикметників «туристський» і «туристичний».

Якщо у попередній редакції Закону «Про туризм» (1995 р.) [13], крім визначень із суфіксом «-ичн-» були і такі терміни, як «туристський ваучер» і «керівник туристської групи», то в останній редакції усі вирази, що стосуються понять «туризм» і «турист» вжито з прикметником «туристичний» [6].

Більш докладно з'ясуємо порядок уживання цих слів. Так, у «Туристському словнику-довіднику» В. Федорченка, І. Мініч основні галузеві туристські назви, наприклад, „туристська індустрія” (подорож, асоціація, послуга, квота, фірма, об'єкт, центр, ресурси тощо), вжито із суфіксом «-ськ-» [22].

Аналогічне застосування всіх словосполучень із суфіксом «-ськ-» має місце у таких міжнародних документах: Статут Всесвітньої Туристської Організації (ВТО) (1970), Документ Акапулько (1982), Хартія туризму (1985), Гаагська декларація з туризму (1989), Балійська декларація з туризму (1996), Манільська декларація з соціального впливу туризму (1997), Осакська декларація тисячоліття (2001).

У зазначених документах наведено такі словосполучення: національна туристська адміністрація, міжнародний туристський ваучер, туристська асоціація (федерація, агентство, діяльність, індустрія, подорож, компанія, поїздка, політика, представництво, підприємство, інфраструктура, послуги, ресурси, об'єкти, преса).

Розглянемо лінгвістичні підходи до правил уживання прикметників «туристський» і «туристичний».

У «Великому тлумачному словнику сучасної української мови», «Толковом словаре туристских терминов» зазначається, що прикметники

«туристський» і «туристичний» повинні співвідноситися відповідно зі словами «турист» і «туризм» [5].

Безперечно, у повсякденному житті співвіднести і відокремити багатоспектровий набір виразів із поняттями «туризм» і «турист» не так легко.

Варіант «туристський» поглинає і перекриває значення прикметника «туристичний». Він не знає обмежень із назвами будь яких реальних об'єктів у колі понять, що їх охоплює туризм. Проте, слово «туристичний» не сполучається з цілою низкою слів, які за змістом співвідносяться тільки з поняттям «турист», наприклад, туристська пісня (вогнище, рюкзак, стежки, спорядження, намет, табір, база, маршрут, путівка тощо).

Крім цього, іменник «туризм», серед численних слів на «-изм-» чи «-ізм-», стоїть достатньо близько до слова «альпінізм». Ні перше, ні друге слово не належать до категорії абстрактних іменників на «-ізм-», для яких поєднання з прикметником на «-ичний» є мовною характеристикою: «авантюризм-авантюристичний», «антагонізм-антагоністичний», «песимізм-песимістичний» тощо. Неважко переконатися, що зв'язок понять у цих парах слів надає оцінний характер значенню прикметників на «-ичний», наприклад, «антагоністичні суперечності», «песимістичний настрій». Прикметники, співвіднесені з поняттями «туризм» і «альпінізм» ніяк не можуть набувати значення оцінності, а є пов'язаними з конкретними поняттями: туристський рюкзак (намет тощо), альпіністський маршрут (база тощо). З огляду на зазначене, цілком правомірним є сполучення прикметника «туристський» з іменниками «маршрут», «карти», «база», «організація» тощо. Саме це враховано у наведених вище міжнародних документах, але чомусь не просто проігноровано, а зроблено все навпаки в останній редакції Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» [13]. Щодо означених термінів, то найбільш

вдалими є терміни подані В. Федорченком, І. Мінич, у навчальному посібнику «Туристський словник-довідник» [22].

У результаті аналізу вказаних понять можна зробити такі наукові узагальнення: туризм характеризується такими особливостями, як переміщення людей від їх місць проживання до іншої місцевості з різними цілями на певний період часу – не більше одного року; будь-яка діяльність мандрівників, очікування спрямовані на задоволення інтересів, незалежно від того, яка основна мета поїздки, набуття життєвого досвіду.

Зазвичай поняття «туризм» і «подорож» застосовуються в одному значенні, тобто паралельно. Проте ці терміни не пояснюють зміст підготовки фахівця з туризму, оскільки не містять визначення власне туристів як «споживачів далеко від їхнього дому».

Виходячи з особливостей туризму і враховуючи неоднозначні тлумачення цього терміна, у роботі використовуємо поняття туризму у такому формулюванні: Туризм – тимчасовий і добровільний виїзд людини у вільний час з місця свого постійного проживання з метою активного відпочинку, в процесі якого вона формує, зміцнює своє індивідуальне здоров'я, фізично розвивається, реалізує різні потреби й інтереси і не займається оплачуваною трудовою діяльністю.

В основу такого тлумачення закладено такі ідеї. З метою визначення поняття «туризм» як відправної точки й орієнтиру щодо вдосконалення освіти з цієї галузі необхідно враховувати його суть як середовища професійної діяльності майбутніх дипломованих фахівців, оскільки їх професійна компетентність буде формуватися, зростати і застосовуватись у відповідному середовищі.

Отже, підґрунтям тлумачення терміна «туризм» є відносини, які виникають унаслідок переміщення людей з місць постійного проживання в інші місця; цілі, що їх спонукають у подорожі; опис дій інших людей, фірм і

організацій, чия діяльність забезпечує можливість подорожей і подій, які відбуваються в поїздках.

На нашу думку, для усвідомлення поняття «турист», із зазначеними параметрами, потрібно зіставити зміст термінів «турист» і «туристська індустрія» в одному контексті, в їх історичному розвитку.

Перші визначення поняття «турист» було дано у 1937 р. Комітетом статистичних експертів при Лізі Націй, зокрема: Міжнародний турист – це особа, яка здійснює подорож із метою туризму в іншу країну, що не є країною його постійного місцяпроживання і що знаходиться за межами його звичайного середовища, на термін від 24 годин, без заняття оплачуваною діяльністю. Однак така дефініція, як здається, є неточною, тому що її можна застосувати майже до всякого іноземця, який знаходиться в іншій країні більше 24 годин (емігрант, транзитний пасажир, біженець, злочинець).

У 1950 році Міжнародний союз офіційних туристичних організацій (МСОТО), реформований у 1957 році у Всесвітню туристську організацію – ВТО (World Tourism Organization – WTO), уточнив визначення «турист», сформулював нові поняття: «екскурсант» і «транзитний мандрівник». При цьому вони були чітко розмежовані і відокремлені від поняття «турист» [3].

У статті I Міжнародної конвенції про митні пільги для туристів, прийнятій ООН в 1954 р., зазначено, що «турист» – це особа, незалежно від її раси, статі, мови і релігії, яка вступає на територію якої-небудь договірної держави, окрім тієї, в якій зазвичай проживає, і залишається там не менше 24 годин і не більше 6 місяців з дозволеною метою (окрім мети емігрувати), як-от: з метою туризму, розваги, спорту або лікування; за сімейними обставинами, для навчання, релігійного паломництва або з діловою метою.

Згідно з цим визначенням туристом може бути – будь який іноземець, який перетнув кордон іншої держави, за винятком громадянина, який приїхав до країни на постійне проживання (емігранта).

Таке поняття «турист» мало розмитий характер, оскільки його можна було застосовувати до іноземців, які приїждять до країни і не з туристською метою (наприклад, емігранти).

У 1963 р. на конференції ООН з міжнародного туризму в Римі (Rome Conference Definition) були також розглянуті питання туристських дефініцій. Проте учасники конференції не змогли дійти єдиної думки, тому було вирішено розробити визначення поняття «турист» у статистичних цілях.

У рекомендаціях Римської конференції ООН сказано: «Для статистичних цілей «тимчасовим відвідувачем» є будь-яка особа, що відвідує будь-яку країну, крім тієї, яка є його звичним місцем проживання, з будь-якою метою, крім заняття професійною діяльністю, винагороджуваною у відвідуваній країні».

Поняття «тимчасовий відвідувач» включає туристів, тобто тимчасових відвідувачів, які знаходяться у відвідуваній країні щонайменше 24 години. Мета їхньої подорожі: відпочинок, оздоровлення, паломництво, заняття спортом, ділові справи, відрядження, участь у роботі конгресів, конференцій, сімейні обставини. Це поняття охоплює також екскурсантів, тобто тимчасових відвідувачів, які перебувають у відвідуваній країні менше 24 годин (включаючи круїзних туристів). Екскурсанти не залишаються на ночівлю в країні відвідин, хоча вони і можуть робити поїздки країною впродовж одного або кількох днів і повертатися ночувати на свій корабель, яхту, потяг.

Римська конференція рекомендувала не включати в статистичні дані туристів, які здійснюють поїздки з метою державної служби і візити

державних діячів, парламентські, урядові делегації: дипломатичні чи інші місії тощо. За визначенням, сформульованим Римською конференцією, туристами вважаються також студенти, які знаходяться за кордоном. Було також встановлено: основними групами туристів необхідно вважати громадян, які їдуть відпочивати, за сімейними обставинами, на лікування тощо; особи, які відбувають на засідання, з'їзди (наукові, адміністративні, спортивні тощо); люди, які відправляються в службових справах, у морську поїздку на термін менше 24 годин.

Туристами не вважаються: громадяни, які приїждять до країни за договором або без нього у пошуках роботи; громадяни, які залишилися в країні на постійне місце проживання; жителі прикордонних районів, які живуть по один бік кордону, а працюють на іншому.

Таку характеристику туриста було визнано Міжнародним союзом офіційних туристських організацій (МСОТО). Проте багато держав на міжнародному рівні не виробили чіткого й єдиного тлумачення терміна «турист» і тим самим не визначили предмет міжнародних договорів і угод про свою співпрацю в галузі міжнародного туризму.

У світовій практиці до туристів відносять усіх осіб, які тимчасово і добровільно змінили місце проживання на термін більше 24 годин з будь-якою метою, окрім діяльності, оплачуваної в місці тимчасового мешкання, наприклад, у разі виконання якої-небудь роботи. У такому розумінні яскраво виражений економічний підхід, згідно з яким турист у місці тимчасового мешкання є споживачем певних послуг (житло, харчування, транспорт, екскурсії, відпочинок тощо), а не виробником якого-небудь продукту. З економічної точки зору, туризм є галуззю економіки невиробничої сфери, підприємства й організації якої задовольняють потреби туристів у матеріальних і нематеріальних послугах.

Давнє визначення Всесвітньої туристської організації (для статистичних цілей) стверджує: «турист» – відвідувач, який залишається на менше ніж одну ніч у країні чи у відвідуваному місці». Нове визначення ВТО (для статистичних цілей): «турист» – відвідувач, чий візит включає принаймні одну ночівлю і чия основна мета візиту може бути класифікована як: а) дозвілля і свято; б) бізнес і професія; в) інші цілі туризму [3].

У першому розділі Закону України «Про туризм» туристом називається «особа, яка здійснює подорож Україною або в іншу країну з різною метою на термін від 24 годин до 6 місяців» [13]. Це визначення, на наш погляд, не відповідає сучасним вимогам.

Згідно з аналізом теорії туризму і відповідно до українських умов, вважаємо, що поняття «турист» можна розглядати значно ширше: турист – споживач туру, туристського продукту чи туристських послуг – тимчасовий відвідувач місцевості, населеного пункту чи території країни незалежно від його громадянства, національності, статі, мови й релігії, що знаходиться в цій місцевості не менше, ніж 24 години, але не більше 6 місяців упродовж календарного року; знаходиться поза місцем свого проживання в межах своєї країни і проводить щонайменше одну ніч у колективному чи індивідуальному засобі розміщення або подорожує заради задоволення власних інтересів, з пізнавальними, лікувальними, діловими цілями і не займається при цьому в місці тимчасового перебування діяльністю, оплачуваною з місцевого бюджету.

Екологічний туризм – це вид туризму, що передбачає відвідування відносно незмінених природних територій з пізнавальною метою, має мінімальний вплив на довкілля, сприяє екологічному вихованню й освіті туристів, а також стійкому соціальному, економічному та екологічному розвитку регіонів.

Основна передумова виникнення екотуризму – наростання протиріч між задоволенням туристичного попиту і раціональним використанням туристичних ресурсів. В основі цих протиріч знаходиться антропогенне навантаження, що здійснюється потоками туристів на природні екосистеми. Це навантаження зростає пропорційно до росту індустрії туризму, і його негативні наслідки набули глобального характеру.

Виникненню поняття «екотуризм» сприяло кілька тенденцій.

1. Постійне збільшення туристичних потоків, особливо на природоохоронних територіях складає серйозну потенційну загрозу для природних комплексів. З іншого боку, за умови раціональної організації туризм може забезпечити потужну фінансову підтримку природоохоронної діяльності. Іншими словами, виникла необхідність змусити туризм «працювати» на охорону природи

2. Відбулася зміна пріоритетів у мотивації туристів. На противагу традиційному пляжно-курортному відпочинку виник попит на тури активно-пізнавальної спрямованості.

3. Успіх природоохоронних дій на основі одних лише «заборонних» заходів є малоефективним, особливо якщо вони спрямовані проти інтересів місцевого населення. Необхідно, щоб місцеві жителі стали партнерами в цій діяльності, щоб бережливе ставлення до природи було для них економічно вигідним.

Отже концепція екотуризму як одного з найважливіших засобів стійкого розвитку виникла на стику важливих природоохоронних, економічних і соціальних проблем.

Реалізація концепції стійкого розвитку тісно пов'язана з розвитком туризму, зорієнтованого на раціональне природокористування, тобто з екологічним туризмом. Стійкий розвиток туризму забезпечує єдність 3 складових:

1. Екологічну стійкість, яка полягає в узгодженні розвитку туризму і рекреації з основними екологічними процесами

2. Економічну стійкість, яка забезпечується завдяки ролі туризму як ефективного засобу розвитку місцевої економіки через збалансоване управління ресурсами

3. Соціально-культурну стійкість, яка дозволить підвищити зайнятість і доходи населення регіонів, зберегти історико-культурні пам'ятки, зміцнити місцеву самобутність і устрій життя.

Сталий (стійкий, зрівноважений) розвиток – це такий шлях цивілізації, при якому з одного боку забезпечується безперервний прогрес суспільства, а з іншого – не перевищуються ті порогові значення ємності біосфери, які визначені законами її власної еволюції. Іншими словами – це стабільний соціально-економічний розвиток, який не руйнує своєї природної основи і забезпечує безперервний прогрес суспільства.

Під сталим розвитком подорожей та туризму розуміється здійснення туристичної діяльності, що відбувається без нанесення збитків природним ресурсам.

Квебекська декларація по екотуризму, прийнята на Всесвітньому екотуристичному самміті в травні 2002 року. Саміт відбувся у Квебеку (Канада) у рамках Міжнародного року екотуризму, проголошеного Організацією Об'єднаних Націй на 2002 рік, під егідою Програми ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП) і Всесвітньої туристської організації (ВТО), за підтримки Управління туризмом Квебеку і Канадської туристської комісії. У ньому взяли участь більш тисячі делегатів із 132 країн, що представляють державний, приватний і неурядовий сектори. На саміті досягнуто домовленості щодо трактування терміну «екотуризм», визначено його основні принципи та характерні ознаки, сформульовано основні проблеми, пов'язані з розвитком екотуризму. Метою прийнятого

на саміті документу є визначення програми подальших дій і пропозиція комплексу рекомендацій для здійснення екотуристської діяльності в контексті сталого розвитку.

