



Міністерство освіти і науки України
ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»
НТУ «Дніпровська політехніка»



Державне агентство розвитку туризму України
Одеський національний технологічний університет
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Національний технічний університет «ХП»
Управління культури, спорту та туризму
виконавчого комітету
Новомосковської міської ради

**II ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ
І МОЛОДИХ УЧЕНИХ**

**«Розвиток
туристичного бізнесу, економіки
та підприємництва:
виклики сьогодення»**

26-27 вересня 2024 р.

УДК 338.486

Р 64

Рекомендовано вченою радою фінансово-економічного факультету Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» (протокол № 3 від 1 жовтня 2024 р.).

Р64 Розвиток туристичного бізнесу, економіки та підприємництва: виклики сьогодення: матеріали II всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених, 26–27 вер. 2024 р., м. Дніпро / відп. ред. Л.С. Безугла / М-во освіти і науки України, НТУ «Дніпровська політехніка» – Д.: НТУ «ДП», 2024. 117 с.

Містить праці здобувачів та молодих вчених, які взяли участь у конференції «Розвиток туристичного бізнесу, економіки та підприємництва: виклики сьогодення» за такими тематичними секціями: екологічні та соціальні аспекти туристично-рекреаційної діяльності, інноваційні підходи у сфері готельно-ресторанної справи, економіка та управління в туристичному бізнесі, шляхи збереження, відновлення та популяризації культурної спадщини.

УДК 338.486
© НТУ «ДП», 2024

ЗМІСТ

Секція 1

Аносов Д. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВИХ ТА БЕЗПЕКОВИХ ОБМЕЖЕНЬ	7
Бессонова А. ВПЛИВ ЕКОЛОГІЧНИХ ФАКТОРІВ НА ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ	9
Герасименко Т. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ	11
Герасименко Т., Ялова І. ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МІСТА НОВОМОСКОВСЬК ТА НОВОМОСКОВСЬКОГО РАЙОНУ	14
Григор'єва В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВОЛОНТЕРСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	17
Двоянова В. ГЛЕМПІНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ ВИД ТУРИЗМУ	19
Іскра Є. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЯХТИНГУ ЯК ВИДУ ТУРИЗМУ	21
Мирний Д. ДОСВІД УКРАЇНИ В СФЕРІ ТУРИСТИЧНОЇ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОЇ СПАДЩИНИ	23
Опришко А., Безлепкін М. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ	25
Палієнко А. РОЗВИТОК ТРЕКІНГОВОГО ТУРИЗМУ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	27
Папченко О. МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВОЛОНТЕРСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	29
Сесь Р. РЕАБІЛІТАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ – СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	32
Черепанова Д. ЯК ВПЛИВАЄ ТУРИЗМ НА ЗДОРОВ'Я ТА БЛАГОПОЛУЧЧЯ ЛЮДИНИ	34

Секція 2

Андрєєв С., Андрєєва В. ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ	38
Андрєєв С., Андрєєва В., Воробйова П. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	39
Безугла Л. ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ У СФЕРІ НОРЕСА: ЯК СТАЛИЙ РОЗВИТОК ВПЛИВАЄ НА ВИБІР СПОЖИВАЧІ	41
Белобородова М. ДОСТУПНІСТЬ РЕКРЕАЦІЙНИХ ОБ'ЄКТІВ – УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ	43
Болюх І., Черноіван А. ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ	45
Копейченко Є., Стригуль Л. ПРОБЛЕМИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	47
Копейченко Є. УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ: ВІД СПА- ПОСЛУГ ДО БІЗНЕС-ЦЕНТРІВ	49
Лепетень Д. СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ФОРМАТІВ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	51

Назаренко М. ФРАНЧАЙЗИНГ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: СТАНДАРТИЗАЦІЯ АСОРТИМЕНТУ ПОСЛУГ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ	53
Назаренко М. ВПРОВАДЖЕННЯ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	55
Ніколаєва О. РОЗВИТОК БАРНОЇ СПРАВИ ВІД ТРАДИЦІЙ ДО СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ	57
Ніколаєва О. ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	59
Петрунчак Д. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ	61
Пилипенко Д. СУЧАСНІ ТРЕНДИ УКРАЇНСЬКИХ ЗАКЛАДІВ РОЗМІЩЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ	64
Скруха Б. РОЛЬ ЕКО-ТРЕНДІВ У РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ	66
Табаліна Д. ЛОКАЛЬНА КУХНЯ: СУЧАСНИЙ ТРЕНД У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	68
Тюріна Т. РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	70
Філіппова О. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЗМЕНШЕННЯ ВІДХОДІВ, ВИКОРИСТАННЯ ЛОКАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ У РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ	72
Філіпчук С. ЧАТ-БОТИ ТА ВІРТУАЛЬНІ АСИСТЕНТИ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ	73
Язіна В. АВСТРАЛІЙСЬКИЙ ДОСВІД СТВОРЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОТЕЛЬНОГО ЛАНЦЮГА CROWN	75

Секція 3

Андрєєв С., Ачкасова І. ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ	79
Бондаренко Л. УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ТА ПРОЄКТАМИ В ТУРИЗМІ: БАЛАНС МІЖ ЧАСОМ, БЮДЖЕТОМ, ЯКІСТЮ ТА ОБСЯГОМ	80
Варяничко М. ЕФЕКТИВНЕ ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ УКРАЇНИ	82
Захожа Н. РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ЕКОНОМІЦІ ІТАЛІЇ	84
Ігнатович І. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	86
Ковтун О. ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ОСНОВІ СИМУЛЯЦІЇ	88
Крутілко Є. РОЛЬ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЗАЛУЧЕННІ ТУРИСТІВ ДО МУЗЕЇВ	91
Матющенко А. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ПРІОРИТЕТИ ТА СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ	93
П'ятниченко С. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	95

Фірсов В. ПЛАНУВАННЯ ОСНОВНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВ	98
--	----

Секція 4

Вовченко А. ШЛЯХИ ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДІ ДО ЕКСКУРСІЙ РІДНИМ КРАЄМ: ПРАКТИЧНІ ПОРАДИ З МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	101
Двуреченська О. РОЛЬ ОСВІТИ У ЗБЕРЕЖЕННІ ІСТОРИЧНОЇ ПАМ'ЯТІ (ДНІПРОВСЬКИЙ РЕГІОН)	105
Должикова А. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СЕТ-ДЖЕТТІНГУ В УКРАЇНІ	107
Заїдова Є. ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ТА ЗАХИСТ ПРИРОДНОЇ СПАДЩИНИ ЮНЕСКО	108
Омельченко Д. КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЮНЕСКО: ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ВІДНОВЛЕННЯ СКАРБІВ ЛЮДСТВА	111
Орлова Д. РОЛЬ АВТЕНТИЧНИХ МУЗЕЇВ СВІТЛИЦЬ У ЗБЕРЕЖЕННІ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ	112
Чупита В. ГАСТРОНОМІЯ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ЄС	115

Секція 1
Екологічні та соціальні
аспекти туристично-
рекреаційної діяльності

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВИХ ТА БЕЗПЕКОВИХ ОБМЕЖЕНЬ

Фестивальний туризм в Україні зазнав значних змін через військові та безпекові обмеження, викликані повномасштабною війною з росією. Основною особливістю такої організації стало необхідність інтегрувати нові форми проведення заходів з урахуванням безпеки учасників та відвідувачів. Попри обмеження, в країні продовжують проводити фестивалі, але їхній формат адаптовано до нових реалій.

Таблиця 1

Особливості проведення фестивалів в умовах війни

Ознака	Приклад фестивалю
<i>Благодійна мета:</i> збір коштів для підтримки армії, волонтерських організацій та постраждалих від конфлікту. Це можуть бути благодійні концерти, ярмарки, аукціони, де всі зібрані кошти спрямовуються на допомогу.	«Культурний десант» – це серія концертів та культурних заходів, метою яких є збір коштів на потреби української армії та підтримку постраждалих від війни. «Дух незламних», де вдалось зібрати 240 тисяч гривень завдяки опломбованим скринькам біля різних локацій із майстернями та аукціону, який продав лотів на майже 220 тисяч гривень
<i>Сприяння розвитку місцевих майстрів:</i> фестивалі часто включають ярмарки, на яких місцеві ремісники та художники можуть представити свої вироби. Це не тільки підтримує економіку регіону, але й зберігає та популяризує національні традиції.	«Петриківський дивоцвіт» у Дніпропетровській області, де місцеві майстри демонструють петриківський розпис та інші народні ремесла «Кий. ШЕФ. Хорив», де крафтові майстри мають можливість продемонструвати свої товари, багато із них повністю розпродали продукцію вже в перший день заходу
<i>Популяризація національної гідності та свідомості:</i> фестивалі включають патріотичні виступи, покази українського кіно, літературні читання та інші заходи, що підкреслюють національну ідентичність.	Фестиваль «Дні українського кіно», де демонструються фільми, що відображають боротьбу та стійкість українського народу. Фестиваль «Дух незламних» популяризує національні види спорту та національно-патріотичне виховання
<i>Вимоги безпеки:</i> організація фестивалів в умовах війни вимагає підвищених заходів безпеки для захисту учасників та відвідувачів, наявність укриттів, обмеження кількості відвідувачів, контроль на входах, та інші заходи для запобігання можливим небезпекам.	«Книжковий Арсенал» у Києві впровадив посилені заходи безпеки, включаючи евакуаційні плани та спеціальні інструктажі для персоналу. «Кий. ШЕФ. Хорив» співпрацює з охоронною компанією, яка дбає про спокій і порядок на локації. У разі повітряної тривоги, є план дій та інструкцію для учасників. На локації івенту також розвішена інформація про найбільші укриття поблизу та інші найближчі сховища, якою можуть скористатися гості.
<i>Підтримка психологічного стану:</i> фестивалі також мають важливе значення для психологічної підтримки населення, створення відчуття спільноти та єдності.	Терапевтичні арт-фестивалі, де учасники можуть взяти участь у творчих майстер-класах, що сприяють психологічній реабілітації

Джерело: сформовано автором на основі [1; 2]

По-перше, безпека стала головним чинником при організації будь-якого заходу. Фестивалі часто проводяться у місцях, де є надійні укриття та можливість швидкої евакуації. Організатори мають враховувати ризики ракетних обстрілів та обов'язково забезпечувати систему оповіщення та доступ до бомбосховищ. Наприклад, під час проведення фестивалю у Львові чи Києві використовують локації, які можуть одночасно забезпечити комфортне перебування учасників і гарантувати безпеку – такі як підземні галереї, виставкові зали зі сховищами, чи навіть укріплені театри.

Окремо варто згадати про формат онлайн-фестивалів. Через загрози фізичної небезпеки та обмеження щодо великих скупчень людей багато подій переходять у цифровий простір. Онлайн-фестивалі дозволяють зберегти традицію проведення культурних заходів, але водночас мінімізувати ризики для життя. Наприклад, фестиваль «Книжковий Арсенал» 2022 р. проводився частково в онлайн-форматі, що дозволило залучити авторів та гостей з різних куточків світу, не наражаючи їх на небезпеку.

Змінилися також локації проведення фестивалів, зокрема в містах, близьких до фронту, відбувається перерозподіл подій у більш безпечні регіони. Маріуполь, який до війни активно розвивався як культурний центр і проводив такі заходи, як фестиваль MRPL City, наразі не має змоги приймати туристів. Але його культурна спадщина трансформується через проекти, що проходять в інших містах, наприклад, виставки «Маріуполь реборн», які знайомлять відвідувачів з культурним життям міста через арт-події на нових безпечних майданчиках.

Ще однією суттєвою зміною стало залучення волонтерів і донорів для підтримки фестивалів. Часто культурні події під час війни мають додаткову місію – збір коштів для армії або на гуманітарну допомогу. Наприклад, музичні фестивалі, які відбуваються на західній Україні, не лише зберігають культурну спадщину, але й активно підтримують військових, організовуючи благодійні аукціони, збори на дрони чи засоби зв'язку. Це надає фестивалям соціальну значущість і зміцнює їхній зв'язок з актуальними викликами суспільства.

Крім того, самі тематичні напрямки фестивалів змінюються. Під час війни підвищується інтерес до військової історії, національної культури, ідентичності та тем, що пов'язані з патріотизмом. Наприклад, фестивалі в Україні під час війни часто включають в програму тематичні лекції, фільми або вистави, які відображають події на фронті, досвід біженців або культурну стійкість народу. У 2023-2024 роках, попри складну безпекову ситуацію, в Україні продовжували проводити етнографічні фестивалі, які зосереджувалися на збереженні культурної спадщини, підвищенні патріотизму та підтримці національної ідентичності. «Гуцульська бринза» (2023, Рахів, Закарпатська область) – традиційний фестиваль, присвячений гуцульським традиціям, вівчарству та культурі Карпат. У 2023 р. фестиваль став важливою подією для місцевої громади та туристів, залучаючи відвідувачів не лише з України, а й з-за кордону. На ньому презентували традиційні гуцульські страви, виступали фольклорні колективи, проводили покази народних костюмів і демонстрували ремісничі вироби. «Червона рута» (2023, Чернівці) – один із найстаріших українських фестивалів, що фокусується на традиційній та сучасній українській музиці. У 2023 р. він отримав етнографічний акцент, включаючи виступи народних колективів та майстер-класи з народних танців і співів. Також на фестивалі збирали кошти на підтримку військових. «Золотий Лев» (2024, Львів) – міжнародний театральний фестиваль, що вміщує значну етнографічну складову. У 2024 р. його програма включала виступи на відкритих локаціях у стилі українського народного театру, де відтворювалися стародавні українські обряди та традиції.

«Бойківські фестини» (2023, Турка, Львівська область) – етнографічний фестиваль, що проводиться кожні кілька років і присвячений бойківській культурі. У 2023 р. фестиваль зібрав традиційні бойківські колективи, ремісників і майстрів. Гості могли ознайомитися з автентичними народними звичаями, вишивкою та стародавніми піснями бойків.

Головними особливостями організації фестивального туризму в Україні в умовах війни є інтеграція безпекових заходів, переорієнтація на безпечні регіони, перехід в онлайн-простір та адаптація тематик до актуальних викликів. Фестивалі стають не лише культурними подіями, а й платформами для зміцнення соціальної підтримки та національної солідарності.

Список використаних джерел:

1. Толокольнікова К. Війна і фестивалі. Які події відбудуться попри воєнний стан. URL: <https://suspilne.media/culture/251998-vijna-i-festivali-aki-podii-vidbudutsa-popri-voennij-stand/>
2. Фестивалі під час війни: про прибуток, безпеку та збори на ЗСУ. URL: <https://rubryka.com/article/festyvali-pid-chas-vijny/>

Бессонова Анна

доцент кафедри туризму та економіки підприємства
НТУ «Дніпровська політехніка»

ВПЛИВ ЕКОЛОГІЧНИХ ФАКТОРІВ НА ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ

Екологічні фактори стають дедалі важливішими у плануванні та розвитку туристично-рекреаційної діяльності. Зміни клімату, забруднення довкілля, збереження біорізноманіття та інші природні фактори суттєво впливають на туристичну привабливість регіонів, безпеку туристів і стійкість рекреаційних ресурсів. Оцінка та аналіз цих чинників є ключовими для розвитку екологічно сталого туризму, що сприяє як збереженню природи, так і економічному розвитку регіонів. Зміни клімату, такі як підвищення температури, зниження рівня опадів, аномальні погодні явища, суттєво впливають на вибір туристичних напрямків і сезонність. Наприклад, підвищення температури у гірських регіонах може призвести до скорочення сезонів зимових видів спорту, тоді як у прибережних зонах підвищення рівня моря загрожує пляжним курортам.

Забруднення довкілля, особливо водних ресурсів і атмосфери, суттєво знижує привабливість туристичних об'єктів. Високий рівень забруднення повітря впливає на здоров'я туристів, особливо в міських туристичних центрах. Такі регіони, як великі мегаполіси чи промислові зони, можуть втратити туристичний потік через погіршення екологічної ситуації. Інтенсивне використання природних ресурсів для туристичних цілей може призвести до деградації екосистем, втрати природної краси та зниження кількості видів флори та фауни. Екосистеми, які є популярними туристичними об'єктами (ліси, озера, гори), потребують особливого захисту, оскільки їх втрата може призвести до зниження рекреаційної привабливості та соціально-економічних втрат регіонів [1].

Погодні катастрофи, такі як урагани, лісові пожежі, паводки та землетруси, можуть мати серйозні наслідки для туристичних регіонів. Такі явища не тільки спричиняють тимчасове припинення туристичної діяльності, а й можуть призвести до значних втрат інфраструктури, що вимагає значних інвестицій для її відновлення. Для прибережних зон підвищення рівня моря є одним із ключових екологічних ризиків. Воно не тільки зменшує площу пляжів, але й створює загрозу для прибережної інфраструктури, включаючи готелі, дороги та інші об'єкти туристичної індустрії. Інтенсивне використання природних територій, особливо у гірських регіонах, сприяє ерозії ґрунтів та виникненню зсувів. Це ставить під загрозу туристичні маршрути та інші рекреаційні об'єкти, впливаючи на безпеку туристів і стабільність місцевої екології.

Для мінімізації впливу на довкілля необхідно запроваджувати стратегії сталого розвитку туризму, які передбачають обмеження негативного впливу на екосистеми та збереження природних ресурсів. Це може включати еко-туризм, використання відновлюваних джерел енергії в туристичній інфраструктурі та дотримання екологічних стандартів у будівництві нових туристичних об'єктів. Одним із важливих аспектів розвитку екологічно відповідального туризму є просвітницька робота з туристами. Інформування про необхідність збереження природних багатств, дбайливе ставлення до флори та фауни, а також популяризація еко-туризму сприяють зменшенню навантаження на екосистеми. Державна політика має відігравати ключову роль у регулюванні впливу екологічних факторів на туристичну діяльність. Це включає розробку нормативних документів, контроль за дотриманням

екологічних стандартів і залучення міжнародних організацій до захисту природних територій.

Екологічні фактори мають значний вплив на туристично-рекреаційну діяльність, вимагаючи від туристичних операторів, урядів і туристів уваги до питань захисту довкілля та сталого розвитку. Впровадження стратегій екологічно сталого туризму є необхідною умовою для збереження природних ресурсів і забезпечення довготривалої привабливості туристичних регіонів. Для успішного розвитку туристично-рекреаційної діяльності важливо оцінювати екологічні ризики та впроваджувати заходи щодо їх мінімізації. Екологічно орієнтовані підходи сприятимуть не лише збереженню природи, а й сталому розвитку туристичної галузі загалом [2].

Стратегічний розвиток сталого туризму є важливим фактором для збереження екології та стабільного розвитку туристично-рекреаційної діяльності. У сучасних умовах, коли екологічні виклики стають все більш актуальними, необхідно впроваджувати такі підходи, які не тільки зменшують негативний вплив на довкілля, але й сприяють довготривалому економічному зростанню. Сталий туризм визначається як такий, що відповідає потребам туристів і місцевих громад без шкоди для навколишнього середовища, зберігаючи при цьому ресурси для майбутніх поколінь. Стратегічні підходи до сталого туризму дозволяють зберігати природні ресурси, які є основою туристично-рекреаційної діяльності. Ефективне управління природними парками, лісовими зонами, прибережними територіями та іншими рекреаційними об'єктами є важливим для підтримки біорізноманіття та екологічної рівноваги. Збереження цих ресурсів забезпечує стабільний потік туристів, що, в свою чергу, сприяє економічному розвитку місцевих громад і створенню робочих місць.