Терміном «екологічний туризм», «екотуризм» є буквальний переклад англійських слів *ecological tourism* і *ecotourism*. Епітет екологічний – не єдиний, вживаний в англійській мові і відповідно в американській, канадській, англійській, австралійській літературі і в літературі багатьох інших країн для найменування нових напрямів у туризмі, що сформувалися протягом останнього десятиліття ХХІ століття в результаті впливу ідей зеленого руху й розвитку екологічного світогляду. Трапляються, наприклад, терміни «зелений туризм» і «природний туризм». Останній разом із великим спектром інших поширений і в німецькомовних країнах, де прикметник «екологічний» вживається взагалі дуже рідко, а у визначеннях зелених галузей туризму практично не застосовується. Там більш популярним є *Sifter Tourismus*, який можна перекласти на українську мову як м'який туризм. Переважно м'який туризм протиставляється жорсткому, головною метою якого є максимізація прибутку, а для м'якого пріоритетними є не лише успішний бізнес, але й турбота про культурне благополуччя туристських регіонів, бережне використання і відтворення їхніх ресурсів, мінімізація збитків довіллю. Проте часто під м'яким туризмом мають на увазі туризм спартанського типу в умовах максимально тісного контакту з дикою природою. Різноманіттю термінів відповідають широта змісту і множинність конкретних форм діяльності в тій новій великій сфері туризму, яку узагальнено називають екологічним туризмом.

Термін «екологічний туризм» («екотуризм») був введений на початку 80-х років ХХ ст. і досі має розмиті межі й безліч визначень, схожих за змістом, але різняться за формулюванням і контекстом. Це

можна пояснити тим, що спершу це поняття було застосоване не науковцями, а маркетингологами для приваблення туристів, орієнтованих на природу, її захист і активний відпочинок. Насправді ж такі туроператори не завжди дбали про навколишнє середовище, тому ідеї екотуризму ще довго будуть викликати скептичне ставлення в учених.

Виникнення і формування ідеї екологічного туризму розпочалося в 70-80-х роках ХХ сторіччя. Перше визначення екологічному туризму було дано Г. Міллером в 1978 році «екотуризм – життєздатний туризм, чутливий до навколишнього середовища, що включає вивчення природного і культурного навколишнього середовища і має на меті покращення стану цього середовища». Недоліком цього визначення є те, що воно не бере до уваги ні визначальної ролі місцевого населення, ні поєднання видів рекреації.

Екологічний туризм має велике значення для збереження і зміцнення фізичного здоров'я, естетичного, трудового, морального та патріотичного виховання всіх категорій населення, а особливо молоді, оволодіння нею життєво важливими вміннями й навичками, зокрема з пізнання навколишнього середовища в природних умовах. Прості та доступні організаційні форми, що використовуються в екологічному туризмі (походи, подорожі, екскурсії, прогулянки, туристські зльоти і змагання), сприяють реалізації не тільки специфічних функцій фізичної культури (освітніх, прикладних, спортивних), а й рекреаційних і оздоровчо-реабілітаційних, забезпечують умови для здорової життєдіяльності особистості в суспільстві, тому одним із важливих напрямів підготовки кваліфікованих фахівців з вищою освітою є підготовка фахівців із екологічного туризму. Для ефективного вирішення даної проблеми в першу чергу розглянемо основні поняття.

У первинному формулюванні екологічний туризм – це подорожі у відносно незаймані куточки природи для знайомства з нею та її вивчення, а також зразків дикої флори і фауни, культурних пам'яток цих територій. У 1996 р. ця дефініція була затверджена Міжнародним союзом охорони природи [3].

Міжнародна організація екологічного туризму (TIES) в 1990 році дала таке визначення «екологічний туризм – це відповідальна подорож в природні території, яка сприяє охороні природи і покращує добробут місцевого населення».

В 1996 році Міжнародною спілкою охорони природи (МСОП) офіційно було прийняте частково змінене визначення, запропоноване ще в 1983 році мексиканським економістом, архітектором, екологом Гектором Цебалосом-Ласкурейном «екологічний туризм – це екологічно відповідальні подорожі і відвідування відносно непорушених природних територій з метою вивчення, милування і дослідження природи і супутніх культурних пам'яток, які сприяють збереженню оточуючого середовища, наносять мінімальну шкоду природі і створюють соціально-економічні вигоди місцевому населенню».

Всесвітній фонд дикої природи визначає «екотуризм – це туризм, що включає в себе подорожі в місця з відносно незміненою природою з метою отримати уявлення про природні і культурно-етнографічні особливості даної місцевості, який не порушує при цьому цілісності екосистем і створює такі економічні умови, за яких охорона природи і природних ресурсів стає вигідною для місцевого населення».

Відповідно до цих визначень можна сформулювати основні принципи екотуризму:

- стимулювання та задоволення потреб спілкуватися з природою;
- знайомство з живою природою і місцевими звичаями і культурою;

- запобігання негативного впливу на природу і культуру;
- зведення до мінімуму негативних наслідків екологічного і соціокультурного характеру, підтримка екологічної стійкості середовища;
- сприяння охороні природи і місцевому соціокультурному середовищу;
- екологічна освіта;
- участь місцевих жителів і отримання ними доходів від туристичної діяльності, що створить для них економічні стимули для охорони природи;
- економічна ефективність і забезпечення соціально-економічного розвитку території;
- сприяння стійкому розвитку відвіданих регіонів [7].

Важливим кроком стало розроблення у 1996 році Світовою Туристичною Організацією (СТО) та Світовою радою з подорожей і туризму «Порядку денного на XXI століття у сфері подорожей та індустрії туризму». Тоді ж були визначені базові принципи екотуризму – сприяння збереженню, охороні і відновленню екосистем, участь в туристичному процесі місцевих жителів, підтримка культури і інтересів корінних громад. Крім цього, протягом 1990-х років була ухвалена ще низка міжнародних документів.

Зокрема, Міжнародна конференція з туризму, яка відбулася у Лансеро (Канарські острови) в 1995 році, ухвалила «Хартію зі сталого туризму». У квітні 1999 року рішенням Генеральної Асамблеї та Комісії зі сталого розвитку ООН була ухвалена «Міжнародна програма зі сталого розвитку туризму». У цьому ж році у Сантьяго (Чилі) був ухвалений «Розвиток туризму, – зазначено у «Хартії зі сталого туризму», – має бути оснований на критерії сталості. Це означає, що він є екологічно прийнятним на тривалий період часу, економічно життєздатний, а також етично та соціально справедливий і рівноправний щодо місцевих громад [6].

Екотуризм став предметом низки важливих офіційних міжнародних декларацій: Берлінська декларація з біологічного різноманіття і стійкого туризму (1997 р.), Квебекська декларація з екотуризму (2002 р.). Зокрема, в Квебекській декларації вказується ряд критеріїв, яким повинен відповідати екотуристичний продукт. Це політична і фінансова підтримка захисту навколишнього середовища, визнання і повага до прав місцевих і корінних громад, а також культурна і природоохоронна освіта туристів.

Ці документи розкривають екологічну, економічну та соціальну складову сталого розвитку туризму [23].

Розглянемо поняття «екологічний туризм» з погляду лінгвістичної семантики. У цьому словосполученні слово «туризм» – родове (ключове), що визначає «вид подорожей, що здійснюються для відпочинку і з освітніми цілями. Прикметник «екологічний» деталізує й поглиблює поняття туризму. Екологічний – значить дотримання законів, правил і принципів екології. Отже, екологічний туризм – різновид природного туризму, головна мета якого полягає в тому, щоб просувати в реальну економіку, виробництво й суспільну свідомість екологічні основи природокористування.

На думку О. Дмитрука, поняття «м'який туризм» близьке до «зеленого туризму» й характеризується природокористуванням, що не призводить до деградації ресурсів, оскільки для відновлення й охорони останніх використовується частина прибутку від його розвитку [11].

Нині виділяються два основні підходи до тлумачення екологічного сектора туризму. У першому випадку екотуризмом називають туризм, головним об'єктом якого є «дика» природа. Найпоширенішим є таке його визначення: «Екотуризм – це туризм у межах територій, фактично не порушених існуванням людства. Він повинен сприяти збереженню природи і благополуччя місцевого населення» [22, с. 56]. Цей підхід, на

нашу думку, не зовсім виправданий, тому що для рекреації в природному середовищі, екологічної освіти та виховання, реалізації природоохоронних заходів, сприяння поліпшенню добробуту місцевого населення виключно «дика» природа не є обов'язковою умовою. До того ж, коло туристів, здатних здійснити подорож у такі куточки планети, істотно звужується через необхідність спеціальної підготовки, що не сприяє розвитку екотуризму.

Інша група вчених ототожнює поняття екологічного туризму та сталого, або екологізованого туризму, який характеризується природокористуванням, що не призводить до деградації ресурсів, оскільки для їхнього відновлення та охорони використовується частина доходів від його розвитку [30].

Переконані, що таке твердження є хибним, оскільки концепція сталого туризму передбачає цілісність туристичної індустрії й охоплює і сільськогосподарські та урбанізовані території, і природні ландшафти, включаючи ідею культурної та архітектурної спадщини, і закликає до змін у поведінці як у межах своєї країни, так і в країні, яка відвідується.

Існування різних термінів викликане й множиною конкретних форм діяльності в тій новій формі туристичної діяльності, яку узагальнено називаємо екотуризмом. Наведемо визначення екологічного туризму, запропоновані міжнародними організаціями, а саме:

- 1) Міжнародною спілкою охорони природи (IUCN),
- 2) Всесвітнім фондом дикої природи (WWF),
- 3) Міжнародною спілкою екотуризму (TIES):
 - екотуризм включає всі форми природного туризму, за яких основною мотивацією туристів є спостереження й залучення до природи (Спеціальна доповідь ВТО №10, Мадрид, 2001);
 - екотуризм – це природний туризм, що сприяє охороні природи;

- екотуризм – відповідальний туризм місцями дикої природи, який поєднується з турботою про збереження довкілля і сприяє добробуту місцевого населення [11].

У кожній країні існують власні погляди на екологічний туризм. Національні організації пропонують власні тлумачення екологічного туризму.

За результатами аналізу наявних дефініцій екологічного туризму можна розділили їх на три групи. До першої належать визначення, які, на нашу думку, є занадто загальними й не відображають повною мірою всієї специфіки екологічного туризму.

Очевидно, що найбільш вдалим поясненням цього поняття з цієї групи є трактування Всесвітнього фонду дикої природи (WWF): «екотуризм – туризм, що поєднує подорожі в місця з відносно недоторканою природою, з метою одержати уявлення про природні й культурно-етнографічні особливості цієї місцевості, не порушуючи при цьому цілісності екосистем і створюючи такі економічні умови, при яких охорона природи й природних ресурсів стає вигідною для місцевого населення» [7].

До другої групи віднесені дефініції, в яких за головні компоненти виділені м'який вплив на навколишнє середовище, сприяння охороні біосфери, економічна вигода для місцевого населення. На відміну від першої групи, вони мають більш конкретний зміст, але також не відображають суті, важливих мотивів екологічного туризму, не ілюструють всю його багатогранність і багатоаспектність.

Міжнародний союз охорони природи (МСОП), що є представником цієї групи, під екологічним туризмом розуміє «подорож із відповідальністю перед навколишнім середовищем по відносно непорушених природних територіях із метою вивчення й насолодження

природою й культурними пам'ятками, яке сприяє охороні природи, «м'яко» впливає на навколишнє середовище, забезпечує активну соціально-економічну участь місцевих жителів і отримання ними переваг від цієї діяльності» (Ceballos-Lascurain, 1993).

Третя група визначень поняття «екологічний туризм» містить ті, в яких зроблена спроба розкрити зміст і сутність екологічного туризму, проте акценти розставлені по-різному. Заслуговує на увагу і тлумачення, сформульоване

В. Квартальним у «Тлумачному словнику туристських термінів» (1994 р.). Автор вважає, що «екологічний туризм – туризм, орієнтований на пряме використання більш-менш «дикої» природи як середовища проживання туристів на основі впровадження екологічних технологій в усі компоненти туру. Екологічний туристський продукт мінімізує шкоду навколишньому середовищу і має виховне й рекреаційне значення» [14, с. 34].

За визначенням О. Дмитрука, за яким «екотуризм – це інтегруючий напрямок рекреаційної діяльності, спрямований на гармонізацію відносин між туристами, туроператорами, природним середовищем і місцевими громадами, що реалізуються через екологізацію всіх видів діяльності, охорону природи, екологічну освіту та виховання» [11]. Узагальнивши наведені вище дефініції, дослідник виділяє три фундаментальні складові екотуризму – еколого-освітню, природоохоронну, етнотолерантну. Еколого-освітня передбачає наявність у екотурі елементів екологічної освіти та просвіти (пізнання природи, отримання туристами нових знань, навичок і вмінь не лише поводження в природі, а спілкування з нею).

Природоохоронна складова реалізується у певній природозберігаючій поведінці групи на маршруті, у застосуванні спеціальних еколого-туристських технологій мінімізації впливу на

природне середовище, а також в участі туристів у програмах і заходах із захисту навколишнього середовища.

Наголосимо, що через понятійну плутанину туристичні фірми відмовилися від застосування аналізованого терміна, оскільки він різними групами споживачів розуміється по-різному. У зв'язку з цим переконливим є висновок Міжнародного товариства екотуризму (TIES) про те, що ніколи не буде чіткого розмежування між туризмом і екотуризмом. Екотуризм необхідно сприймати як авангард, що є зразком для наслідування в усьому світі.

Власне, саме таке використання природи й соціокультурного надбання людства в поєднанні з оздоровленням, розвитком і отриманням задоволення від спілкування з недоторканою природою, долученням до унікальних взірців духовної та матеріальної культури людини, вихованням патріотизму й толерантності, усвідомленням важливості захисту та відтворенням природного середовища є першорядними атрибутами екологічного туризму, що реалізується в його завданнях і функціях.

Цю мету екологічного туризму не варто абсолютизувати й розглядати у відриві від його інтегральних функцій – рекреаційної, розвиваючої та розважальної.

До першої належить те, що основним пересуванням у екотуристичних подорожах є ходьба як найбільш «екологічно чистий» вид транспортування. Зважаючи на те, що денна потреба людини в руховій активності в середньому складає 20-25 тис. локомоцій, а середня протяжність екотуристської стежки становить 8-10 км, то екотуризм має унікальну можливість компенсувати фізичне недовантаження й гіподинамію, властиві мешканцям міст. Такі подорожі зменшують фізичні й психічні перенавантаження людини завдяки зміні форм діяльності та

перебування її в неспотвореному й естетично-привабливому природному середовищі.

Друга функція екотуризму реалізується у створенні умов для розвитку творчої, інтелектуально розвинутої, свідомої людини, зокрема через туристсько-екологічні, культурно-освітні, духовно-естетичні та оздоровчі форми активної роботи насамперед зі студентськими екотуристськими групами.

Третя – розважальна функція екотуризму, є важливою для технічної підтримки діяльності екостежок, екомаршрутів, екотаборів, екоігор тощо. Втілюється вона в організації фахової науково-педагогічної, методичної підтримки екологічних організацій, клубів і гуртків, з яким працюють менеджери та інструктори екологічного туризму.

Отже, екотуризм – це всі форми туризму, за яких головною мотивацією туристів є спостереження та спілкування з природою і які сприяють збереженню довкілля й культурної спадщини, мінімально впливаючи на них.

В екологічних принципах сталого розвитку туризму робиться наголос на раціональному використанні ресурсів, яке передбачає мінімізацію і утилізацію відходів, впровадження систем очищення та повторного використання води, матеріалів та технологій із якнайменшим впливом на природне та культурне довкілля, ефективне використання енергії та залучення альтернативних джерел енергії, зменшення шкідливої дії транспорту, активне застосування екологічних його видів. Також увага приділяється збереженню біорізноманіття та необхідності обережного поводження із вразливими природними системами.

В економічному відношенні основними принципами забезпечення сталого розвитку туристичних регіонів є:

- узгодження планування та управління розвитком туризму з іншими видами економічної діяльності й напрямками розвитку країни і регіону загалом;

- сприяння розвитку малих і середніх підприємств;
- підтримка впровадження в туристичну індустрію екологічно м'яких технологій;

- здійснення маркетингу туризму з метою підвищення ефективності місцевої економіки та зменшення тиску на довкілля шляхом більш рівномірного розподілу туристів у часі і просторі.