Зокрема, сталий підхід до управління водними ресурсами може включати використання екологічно чистих технологій для очищення води, запобігання забрудненню річок, озер та морів, а також зменшення споживання води туристичними об'єктами, такими як готелі, ресторани та розважальні центри. Збереження водних екосистем не тільки підтримує їх біологічне різноманіття, але й зберігає привабливість туристичних зон [3].

Стратегія сталого туризму спрямована на підтримку екологічної рівноваги через мінімізацію впливу людської діяльності на природне середовище. Це може включати заходи з контролю за обсягом туристичних потоків до особливо чутливих екосистем, використання екологічно чистих видів транспорту, розвиток еко-готелів та рекреаційних об'єктів із низьким викидом вуглецю. Наприклад, в умовах зміни клімату все більш актуальним стає розвиток «зеленого» туризму, який включає використання відновлюваних джерел енергії, зменшення викидів CO₂ та збереження природних ландшафтів. Завдяки цьому можна зменшити тиск на навколишнє середовище та водночас забезпечити стабільний розвиток туристичної галузі.

Важливим аспектом сталого туризму є виховання екологічної свідомості серед туристів. Зростає необхідність інформування відвідувачів про важливість захисту природи, дотримання правил поведінки у заповідниках, національних парках та інших природних об'єктах. Уряди, громадські організації та бізнес мають відігравати провідну роль у просуванні екологічно відповідальної поведінки через кампанії з екологічної освіти, розвиток екотуризму та створення умов для усвідомленого споживання природних ресурсів. Зокрема, популяризація таких принципів, як «залишай лише сліди, бери лише спогади», сприяє зменшенню негативного впливу на екосистеми. Туристи повинні розуміти, що їхня поведінка може мати довготривалі наслідки для природи, і тому кожен відвідувач повинен сприяти її збереженню [4].

Таким чином, стратегічний розвиток сталого туризму є важливою складовою збереження екології та забезпечення довгострокового економічного та соціального зростання в туристичних регіонах. Він сприяє захисту природних ресурсів, підтримці біорізноманіття та розвитку місцевих громад. Важливим є впровадження комплексних заходів, що включають просвітницьку роботу, технологічні інновації та міждержавне співробітництво для підтримки екологічної рівноваги та стійкості туристичної галузі.

Список використаних джерел:

1. Михайлюк І.І. Екологічні аспекти розвитку туризму. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. 2022. Вип. 4(81). С. 124-131. URL: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2022-4-124-131>.
2. Коробейнікова Я.С. Екологічна безпека територій туристичних дестинацій: визначення, механізми та проблеми забезпечення. Екологічна безпека та збалансоване ресурсокористування. 2021. Вип. 1 (23). С. 124-134. URL: [https://doi.org/10.31471/2415-3184-2021-1\(23\)-124-134](https://doi.org/10.31471/2415-3184-2021-1(23)-124-134).
3. Гапоненко Г.І., Лістратенко Д.А., Євтушенко О.В., Шамара І.М. Екологізація туристичної діяльності як фактор сталого розвитку регіонів України. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2023. Вип. 18. С. 52-61. URL: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-18-06>.
4. Алієва А.Ю. Концептуальні засади сталого розвитку туристично-рекреаційної сфери на засадах інклюзивного зростання. Вісник НУВГП. 2020. Вип. 2 (90). С. 3-13. URL: <https://doi.org/10.31713/ve220201>.

Герасименко Тетяна,

доцент кафедри туризму та економіки підприємства
НТУ «Дніпровська політехніка»

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ

Інноваційний розвиток регіональної туристичної інфраструктури є надзвичайно важливим у сучасних умовах глобалізації та економічної трансформації. Регіональний туризм стає ключовим фактором стимулювання економічного зростання, залучення інвестицій та створення нових робочих місць. Інфраструктурні проекти, орієнтовані на покращення туристичних послуг і логістики, сприяють підвищенню привабливості регіонів для туристів, що особливо важливо для країн, які прагнуть диверсифікувати свою економіку. Впровадження інноваційних рішень у транспорт, готельний бізнес, інформаційні технології та екологічні практики стає необхідною умовою конкурентоспроможності регіонів на світовому туристичному ринку.

Враховуючи зростаючий попит на екологічний, культурний та гастрономічний туризм, інновації в інфраструктурі можуть зробити регіони більш доступними, комфортними та привабливими для різних категорій туристів. Особливе значення це має для України, яка прагне інтегруватися в європейський туристичний простір, використовуючи свій природний, культурний та історичний потенціал. Розвиток сучасної туристичної інфраструктури на основі інновацій дозволить не тільки підвищити рівень туристичних послуг, але й сприятиме сталому розвитку регіонів та покращенню якості життя місцевих громад [1].

Регіональна туристична інфраструктура охоплює широкий спектр елементів і об'єктів, які забезпечують комфорт і зручність для туристів, а також сприяють розвитку туристичного бізнесу. Складові регіональної туристичної інфраструктури включають:

1. Транспортна інфраструктура (автомобільні та залізничні дороги; аеропорти та автовокзали; громадський транспорт: автобуси, тролейбуси, метро); велосипедні та пішохідні доріжки.
2. Проживання (готелі, готельні комплекси, мотелі; хостели та апартаменти; садиби, кемпінги, бази відпочинку; вілли та приватні будинки для оренди; розважальні та культурні заклади: музеї, театри, виставкові центри; спортивні комплекси та розважальні центри; тематичні парки та атракціони; культурні та фестивальні майданчики).
3. Харчування та гастрономія (ресторани, кафе, бари; фаст-фуди та мережеві заклади харчування; кулінарні майстер-класи та дегустації).

4. Послуги для туристів (інформаційні центри для туристів; екскурсійні бюро та гідів; туристичні агенції; послуги транспортування: таксі, прокат авто, велосипеди).

5. Екологічні та природні ресурси (природні парки, резервати, заповідники; місця для активного відпочинку (гірськолижні курорти, пляжі); туристичні маршрути (пішохідні, велосипедні, водні).

6. Інформаційні технології (сайти та мобільні додатки для планування подорожей; онлайн-бронювання готелів та квитків; соціальні мережі для просування туристичних послуг).

7. Інфраструктура для ділового туризму (конференц-центри та виставкові майданчики; бізнес-готелі та офісні приміщення).

8. Засоби безпеки та охорони (поліція, служби безпеки; медичні установи та аптекарі; пожежна безпека та рятувальні служби).

Кожен з цих елементів відіграє важливу роль у формуванні позитивного туристичного досвіду і сприяє загальному розвитку регіону як туристичного напрямку. Інновації в кожній з цих сфер можуть підвищити привабливість регіону для туристів і сприяти сталому розвитку туристичної інфраструктури.

Інноваційний розвиток регіональної туристичної інфраструктури охоплює широке коло питань, пов'язаних із впровадженням новітніх технологій, екологічно стійких рішень та сучасних управлінських підходів. У сучасному світі інновації є основним рушієм змін, а туристична галузь – одним із секторів, що активно трансформується під їх впливом. Інноваційний розвиток включає оновлення транспортних мереж, модернізацію готельної індустрії, впровадження цифрових рішень для взаємодії з туристами, розвиток розумних туристичних систем та інше.

Особливий акцент робиться на регіональний туризм, оскільки саме регіони є джерелом унікальних природних, культурних і історичних ресурсів, здатних приваблювати внутрішніх та міжнародних туристів. Успішний розвиток туристичної інфраструктури в регіонах сприяє створенню нових економічних можливостей, підвищенню якості життя населення та збереженню культурної спадщини. Тому питання інноваційного розвитку туристичної інфраструктури є важливим для забезпечення сталого розвитку регіонів і загальної конкурентоспроможності туристичної галузі.

Розвиток туризму, а також забезпечення високого рівня конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі нерозривно пов'язане з розробкою, впровадженням і вдосконаленням інновацій. Сфера туризму створює вдвічі більше робочих місць, ніж фінансовий сектор, і в п'ять разів більше, ніж хімічна промисловість, що підкреслює важливість розвитку туристичної галузі в Україні на всіх рівнях.

Слід чітко усвідомлювати, що ефективний розвиток як туристичного сектору, так і регіону загалом, у сучасних умовах можливий лише через шлях інноваційного розвитку, який включає застосування механізмів інвестиційно-інноваційного управління. В цьому контексті спостерігається двосторонній процес інновацій та інвестицій: інвестиції можуть бути залучені лише для впровадження інноваційних підходів і рішень, і водночас інноваційні рішення не можуть бути реалізовані без залучення інвестицій.

Щоб обґрунтувати існуючий взаємозв'язок між рівнем інноваційного розвитку регіону та рівнем розвитку туризму, слід звернутися до оцінки ступеня розвитку туризму в різних регіонах, оскільки на даний момент не існує єдиної методики розрахунку такого індексу.

Для оцінки рівня розвитку туристичної галузі регіонів України, їх туристичної привабливості та потенціалу, популярності серед внутрішніх і іноземних туристів використовуються наступні фактори:

- рівень розвитку готельного бізнесу та інфраструктури;
- значення туристичної галузі в економіці регіону;
- доходність галузі туризму та гостинності регіону;
- популярність регіону серед туристів, які приїжджають на кілька днів;
- популярність регіону серед іноземців;
- туристична унікальність;

- рівень злочинності;
- інтерес до регіону в інтернеті як до місця відпочинку;
- просування туристичного потенціалу регіону в інформаційному просторі [2].

Оцінка потенціалу областей також може базуватися на економічних показниках, таких як:

- частка чистого прибутку туристичного бізнесу регіону від загального туристичного прибутку по країні;
- частка зайнятості в туристичному секторі регіону від загальної зайнятості в регіоні;
- рівень заробітної плати в туристичному секторі порівняно із середнім рівнем заробітної плати в регіоні;
- туристичний збір, у % до бюджету області.

Інноваційний розвиток регіональної туристичної інфраструктури є ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності регіонів, сприяння економічному зростанню та створенню нових робочих місць.

Впровадження сучасних технологій та інноваційних рішень у транспорт, готельну галузь, логістику, інформаційні системи та екологічні практики робить регіони більш привабливими для туристів, що особливо важливо для країн, які прагнуть диверсифікувати свою економіку та збільшити надходження від туристичної діяльності.

Ефективний розвиток туристичного сектору залежить від інвестиційно-інноваційного підходу. Інвестиції та інновації є взаємопов'язаними процесами, оскільки інноваційні проєкти можуть бути реалізовані лише за умови достатнього фінансування, а інвестиції зазвичай спрямовуються на впровадження новітніх технологій і рішень.

Туристична галузь має значний потенціал для економічного розвитку, оскільки створює робочі місця та залучає іноземний капітал. У сучасному світі, де глобалізація та технологічні зміни стрімко впливають на всі галузі економіки, розвиток туристичної інфраструктури з акцентом на інновації дозволяє регіонам залишатися конкурентоспроможними.

Особливий акцент слід робити на розвитку регіонального туризму, оскільки саме регіони є носіями унікальних природних, культурних та історичних ресурсів, здатних залучати як внутрішніх, так і міжнародних туристів. Успішне впровадження інновацій у туристичну інфраструктуру регіонів підвищить якість туристичних послуг, сприятиме сталому розвитку місцевих громад, збереже культурну спадщину та підвищить рівень життя населення.

Інноваційний розвиток регіональної туристичної інфраструктури є важливим фактором довгострокової стратегії розвитку регіонів. Він потребує комплексного підходу, що включає модернізацію інфраструктури, впровадження нових технологій, залучення інвестицій та розвиток екологічно стійких практик для забезпечення сталого зростання туристичного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвитку туристичної галузі України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шев'ченка. Економіка*. 2015. № 7 (172). С. 65–69.
2. Огієнко М. Розвиток регіональних туристичних ринків шляхом впровадження інновацій. *Економічний простір*. 2020. № 164. С. 152–159.

Герасименко Тетяна,
доцент кафедри туризму та економіки підприємства
НТУ «Дніпровська політехніка»
Ялова Ірина,
начальник управління культури, спорту та туризму
виконавчого комітету Новомосковської міської ради

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МІСТА НОВОМОСКОВСЬК ТА НОВОМОСКОВСЬКОГО РАЙОНУ

Місто Новомосковськ та Новомосковський район мають значний туристичний потенціал завдяки поєднанню багатой історичної спадщини, природних ресурсів і промислових об'єктів. Сприятливі екологічні умови, наявність мінеральних вод, мальовничі природні ландшафти та розвинена інфраструктура відкривають можливості для різноманітних видів туризму: оздоровчого, агротуризму, індустриального та екотуризму. Культурні пам'ятки, спортивні об'єкти та природоохоронні зони сприяють привабливості регіону як туристичної дестинації для відпочинку і розвитку активного туризму [1].

Для отримання комплексного уявлення про стан сфери туризму та рекреації в місті Новомосковськ та Новомосковському районі, на основі проведеного аналізу наявних туристично-рекреаційних ресурсів слід визначити сильні та слабкі сторони галузі туризму, а також знайти потенційні можливості та загрози. Проаналізуємо взаємозв'язки між «внутрішніми» (сильні та слабкі сторони) та «зовнішніми» (можливості та загрози) факторами, що мають стратегічне значення для туристичної галузі Новомосковського району. Саме ці взаємозв'язки дозволять сформулювати порівняльні переваги, виклики й ризики, які є основою для стратегічного вибору – формулювання стратегічних та операційних цілей розвитку туризму у Новомосковському районі [2, 3].

Позитивний вплив сильних сторін на розвиток туризму у Новомосковському районі:

1. Промисловий потенціал

- наявність природних ресурсів в районі (газ, вугілля, нафта, мінеральна вода);
- наявність у районі крупних промислових та сільсько-господарських підприємств.

2. Транспортна інфраструктура

- транспортна інфраструктура широко розвинена, район забезпечений різними видами транспорту. Розвинена мережа залізничного транспорту. Район перетинають залізниця Дніпро-Красноград та міжнародні автомагістралі;
- проходження через район автошляхів: міжнародних – М04, М18, М29; територіальних – 6 автошляхів.

3. Сільське господарство

- сприятливі погодно-кліматичні умови для розвитку сільського господарства. Умови створюють ідеальні умови для розвитку сільського туризму, що сприяє підвищенню туристичної привабливості регіону;
- розвинуте сільськогосподарське підприємництво, в Новомосковському районі, налічується 730 сільськогосподарських суб'єктів господарювання. Велика кількість сільськогосподарських підприємств створює чудові можливості для розвитку агротуризму.

4. Екологія

- поліпшення санітарного стану річок району, захист їх від замулення продуктами ерозії ґрунтів, охорони від забруднення пестицидами і біогенними речовинами;
- велика кількість та площа об'єктів природно-заповідного фонду у районі, наявність великої кількості природних об'єктів може сприяти розвитку спеціалізованих туристичних центрів.

5. Культура та спорт

- розгалужена мережа культурних та спортивних закладів. Культурні та спортивні заклади можуть приваблювати не лише індивідуальних туристів, але й організовані групи;

- наявність пам'яток культури, туристи, зацікавлені в історії, архітектурі та культурі, прагнуть відвідати місця з багатою історичною спадщиною.

- популяризація здорового способу життя та фізичної реабілітації.

Негативний вплив слабких сторін на розвиток туризму у Новомосковському районі:

1. Промисловий потенціал

- висока ресурс- та енергоємність виробництва в Новомосковському районі створює низку проблем, які обмежують можливості розвитку туризму;

- техногенне забруднення атмосферного повітря, ґрунтів і ґрунтових вод.

2. Транспортна інфраструктура

- річка Самара майже не використовується для вантажних та пасажирських перевезень. Басейни річок Оріль, Кільчень, Чаплинка, Заплавка замалі для таких перевезень;

- низька якість дорожнього покриття на автошляхах. Погані дороги можуть ускладнити доступ до туристичних об'єктів і визначних місць у районі.

- відставання показників темпу росту району порівняно з регіональними може значно ускладнити розвиток туризму.

3. Екологія

- значне накопичення твердих побутових відходів. Поширення інформації про проблеми з утилізацією відходів буде негативно впливати на репутацію району;

- вимирання сіл (в районі постійно збільшується кількість сіл, в яких кількість мешканців скорочується). Вимирання сіл у Новомосковському районі створює суттєві перешкоди для розвитку туризму.

4. Культура та спорт

- слабе технічне оснащення закладів культури. Туристи, особливо ті, хто шукає високоякісні культурні враження, можуть віддавати перевагу іншим напрямкам, де інфраструктура відповідає їх очікуванням;

- обмеженість музейних приміщень, в тому числі виставкових. Наявність обмежених музейних приміщень може негативно вплинути на імідж району як культурного і освітнього напрямку.

Позитивний вплив можливостей на розвиток туризму у Новомосковському районі:

1. Економічний розвиток

- державна підтримка розвитку малого та середнього бізнесу. Підтримка малого та середнього бізнесу може сприяти залученню додаткових інвестицій у туристичну інфраструктуру району.

- виконання державної програми з будівництва та ремонту автодоріг. Завдяки новим або відремонтованим дорогам туристи можуть скоротити час, витрачений на подорожі.

- створення кластеру дозволяє спільно використовувати інфраструктуру, маркетингові ресурси та інші активи;

- перетворення покинутих будівель може стати основою для інвестицій у розвиток нових видів туризму, таких як індустриальний, творчий, еко- або етнотуризм.

- включення туристичних магнітів Новомосковського району до туристичних маршрутів Дніпропетровщини.

2. Політичний розвиток

- стабілізація політичного стану в Україні. Політична стабільність є ключовим фактором, що впливає на вибір туристами місця відпочинку;

- припинення військових дій забезпечить безпеку для туристів і місцевих жителів, що дозволить знизити рівень страху та непевності.

3. Розвиток соціальної сфери

- формування бранда «здоров'я людини» та активізація суспільного руху за здорове життя.

Підтримка розвитку фізкультури та спорту;

- формування бранда туриста-волонтера, що може привернути увагу тих, хто бажає поєднати відпочинок з корисною діяльністю.

4. Екологія

- ефективно використовувати ресурси р. Самара з туристичною метою. Ефективне використання ресурсів річки Самара для розвитку туризму може суттєво підвищити привабливість району, можна впровадити різні туристичні активності та створити нові можливості для відпочинку та розваг;

- підтримка на державному розвитку «зеленого бізнесу». Підтримка на державному рівні «зеленого бізнесу» може допомогти Новомосковському району створити позитивний імідж як екологічно свідомого та прогресивного регіону.

Негативний вплив загроз на розвиток туризму у Новомосковському районі:

1. Економічний розвиток

- несприятливі економічні умови, зниження платоспроможності на внутрішньому ринку, високі тарифи на енергоресурси та залізничні перевезення, високі відсоткові ставки на кредитні ресурси, несвоєчасне повернення податку на додану вартість та інші.

- економічні ризики для іноземних інвесторів та туристичних фірм. Туристичні фірми, що стикаються з економічними ризиками, можуть утримуватися від розширення своїх послуг або навіть скорочувати їх.

- відсутність мотивації розвитку туристично-рекреаційного сектору у місцевого населення. Активне обговорення проблеми може сприяти формуванню спільноти місцевих жителів, зацікавлених у розвитку туризму;

- скорочення державних національних програм з підтримки розвитку регіонів, що є наслідком недостатнього фінансування районів. Відсутність державної підтримки може знизити інвестиційну привабливість району для приватних інвесторів;

- зниження платоспроможності населення України веде до зменшення купівельної спроможності населення, що знижує можливості для витрат на подорожі та відпочинок.