У соціальній сфері програмними заходами сталості є:

- налагодження зусиллями урядів тісної співпраці всіх зацікавлених сторін, включаючи національні ради з туризму, туристичні агенції та організації, приватний сектор, місцеві громади для прийняття рішень щодо розвитку туризму;

- забезпечення рівноправних умов для корінного населення поряд з іншими учасниками туристичного бізнесу в отриманні економічних, соціальних і культурних вигод від розвитку туризму, надання йому першочергового права на працевлаштування;

- повага та збереження місцевих культур, традиційних ремесел, фольклору;

- заохочення відповідальної поведінки туристів.

Головна проблема сталості, яка полягає у пошуку збалансованої форми розвитку, що дає змогу зберігати довкілля і, водночас, допускає його експлуатацію для забезпечення економічного зростання, є досить актуальною щодо розвитку туризму на природоохоронних територіях [24 с. 211-219].

Сталість в туризмі передбачає позитивний загальний баланс екологічних, соціально-культурних і економічних впливів туризму. Тобто,

ті види туристичної діяльності, які мають найвищий сумарний позитивний ефект з точки зору екології, економіки і соціального розвитку є більш сталими. Сталий туризм – це туризм, який передбачає необмежено тривале підтримання ресурсів, на яких базується.

В даний час найбільш широко використовується трактування екотуризму як сталого туризму (sustainable tourism). Згідно з визначенням СОР і Всесвітньої Ради з туризму та подорожей (WTTC), «сталий туризм відповідає потребам як туристів, які відвідують туристичні центри, так і населення останніх; крім того, він передбачає забезпечення та оптимізацію перспектив майбутнього розвитку. Ресурси використовуються таким чином, щоб задовольнити економічні, соціальні та естетичні потреби, але при цьому зберегти культурну унікальність, найважливіші екологічні особливості, різноманіття біологічних видів і життєво важливі системи». На додаток до цього на Міжнародному форумі «Довкілля та розвиток» зазначено, що сталий туризм повинен відповідати критеріям соціальної, культурної, екологічної та економічної сумісності. Сталий туризм – це той туризм, який в довгостроковій перспективі, тобто в проекції на сучасне та майбутні покоління, може адаптуватися до конкретних етнічних і культурних особливостей, відповідає вимогам соціальної справедливості, екологічно сумісний, а також доцільний і вигідний в економічному плані. Однак, слід зауважити, що поняття екологічного та сталого туризму потрібно розмежовувати, оскільки терміном екологічний туризм позначають лише один із сегментів туристичної сфери діяльності, тоді як принципи сталості розвитку мають бути дієвими для різних видів туристичної діяльності, включаючи як альтернативні, так і традиційні.

Туризм як багатостороннє явище, що поєднує економічні, соціальні, екологічні та культурні аспекти, має величезний потенціал для постійного прогресу, сприяє розвитку багатьом галузям економіки, має меншу

порівняно із сучасними промисловими галузями капіталомісткість. Однак, не дивлячись на беззаперечні переваги, розвиток традиційних видів масового туризму створює значне антропогенне навантаження на природне середовище. Розвиток екологічного туризму, на відміну від інших видів туризму, потребує менших витрат на розвиток інфраструктури (він не вимагає будівництва нових готелів на заповідних територіях – екотуристів розміщують в прилеглих населених пунктах). Крім того, розвиток екологічного туризму потребує забезпечення охорони, комплексного використання ресурсів, екологічної безпеки та доступності рекреаційних ресурсів, що є особливо актуальним в умовах, коли заповідні території розмежовуються приватними землевласниками, котеджними забудовами тощо [16 с. 6-7]. А за правильної організації і вмілого управління екологічним туризмом можливе дотримання балансу екологічних, соціальних і економічних інтересів.

Екологічний туризм став одним з найбільш перспективних видів туризму в Україні також через значну різноманітність циклів туристичних занять:

- пізнавальних (ознайомлення з культурно-історичними, етнографічними, природними об'єктами території);
- розважальних (рибальство, збирання грибів, горіхів, ягід, лікарських рослин, прогулянки на човнах);
- оздоровчих (плавання в водоймах, фізична праця);
- зміна вражень та постійний контакт з природою у поєднанні з низькими фінансовими витратами.

Головні принципи екологічного туризму – свідоме подорож природним середовищем, збереження цілісності екосистем, додержання інтересів місцевого населення.

Основним ресурсом екологічного туризму виступає незмінене природне середовище. Цей вид туризму може здійснюватися як на природоохоронних об'єктах різного ступеня заповідності: біосферних і природних заповідниках, заказниках, природних парках, регіональних ландшафтних парках, штучно створених об'єктах – ботанічних садах і зоологічних парках, дендрологічних парках та парках-пам'ятках садово-паркового мистецтва, пам'ятках природи (печери, водоспади, мальовничі ландшафти) загальнодержавного та місцевого значення, а також на територіях і об'єктах, що виконують як природоохоронну так і господарську функції (міські і приміські парки, лісові господарства тощо) [20 с.163-173]. Також екологічного туриста можуть привабити ландшафти старовинних садиб, монастирів тощо, адже цей вид туризму включає в себе ознайомлення не лише з красою природних об'єктів, але й з різноманітністю культур, релігій. Окрім того метою екологічного туру можуть виступати регіони з порушеною екологічною ситуацією (з метою отримання певних екологічних знань).

Щодо заповідників, то відвідання цих територій в цілому заборонене, але в окремих випадках на невеликих ділянках дозволяється проведення деяких форм туристичної діяльності, виключно організованої, з пізнавальною метою, шляхом обладнання та організації роботи екологічних стежок, музеїв природи, проведення екологічних фестивалів. Актуальність проблеми туристичного використання територій і об'єктів природно-заповідного фонду України пов'язана з тим, що з одного боку ці еталони незміненої людиною природи повинні ретельно охоронятися, з іншого боку, за умов сучасної соціально-економічної кризи, саме ці об'єкти є потенційним джерелом отримання значних фінансових коштів. А от в національних і регіональних ландшафтних парках туризм є профільним видом діяльності.

Висновки. Сучасна концепція екотуризму підкреслює обов'язковість збереження природного і культурного спадку, біотичної різноманітності і покращення екологічного, соціального і економічного стану регіонів, які відвідують еко туристи. Екологічний туризм повинен стати взірцем для переорганізації, екологізації всієї індустрії туризму. Сталий еколого-зрівноважений туризм повинен стати не лише філософією, але й провідною управлінською стратегією розвитку туризму регіону.

Література:

1. Абрамов В. В. Спортивний туризм: підручник. Харків: ХНАМГ, 2011. 367 с.
2. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України : Методологія та методи аналізу, термінологія, районування : Монографія. Київ: КНУ, 2001. 395с.
3. Глобальный этический кодекс туризма. Сантьяго (Чили). 1 октября 1999 года // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні. Збірник нормативно-правових актів / упоряд. : В. К. Федорченко. Київ : Юрінком, 2002. С. 89–98.
4. Вацеба О. М. Проблеми сучасної теорії фізичного виховання і спорту як науки і навчальної дисципліни. *Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту* : зб. наук. пр. / Під ред. С. С.Ермакова. Харків : ХДПУ, 2001. № 24. С. 21-25.
5. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Кер. проекту В. Т. Бусел. Київ : ВТФ «Перун», 2004. 1277 с.
6. Гончаренко С. У. Український педагогічний енциклопедичний словник: видання друге, доповнене й виправлене. Рівне : Волинські обереги, 2011. 552 с.
7. Декларация Рио-де-Жанейро по окружающей среде и развитию.

03.06.1992 г. // Збірник міжнародно-правових актів у сфері охорони довкілля. 2-е вид. доп. Львів : Норма, 2002. – С. 14–18.

8. Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки, затверджено Постановою Кабінету Міністрів України № 583 від 29 квітня 2002 року.

9. Дехтяр В. Д. Основи спортивно-оздоровчого туризму : навчальний посібник. Київ : «Науковий світ», 2003. 203 с.

10. Джафар Джафари Феноменология туризма. *Теория и практика физической культуры*. 2000. № 3. С. 23-26.

11. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм: Сучасні концепції менеджменту і маркетингу. Київ : Альтернатива, 2004. 192 с.

12. Дудорова Л. Ю. Компетентностный подход в подготовке будущих учителей к туристской деятельности. *Актуальні проблеми фізичного виховання, спорту та туризму* : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції 10-11 жовтня 2013 р. / за ред. В. М. Огаренка та ін. Запоріжжя : КПУ, 2013. С. 331-332.

Український туристичний вісник. 2003. № 1. С. 18-34.

14. Квартальнов В. А., Федорченко В. В. Иностранный туризм. Київ. : КУТЕП, 1999. 312 с.

15. Кнодель Л. В. Основні тенденції системи підготовки професійних Київ : УЦЦК, 2001. Вип 1. 287 с.

16. Куценко В. Стратегія формування високотехнологічного туристського комплексу України. *Краєзнавство. Географія. Туризм*. 2009. №12(593). С. 6-7.

17. Пангелов Б. П. Методично організаційні основи формування здорового способу життя засобами фізичної культури. Методичні рекомендації Міністерства освіти і науки України. Київ: Видавництво «КІТЕП», 2002. 72 с.

18. Педагогіка туризму : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / В. К. Федорченко, Н. А. Фоменко, М. І. Скрипник, Г. С. Цехмістрова - Київ : Видавничий Дім «Слово», 2004. С. 314

19. Сакун Л. В. Теория и практика подготовки специалистов сферы
Київ : МАУП, 2004. 339 с.

20. Смаль В. Туризм і сталий розвиток. *Науковий вісник Львівського ун-ту ім. І. Франка. Серія: Географія*. 2005. №32. С. 163-173.

21. Цехмістрова Г. С. Діагностика якості процесу навчання при підготовці фахівців для сфери туризму. *Педагогіка і технологія професійної освіти*. 2002.- № 1. С. 179-187.

22. Федорченко В. К. Туристський словник-довідник : навч. посіб.
Київ : Дніпро, 2000. С. 136.

23. Україна: основні тенденції взаємодії суспільства і природи у ХХ столітті (географічний аспект)/ за ред. Л.Г. Руденка. Київ: Академперіодика, 2005. 320 с

24. Фастовець О.О. Виховання екологічної культури засобами туризму та екскурсій. *Заповідна справа в Україні на межі тисячоліть (сучасний стан, проблеми і стратегія розвитку): матеріали всеукраїнської загальнотеоретичної та науково-практичної конференції м. Канів (11-14 жовтня 1999 р.)*. Канів, 1999. С. 211-219.

РОЗДІЛ 8.

КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ Й ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ: ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ТА ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ФАХІВЦІВ

Лариса Безкоровайна,
*доктор пед. наук, професор,
професор кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи
Запорізькій національний університет*

Ольга Каніболоцька,
*кандидат педагогічних наук, доцент,
завідувач кафедри викладання другої іноземної мови
Запорізькій національний університет*

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ З ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ ЗАДЛЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПРАЦІ У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Нині роль туризму в загальному стані й тенденціях світової економіки, підвищенні рівня зайнятості, диверсифікації та інноваційності національної економіки, збереженні й розвиткові культурного потенціалу та екологічно безпечного навколишнього природного середовища, гармонізації відносин між країнами і людьми, реалізації зовнішньої

політики держави, визнано й підтверджено нормативними документами на державному (Закон України «Про зайнятість населення» (2013), Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року (2017), Концепція популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі (2018)) та регіональному (Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 (2019) рівнях.

Швидкий розвиток туризму, його поширювання, набуття ролі повносилої засади для міжкультурного діалогу, суспільної інтеграції, миру, взаєморозуміння, сталого розвитку товариства, віднайшли власне віддзеркалення в проголошенні Генеральною Асамблеєю ООН 2017 р. – інтернаціональним роком сталого розвитку туризму, включення його до 17 цілей сталого розросту на етапі до 2030 р.

Це потребує розроблювання стратегій розросту туризму, осібно, в Україні як учасниці роботи ООН. Отже, концептуальним підніжжям професіональної підготовки спеціалістів із туризму має бути відповідь всесвітній стратегії розросту туризму, побажанням освіти, вимогам туристичного ринку праці, спрямованість на розвиток індивідуальності професіонала зі світоглядним, креативним, полікультурним науковим мисленням, спроможного до підтримки сталого розросту туризму [Безкоровайна 2017, с. 193].

Необхідно акцентувати, що Європа віддавна сприймалася як один із центрів туризму, чому сприяли різні чинники, зокрема: високий рівень освоєння територій; високий ступінь життя населення країн Європи; розвинена мережа залізничного, повітряного, автомобільного, водного з'єднання і комунікацій; компактність та географічна близькість європейських країн одна до одної; значна порізаність берегової лінії, наявність бухт, заток і внутрішніх морів; панівна щільність міського

населення, велика кількість мегаполісів; концентрація природних, історичних, культурних і релігійних пам'яток на порівняно невеликій території; розмаїтий клімат; цінний досвід туристичної політики: саме в Європі в середині XIX ст. туризм стає галуззю економіки, перетворюючись поступово з елітного відпочинку на заняття для широких верств населення [Кожушко, Ключник 2021, с. 58].

З огляду на туристичну політику, слід зауважити, що визначною передумовою вдалого керування туристичною галуззю, є сформована ствердна репутація країни.

Деякі країни набули цього іміджу відносно давно (Франція, Іспанія, Німеччина, Італія), деякі виготовлюють наразі (Литва, Естонія, Латвія, Румунія).

Саме туристична привабливість є одним із чинників, котрі розкривають характер туристичних хвиль та, відповідно, систему заходів туристичної політики, гідно вибудована система заходів, регульована державою, може вбезпечити дійовий розвиток туризму на довгострокових засадах [Кожушко, Ключник 2021, с. 58].

Слід підкреслити також, що Україна взагалі й Запорізький регіон зокрема мають великий потенціал для розвитку туризму в багатьох напрямках: гастротуризм, екотуризм, медичний туризм, діловий туризм, науковий туризм, сільський туризм, морський туризм, культурний туризм, MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events) та ін.

Вплив туризму як потужного механізму забезпечення соціально-економічного піднесення країни та регіону можливий завдяки розвитку внутрішнього та в'їзного туризму, надання туристичної послуги відповідно до світових та європейських тенденцій із урахуванням національних та регіональних особливостей, що висуває нові вимоги до фахової підготовки майбутніх спеціалістів із туризму, рівня їх іншомовної компетентності, що

підтверджено положеннями Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби COVID-19 (2020)».

Окреслене вимагає зміни акцентів у процесі підготовки майбутніх фахівців із туризму шляхом забезпечення організації системи ефективного формування іншомовної комунікативної компетентності для конкурентоспроможної професійної праці в міжнародному туристичному співтоваристві.

Фахова туристична освіта як частина спільного вітчизняного й всесвітнього туристичного альянсу, що прудко розвивається й розходиться, обумовлює контури та рішення задач доброякісного забезпечення підготовки спеціалістів із туризму адекватно до побажань туристичної індустрії та освіти України й світу, розвідки теоретичних та методичних основ даної підготовки; актуалізує попит у новітніх методологічних підходах до будови ефективності ходу навчання означених професіоналів, обґрунтування ідеї фахової підготовки спеціалістів із туризму у закладах вищої освіти, що послуговує основою для формулювання світоглядів, положень і методів діяльності [Безкоровайна 2017, с. 192-193].

Важливими гаслами, що підтверджують вагомість та необхідність підвищення рівня міжкультурної компетентності майбутніх фахівців із туризму, слугує Всесвітня доповідь ЮНЕСКО «Інвестування в культурне різноманіття та міжкультурний діалог», що являє собою всеосяжний глобальний звіт про культурне різноманіття та міжкультурний діалог, який має на меті акцентувати, що результатом культурного розмаїття є міжкультурний діалог, який передбачає необхідність вийти за межі

зосередження на відмінностях, котрі можуть бути лише джерелом конфліктів, некомпетентності та непорозуміння [UNESCO 2009].