2. Політичний розвиток

- політична нестабільність у країні, затягування воєнних дій. Негативні новини про воєнні дії та політичну нестабільність формують негативний імідж регіону на міжнародній арені;

- політичні ризики для іноземних інвесторів та туристичних фірм. Воєнні дії та політична нестабільність ускладнюють залучення інвестицій у розвиток інфраструктури.

3. Розвиток соціальної сфери

- несприйняття населенням результатів пенсійної реформи, реформ охорони здоров'я, освіти тощо. Проблеми з реформами можуть негативно вплинути на загальний рівень життя в районі.

- зменшення потенційних відвідувачів району в наслідок міграції населення. Спад попиту може призвести до закриття або скорочення діяльності місцевих туристичних об'єктів, таких як готелі, ресторани, туристичні агентства та культурні центри.

4. Екологія

- зміління р. Самара, р. Оріль. Зниження водоносних горизонтів. Зміління річок може бути індикатором ширших екологічних проблем, пов'язаних зі зміною клімату.

- відсутність на державному рівні стратегії поводження з промисловими та побутовими відходами. Неправильне поводження з відходами може призвести до забруднення води та ґрунтів токсичними речовинами, що створює загрозу для здоров'я як місцевих жителів, так і туристів.

На основі проведеного аналізу сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз для туристичного розвитку міста Новомосковськ та Новомосковського району, надано рекомендації для розвитку туристичної діяльності:

1. Розвивати інфраструктуру – ремонт доріг, модернізація готелів та ресторанів.
2. Впроваджувати екологічні ініціативи, очищення річок та збереження природи.
3. Розвивати лікувальний, агро- та гастрономічний туризм.
4. Створювати нові маршрути – індустріальний, культурний туризм.
5. Формувати бренд району, активний маркетинг.
6. Підтримувати інвестиції через державну та приватну співпрацю.
7. Підвищувати рівень сервісу через навчання персоналу.

8. Залучати місцеву громаду до розвитку туризму.

Запровадження рекомендацій допоможе Новомосковському району скористатися наявними ресурсами, подолати існуючі слабкі сторони та загрози, і максимально використати потенційні можливості для розвитку туризму.

Список використаних джерел:

1. Місто на Самарі. URL: Історична довідка <https://novomoskovsk-rada.dp.gov.ua/promisto/istorichna-dovidka>.
2. Новомосковська міська рада. Офіційний сайт. URL: <https://novomoskovsk-rada.dp.gov.ua/>.
3. Новомосковська районна рада. Офіційний сайт. URL: <https://nm-rd.dp.gov.ua/rada/detsentralizatsiya/obyednani-gromadi-rajonu>.

Григор'єва Вікторія,
здобувач, 242 Туризм і рекреація
Науковий керівник: Язіна Вікторія, к.е.н., доцент
НТУ «Дніпровська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВОЛОНТЕРСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

З 1985 р. 5 грудня у всьому світі відзначають день волонтера. Слово волонтер походить від французького *volontaire* – «доброволець». У 1859 р. Жан Анрі Дюнан, який був свідком наслідків битви під Сольферіно, ініціював створення Міжнародного комітету Червоного Хреста для допомоги пораненим та полоненим. З того часу волонтерство стало поширюватися і розвиватися в різних напрямках: мир та реалізація людського потенціалу молоді (AIESES), мир без дискримінації (TEENERGIZER), поширення європейської культури серед студентів (BEST: 30 країн Європи), охорона тварин і природи, екологія та інші проекти.

У зв'язку з сьогоденними подіями в Україні з'явилося багато волонтерських організацій, які допомагають армії, біженцям, переселенцям, людям похилого віку. І ми, як українські біженці, відчули допомогу волонтерів з перших хвилин, коли перетинали кордон з Румунією, Болгарією, Німеччиною. Пропонували їжу, засоби зв'язку, ночівлю та медичну допомогу. Що стосується самих перспектив розвитку, то можна відзначити такі пункти як:

- залучення іноземних інвестицій;
- розвиток сучасного варіанту волонтерського туризму;
- правильне навчання та тренування майбутніх волонтерів;
- зміцнення унікального іміджу на міжнародній арені.

Також Україна може брати приклади з таких країн як:

- Ізраїль (збройний конфлікт понад 70 років, який впливає на розвиток туризму);
- Німеччина;
- Хорватія;
- Туреччина і Кіпр (військові дії);
- Єгипет (активні бойові дії: 1960-1980 роки та у середині 90-х років активна боротьба за політичну владу);
- Грузія (війна);
- Боснія та Герцеговина (збройний конфлікт).

З однієї сторони це є дуже актуальним і цей досвід може допомогти нашій країні для відновлення і розвитку туризму в цілому і також волонтерського туризму в післявоєнний період.

Вже сьогодні велика кількість країн та окремих організацій та підприємств активно виділяють кошти на відновлення знищених об'єктів та деокупованих міст і прикладами цього є Буча, Ірпінь та Миколаїв [1].

Тепер перейдемо до пункту: «правильне навчання і тренування майбутніх волонтерів».

Існує багато тренінгів та семінарів, які допоможуть недосвідченому волонтеру стати більш обізнаним в цьому напрямку. Ця кількість організацій все більше зростає і зростає. В Україні безпосередніми лідерами серед молодіжних волонтерських організацій є «Альтернатива V» (місто Київ) та «Іскра» (місто Миколаїв). Стати волонтером може кожна людина з 18 років, яка за покликом серця обрала напрямок, де хотіла б безкоштовно допомагати. Волонтерство сприяє підвищенню своєї самооцінки. Допомагаючи людям, природі ми даруємо добро навколишньому світу. Стаємо частинкою чогось великого і грандіозного. Це змушує відчувати себе інакше, більш впевнено. Дає можливість знаходити нових друзів, пізнавати історію, культуру та традиції інших країн, народів, а також знайомитись з історичними та унікальними куточками нашої планети [2].

В розвинених країнах світу збільшується кількість організацій, які займаються розробкою та організацією турів в рамках волонтерського туризму. При проведенні Олімпійських ігор, конкурсів «Євробачення» набирають волонтерів з різних країн. Це велика можливість побачити захоплюючі видовища, вболівати за свою команду. Кожен 6-й день є вихідним для волонтера і він має вільний час на екскурсії та подорожі. На сьогодні 193 країни потребують допомогу волонтерів. Отримані знання та навички в волонтерстві можуть допомогти побудувати подальший кар'єрний розвиток людини.

Але в цій діяльності є і свої труднощі. Так наприклад, відповісти потрібно на такі питання, як на який час ви готові відірватися від рідного дому та комфорту, наскільки ви вмієте розв'язувати конфліктні ситуації, як ви отримуєте фізичні та емоційні напруги і т.п. Але не дивлячись на всі ці труднощі, для багатьох людей волонтерство – це спосіб життя.

Волонтерський туризм можна вважати досягненням індустрії туризму як у Європі, так і у світі. В основі його – добровільний вибір, який відображає погляди людини. Згідно останніх досліджень – перспективи подальшого розвитку цього напрямку не викликають жодних сумнівів. Волонтерський туризм – це суспільство, що надає надію для України на даному етапі воєнного конфлікту і великий крок до нашої перемоги.

Волонтерський туризм – це форма подорожі, при якій учасники поєднують відпочинок з волонтерською діяльністю. Ця концепція виникла на перетині туристичних і соціальних ініціатив і набирає популярності серед тих, хто прагне внести позитивні зміни у суспільство під час своїх подорожей.

Основні характеристики волонтерського туризму включають:

1. Соціальний внесок. Учасники зазвичай працюють на проектах, які можуть включати охорону навколишнього середовища, підтримку місцевих громад, освіту, розвиток інфраструктури чи допомогу тваринам. Це дозволяє їм не лише подорожувати, але й створювати реальний внесок у розвиток регіону.

2. Культурний обмін. Волонтерський туризм надає можливість глибше зрозуміти культуру та традиції місцевих людей. Учасники можуть проживати з місцевими мешканцями, що сприяє обміну досвідом і знаннями.

3. Індивідуальний ріст. Такі подорожі можуть стати реалізацією особистісного розвитку. Учасники розвивають свої навички, отримують нові враження та знайомляться з новими людьми.

4. Гнучкість та різноманіття. Волонтерський туризм може охоплювати різні види діяльності в різних частинах світу. Деякі проекти тривають від кількох днів до кількох місяців, що дозволяє учасникам обирати саме ту активність, яка їм цікава.

5. Екологічна свідомість. Багато волонтерських проектів мають на меті збереження природи та підвищення екологічної свідомості. Участь у таких проектах може стимулювати учасників дбати про навколишнє середовище і по поверненні додому.

Волонтерський туризм – це чудовий спосіб поєднати подорожі з бажанням допомогти, що робить його все більш популярним вибором серед мандрівників у всіх куточках світу.

Список використаних джерел:

1. Відродження туризму після війни: про що говорить міжнародний досвід та які

можливості є для України? URL: <https://visitukraine.today/ru/blog/3658/reviving-tourism-after-the-war-what-does-international-experience-tell-us-and-what-opportunities-are-there-for-ukraine#vosstanovlenie-turizma-v-ukraine-vektory-dvizeniya-i-vozmoznosti>.

2. Миронец Д. Волонтерський туризм: проблеми, пошуки, перспективи. Сучасні тенденції розвитку туризму. Матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. Частина II. Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ», 2015. 145 с. С.66-67. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/myronec.htm.

Двоюнова Вероніка,
здобувач, 242 Туризм
Науковий керівник: Герасименко Тетяна, к.геол.н., доцент
НТУ «Дніпровська політехніка»

ГЛЕМПІНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ ВИД ТУРИЗМУ

З кожним роком у світі зростає попит на екологічні види туризму. Одним із найпопулярніших його напрямків є такий вид відпочинку в природоохоронних територіях, як глемпінг [1].

Глемпінг, або «гламурний кемпінг», являє собою новий тренд у сфері туризму, який поєднує комфорт та розкіш з природними умовами відпочинку. Глемпінг дозволяє насолоджуватися природою без необхідності відмовлятися від звичних зручностей, таких як м'яке ліжко, електрика, ванна кімната та навіть кондиціонер (рис. 1).

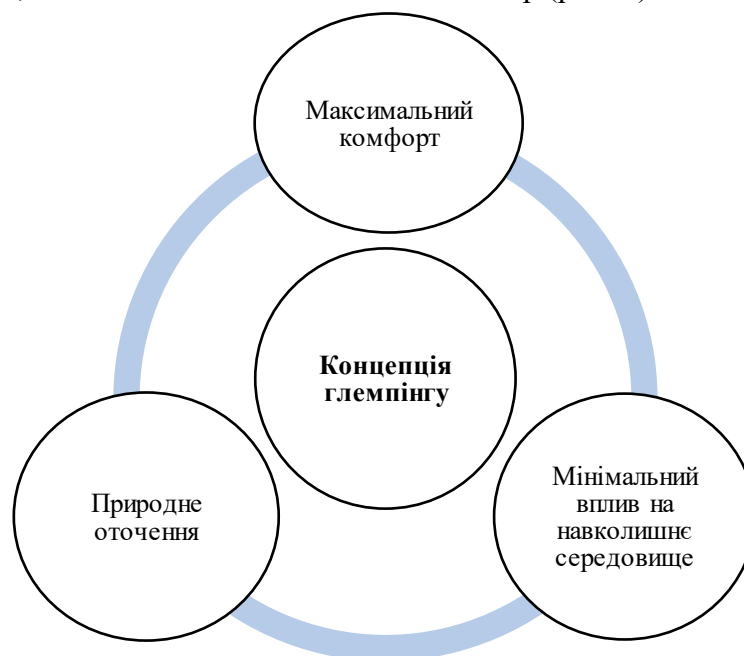


Рисунок 1 – Концепція глемпінгу

Джерело: побудовано за [2]

Переваги глемпінгу – глемпінг забезпечує всі умови для комфортного відпочинку, що робить його привабливим для туристів, які цінують зручність, але хочуть насолоджуватися природою. Багато глемпінг-комплексів будуються з використанням екологічних матеріалів і практик, що знижує негативний вплив на навколишнє середовище. Глемпінг пропонує новий формат відпочинку, який відрізняється від традиційних готелів і кемпінгів, що приваблює туристів, які шукають нові враження. Глемпінг дозволяє туристам відкривати нові, часто віддалені або маловідомі, місця, куди рідко доходять звичайні туристи.

Виклики та обмеження – глемпінг зазвичай коштує дорожче, ніж традиційний кемпінг, що може обмежити доступ до цього виду туризму для деяких груп населення. Для створення

глемпінг-комплексів потрібні інвестиції в інфраструктуру, що може бути викликом для місцевих громад. Глемпінг залежить від погодних умов, що може обмежувати доступність цього виду відпочинку протягом року [1].

Український ринок глемпінгових послуг все ще перебуває в зародковому стані. Один із перших варіантів відпочинку в еко-стилі з розвитком глемпінгів вирішили запустити в Карпатському регіоні [3]. Тож, розглянемо кілька прикладів підприємств, що надають послуги глемпінгу в Україні та світі.

Глемпінги, які знаходяться в світі та користуються великою популярністю. Перша з них – це Bubble Sky Glamping (США), прозора бульбашка для романтичного відпочинку. Сяйво зірок, схід і захід сонця можна споглядати безперервно через прозорі стінки купола. Чотири сфери на вибір, кожна зі своїм характером, розташовані на окремих дерев'яних палубах із джакузі на відкритому повітрі.

Наступна – це Tanja Lagoon Camp (Австралія), розкішний наметовий табір на березі лагуни. Тут можна поринути у незайману природу та набратися енергії для життя. Кожне шатро виходить просто на берег. Усі вони розташовуються на окремих платформах із персональною ванною, кухнею й усім необхідним для комфортного відпочинку. Заключне, але не менш гарне місце – Whiterpod (Швейцарія). Цей глемпінг знаходиться у швейцарських Альпах, де можна зупинитися в купольних еко-капсулах з видом на засніжені гори. Ідеально підходить для зимових активностей [4].

Щодо нашої країни, ми також не поступаємось іншими країнами в глемпінгу. Перше доволі відоме місце – це MNMLST Glamping (Нова Дофінівка (Одеська область)). Тут усього три куполи на двох, і всі вони неначе стоять просто на воді – кращого місця для зустрічі світанків на власній терасі й не вигадати.

Друге місце – це Royal Glamping (Київ (Київська область)). Цілий комплекс наметів на березі Дніпра усього за 50 км від Києва. В кожному наметі є тераса з чудовим краєвидом на річку, невелика кухня, душ і wi-fi – загалом усе, що необхідно для комфортного відпочинку або віддаленої роботи.

Та останнє не менш цікаве місце в якому знаходить глемпінг є Shalash Glamping (Царівка (Житомирська область)). Комплекс наметів розташований на території готелю «Царів Хутір», тож тут буде спокійно тим, для кого відпочинок у наметі посеред лісу – занадто тривожний досвід. Також фішка цього глемпінгу – літній кінотеатр просто неба [3, 5].

Розглянемо інші типи глемпів (рис. 2).



Рисунок 2 – Різновиди глемпів

Джерело: побудовано за [2]

Зростаючий інтерес до глемпінгу свідчить про потенціал його подальшого розвитку як перспективного виду туризму. Популярність глемпінгу зростає серед туристів різних вікових груп, що робить його універсальним продуктом на ринку туризму. Інвестиції у глемпінг-комплекси можуть стати вигідним напрямком для розвитку місцевих економік, а також сприяти сталому туризму, який підтримує збереження природних ландшафтів та культурної спадщини [1].

Глемпінг представляє собою не лише сучасний тренд, а й перспективний напрямок розвитку туризму, здатний відповідати запитам сучасних туристів на комфорт, екологічність і унікальність досвіду.

Список використаних джерел:

1. Бойко В.О. Глемпінг – новий тренд індустрії гостинності. *Економіка та управління підприємствами*. 2021. № 8. С. 22–28. URL: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/176/173>.
2. Покоłodна М.М., Полчанінова І.Л., Рябєв А.А. Глемпінг як перспективний різновид туризму та готельного бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2021. № 6. С. 157–169.
3. Що таке глемпінг та де його шукати в Україні. *Dovkola.media*: website. URL: <https://dovkola.media/shcho-take-hlempinh-ta-de-yoho-shukaty-v-ukraini/>
4. 7 найкращих глемпінгів у світі + бонус | GLAMPING UA. URL: <https://glamping.ua/7-najkrashhyh-glempingiv-u-sviti-bonus-glamping-ua/>.
5. Глемпінг в Україні: куди поїхати? URL: <https://34travel.me/gotoukraine/post/glamping-ua>.

Іскра Єлизавета,

здобувач, 242 Туризм

Науковий керівник: Герасименко Тетяна, к.геол.н., доцент
НТУ «Дніпровська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЯХТИНГУ ЯК ВИДУ ТУРИЗМУ

Яхтинг як вид туризму стає все більш актуальним як на світовій арені, так і в Україні. Сучасний туристичний ринок зазнає значних змін через зростаючий попит на індивідуальні, нестандартні та екологічно чисті форми відпочинку. Однією з таких форм є яхтинг, який дозволяє не тільки насолоджуватися природними ландшафтами, але й дає можливість дослідити важкодоступні для масового туризму місця.

Світовий ринок яхтингу вже давно розвивається швидкими темпами, зокрема в таких регіонах, як Середземномор'я, Карибський басейн та Південно-Східна Азія. Яхтинг є не лише способом проведення дозвілля, але й інструментом розвитку елітного туризму. Він приваблює як заможних туристів, так і тих, хто шукає унікальних вражень, адже подорож на яхті пропонує відчуття свободи, розкіш та можливість втекти від натовпу.

Що стосується України, то цей напрямок лише набирає популярність, особливо у зв'язку з її географічним положенням, наявністю акваторій Чорного та Азовського морів, а також численних річкових систем. Попри потенціал, яхтинг в Україні досі не є масовим явищем, що відкриває перспективи для його подальшого розвитку. Інфраструктура для яхтингу ще знаходиться на етапі становлення, але зростаючий інтерес до цього виду туризму серед внутрішніх і зовнішніх туристів може сприяти інвестиціям у яхт-клуби, пристані та навчальні центри.

Окрім економічної вигоди, розвиток яхтингу позитивно впливає на імідж країни як туристичного напрямку, залучаючи іноземних туристів і сприяючи диверсифікації туристичних продуктів, що також може стати важливим фактором у розвитку прибережних регіонів та збільшенні кількості робочих місць у сфері обслуговування, будівництва, транспортних та інших суміжних галузях.

Яхтинг у світі та Україні має великий потенціал для розвитку, відповідаючи на запити сучасних туристів щодо якості, ексклюзивності та нових вражень.

Яхтинг є дорогим видом спорту та туризму, що обмежує його доступність для масового споживача. Однак його значення не зводиться лише до розваг для заможних людей. Яхтинг має суттєве соціально-економічне значення завдяки тому, що створює робочі місця в різних галузях. Насамперед це стосується суднобудування та ремонту яхт, де працює значна кількість людей на різних етапах виробництва та технічного обслуговування. Крім того, для підтримки яхтового туризму потрібен цілий спектр послуг – від управління яхтами до забезпечення їхньої безпеки, що також сприяє створенню робочих місць у сфері морського транспорту та логістики [2].