Теоретичним підґрунтям для розв'язання питання особливостей формування іншомовної комунікативної компетентності майбутнього фахівця з туризму слугують дослідження науковців, в яких зосереджено увагу на обговоренні таких проблем, як: концептуальні ідеї в неперервній професійній освіті (С. Сисоєва); теоретичні та методологічні засади розвитку психолого-педагогічної компетентності педагога закладу вищої освіти в межах магістратури (О. Гура); теоретичні та методичні основи підготовки спеціалістів для галузі туризму (В. Федорченко); теоретичні та практичні засади підготовки спеціалістів галузі туризму в розвинутих державах всесвіту (Л. Сакун); питання міжкультурної комунікації в процесі навчання іноземної мови у закладах вищої освіти (О. Каніболоцька); будова діалогічного взаємодіяння «студент-комп'ютер» на мовному занятті у нефілологічному закладі вищої освіти (Е. Гейченко, Ж. Рагірина); теоретичні та методичні основи підготовки майбутніх спеціалістів із комерційної практики до професіонального взаємодіяння (С. Кожушко); формування у здобувачів закладів вищої освіти галузі туризму готовності до іншомовного порозуміння (М. Галицька); формування умінь кроскультурного спілкування у майбутніх спеціалістів галузі сервісу (В. Горлач); фахова іншомовна підготовка майбутніх спеціалістів із туризмознавства як педагогічне питання (Н. Івасів) та ін.

Так, акцентуючи увагу на важливості оволодіння майбутніми фахівцями з туризму комунікативними знаннями з іноземної мови, В. Горлач підтверджує, що важливу роль відіграє кроскультурна комунікація як один із фундаментальних факторів встановлення консенсусу й настроювання взаємодіяння в полікультурному товаристві в умовах глобалізаційних і міграційних процесів, що відбуваються в світі.

Окреслене стосується фахівців сфери обслуговування, оскільки у своїй діяльності вони мають забезпечувати комфортне існування людини сучасної цивілізації [Горлач 2020].

І зокрема, як запевняє авторка, наведене висуває нові вимоги до підготовки фахівців туристичної галузі, в контексті чого нагальним постає питання визначення професійних умінь як складової компетентностей, котрими має володіти майбутній спеціаліст цієї галузі; модернізації інформаційного й технологічного компонентів забезпечення освітнього процесу [Горлач 2020].

Тож, погоджуючись із наведеним, підкреслимо важливість формування іншомовної комунікативної компетентності майбутнього фахівця з туризму як умови його продуктивної професійної діяльності у міжнародному туристичному середовищі.

Необхідно наголосити, що цінність професійної підготовки майбутніх фахівців із туризму до професійної діяльності відзначається такими функціями, як:

- соціальна – розріст туризму як соціально-економічної інфраструктури, міжнародного взаємовідношення й співпраці;
- культурологічна функція позначається на розвиткові гармонійної, полікультурної індивідуальності з цільним науковим світосприйняттям щодо всесвітнього, міжнародного призначення туризму в культурній співдружності людськості;
- особистісна – інтелектуальний, психологічний, фахове піднесення, становлення національного усвідомлення;
- гуманітарна – розріст творчих здібностей людини, ерудиції, стремління до самовдосконалення, поширювання знань;
- дипломатична функція – усвідомлення спеціальності в туризмі як дієвого способу збереження миру й порозуміння міжнародного

суспільства [Безкоровайна 2017, с. 28].

Як доводить учена М. Галицька, комунікація іноземним діалогом містить особисті атрибути, зумовлені тим, що фахівці туристичної галузі повинні вміти не тільки-но продукувати у ході контактування психологічну комфортабельність, утверджувати міжособистісні та робочі комунікації, виправляти взаємозв'язки із співрозмовником, проте й також гарно осмислювати атрибути іномовної комунікації, ментальну своєрідність та положення мовленнєвого етикету виразника мови [Галицька 2007, с. 10].

Зауважимо, що в всесвітній професіональній туристичній освіті спостерігаються ходи, цілеспрямовані на підняття її доброякісності завдяки інтеграції, диверсифікації та уніфікації.

Це спричинено швидким зростом потреби товариства на новітні туристичні обслуговування. Внаслідок цього піднімаються побажання до добротної, ґрунтовно збалансованої підготовки конкурентоспроможних спеціалістів для туристичної галузі, які володіють системою професійно цінних знань, умінь, навичок та індивідуальних атрибутів адекватно до теперішніх вимог всесвітнього товариства.

Отже, гармонізація підготовки професіоналів туристичної індустрії є однією з першочергових цілей всесвітніх держав [Безкоровайна 2017, с. 145-146].

Здійснюючи порівняльний аналіз дидактичних систем підготовки фахівців сфери туризму у розвитих країнах світу й з'ясовуючи освітню політику Ради Європи у сфері іноземних мов, зокрема іспанської, вчена Л. Сакун запевняє, що навчальні заклади туристичного профілю потрібно зміцнювати частково курсом навчання, пов'язаними із діловими навичками (практичними).

Постійні технологічні зміни впливатимуть на традиційні методи

навчання, такі, як дистанційне навчання, діалогове навчання тощо. Високочласний спеціаліст у галузі туризму в умовах сучасного розвитку світової спільноти є творчою особистістю з високим рівнем професійної компетентності, високоморальними характеристиками, що володіє знаннями та вміннями, які дозволять йому виконувати свої обов'язки на підприємствах цієї галузі та сприяти її конкурентоспроможності.

За переконанням ученої, однією з основних характеристик професійної підготовки фахівців галузі туризму є підготовка з іноземної мови. Теорія та практика сучасної освіти мають бути перетворені: професійна іномовна компетентність стає найважливішою якістю спеціаліста царини туризму [Сакун, 2004].

Тож, ми погоджуємося з думкою авторині, що саме іномовна компетентність є найважливішою для випускника спеціальності туризм як запоруки його конкурентоспроможності, гарантованого майбутнього працевлаштування та ефективної співпраці з партнерами та клієнтами міжнародного туристичного ринку.

На основі теоретичного аналізу з проблеми дослідження, нами з'ясовано, що основним дидактичним принципом у професійній туристичній освіті виокремлюють освоєння: досвіду ефективної практичної діяльності; пізнавального досвіду (методів та результатів розуміння туристських кваліфікацій, спеціалізацій та спеціальностей); досвіду корпоративної туристської взаємодії в процесі розвитку цілей туризму; морально-етичного досвіду туристської діяльності, що відображений у культурно-історичній спадщині та національній самобутності; духовно-культурного досвіду.

Водночас, як підкреслює вчена О. Каніболоцька, необхідність модернізації іномовної підготовки фахівців можна розглядати також в площині вимог щодо спілкування однією офіційною мовою Європейського

Співтовариства, що перед дидактикою іноземної мови встановлюють нові завдання.

Окреслені задачі викликано новітнім, більше широким переконанням комунікативної компетенції майбутніх фахівців: закономірністю знаходити нові методи, варіантні рішення, вчити здобувачів освіти пристосуванню в мінливому середовищі, надати їм набір універсально застосовних основних компетенцій, котрі були б не лише результатом навчання, а й стали б основою нового їх розвитку, пов'язаного з очікуваною багатомовністю і мультикультурністю наступних громадян Європи [Каніболоцька 2011, с. 175].

Підтвердженням зазначеного слугує державна політика України в галузі вищої освіти, цілеспрямована на міжнародну інтеграцію у Європейській простір за умови збереження і розвитку досягнень та прогресивних традицій національної вищої школи [ЗУПВО 2017].

Наведене вище употужнює актуальність, важливість і доцільність дослідження питань особливостей організації іншомовної підготовки фахівців із туризму (на матеріалі іспанської мови).

Серед нормативно-правових документів України, що встановлюють вимоги до оновлення змісту навчання, відбору доцільних форм, методів, прийомів та організаційно-педагогічних умов ефективного формування іншомовної компетентності майбутніх фахівців із туризму, доцільно відзначити такий документ, як Стандарт вищої освіти України зі спеціальності 242 – Туризм [СВОУ 2018], згідно з положеннями якого необхідним має бути сформованість у майбутніх фахівців із туризму (бакалаврського рівня):

поміж загальних компетентностей:

- К 11 – здатність спілкуватися іноземною мовою;
- К 12 – навички міжособистісної взаємодії;

між спеціальних компетентностей:

- К 27 – здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації;
- К 28 – здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці [СВОУ 2018].

Отже, з огляду на нормативно-законодавчу основу та результати опрацювання наукових праць, підтверджено, що формування у майбутніх фахівців із туризму іншомовної комунікативної компетентності (на прикладі іспанської мови) для ефективної професійної праці у міжнародному туристичному середовищі та відповідна модернізація освітнього процесу їх підготовки, є актуальними і важливими питаннями на сьогодні.

Встановлено, що серед знань, умінь, навичок і здатностей, якими має оволодіти майбутній фахівець із туризму по закінченню професійної підготовки, є такі, як:

- здатність спілкуватися іноземною мовою;
- навички міжособистісної взаємодії;
- здатність до співпраці з діловими партнерами й клієнтами;
- уміння забезпечувати з діловими партнерами й клієнтами ефективні комунікації;
- здатність працювати у міжнародному середовищі через позитивне ставлення до несхожості інших культур, поважання різноманітності та мультикультурності;
- розуміння місцевих і професійних традицій інших країн;

- розпізнавання міжкультурних питань у професійній туристичній практиці.

Зазначене вище зумовлює необхідність висвітлення питань теоретичних основ формування іншомовної комунікативної компетентності майбутніх фахівців із туризму (на матеріалі іспанської мови), наукового обґрунтування її змісту та структури.

Список літератури:

1. Безкоровайна Л. Деякі аспекти організації іншомовної підготовки фахівців із туризму (на матеріалі іспанської мови) в закладах вищої освіти В кн.: *Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку: монографія* / за заг. ред. Л.В. Безкоровайної. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2022. С. 304-332.

2. Безкоровайна Л., Каніболоцька, О., Літвінова-Головань О. (2021). Розвиток іншомовної компетентності здобувачів освіти з туризму та готельно-ресторанної справи у їх фаховій підготовці для формування бізнес-етики в реальних умовах міжкультурної інфраструктури туризму. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Педагогіка*, Т. 12. № 23 (2021). <https://amtp.org.ua/index.php/journal/article/view/414/357>

3. Безкоровайна Л., Канібольцька О. Особливості організації іншомовного навчання фахівців із туризму та готельно-ресторанної справи (на матеріалі іспанської мови) у фаховій підготовці. *Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку: зб. мат. І Міжн. н-п.к.* (Запоріжжя, 9-10 груд. 2021 р.). Запоріжжя: ЗНУ. С. 148-151.

4. Безкоровайна Л. В. Система професійної підготовки майбутніх фахівців із туризмознавства у вищих навчальних закладах. *Народна*

освіта: електронне наукове фахове видання. м. Біла Церква. 2017. №33
URL: https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page_id=4979

5. Безкоровайна Л. В. Системна модель професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства та алгоритм її реалізації. *Неперервна професійна освіта: теорія і практика*. Київ. 2017. № 1–2. С. 101–108.

6. Безкоровайна Л. В. Системна модель професійної підготовки майбутніх фахівців із туризмознавства та алгоритм її продуктивного застосування і прогнозованого розвитку у вищих навчальних закладах. *Інформаційні технології в освіті*. Херсон. 2017. № 30. С. 62–70.

7. Безкоровайна Л. В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства у вищих навчальних закладах: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04. Запоріжжя, 2018. 713 с. URL: http://phd.znu.edu.ua/page/dis/09_2018/Bezkorovaina_dis.pdf

8. Безкоровайна Л. В. Шляхи оптимізації формування професійної компетентності майбутніх фахівців з туризму в закладах вищої освіти. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Педагогічні науки*. Бердянськ. 2019. №2. С. 72-75.

9. Галицька М.М. Формування у студентів вищих навчальних закладів сфери туризму готовності до іншомовного спілкування. дис. ...канд-та пед. наук: 13.00.04. Київ, 2007. 286 с.

10. Горлач В. В. Формування вмінь кроскультурної комунікації у майбутніх фахівців сфери обслуговування: дис. ...канд-та пед. наук: 13.00.04. Запоріжжя, 2020. С. 290. URL: http://phd.znu.edu.ua/page//dis/09_2020/Gorlach_dis.pdf

11. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / Наук. ред. С. Ю. Ніколаєва. Київ: Ленвіт, 2003. 273 с.

12. Каниболоцкая О. А. Калашник Л. В. Метод case-study как

современная интерактивная технология обучения иностранным языкам студентов высшей школы. World science, №6 (10). 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metod-case-study-kak-sovremennaya-interaktivnaya-tehnologiya-obucheniya-inostrannym-yazykam-studentov-vysshey-shkoly>.

13. Кожушко С.П., Ключник Р.М. Туристична політика в умовах глобальних викликів: європейський досвід. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля*. Серія: Педагогіка і психологія. Університет імені Альфреда Нобеля. 2021. №1 (30). С. 56-66. URL: https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/Full_issues/Issues/1_30_2021.pdf

14. Сакун Л.В. Теория и практика подготовки специалистов сферы туризма в развитых странах мира. Монография. К.: МАУП, 2004. 399 с.

15. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 24 – Сфера обслуговування, спеціальність 242 – Туризм Затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 04.10.2018 р. № 1068. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/242-turizm-bakalavr.pdf>

16. Beskorovaynaya L., Makovetska N., Naumchuk V., Sydoruk A., Panchenko V. (2022) Model of Professional Training of Future Specialists in Tourism in Higher Education Institutions of Ukraine, *Journal of Hospitality & Tourism Education*, DOI: 10.1080/10963758.2022.2123338 (3.2 (2021) CiteScore (Scopus) Q1 (2021) CiteScore Best Quartile)

17. United Nations Ukraina. URL: <http://www.un.org.ua/ua/>

18. World Tourism Organization. UNWTO. URL: <http://media.unwto.org/ru/annual-reports>

Лариса Безкоровайна,
*доктор пед. наук, професор,
професор кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи
Запорізькій національний університет*

Ольга Літвінова-Головань,
*викладач ВСП "Економіко-правничий фаховий коледж
Запорізького національного університету*

Крістіна Кацаєва,
*студентка 1 курсу магістратури
спеціальності «Спорт»
Запорізькій національний університет*

ПРОЄКТУВАННЯ ОСВІТНЬО-ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ІЗ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ, СПОРТУ, ЗДОРОВ'Я ТА ТУРИЗМУ

Стрімка інформатизація науково-освітнього простору країни, впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в освітній процес, ґрунтується на відповідному нормативно-правовому базисі.

Так, Національною програмою «Освіта. Україна XXI сторіччя» завбачається забезпечення розвитку освіти на основі нових прогресивних концепцій, запровадження у навчально-виховний процес новітніх педагогічних технологій та науково-методичних досягнень, створення

нової системи інформаційного забезпечення освіти, входження України у трансконтинентальну систему комп'ютерної інформації [2; 7; 8; 9].

Зазначимо, що згідно з Концепцією розвитку дистанційної освіти в Україні, розріст освітньої системи в Україні має призвести до: появи нових можливостей для оновлення змісту навчання та методів викладання дисциплін і розповсюдження знань; розширення доступу до всіх рівнів освіти, реалізації можливості її одержання для великої кількості молодих людей, включаючи тих, хто не може навчатись у вищих навчальних закладах за традиційними формами внаслідок браку фінансових або фізичних можливостей, професійної зайнятості, віддаленості від великих міст, престижних навчальних закладів тощо; реалізації системи безперервної освіти «через все життя»; індивідуалізації навчання при масовості освіти.