Також яхтинг стимулює розвиток готельно-ресторанного бізнесу. У туристичних регіонах, де яхти зупиняються на стоянку, створюється попит на послуги проживання, харчування та розваг, що призводить до відкриття нових закладів, які забезпечують роботою місцевих жителів.

Інвестиції у прибережну інфраструктуру є ще одним важливим аспектом. Побудова і розвиток марин, готелів, ресторанів і розважальних закладів підвищують привабливість регіонів для туристів, стимулюючи розвиток економіки. Особливо важливо це для прибережних районів або місцевостей біля великих річок, де яхтинг може стати важливою частиною регіональної економіки, залучаючи як внутрішніх, так і міжнародних туристів.

Розвиток яхтингу має мультиплікативний ефект для економіки, адже забезпечує робочі місця у суміжних галузях, підвищує інвестиційну привабливість прибережних територій та сприяє сталому розвитку регіонів.

Яхтинг має відносно менший негативний вплив на екологію порівняно з іншими видами водного транспорту завдяки використанню сучасних технологій і природних джерел енергії. Однією з основних переваг яхтингу є те, що багато яхт використовують вітер як головне джерело руху. Це означає, що при пересуванні яхт на вітрилі не відбувається викидів вуглекислого газу (CO₂) або інших шкідливих речовин. Завдяки цьому яхтинг вважається одним з найбільш екологічно чистих способів подорожей по воді.

Багато сучасних яхт обладнані енергоефективними двигунами та системами, які мінімізують використання палива, що дозволяє зменшити викиди шкідливих речовин в атмосферу та воду навіть під час використання моторів. Також у яхтобудуванні активно впроваджуються інноваційні технології, такі як сонячні панелі та гібридні двигуни, що додатково знижують споживання викопних видів палива та сприяють збереженню навколишнього середовища [3].

Окрім зменшення викидів, яхтинг також має менший вплив на морські екосистеми. Яхти створюють мінімальні хвилі та вібрації, що знижує ризик руйнування підводних екосистем, таких як коралові рифи та морська флора і фауна. Завдяки цьому яхтинг є менш агресивним для природи в порівнянні з великими круїзними суднами або комерційними кораблями.

Адаптивний яхтинг є важливим напрямом розвитку яхтового спорту та туризму, який надає можливість людям з обмеженими фізичними можливостями брати активну участь у цьому виді діяльності. Спеціально розроблені або модифіковані яхти та обладнання дозволяють забезпечити комфорт і безпеку для таких людей, що робить яхтинг доступним для ширшої аудиторії. Цей підхід не лише розширює коло учасників, але й сприяє соціальній інтеграції, допомагаючи подолати бар'єри між людьми з різними фізичними можливостями [1].

Окрім соціальної інтеграції, адаптивний яхтинг має значний позитивний вплив на фізичне та психологічне здоров'я учасників. Участь у яхтингу розвиває фізичну активність, покращує координацію та зміцнює м'язи, що є особливо важливим для людей з інвалідністю, які часто мають обмежені можливості для активного способу життя. Під час перебування на яхті вони не лише отримують фізичне навантаження, а й відчувають свободу руху, яка може бути обмежена в повсякденному житті.

Психологічний ефект адаптивного яхтингу також є значним. Перебування на відкритому повітрі, робота в команді та досягнення нових навичок позитивно впливають на емоційний стан людей, сприяють зниженню рівня стресу, покращенню настрою та підвищенню самооцінки. Для багатьох учасників адаптивний яхтинг стає можливістю подолати внутрішні обмеження, знайти нові джерела натхнення та впевненості у власних силах.

Крім того, розвиток адаптивного яхтингу робить цей вид спорту та туризму доступнішим для різних верств населення, забезпечуючи рівність можливостей і сприяючи розвитку інклюзивного суспільства. Тому адаптивний яхтинг не лише розширює межі доступності цього виду діяльності, але й є важливим інструментом соціального включення, зміцнення здоров'я та особистісного зростання.

Адаптивний яхтинг для ветеранів війни в Україні має надзвичайно важливе значення, особливо в контексті реабілітації та соціальної інтеграції після пережитих бойових дій. Ветерани часто стикаються з фізичними та психологічними викликами, зокрема посттравматичним стресовим розладом, депресією або травмами, що обмежують їхні фізичні можливості [1]. Адаптивний яхтинг стає для них потужним засобом відновлення, оскільки поєднує фізичні вправи, командну роботу та перебування на свіжому повітрі, що позитивно впливає на психологічний стан та сприяє відновленню.

Список використаних джерел:

1. Адаптивний яхтинг для ветеранів у Києві. URL: <https://nova.net.ua/adaptyvnyj-iahtynh-dlia-veteraniv-u-kyievi/>.
2. Новий досвід з друзями. А ви вже відкрили для себе яхтинг? URL: <https://joinup.ua/uk/news/novij-dosvid-z-druzyami-a-vi-vzhe-vidkrili-dlya-sebe-yahting/>.
3. Тенденції розвитку яхтового чартеру у 2024 році. URL: <http://surl.li/ndneai>.

Мирний Денис,
здобувач, 242 Туризм і рекреація
Науковий керівник: Белобородова Марія, к.е.н.
НТУ «Дніпровська політехніка»

ДОСВІД УКРАЇНИ В СФЕРІ ТУРИСТИЧНОЇ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОЇ СПАДЩИНИ

Туристична ревіталізація промислової спадщини в Україні є відносно новим, але перспективним напрямком у розвитку культурного туризму. Основна ідея полягає в перетворенні колишніх промислових об'єктів, які втратили своє первісне виробниче значення, на туристичні або культурні локації. Цей процес відкриває можливості для відродження депресивних регіонів, збереження культурної спадщини та створення нових можливостей для бізнесу і місцевих громад. Однак він має свої особливості, зумовлені історичним контекстом, економічною ситуацією та соціальною динамікою в країні.

Однією з ключових особливостей ревіталізації в Україні є значний потенціал об'єктів радянської промислової спадщини. Після 1991 року багато заводів, фабрик і шахт припинили свою діяльність, залишивши після себе величезні промислові комплекси. Ці об'єкти мають унікальну архітектуру, що поєднує індустріальну естетику з соціалістичним реалізмом. Використання цих просторів для туристичних цілей дозволяє зберегти їх культурну цінність і водночас адаптувати до сучасних потреб. Такий підхід допомагає уникнути занедбаності і руйнування історично значущих місць.

Ще одним аспектом є залучення місцевих громад до процесу ревіталізації. У багатьох випадках місцеві ініціативи відіграють важливу роль у відновленні промислових об'єктів. Громади стають партнерами у створенні туристичних продуктів, проводячи екскурсії, організовуючи події та забезпечуючи розвиток інфраструктури. Це сприяє збереженню локальної ідентичності та створює економічні можливості для мешканців. Ревіталізація також

часто поєднується з концепцією стійкого розвитку, що допомагає уникнути надмірного втручання у навколишнє середовище.

Важливою рисою є підхід до реконструкції об'єктів. Багато промислових споруд в Україні є занедбаними і потребують серйозних інвестицій. Однак сучасна практика ревіталізації передбачає не повну реконструкцію об'єктів, а збереження їх оригінального вигляду і стилю. Це допомагає зберегти автентичність місця і водночас створити привабливий простір для туристів. Наприклад, вугільні шахти, металургійні заводи або залізничні депо можуть бути перетворені на музеї, арт-центри або простори для проведення культурних заходів.

Успішна ревіталізація промислової спадщини також вимагає партнерства між державними органами, бізнесом та громадськими організаціями. Інвестори часто розглядають такі проекти як потенційно ризиковані через необхідність значних фінансових вкладень та довгий період окупності. Проте успішні приклади в Україні показують, що завдяки активній підтримці з боку держави і міжнародних фондів ревіталізація може бути вигідною. У таких проектах часто беруть участь культурні фонди та донорські організації, які надають гранти для збереження культурної спадщини.

Соціальний аспект ревіталізації також відіграє важливу роль. Відродження колишніх промислових зон сприяє не тільки створенню робочих місць, а й підвищенню загального рівня життя в депресивних регіонах. Люди отримують доступ до нових культурних можливостей, туристичних послуг і сервісів. У цьому контексті туризм стає не лише економічним інструментом, але й засобом для соціальної інтеграції, стимулюючи громади до активного залучення у процеси трансформації.

Важливою особливістю українського досвіду є його регіональна різноманітність. У кожному регіоні процес ревіталізації має свою специфіку, оскільки промислова спадщина відображає локальні історичні та економічні особливості. Наприклад, на сході України основними об'єктами ревіталізації стають вугільні шахти та металургійні заводи, у той час як західна частина країни більше фокусується на відновленні історичних фабрик і залізниць. Це створює унікальний туристичний продукт, який може приваблювати різні категорії відвідувачів.

Adrenalin City (Луцьк) та MOVA (м. Дніпро) є яскравими прикладами туристичної ревіталізації промислової спадщини в Україні, демонструючи, як старі промислові об'єкти можуть отримати нове життя через розвиток інноваційних проєктів. Adrenalin City – це сучасний культурно-розважальний комплекс, розташований на території колишнього промислового заводу в Луцьку. Спочатку це місце функціонувало як завод «Кроноспан», а після зупинки виробництва територію вирішили перетворити на багатofункціональний розважальний центр. Комплекс включає в себе спортивні майданчики, екстрим-парк, мотузкові маршрути, кінотеатр, галерею сучасного мистецтва та інші розважальні зони.

Це приклад успішної ревіталізації, де об'єкт промислової спадщини було адаптовано для різних категорій туристів – від сімей з дітьми до любителів активного відпочинку. Архітектура комплексу поєднує індустріальні елементи з сучасними дизайнами, що зберігає дух промислової естетики, але робить його привабливим для туристів. Крім розважальної функції, Adrenalin City також є важливим соціальним простором для місцевих жителів, сприяючи відродженню економічного життя району.