Для досягнення окреслених результатів необхідно швидкими темпами розвивати дистанційну освіту, запровадження якої в Україні передбачено Національною програмою інформатизації, що включає стратегічні цілі, основні принципи, очікувані наслідки реалізації інформатизації.

Національна Доктрина розвитку освіти щодо інформаційних технологій в освіті наголошує на пріоритетності у розвитку освіти впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, що вдосконалюють навчально-виховний процес, ефективність освіти, доступність, підготовку молодого покоління до життєдіяльності в інформаційному суспільстві, що досягається шляхом: забезпечення поступової інформатизації системи освіти, спрямованої на задоволення освітніх інформаційних і комунікаційних потреб учасників навчально-виховного процесу; запровадження дистанційного навчання із застосуванням у навчальному процесі та бібліотечній справі інформаційно-

комунікаційних технологій поряд з традиційними засобами; розроблення індивідуальних модульних навчальних програм різних рівнів складності залежно від конкретних потреб, та випуску електронних підручників; створення індустрії сучасних засобів навчання, що відповідають світовому науково-технічному рівню і є важливою передумовою реалізації ефективних стратегій досягнення цілей освіти.

Згідно з Положенням про дистанційне навчання, необхідно здійснювати організаційне та науково-методичне забезпечення впровадження дистанційного навчання в освітньому процесі навчальних закладів України.

Зазначене підтверджує, що держава підтримує процес інформатизації освіти, застосування інформаційно-комунікаційних технологій у системі освіти; сприяє забезпеченню навчальних закладів комп'ютерами, сучасними засобами навчання, створенню глобальних інформаційно-освітніх мереж; забезпечує розвиток всеохоплюючої системи моніторингу якості освіти всіх рівнів; наголошує на необхідності впровадження дистанційного навчання як засобу покращення освітнього процесу.

Тож, одним із шляхів інтенсифікації навчального процесу майбутніх фахівців з туризмознавства й надання йому професійної спрямованості є широке впровадження електронних засобів навчання, інформаційних і комунікаційних технологій, дистанційного навчання.

Отже, з огляду на зазначене, підкреслимо, що підвищення якості підготовки фахівців вбачається у впровадженні в освітній процес інформаційних технологій, використанні мультимедійних засобів навчання як способу творчого засвоєння і використання студентами навчального матеріалу; формування дослідних і пошукових умінь, навичок приймати оптимальні рішення; розвитку зацікавленості та позитивного ставлення до

навчання й майбутньої професійної роботи; стимулювання зацікавленості науково-дослідною діяльністю.

Аналіз інформаційно-освітніх сайтів України, здійснений національними експертами Інституту ЮНЕСКО з інформаційних технологій в освіті (ІТО ЮНЕСКО), демонструє, що основними підходами під час створення ресурсів навчального призначення (що виконуються за власною ініціативою та за власні кошти), є технології веб-проектування, за допомогою яких створюються електронні підручники і комплекси, що розміщуються в середовищі внутрішніх локальних мереж.

Проблемами, що виокремлюють національні експерти в сфері використання електронних освітніх ресурсів, є: недостатньо розвинена нормативно-правова база, яка регламентує впровадження ІКТ в навчальний процес; недостатнє нормативно-організаційне регулювання впровадження ІКТ у навчальний процес з боку регіональних і місцевих органів управління освітою; недостатньо глибоке розуміння керівниками особливостей виконання управлінських функцій при побудові організаційно-методичних та дидактико-психологічних процесів із застосуванням ІКТ; необґрунтоване копіювання і перенесення освітньо-орієнтованих ІКТ закладів вищої освіти до навчального процесу; недостатня глибина прикладних досліджень в контексті проблем організаційно-методичних та дидактико-психологічних процесів із застосуванням професійно орієнтованих освітніх ІКТ; низький рівень підготовки педагогічних кадрів з питань створення та застосування електронних програмно-педагогічних засобів в навчальному процесі; орієнтація основного змісту програм підготовки та підвищення кваліфікації педагогічних кадрів на освоєння застосування в навчальному процесі комерційного програмного забезпечення в частині використання офісних пакетів.

Теоретичне опрацювання закордонного досвіду демонструє, що розвиток дистанційного навчання, як сукупності сучасних технологій в Європі і США припадає на початок 1970-х рр. Причини його виникнення і поширення полягали в тому, що кожна людина, яка бажала здобути освіту, отримувала можливість навчатися й одержати диплом будь-якого вищого навчального закладу.

Підкреслимо, що на сьогодні кожна країна Європи має навчальні заклади, що реалізують програми дистанційного навчання, методики яких відпрацьовані на професійному рівні. Найбільший інтерес при навчанні викликають програми, в яких використовуються новітні інформаційні технології, комп'ютери, мультимедіа, супутникове цифрове телебачення, мережеві технології.

Провідні світові платформи надають можливість студентам навчатися онлайн (масові відкриті онлайн-курси – Massive open online course (MOOC)) у викладачів провідних світових університетів, увійти до мультинаціональної студентської групи (на форумах), отримати документ, що підтверджує успішне проходження всього курсу.

Найбільші онлайн-платформи викладають відеоматеріали та проводять оцінювання отриманих знань.

Так, онлайн-платформа Coursera, що в розділі «Освіта» рейтингу веб-сайтів журналу «Time» посіла перше місце завдяки динаміці розвитку: список організацій-партнерів постійно розширюється, кількість курсів і студентів зростає.

З Coursera співпрацюють освітні установи США (Стенфорд, Принстон, Каліфорнійський, Колумбійський університети), окремих штатів (Теннессі, Нью-Йорк, Небраска) та провідні культурні організації (Музей природознавства США).

Онлайн-платформа Canvas Network відрізняється різноманітністю курсів, що проводять доктори наук, менеджери, письменники. Курси не мають єдиного підходу до викладання: матеріал пояснюють в коротких відеолекціях, обговорюють питання на форумі з викладачем та іншими студентами.

Платформа пропонує безкоштовні, умовно безкоштовні (з придбанням додаткових навчальних матеріалів, навчальних посібників) та платні курси, що тривають 2-3 тижні, анонсуються заздалегідь, кількість місць на них обмежена.

Платформа Udemу серед багатьох інших курсів пропонує такий початковий туристично спрямований курс: почніть свій власний бізнес-туризм.

Освітні проекти розподілені на 16 категорій, серед яких є комп'ютерні, гуманітарні дисципліни, мистецтво.

Професіонали й викладачі мають можливість створювати і продавати на платформі власні курси.

Тож, з огляду на розглянуті нами онлайн-платформи: Coursera, Canvas, Network Udemу, підкреслимо, що такі всесвітні платформи дійсно надають унікальну можливість людям будь-якого соціального статусу, національності, фінансових можливостей, отримати доступ до освітніх ресурсів безкоштовно, прослухати лекції видатних учених та фахівців, підвищити власну кваліфікацію, розкрити нові види діяльності.

Слід наголосити на прогресивних заходах вітчизняної освітньої системи щодо оптимізації надання освітніх послуг й покращення якості навчання.

Так, інформацію про освітянські сайти інститутів, центрів, проблемних лабораторій з питань дистанційної освіти, можливо дізнатись на офіційному сайті Міністерства освіти і науки України.

Серед платформ дистанційного навчання в Україні використовують: Prometheus, що містить безкоштовні онлайн-курси від викладачів Могилянської академії, Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»; освітній проєкт ВУМ online; портал електронного навчання Інституту післядипломної педагогічної освіти Київського університету імені Бориса Грінченка та ін. Ці платформи надають можливість безкоштовно навчатися за обраними курсами, матеріал яких містить відеолекції найкращих викладачів провідних університетів України, різні інтерактивні завдання і тести для перевірки знань.

Слід зазначити, що аналіз фахівців ІТО ЮНЕСКО електронних програмно-педагогічних засобів, що використовуються в навчальному процесі закладів вищої освіти України, показав, що найбільш поширеним є інформаційне освітнє середовище, створюване і підтримуване за допомогою вільно розповсюджуваної програмної інструментальної платформи Moodle, дидактичної основою якої є контент, орієнтований на його самостійне освоєння студентами [7; 9].

Вважаємо важливою думку експертів ІТО ЮНЕСКО, що використання цього інформаційного середовища повною мірою відповідає головній парадигмі навчання в сучасних умовах – формування у студентів самостійності та творчого підходу до навчального процесу при вивченні дисциплін і практичного застосування отриманих знань.

В освітній практиці Запорізького національного університету використовується система дистанційного навчання Moodle, що є безоплатною, відкритою системою керування вмістом сайту (Content Management System – CMS), спеціально розробленою для створення онлайн-курсів.

Варто відзначити, що цю систему використовують 197 країн світу, вона перекладена багатьма мовами, у тому числі й українською. Зазначимо, що поняття система Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment) розглядається як модульне об'єктно-орієнтоване динамічне навчальне середовище, що: є вільно поширюваною системою управління навчальним контентом [9]; активно впроваджується в освітню практику, обумовлюється її високим педагогічним потенціалом, та досить простим і зручним інтерфейсом, широко використовується для розробки дистанційних курсів, які надають можливість студентам самостійно освоювати навчальний матеріал в умовах епізодичної опосередкованої взаємодії з викладачем, заснованої на використанні ресурсів інформаційно-комунікаційних мереж. Зважаючи на теоретичні підходи щодо особливостей розробки навчальних курсів у системі Moodle, відображені у працях науковців (І. Герасименко, В. Осадчий, Ю. Триус), а також власний практичний досвід, вважаємо, що необхідно розширювати й поглиблювати навчально-методичні можливості системи Moodle в освітньому процесі, спрямовуючи її на професійну підготовку майбутніх фахівців у закладах вищої освіти, зокрема, з туризмознавства, з урахуванням її специфіки та особливостей професійної діяльності в сучасних умовах ринку туристичних послуг.

Враховуючи окреслене, визначимо специфічні риси, притаманні дистанційній освіті у професійній підготовці майбутніх фахівців у закладах вищої освіти, зокрема, з туризмознавства:

- величезна аудиторія (одночасне звернення великої кількості студентів до навчальної інформації, комунікаційні зв'язки: «студент↔студент», «студент↔викладач»);
- гнучкість (навчання у зручний час та у зручному місці без відвідування занять);

- економічність (скорочення витратів на підготовку фахівців завдяки ефективному використанню навчальних територій, технічних засобів, уніфікованому й концентрованому поданню інформації, використанню і розвиткові комп'ютерного моделювання);
- інтернаціональність (можливість одержати освіту у будь-яких навчальних закладах світу та надавати освітні послуги громадянам за кордоном);
- модульність (програми складено за модульним принципом);
- неперервність освіти (можливість отримати додаткову освіту, підвищувати професійну кваліфікацію протягом життя);
- нове призначення викладача (розширення й оновлення функцій викладача, надання йому ролі консультанта, який має координувати пізнавальний процес, постійно удосконалювати надані курси, підвищувати власну творчу активність та інноваційну діяльність);
- паралельність (навчання здійснюється водночас із професійною діяльністю);
- позитивний вплив на особистість студента (підняття його творчого й інтелектуального потенціалу завдяки самоорганізації, жаданню знань, використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, здатності самостійно приймати відповідальні рішення);
- соціальна справедливість (рівні можливості одержання освіти незалежно від місця проживання, стану здоров'я, соціального статусу);
- технологічність (використання нових інформаційних технологій, що сприяють входженню особистості у світовий інформаційний простір);
- якість (відповідність дистанційної освіти якості очної форми навчання, оскільки до праці залучається найкращий професорсько-

викладацький склад та використовуються найсучасніші навчально-методичні матеріали).

До позитиву зазначеної освіти варто віднести: навчання в індивідуальному темпі (швидкість вивчення навчальних матеріалів встановлюється студентом особисто залежно від обставин і бажань); свобода і гнучкість навчання (студент обирає будь-який з численних курсів навчання, самостійно розраховує час і тривалість занять); доступність навчання для будь-якої людини (незалежно від географічного і тимчасового положення, можливо здобути освіту дистанційно у будь-якому вищому навчальному закладі, який підтримує ці технології, що уможливорює задоволення освітніх потреб будь-кого); швидкість спілкування (невід'ємним є ефективне здійснення зворотного зв'язку між викладачем і студентом); технологічність освітнього процесу (використання новітніх досягнень інформаційних і телекомунікаційних технологій); соціальна рівноправність (однакові можливості здобуття освіти незалежно від місця проживання, стану здоров'я, національності, матеріального стану); творчість (сприятливі умови для творчого самовизначення в процесі засвоєння знань).

До негативу дистанційної освіти належить: відсутність дійсного спілкування між студентами і викладачами (відсутність індивідуального підходу до навчання і виховання); відсутність індивідуально-психологічних умов під час самостійного навчання (потрібна самодисципліна, результат навчання безпосередньо залежить від самостійності, здібностей, самосвідомості студентів); необхідність постійного доступу до джерел отримання освітніх матеріалів (електронних підручників, відеоматеріалів); відсутність практичних занять, необхідних для закріплення теорії та більш якісного засвоєння знань; відсутність систематичного контролю за навчальною діяльністю студентів; відсутність

через недостатність кваліфікації викладачів та фахівців вдало розроблених навчальних посібників, електронних програм і курсів, що задовольняли б міжнародним вимогам.

Щодо електронних засобів навчання, це поняття розглядають як об'єкти, засновані на цифрових електронних технологіях і використовуються в освітньому процесі, та як джерела інформації й інструментів діяльності педагога і студентів.

Тож, важливим засобом вдосконалення освітнього процесу слугують електронні підручники, створення і використання яких є актуальним для сучасної освіти.

На нашу думку, розроблення і впровадження сучасних електронних підручників у професійній підготовці майбутніх фахівців у закладах вищої освіти, зокрема, фахівців із туризмознавства, має ґрунтуватися на принципах: відображення інформації з використанням різних даних (тексту, графіки, аудіо, відео, анімації); забезпечення можливостей пошуку, аналізу, відбору довідкової інформації: об'єктивність і різнобічність системи контролю знань; можливість інтерактивного зв'язку студентів з викладачем за допомогою мережевих технологій.

На основі теоретичного розгляду питань створення освітньо-інформаційного середовища та впровадження інформаційних технологій в освітньому процесі, стверджено вивчення вченими різних аспектів цього процесу, а саме: інформаційно-освітнього середовища як чинника забезпечення якості професійної підготовки педагогічних кадрів (Р. Вернидуб); формування інформаційно-освітнього середовища вищого навчального закладу на основі інтеграції інформаційних і комунікаційних технологій (Р. Гуревич, М. Кадемія); інформаційно-технологічного забезпечення професійної підготовки майбутніх фахівців з фізичного виховання та спорту із застосуванням ІТ (Р. Клопов); комп'ютерно

орієнтованого навчального середовища у професійній підготовці з інформаційних технологій майбутніх менеджерів-економістів (Т. Коваль); теоретичних і методичних основ ступеневої підготовки майбутніх фахівців із комп'ютеризованих систем (Г. Козлакова); інформаційно-телекомунікаційних технологій в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи (Н. Ничкало); системи інформаційно-технологічного забезпечення професійної підготовки майбутніх учителів в умовах педагогічного університету (В. Осадчий); системи застосування інформаційних технологій у професійній підготовці майбутніх економістів (Т. Поясок); інтенсифікації навчального процесу у вищій школі на основі використання інформаційних технологій (О. Пшенична) [8; 9] та ін.

Одним із визначень інформаційного освітнього середовища є розуміння його як інформаційної системи, що об'єднує за допомогою мережевих технологій програмні й технічні засоби, організаційне, методичне, математичне забезпечення, призначене для підвищення ефективності і доступності освітнього процесу підготовки фахівців.

Однією із характерних властивостей освітнього середовища є можливість студентів і викладачів звертатися до структурованих навчально-методичних матеріалів, навчальних мультимедійних комплексів всього освітнього простору у будь-який час і у будь-якому місці.

Як підтверджує теоретичний розгляд, інформаційно-освітнє середовище має декілька ключових позицій: достовірність, інтерактивність, релевантність, рефлексивність.

Побудова освітньо-інформаційного середовища професійної підготовки майбутніх фахівців у закладах вищої освіти, зокрема, фахівців із туризмознавства, має ґрунтуватися на таких елементах, як:

- автентичність – забезпечення ідентичності, достовірності, дійсності учасників та ресурсів освітньо-інформаційного процесу;

- безпека – можливість захищеності, конфіденційності, доступності та цілісності інформації;
- релевантність – забезпечення відповідності результатів інформаційного пошуку майбутніми фахівцями з туризмознавства їх запитам;
- інтерактивність – можливість віддаленого інтерактивного доступу майбутніх фахівців з туризмознавства всіх освітніх рівнів до всіх освітніх ресурсів (навчального, методичного, довідкового, нормативного, організаційного, інформаційного);
- доступність – забезпечення можливості ознайомлення, обробки, впливу на інформацію та ресурси освітньо-інформаційного середовища з використанням програмних і технічних засобів;
- рефлексивність – розвиток рефлексивних процесів особистості майбутнього фахівця у закладах вищої освіти, зокрема, з туризмознавства, як фактору формування мотиваційного, когнітивного, особистісно-творчого, інформаційно-технологічного, діяльнісно-операційного компонентів, що характеризують відповідно його психологічну, теоретичну і практичну готовність до професійної діяльності.

З метою розвитку інформаційно-проектної ключової компетентності майбутніх фахівців у закладах вищої освіти, зокрема, фахівців із туризмознавства, та формування компонентів їх готовності до професійної діяльності, створено освітньо-інформаційне середовище (рис. 1).

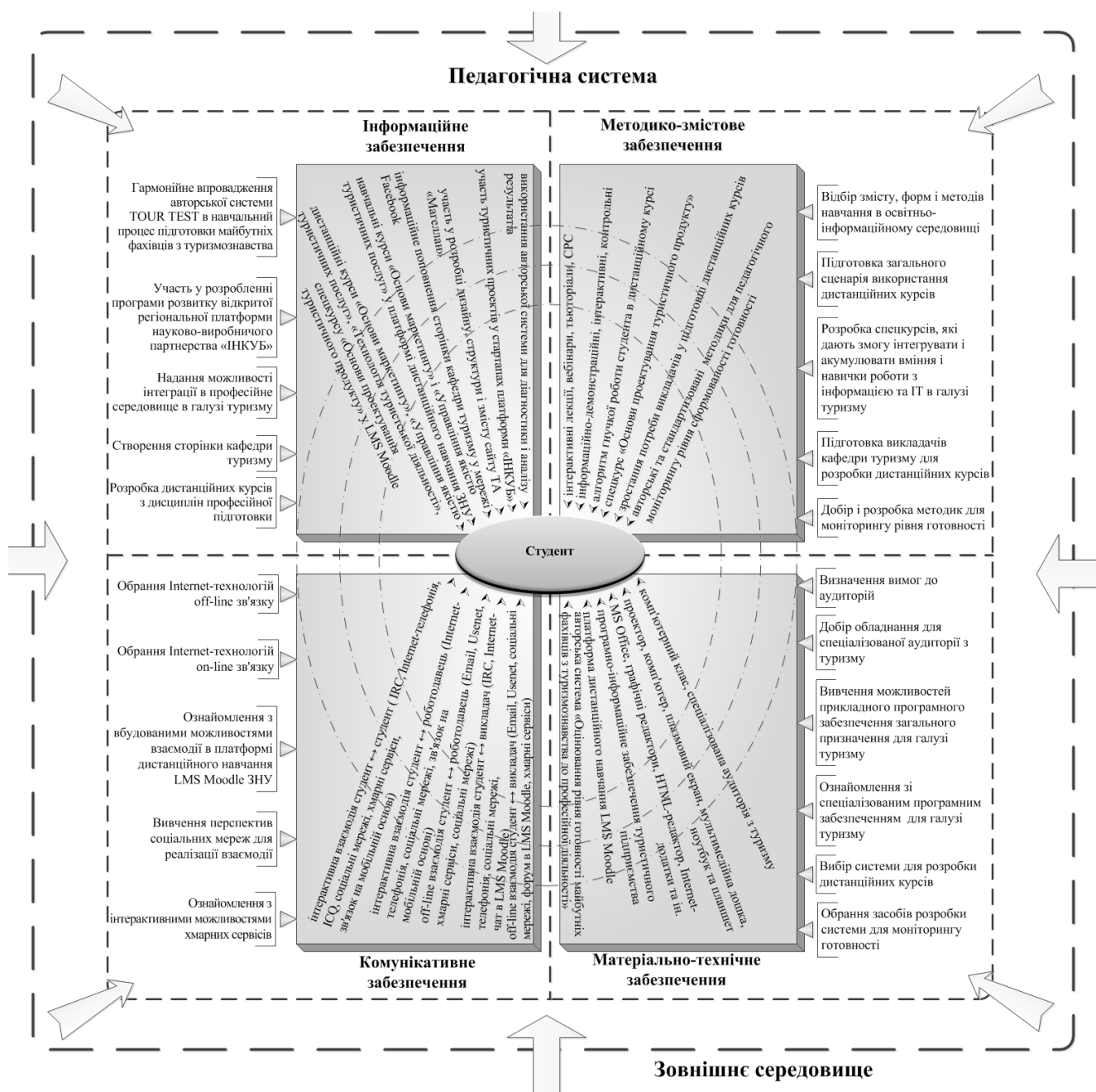


Рис. 1. Освітньо-інформаційне середовище професійної підготовки майбутніх фахівців у закладах вищої освіти, зокрема, фахівців із туризмознавства [9]

Планування, розроблення і впровадження його передбачає врахування логістичного, діяльнісного, компетентнісного, інноваційного й особистісного підходів.

Пріоритетним напрямом цього процесу обрано досягнення нових освітніх результатів – формування й розвиток у студентів дослідних, проєктних, інформаційних умінь, навичок і здібностей.

Тож, логістика проєктування освітньо-інформаційного середовища враховує необхідність його методико-змістового, матеріально-технічного, комунікативного, інформаційного забезпечення.

Вбачається, що шляхом «занурення» студентів у спеціально спроєктоване освітньо-інформаційне середовище, встановлення, посилення й поглиблення взаємозв'язку «освітнє середовище↔студент↔професійне середовище» завдяки оптимізації його змісту, засобів, способів, методів, імовірно досягти підвищення ефективності формування готовності майбутніх фахівців у закладах вищої освіти, зокрема, фахівців із туризмознавства до професійної діяльності, надати можливість для працевлаштування, створити гармонійне й міцне підґрунтя для кар'єри протягом усього життя.

Основа успіху застосування дистанційного навчання та інформаційних технологій у професійній підготовці майбутніх фахівців у закладах вищої освіти полягає у покращенні якості освітніх послуг; впровадженні їх нових видів і форм; використанні нових педагогічних технологій.

Висновки. Отже, обґрунтована доцільність і необхідність проєктування освітньо-інформаційного середовища професійної підготовки майбутніх фахівців у закладах вищої освіти.

Поняття освітньо-інформаційного середовища професійної підготовки майбутніх фахівців ми розглядаємо як складову педагогічної

системи, що містить комплекс інформаційних й організаційних зв'язків, об'єктів, засобів, та інтегрує інформаційні технології в освітній процес завдяки сукупності методико-змістових, матеріально-технічних, комунікативних, інформаційних умов, з метою ефективного формування компетентного фахівця.

Побудова освітньо-інформаційного середовища професійної підготовки майбутніх фахівців у закладі вищої освіти має ґрунтуватись на таких елементах, як: автентичність, безпека, релевантність, інтерактивність, доступність, рефлексивність.

Список використаних джерел:

1. Безкоровайна Л. Диверсифікація рекреаційних послуг в умовах цифровізації ринку туризму та гостинності. Міжн. наук. журнал «Освіта і наука». Серія: Економічні науки. Мукачєво-Ченстохова: РВВ МДУ; Гуманістично-природничий ун-т ім. Яна Длугоша в м. Ченстохові. Вип. 2(31), 2021. С. 149-151.

2. Безкоровайна Л., Кацаєва К. Проєктування освітньо-інформаційного середовища у підготовці майбутніх фахівців із фізичного виховання, здоров'я та туризму в закладах вищої освіти. «Managerial, social and technological innovations – the basis of public welfare» Collection of theses of the International Scientific – Practical Conference. May 30-31, 2023. Marijampole, Lithuania. С. 13-14.

3. Безкоровайна Л., Омеляненко Г., Парій С. Інформаційні системи і технології в туризмі та гостинності як навчальна дисципліна в підготовці фахівців туристичного напрямку. *Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах*

парадигми сталого розвитку: Міжн. н-п.к. (8-9 груд. 2022 р.). Запоріжжя: ЗНУ. С. 195-201.

4. Безкоровайна Л., Пшенична О. Особливості логістики проєктування освітньо-інформаційного середовища професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства. *Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку*: Міжн. н-п.к. (8-9 груд. 2022 р.). Запоріжжя: ЗНУ. С. 202-207.

5. Безкоровайна Л.В., Омеляненко Г.А., Парій С.Б. Інформаційні системи і технології в сфері обслуговування : курс лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності “Готельно-ресторанна справа” освітньо-професійної програми “Готельно-ресторанна справа”. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 80 с.

6. Безкоровайна Л., Омеляненко Г., Парій С. Інформаційні системи і технології в туристичній діяльності: курс лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності “Туризм” освітньо-професійної програми “Туризм”. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 68 с.

7. Безкоровайна Л. В. Логістика проєктування освітньо-інформаційного середовища професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства. Молодий вчений. Херсон, 2017. № 5 (45). С. 280–284.

8. Безкоровайна Л. В. Розробка освітньо-інформаційного середовища у професійній підготовці майбутніх фахівців з туризмознавства: теоретико-методологічний аспект. Молодь і ринок. Дрогобич, 2017. № 7 (150). С. 25–30.

9. Безкоровайна Л. В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства у вищих навчальних закладах: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04. Запоріжжя, 2018. 713 с. URL: <http://surl.li/cidsq>

10. Венгерська Н., Воронкова В., Череп А., Череп О., Безкоровайна Л. Напрями цифрової трансформації креативних технологій у сфері туризму після удару пандемії COVID-19. *Humanities studies: збірник наукових праць*. Запоріжжя : ЗНУ, 2021. Вип. 9 (86). 148 с. С. 168-179.

11. Венгерська Н., Безкоровайна Л., Воронкова В., Череп О., Череп А. Развитие цифровых креативных технологий в сфере туризма в условиях пандемии COVID-19. *Vadyba, Verslas, Technologijos, Inovacijos: Tendencijos Ir Iššūkiai Konferencijos Straipsnių Rinkinys* (2021 m. gegužės 20–21 d.d.). Marijampole University of Applied Sciences, Marijampole, Lithuania. P. 19-28.

12. Воронкова В., Венгерська Н., Безкоровайна Л. Інновації у туристичному секторі як чинник конкурентоспроможності та виходу з кризи пандемії Covid-19 «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики»: міжн. н-п. к., м. Харків; ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2022. С. 113-114.

13. Bezkorovaina L., Makovetskaya N., Sydoruk A., Korolenko K., Naumchuk V. Professional training of future specialists in tourism and hotel and restaurant business in European countries. *ALRJournal*. 2021; 5(2): 54-62
<http://www.alrjournal.com/jvi.aspx?un=ALRJ-29053&volume=>
DOI: 10.14744/alrj.2020.29053

14. Beskorovaynaya L., Makovetska N., Naumchuk V., Sydoruk A., Panchenko V. (2022) Model of Professional Training of Future Specialists in Tourism in Higher Education Institutions of Ukraine, *Journal of Hospitality & Tourism Education*, DOI: 10.1080/10963758.2022.2123338 (3.2 (2021) CiteScore (Scopus) Q1 (2021) CiteScore Best Quartile)

Дарина Люта

канд. пед. наук, доцент,

Запорізький національний університет,

м. Запоріжжя

Наталія Маковецька

док. пед. наук, професор,

Запорізький національний університет,

м. Запоріжжя

Анна Сидорук

канд. пед. наук, доцент,

Запорізький національний університет,

м. Запоріжжя

**СЕРЕДОВИЩЕ СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ЯК УМОВА
РЕАЛІЗАЦІЇ ІНТЕГРАТИВНОГО Й МЕТАПРЕДМЕТНОГО
ПІДХОДІВ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ
МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ**

Актуальність. Однією із вимог сучасної вищої освіти є створення освітнього середовища, яке б забезпечило якісну професійну підготовку майбутніх фахівців, сприяло набуття ними відповідними професійними знаннями, вміннями та цінностями.

Грунтуючись на особливостях змістових складових готовності майбутніх фахівців з туризму до професійної діяльності у сфері соціального туризму, а також принципах їх формування, важливим є

створення в закладі вищої освіти середовища активної соціальної взаємодії.

Формування такого складного особистісно-професійного утворення як готовність майбутніх фахівців з туризму до професійної діяльності у сфері соціального туризму не може забезпечуватися декількома педагогічними заходами, не може вбудовуватися в одну та навіть дві-три навчальні дисципліни. Відтак, потребує переосмислення побудова усього змісту дисциплін фундаментальної та професійної підготовки.

Тому, зміст професійної підготовки майбутніх фахівців з туризму до професійної діяльності у сфері соціального туризму має ґрунтуватися на положеннях інтегрованого та метапредметного підходів, реалізація яких дає змогу сформувати їх цілісну готовність у закладі вищої освіти. Вони, з одного боку, забезпечують оперативність, гнучкість і відкритість опанування студентами професійних знань та умінь з соціального туризму як сфери діяльності, що постійно розвивається, видозмінюється, а з іншого, - дають змогу цілісно, якісно впливати на ціннісно-мотиваційну сферу майбутніх фахівців з метою формування в них гуманістичних цінностей, інклюзивної культури як системної здатності створювати умови для рівного доступу до туристичних послуг усіх категорій населення.

Аналіз останніх досліджень. Здійснений аналіз основних підходів до визначення поняття «соціальна взаємодія» в сучасній науці дає змогу стверджувати, що більшість учених характеризують соціальну взаємодію як спосіб існування соціального буття, а також обмін соціальними діями, комунікаціями, емоціями, позиціями (В. Вербець [14], Г. Дворецька [19], В. Добреньков [20], М. Туленков [32, 33, 24] та ін.). Деякі вчені характеризують соціальну взаємодію як узгоджену діяльність учасників взаємодії для досягнення спільних цілей у вирішенні соціальних проблем чи впливи різних суб'єктів один на одного, їхній взаємозв'язок (Н. Гагіна

[16], О. Воловодова [15], С. Моргунова [27, 26], Л. Ніколенко [29], Л. Осипова [30] та ін.). Визначення поняттям «середовище» та «соціальне середовище» також приділена велика увага науковців (І. Богданова [35], Л. Гуцуляк [18], І. Зверєва [21] та ін.).

Цілісність, комплексність та міжпредметність підготовки, необхідність враховувати зв'язки при вивченні різних дисциплін доводять у своїх працях О. Вознюк і О. Дубасенюк [1], В. Гломозда [2], Л. Гриценко [3], І. Козловська [4], М. Левочко [5], Л. Фурсова [6] та ін.

Мета. Метою даного дослідження є характеристика середовища соціальної взаємодії як умови реалізації інтегративного й метапредметного підходів у процесі професійної підготовки майбутніх фахівців з туризму.

Виклад основного матеріалу. Людина, яка вирішила працювати у сфері туризму, стати фахівцем і присвятити себе розвитку цієї галузі, повинна пройти низку етапів формування готовності до професійної діяльності. Кожен із цих етапів – це певний ступінь підготовки, що вимагає оволодіння необхідним обсягом знань, умінь, навичок, особистісних професійних якостей.

Слід зазначити, що пріоритетним завданням закладів вищої освіти є вдосконалення змісту освіти й організації навчально-виховного процесу підготовки майбутніх фахівців з туризму до подальшої професійної діяльності, створення умов для розвитку їх професійної готовності.

Кожен заклад вищої освіти, створюючи оптимальні моделі теоретичної та практичної підготовки майбутніх фахівців з туризму, має зосередити увагу на:

– перегляді змісту навчальних дисциплін з метою спрямування їх тем на формування необхідних професійних умінь, креативного мислення в майбутніх фахівцях з туризму;

- створенні принципово нового методичного забезпечення, що сприятиме розкриттю творчого потенціалу студентів;
- можливості впровадження в процес підготовки різноманітних видів навчальної діяльності;
- тощо.

Але, будь-якому професійному зростанню і вдосконаленню завжди передує загальний процес розвитку людини.

Розвиток людини завжди відбувається у певному середовищі і під його впливом. У філософському енциклопедичному словнику середовище представлено як суспільні, матеріальні і духовні умови, які оточують людину.

Середовище в широкому сенсі (макросередовище) охоплює суспільно-економічну систему в цілому: виробничі сили, суспільні відносини, суспільну свідомість і культуру.

Середовище у вузькому сенсі (мікросередовище) включає безпосереднє оточення людини: сім'ю, трудовий, навчальний та ін. колективи і групи. Середовище робить вирішальний вплив на формування і розвиток особистості [34].

Так, Новий тлумачний словник української мови розкриває значення поняття «середовище» щодо людської життєдіяльності як «соціально-побутові умови, в яких проходить життя людини; оточення, коло, обшар» [28].

Поняття «соціальне середовище» є частиною загального поняття «середовище».

В Енциклопедії для фахівців соціальної сфери вказується, що соціальне середовище – це сукупність соціальних умов життєдіяльності і розвитку людини (духовних, міжособистісних, виробничих та ін. відносин), що впливають на її свідомість та поведінку. Наявність

соціального середовища – необхідна та обов’язкова умова соціалізації особистості. Соціальне середовище, зокрема його сфери: політична, соціальна, духовна формують певні очікування щодо поведінки особистості. Соціальне середовище як сукупність соціальних умов виховання безпосередньо впливає на механізми його регулювання. Зміни в соціально-педагогічному процесі обов’язково зумовлені реформаціями у структурі та функціонуванні соціального середовища [21].

Так, у словнику-довіднику з соціальної роботи цей термін розглядається у соціальному аспекті. Поняття «соціальне середовище» є міждисциплінарним і досить широко використовується у філософії, соціології, економіці, соціальній географії, етнології, віковій та соціальній психології, різних галузях педагогіки. У результаті цього відбувається його збагачення, воно набуває структурованості й системності.

Так, економічна енциклопедія тлумачить соціальне середовище як суспільні матеріальні й духовні умови життєдіяльності людини.

У широкому розумінні (макросередовище) воно охоплює суспільно-економічну систему в цілому: продуктивні сили, виробничі відносини і відповідні інституції, суспільну свідомість, культуру, духовність. У вузькому розумінні (мікросередовище) соціальне середовище включає безпосереднє оточення людини – сім’ю, трудовий колектив, громадське об’єднання тощо. Соціальне середовище суттєво впливає на формування особистості, її свідомість.

У соціології під соціальним середовищем людини розуміють економічні, політичні, соціальні, духовні, територіальні умови, що впливають на становлення особистості. Соціальна педагогіка, базуючись на цьому визначенні, розглядає соціальне середовище як «сукупність соціальних умов життєдіяльності людини (сфери суспільного життя,

соціальні інститути, соціальні групи), що впливають на її свідомість та поведінку» [31].

Суттєвим для повноти здійснюваного аналізу вважаємо також визначення І. Богданової: «соціальне середовище – це своєрідний показник інтеріоризації особистістю культури, рівня соціального розвитку, способу життя, цінностей суспільства» [35].

Важливо врахувати думку І. Зверєвої, що структура соціального середовища багаторівнева, а саме:

- мікрорівень (безпосереднє соціальне оточення – сім'я, формальна чи неформальна група);
- мезарівень (регіональні, територіальні, поселенські та інші спільноти, які є носіями, а також виразниками специфічної культури і способу життя);
- макрорівень (економічна, соціальна, політична і духовна система відносин) [21].

Погоджуємося і з думкою Л. Гуцуляк, що соціальне середовище існує завдяки численним взаємовідносинам його членів і соціальних інститутів. Чим більша й різноманітніша палітра складових соціального середовища, тим інтенсивніший його розвиток і різноманітніші умови життєдіяльності особистості.

До особливостей соціального середовища відносять: рівень і характер можливостей для самоактуалізації та самореалізації, прояву індивідуальних здібностей і творчого потенціалу особистості; рівень єдності й цілісності складових елементів (соціальних відносин, соціальних сфер); рівень рівномірності розвитку різних елементів і сфер соціального середовища [18].

Основною одиницею людської поведінки є дія. Деякі наші дії виконуються лише нами, але більшість наших дій зачіпають наші відносини з іншими людьми, а отже, складають елементи взаємодії з ними.

Як зазначає Г. Дворецька, дії, що зачіпають будь-які інтереси хоча б однієї іншої людини, називають соціальними діями. Соціальна дія – це форма або спосіб розв’язання соціальних проблем і суперечностей, в основу яких покладено зіткнення інтересів і потреб основних соціальних сил певного суспільства. У широкому розумінні до соціальної дії належить будь-яка акція, вчинена соціальним суб’єктом, для забезпечення своїх інтересів і потреб у певній соціокультурній ситуації [19].

Коли люди у своїй поведінці беруть до уваги один одного, тоді їх соціальні дії складаються у соціальну взаємодію. В цьому розумінні соціальна взаємодія – це обопільний та взаємний вплив двох або більше людей на поведінку один одного.

На думку В. Осипової, соціальна взаємодія – це процес, у якому люди діють і випробовують вплив один на одного [30].

Відтак, Г. Дворецька вважає, що соціальна взаємодія – це форма соціальних зв’язків, що реалізуються в обміні діяльністю, інформацією, досвідом, здібностями, уміннями, навичками та у взаємному впливі людей, соціальних спільнот; система взаємообумовлених соціальних дій, зв’язаних циклічною залежністю, при якій дія одного суб’єкта є одночасно причиною і наслідком у відповідь дій інших суб’єктів.

Вчена також зазначає, що об’єктивною основою соціальної взаємодії є спільність чи розбіжність інтересів, близьких чи віддалених цілей, поглядів. Її посередниками, проміжними її ланками, наприклад у сфері праці, є знаряддя і предмети праці, матеріальні й духовні блага та досвід [19].

Англійський філософ і соціальний психолог Харре Горацій Ром розглядав соціальний процес як взаємодію практичної системи виробництва засобів існування і домінуючою над нею експресивної системи, в якій шляхом самовираження (експресії) і враження (імпресії) виробляються репутації. Соціальну взаємодію він зводить до міжособистісного, яке будується на підставі визначення ситуації, вибору маски і уявного глядача, інтерпретації правил [34].

Так, В. Вербець зазначає, що соціальна взаємодія – це така форма спілкування осіб, соціальних спільностей, верств, угруповань, за якою систематично здійснюється їх вплив один на одного, реалізується соціальна дія кожного з партнерів, досягається пристосування дій одного до дій іншого, спільність у розумінні ситуації, сенсу дій і певний ступінь солідарності або згоди між ними [14].

Як вважає Л. Ніколенко, соціальна взаємодія створюється тоді, коли в суб'єкта є потреба у набутті цінності. Усвідомлена суб'єктом потреба у лідерстві як життєвій цінності переростає в один з основних мотивів формування лідерських якостей особистості і, у свою чергу, спонукає до визначення тих або інших цілей [29].

Слід зазначити, що соціальна взаємодія має свої різновиди. Так, на думку Є. Климова, соціальна взаємодія буває випадковою, тимчасовою, стійкою, приватною і публічною, особистісною і речовою, формальною і неформальною [22].

В свою чергу, І. Громов класифікує види соціальної взаємодії так:

- за кількістю суб'єктів взаємодії: між двома людьми, між індивідом і групою, між групами;
- за характером взаємовідносин суб'єктів взаємодії: односторонні та двосторонні, солідарні (узгоджені) та антагоністичні (ворожі);

- за терміном: короткочасні та довготривалі;
- за наявністю (відсутністю) організованості: організовані та неорганізовані;
- за свідомістю взаємодії: усвідомлені та неусвідомлені;
- за «матеріальністю» обміну: матеріальні, інтелектуальні (ідейні), почуттєві (емоційні) та вольові [17].

Підґрунтям соціальної взаємодії є декілька факторів. По-перше, - це соціально активна діяльність. По-друге, - це певний взаємозв'язок, взаємозумовленість і взаємовплив. По-третє, - це координація, обмін, спільність, угода.

Беручи до уваги, що соціальна взаємодія є частиною педагогічного процесу слід звернути увагу на поняття «педагогічна взаємодія».

У Словнику сучасної педагогіки поняття «педагогічна взаємодія» трактується як прямий або непрямий вплив суб'єктів цього процесу один на одного, що породжує взаємний зв'язок і міжособистісні відносини. Педагогічна взаємодія – це навмисні контакти педагога з дитиною (тривалі або тимчасові), наслідком яких є взаємні зміни в поведінці, діяльності та відносинах [25].

В Педагогічному словнику також дається визначення поняттю «взаємодія педагогічна» – це особистісний контакт вихователя і вихованця, випадковий або навмисний, приватний або публічний, тривалий або короткочасний, вербальний або невербальний, що є наслідком взаємних змін їх поведінки, діяльності, відносин, установок.

Взаємодія педагогічна може проявлятися у вигляді співробітництва, коли обома сторонами досягається взаємна згода і солідарність у розумінні цілей спільної діяльності і шляхів її досягнення, і у вигляді суперництва, коли успіхи одних учасників спільної діяльності стимулюють або

гальмують більш продуктивну і цілеспрямовану діяльність інших її учасників [23].

Враховуючи думки науковців щодо сутності середовища соціальної взаємодії, можна виокремити компоненти середовища соціальної взаємодії, а саме: інформаційний простір, громадські організації, заклад вищої освіти, туристичні підприємства, туристичний інформаційний центр (рис. 1.).

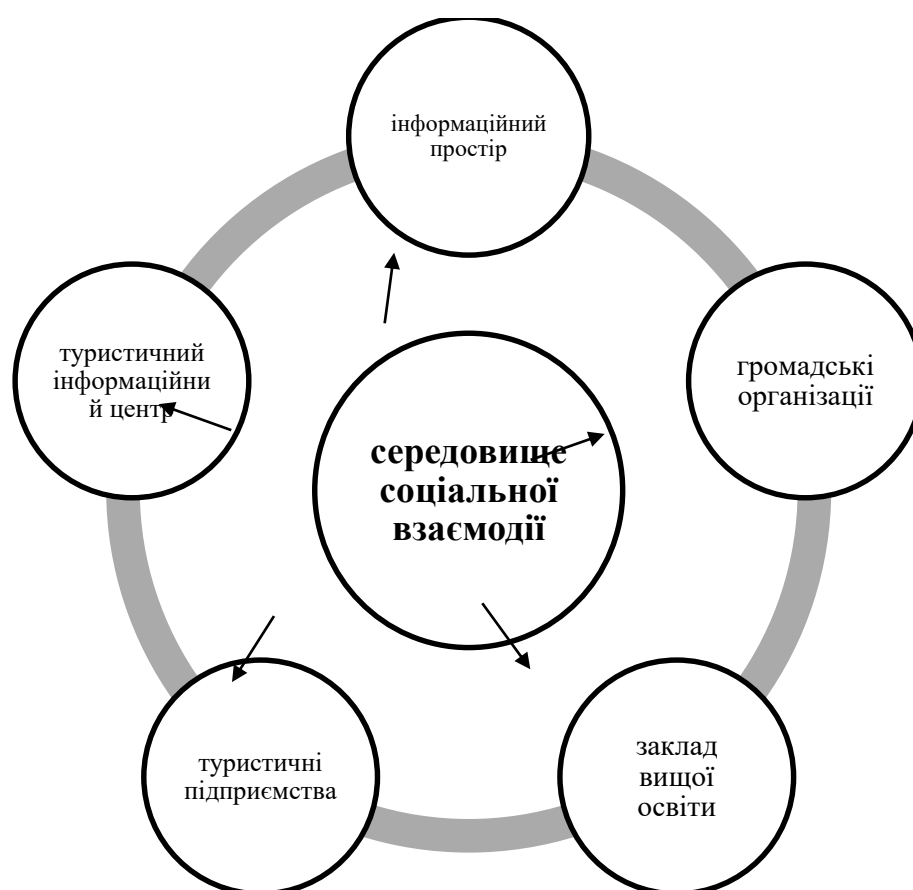


Рис. 1. Компоненти середовища соціальної взаємодії з підготовки майбутніх фахівців з туризму

Специфіку організації середовища соціальної взаємодії у закладі вищої освіти продемонстровано на рисунку 2.



Рис. 2. Організація середовища активної соціальної взаємодії з підготовки майбутніх фахівців з туризму

Спираючись на вищевикладені думки науковців, можемо визначити поняття «середовище соціальної взаємодії».

Отже, середовище соціальної взаємодії – це система цілеспрямованих взаємовідносин, сприятливих для набуття особистістю суспільних цінностей та усвідомлення нею важливості соціально спрямованих лідерських якостей у процесі самореалізації.

У контексті підготовки майбутніх фахівців з туризму до професійної діяльності у сфері соціального туризму, середовище соціальної взаємодії у закладі вищої освіти розуміємо системою спеціально організованих, цілеспрямованих соціальних контактів, взаємовідносин; спільною соціально активною діяльністю студентів з метою набуття ними професійних знань, умінь та цінностей, активізації їх професійного та особистісного розвитку.

Слід зазначити, що середовище соціальної взаємодії є однією з умов реалізації інтегративного та метапредметного підходів у процесі підготовки майбутніх фахівців з туризму, тому доцільно розглянути сутність цих підходів більш докладно.

На основі проведених наукових пошуків з питань формування готовності майбутніх фахівців з туризму до професійної діяльності у сфері соціального туризму нами досліджено особливості підготовки фахівців туристичної сфери та визначено низку її важливих характеристик.

Так, науковці Т. Соловей і М. Чайковський, виокремлюють базові для фахівців туристичної сфери знання, які вважаються не менш важливими порівняно зі знаннями із теорії та практики туризму, а саме:

- знання про розвиток людини та її поведінку, особливо під впливом соціального, культурного, економічного середовища;
- психологію надання й отримання допомоги; способи комунікації людей, вербальної і невербальної поведінки;
- групові процеси й взаємовплив групи та індивіда;
- значення соціокультурних факторів і їх вплив на індивіда, групу, громаду: релігія, духовні цінності, закони, соціальні інститути;
- психологію міжособистісних та міжгрупових відносин;
- громаду, процеси, що мають місце у ній, способи розвитку й зміни, її соціальні служби і ресурси;
- соціальні служби: структуру, організацію, методи роботи; себе як особистість і ті особистісні відносини, які можуть впливати на професійну діяльність [7].

Професійна діяльність фахівця туристичної сфери багатогранна і має багато спільного з соціальною роботою та психологією, відтак, для того, щоб він був здатний на належному рівні виконувати свої функції, він повинен:

- володіти якостями, які забезпечують професійну придатність – емпатія, доброзичливість, аутентичність, відкритість, конкретність, безпосередність, комунікабельність, ініціативність;
- дотримуватись високих моральних стандартів, етичних зобов'язань стосовно клієнтів, колег;
- бути відкритим новому досвіду і постійно займатися професійним самовдосконаленням;
- володіти високою загальною культурою, бути добре поінформованим про сучасні політичні, економічні, соціальні процеси в суспільстві;
- уміти передбачати наслідки своїх дій, упроваджувати в життя продуману і послідовну лінію;
- бути професійно адаптованим;
- мати професійний такт.

Так, Є. Холостова, серед складових, що є необхідними у процесі формування професійної компетентності фахівця цієї сфери діяльності окрім професійних знань та умінь, виокремлює такі [8]:

- професійне покликання;
- глибока мотивація для виконання роботи в різних її модифікаціях;
- розвинені морально-духовні якості, схильність до роботи з людьми;
- загальна професійна майстерність;
- об'єктивне критичне ставлення до своєї діяльності;
- здатність все життя вчитися і домагатися самореалізації;
- професійна гідність.

Також, спираючись на Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 242 «Туризм» [9], який визначає компетентності

випускника: інтегральну, загальні та спеціальні, можемо виокремити ті, що притаманні саме фахівцю сфери соціального туризму, а саме:

- навички міжособистісної взаємодії;
- розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів;
- здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу.

Для забезпечення ефективності процесу формування готовності майбутніх фахівців до діяльності у сфері соціального туризму необхідно в освітньому процесі дотримуватися таких вимог:

- розробка навчальних планів і програм за спеціальними дисциплінами на основі сучасних наукових поглядів на теорію сучасного туризму в цілому та соціального зокрема, а також практику надання туристичних послуг різним категоріям населення;
- розкриття змісту ефективної професійної діяльності у всіх видах навчальної роботи у ЗВО;
- усвідомлення суб'єктивної позиції;
- розвиток таких особистісних якостей у студентів як орієнтація на людину, уміння ефективної взаємодії з іншою людиною й позитивного спілкування з нею, прагнення до професійного самовдосконалення, творчого характеру праці;
- формування у студентів потреб у підготовці себе до професійної діяльності, їх участі в науково-дослідній роботі в галузі туристичної діяльності й суміжних дисциплін;
- надання студентам можливості брати участь у волонтерській діяльності;

- здійснення спеціальної підготовки викладачів закладу вищої освіти та співробітників закладів туристичної сфери до приймання практикантів, орієнтація їх на контакти й взаємне співробітництво.

На думку М. Левочко, одним із напрямів впровадження інтеграції у навчальний процес є встановлення взаємозв'язків між навчальними предметами. Вони сприяють удосконаленню процесу формування комплексних знань, умінь і навичок; усувають протиріччя, що існують у багатопредметній системі викладання між розрізненими знаннями з окремих предметів і необхідністю синтезу цих знань, їх комплексного застосування на практиці [5].

На переконання І. Козловської, інтеграція є процесом взаємодії елементів (із заданими властивостями), що супроводжується встановленням, ускладненням і зміцненням істотних зв'язків між цими елементами на основі достатньої підстави, в результаті якої формується зінтегрований об'єкт (цілісна система) з якісно новими властивостями із збереженням в його структурі індивідуальних властивостей вихідних елементів [12].

Цікавим для розуміння сутності інтеграції є підхід, запропонований Н. Божко, яка пропонує порівняти інтеграцію зі складанням пазла (рис. 3.) [13].

О. Вознюк та О. Дубасенюк [1] вважають, що сукупність теоретичних положень, що пояснюють сутність феномена інтеграції у сучасній педагогіці, об'єднані загальним поняттям «інтегративний підхід»: у результаті інтеграції раніше самостійні елементи поєднуються та певним чином синтезуються у цілісну систему на основі встановлення функціональних взаємозв'язків, взаємного переходу та доповнення, керування, зближення теорій навчання і виховання, об'єднання в системах організації освіти та його змісту.



Рис. 3. Аналогія між інтеграцією і складанням пазла

Вчені також зазначають, що інтеграція в освіті виконує такі функції: освітню, виховну, розвивальну, психологічну, методологічну, організаційну. При цьому інтеграція може мати різні форми: предметно-образну, понятійну, світоглядну, діяльнісну, концептуальну тощо. До головних способів інтеграції відносяться: уніфікація, універсалізація, категоріальний синтез, екстраполяція, узагальнення, моделювання, систематизація [1].

Сутність інтеграції, як вважає О. Дятлова, полягає в цілеспрямованому взаємопроникненні елементів одного об'єкта в структуру іншого, унаслідок чого виникає новий об'єкт із власними ознаками. Систематизуючи та узагальнюючи різні підходи, дослідниця зазначає, що поняття «інтеграція змісту освіти» можна розглядати як об'єднання певних елементів навчального змісту на основі науково обґрунтованих підходів, що визначаються необхідністю утворення у свідомості учнів системи знань і уявлень про людину і суспільство як основи цілісного світогляду [11].

Погоджуємося з думкою Л. Фурсової, що завдяки частковій інтеграції (поєднання матеріалу з різних предметів, підпорядкованого одній темі) заняття набувають високої інформативності, сприяють розширенню світогляду, формують логічне мислення [6].

Інтеграція в освіті вирішує безліч завдань: розвиває ерудицію, логіку мислення і потенціал студентів, формує професійні та загальнокультурні компетенції, активізує всебічне.

Отже, інтегрований підхід дає змогу сформувати у майбутніх фахівців цілісне уявлення про соціальний туризм, поєднати погляди різних наук на проблему соціалізації, забезпечення життєдіяльності усіх категорій населення, а також готовності туристичної сфери до надання ним якісних послуг.

Щодо метапредметного підходу, на засадах якого, на нашу думку, має бути оновлений зміст дисциплін навчального плану підготовки майбутніх фахівців сфери туризму, то саме він забезпечує змістову наскрізність навчання, адже, як стверджують науковці (А. Вербицький, О. Хуторський та ін.), за формування більшості навчальних компетентностей не можуть відповідати окремі навчальні дисципліни, вони мають формуватися тільки в процесі вивчення різних дисциплін, наскрізно, завдяки метапредметним темам, а також в різних формах практичної та самостійної роботи.

Саме метапредмет або метапредметна тема, як стверджує А. Хуторський [10], дає змогу студенту та викладачу реалізувати власні можливості та прагнення в більшій мірі, ніж звичайний предмет, забезпечує можливість різноспрямованого підходу до вивчення єдиних фундаментальних об'єктів, відкриває вихід до суміжних тем навчальних курсів.

Метапредметний підхід доповнює та розширює традиційну освітню практику, дає змогу майбутньому фахівцю надсистемно поглянути на предметний зміст; він тісно пов'язаний з концепцією формування розумових дій П. Гальперіна, розвивального та діяльнісного навчання Д. Ельконіна та ін.

Основними частковими принципами реалізації метапредметного підходу у професійній підготовці майбутніх з туризму до професійної діяльності у сфері соціального туризму нами визначені такі:

- трансдисциплінарності (актуалізація ідей соціального туризму на всіх навчальних дисциплінах);
- зорієнтованості на засвоєння універсальних способів мислення (проблематизації, цілепокладання, висування гіпотез, вибір оптимального рішення, рефлексії);
- понятійних зв'язків (використання універсальної термінології – «соціальний туризм», «соціально незахищені верстви/категорії населення», «інклюзія», «інклюзивна культура», «інклюзивний туризм», «люди з інвалідністю», «люди пенсійного/похилого/третього віку», «малозабезпечені сім'ї», «рівний доступ до якісних послуг» та ін.);
- метапредметних установок (формування стійких професійних поглядів на рівний доступ осіб до якісних туристичних послуг незалежно від статусу, віку та стану здоров'я).

Підсумовуючи вищезазначене, саме оновлення змісту дисциплін професійної підготовки за спеціальністю 242 Туризм на засадах інтегративного й метапредметного підходу, на нашу думку, забезпечить формування готовності майбутніх фахівців до роботи у сфері соціального туризму, адже створює цілісність, логічну поєднаність, наскрізність та контекстність усього освітнього процесу.

Висновки. Оновлення змісту професійної підготовки на засадах інтегративного й метапредметного підходів, з одного боку, забезпечує системність, наскрізність, оперативність, гнучкість і відкритість опанування студентами професійних знань та умінь з соціального туризму як сфери діяльності, що постійно розвивається, видозмінюється; з іншого, - дає змогу цілісно, якісно впливати на ціннісно-мотиваційну сферу майбутніх фахівців з метою формування в них гуманістичних цінностей, ціннісного ставлення до соціального туризму, інклюзивної культури як системної здатності створювати умови для рівного доступу до туристичних послуг усіх категорій населення.

Отже, створене середовище соціальної взаємодії у закладі вищої освіти як системи цілеспрямованих взаємовідносин, спільної соціально активної діяльності студентів-майбутніх фахівців з туризму, забезпечує формування в них готовності до професійної діяльності у сфері соціального туризму.

Література:

1. Вознюк О. В., Дубасенюк О. В. Цільові орієнтири розвитку особистості у системі освіти : інтегративний підхід : монографія. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2009. 684 с.
2. Гломозда В. Г. Вивчення тем інтегративного характеру як спосіб здійснення міжпредметних зв'язків. *Педагогіка*. Київ, 1991. Вип. 30. С. 17–20.
3. Кнодель Л. В. Теорія і практика підготовки фахівців сфери туризму в країнах-членах Всесвітньої туристичної організації : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.04. Тернопіль, 2007. 41 с.

4. Козловська І. М. Теоретико-методологічні аспекти інтеграції знань учнів професійної школи (дидактичні основи). Львів : Світ, 1999. 302 с.
5. Левочко М. Т. Інтеграційний підхід до формування практичних вмінь майбутніх фахівців економічного напрямку. *Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету*. Ізмаїл, 2007. Вип. 22. С. 78-81.
6. Фурсова Л. Ще раз про інтегровані уроки мови. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2005. № 1. С. 51–54.
7. Соловей Т. В., Чайковський М. Є. Змістовні компоненти професійної компетентності соціального працівника інклюзивного закладу освіти. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна»*. 2013. № 1 (7). С. 220–224.
8. Приступа Є. Н., Данилевич М. В. Структурні компоненти готовності майбутніх фахівців з фізичного виховання та спорту до роботи у сфері фізичної рекреації. *Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. : Педагогіка, соціальна робота*. Ужгород, 2018. Вип. 1 (42). С. 359–363.
9. Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти : наказ Міністерства освіти і науки України від 04 жовтня 2018 № 1068. URL: [https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni standarty/12/21/242-turizm-bakalavr.pdf](https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni_standarty/12/21/242-turizm-bakalavr.pdf).
10. Степанець Н. П. Досвід розвинутих країн у підготовці фахівців для сфери туризму: компетентісний підхід. *Географія та туризм : наук. зб.* Київ, 2012. № 20. С. 19–25.

11. Дятлова О. М. Інтегративний підхід до навчання суспільствознавства в загальноосвітніх школах України (20-ті–30-ті роки ХХ століття) : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. Київ, 2008. 20 с.
12. Козловська І.М. Теоретико-методологічні аспекти інтеграції знань учнів професійної школи (дидактичні основи). Львів: Світ, 1999. 302 с.
13. Божко Н. Інтегративний підхід до навчання в контексті реформування системи освіти України. *Молодь і ринок*. 2018. № 7 (162). С. 84-89.
14. Вербець В. В. Методологія та методика соціологічних досліджень : навч.-метод. посіб. 2-ге вид. допов. і перероб. Рівне : РДГУ ; Інститут соціальних досліджень, 2006. 167 с.
15. Воловодова О. В. Взаємодія суб'єктів надання соціальної допомоги – умова подолання бідності та забезпечення сталого розвитку громад. *Вісник економічної науки України*. 2014. № 2 (26). С. 16–20.
16. Гагіна Н. В. Взаємодія як міждисциплінарне поняття. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. М. Гоголя. Сер. : Психолого-педагогічні науки*. 2008. № 5. С. 9–13.
17. Грищенко С. В. Самовдосконалення майбутніх фахівців соціальної сфери : монографія. Чернігів : ЧНПУ, 2011. 328 с.
18. Гуцуляк Л. І. Соціально-освітнє середовище в педагогічному процесі школи. *Молодий вчений*. Переяслав-Хмельницький, 2017. № 5 (45). С. 304–308.
19. Дворецька Г. В. Соціологія. Київ : КНЕУ, 2001. 286 с.
20. Енциклопедія освіти / голов. ред. В. Г. Кремень. Київ : Юрінком Інтер, 2008. 1040 с.
21. Енциклопедія для фахівців соціальної сфери / за заг. ред. І. Д. Звереві. Київ ; Сімферополь : Універсум, 2012. 536 с.

22. Книш А. Є. Структура особистісної готовності до професійної діяльності майбутніх психологів-тренерів. *Теорія і практика управління соціальними системами*. 2014. № 1. С. 84–91.
23. Кузьмінський А. І., Омеляненко В. Л. Педагогіка у запитаннях і відповідях : навч. посіб. для вузів. Київ : Знання, 2006. 311 с.
24. Лукашевич М. П., Туленков М. В. Соціальні взаємодії як фундаментальна основа життєдіяльності суспільства. *Соціологія. Загальний курс* : підручник. Київ, 2004. С. 145–163.
25. Кремень В. Г. Освіта і наука в Україні – інноваційні аспекти. Стратегія. Реалізація. Результати. Київ : Грамота, 2005. 448 с.
26. Моргунова С. О. Педагогічні умови підготовки до соціальної взаємодії майбутніх менеджерів організацій і адміністрування. *Педагогіка та психологія*. 2017. Вип. 56. С. 32–41
27. Моргунова С. О. Роль соціальної взаємодії у формуванні PR-компетенції майбутнього менеджера. *Педагогіка та психологія* : зб. наук. праць. Харків, 2016. Вип. 53. С. 215–223.
28. Новий тлумачний словник української мови : у 3 т. / В. Яременко, О. Сліпушко. Вид. 2-ге, виправл. Київ : Аконіт, 2007. Т. 3 : П–Я. 862 с.
29. Ніколенко Л. М. Середовище соціальної взаємодії у студентському громадському об'єднанні. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Сер. : Педагогіка і психологія. Педагогічні науки*. 2015. № 1 (9). С. 67–72.
30. Осипова В. Д. Соціологія : підручник. Київ : Юрінком Інтер, 2003. 336 с.
31. Соловей Т. В., Чайковський М. Є. Змістовні компоненти професійної компетентності соціального працівника інклюзивного закладу

освіти. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна»*. 2013. № 1 (7). С. 220–224.

32. Туленков М. В. Організаційна взаємодія в системах соціального управління : монографія. Київ : ІПК ДСЗУ, 2005. 222 с.

33. Туленков М. В. Організаційна взаємодія як предметна сфера соціології управління. *Соціальна психологія*. 2007. № 1. С. 12–25.

34. Балл Г. О. Сучасний гуманізм і освіта: соціально-філософські та психолого-педагогічні аспекти. Рівне : Молодість, 2003. 231 с.

35. Богданова І. М. Соціальна педагогіка : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 343 с.

Наукове видання
(українською мовою)

**ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ КОНЦЕПЦІЙ УПРАВЛІННЯ
ТУРИЗМОМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ
В УМОВАХ ПАРАДИГМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Монографія
Другий том
за загальною редакцією
доктора педагогічних наук, професора Л.В. Безкоровайної

Редактор Л.В. Безкоровайна
Технічний редактор Л.В. Безкоровайна
Коректор А.О. Осаул

**Підписано до друку 21.12.2021.
Формат 60*90/16. Папір офсетний.
Друк цифровий. Умовн. друк. арк. 16,3.
Замовлення № 65. Наклад 300 прим.**

**Запорізький національний університет
69600, м. Запоріжжя, МСП-41
вул. Жуковського, 66**

**Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 2952 від 30.08.2007 р.**