Броварня MOVA у Дніпрі – це приклад успішної ревіталізації колишнього заводу протигазів, перетвореного на сучасний культурний простір, що включає броварню та ресторан. Цей проєкт не лише зберігає індустріальну спадщину, але й надає їй нове функціональне значення. Історична будівля заводу зберегла свою автентичну архітектуру, зокрема індустріальні елементи, що підкреслюють унікальний характер цього місця.

Проєкт став популярним місцем серед місцевих мешканців і туристів завдяки поєднанню історичного контексту та сучасної культури. Броварня MOVA, розташована на території колишнього заводу, пропонує крафтове пиво місцевого виробництва, а ресторан приваблює відвідувачів не лише меню, але й своєю незвичайною атмосферою індустріального простору.

Це місце стало культурним центром, де часто проводяться мистецькі заходи, концерти та фестивалі.

Загалом, ревіталізація промислової спадщини в Україні є складним і багатограним процесом, який вимагає комплексного підходу та підтримки з боку всіх учасників. Однак цей напрямок має великий потенціал для розвитку туризму, збереження історії та створення нових можливостей для економічного зростання країни.

Список використаних джерел:

1. Bezuhla L., Bieloborodova M., Bondarenko L., Herasymenko T. Recreation Areas Optimisation and Nature Exploitation in Urban Ecosystems. *Kwartalnik naukowy Studia Regionalne i Lokalne*. 2023. № 3(93) 2023. P. 55-68. URL: <https://doi.org/10.7366/1509499539304>.

2. Бессонова А.В., Безугла Л.С., Белобородова М.В. Міжнародний досвід ревіталізації промислових об'єктів: можливості для України. *Development Service Industry Management*. 2024. №2. С. 49–55. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6\(8\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6(8)).

3. Трегуб М., Трегуб Ю., Белобородова М., Макурін А. Концептуальні передумови та принципи зміни цільового призначення земель промисловості територіальних громад. *Просторовий розвиток*. 2024. № (7). С. 433–444. URL: <https://doi.org/10.32347/2786-7269.2024.7.433-444>.

Опришко Анастасія, Безлепкін Максим,

здобувачі, 242 Туризм і рекреація

Науковий керівник: Носирєв Олександр, к.геогр.н., доцент

НТУ «Харківський політехнічний університет»

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

В Європі діє вагома державна підтримка програм залучення сільських громад до зеленого туризму. Європейський Союз вбачає в сільському туризмі основний важіль економічного підйому своїх сільських територій. На сьогодні в Західній Європі нараховується приблизно така ж кількість ліжко-місць для відпочинку у сільській місцевості в приватних агрооселях, скільки місць у європейських готелях. У континентально-присередземноморській Європі лідерами за обсягами розвитку індустрії сільського туризму є Франція та Іспанія. У цих країнах сільський туризм уже давно переріс у високорентабельну галузь їх міжнародної економічної спеціалізації [1].

Також наразі у країнах Західної та Середньої Європи спостерігається значна конкуренція в сфері зеленого туризму. Зелений туризм активно розвивається у Польщі, Чехії, Фінляндії, Швейцарії, Бельгії, Швеції та інших країнах. Кожна з європейських країн має свої особливості організації зеленого туризму. Цікавим є той факт, що в Угорщині національною спеціалізацією є кінний туризм, в Румунії етнографічний та екологічний туризм, а от в Польщі зелений туризм не пов'язаний з традиціями країни [2].

У Німеччині становлення зеленого туризму почалося з розробки концепції його розвитку у периферійних регіонах. У результаті на ринку нині представлені пропозиції дешевого відпочинку на природі, без використання дорогої інфраструктури, але з наданням комфортних умов проживання. Великий законодавчий досвід у розвитку агротуризму має Латвія. Зумовлено це тим, що вже тривалий час основним контингентом туристів, які бажають відпочити в тамтешній сільській місцевості, є іноземці. Уряд вчасно звернув увагу на цей вельми перспективний вид туризму, здатний розв'язати проблему безробіття на селі, і затвердив ряд відповідних нормативів [3].

В Австрії зелений туризм включає заняття зі збору трав, приготування молочних продуктів, активний гірський та ековідпочинок. Австрійський секрет успіху зеленого туризму полягає в долученні туристів до традиційних фермерських занять: збору трав і ягід, випасу худоби, приготування молочних продуктів, а також в організації активного та екстремального

гірського туризму. У Фінляндії під зеленим туризмом розуміється відпочинок на берегах заповідних озер та річок. В цій країні попит має оренда туристами будиночків без господарів поблизу заповідних озер і річок. Окрім житла, до оренди включено зазвичай користування сауною, човном та ліцензія на спортивну риболовлю [2].

В Естонії зелений туризм також розвивається як один із пріоритетних напрямків розвитку туристичної галузі. Державні органи та місцеві влади активно сприяють цьому процесу шляхом запровадження різноманітних заходів та програм. Країна має велику кількість заповідників, національних парків та природних зон, які приваблюють туристів своєю непорушеною природою та багатством біорізноманіття. Держава активно працює над збереженням цих територій та розвитком екологічно чистого туризму в них. Естонія пропонує різноманітні види екологічно чистого туризму, такі як велосипедні маршрути, піші прогулянки, каное та каякінг, які дозволяють туристам насолоджуватися природними красивими місцями країни [4].

Щодо Італії, то тут сільський туризм почав розглядатися сільським населенням як основна форма підприємницької зайнятості. Унаслідок пільгового режиму оподаткування для сільського підприємництва з'явилася розгалужена мережа престижних відпочинкових котеджів і пансіонів не нижче 3-зіркового рівня, які мають усю необхідну рекреаційну інфраструктуру. Широке вивчення та розповсюдження досвіду Європейських країн українськими експертами та науковцями сприятиме розробці та реалізації різних моделей сільського розвитку з використанням туристичної діяльності [6]. В Італії зелений туризм це – приготування традиційно моцарели, макаронних виробів, сироваріння, а також процес виноградарства, догляд за виноградною лозою, вирощування виноградних равликів та курортний туризм [2].

В Іспанії зелений туризм особливо розвинений на Канарських і Балеарських островах тобто рекреаційний туризм, але поряд з ним популярними є гастрономічні подорожі та догляд за тваринами [2]. В Іспанії туристи мають можливість переглядати каталоги «зелених» садиб на офіційному сайті чи в офісах асоціацій зеленого туризму, де працівники займаються також бронюванням квитків, допомагають орендувати автомобілі тощо. Для України запозичення такого досвіду могло б стати поштовхом до активнішого розвитку сільського зеленого туризму за рахунок підвищення рівня послуг та реклами садиб. Окрім того, наша країна також багата на замки, палаци поміщиків, стародавні монастирі, які перебувають у занедбаному стані й для яких модернізація під потреби зеленого туризму була б способом збереження і реконструкції будівель [5].

Визначальною передумовою успішного процесу становлення сільського зеленого туризму як організаційної форми підприємництва є удосконалення чинної нормативно-правової бази та прийняття необхідних регулюючих законів; розробка комплексу організаційно-економічних заходів; удосконалення системи інформаційно-консультативного забезпечення; створення нових джерел фінансово-інвестиційного спрямування [6].

Україна, попри наявні виклики, завдяки своїм природним ресурсам, унікальним ландшафтно-кліматичним умовам і вигідному географічному положенню, має значний потенціал для розвитку сільського зеленого туризму як високоприбуткового сектора економіки. Основною метою розвитку сільського зеленого туризму в Україні є формування конкурентоспроможного національного туристичного продукту, що відповідає потребам як українців, так і іноземних туристів. Важливим фактором успішного розвитку сільського туризму є реклама та інформаційні матеріали, які допоможуть зробити сільський зелений туризм важливим елементом відродження сіл та економіки в цілому.

Список використаних джерел:

1. Сақун А. Ж., Гакал Т. О. Європейський досвід організації сільського зеленого туризму. *Науково-економічні аспекти розвитку підприємств аграрної сфери: облік, оподаткування і контроль. Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція (21-22 листопада 2019 р.)*. Херсон: ДВНЗ «ХДАУ». 2019. С. 299. URL: <https://tinyurl.com/sakungakal>.

2. Король М. М., Кадар А. І. Аналіз європейського досвіду організації зеленого туризму. *Ефективна економіка*. 2021. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9401>.

3. Пітюлич М. М., Михайлюк І. І. Особливості функціонування сільського туризму в Україні та досвід європейських країн. Науковий вісник Ужгородського університету: Серія: Економіка. Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла». 2011. Спецвип. 33. Ч.3. С. 154–158. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/5768>.

4. Цубера І., Кечеджи К., Омельченко Г. Роль держави в розвитку сільського зеленого туризму (європейський досвід). *Актуальні проблеми розвитку сфери гостинності: перспективи та виклики: матеріали II Міжнародної наукової конференції (24-25 квітня 2024 р.)*. Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла». 2024. С. 122-126. URL: <https://tinyurl.com/tchubkechome1>.

5. Махиня С. О. Європейський шлях розвитку сільського зеленого туризму: досвід для України. *Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка*. 2022. № 37. DOI: <https://doi.org/10.37406/2706-9052-2022-2-12>.

6. Гоблик В. В. Європейський досвід державного регулювання сільського зеленого туризму. *Актуальні проблеми економіки та фінансів: збірник тез наукових робіт VI Міжнародної науково-практичної конференції (30 червня 2016 р.)* Фінансово-економічна наукова рада. Київ–Відень. 2016. С. 39-42. URL: <https://tinyurl.com/goblik30062016>.

Палієнко Артем,
здобувач, 242 Туризм і рекреація
Науковий керівник: Язіна Вікторія, к.е.н., доцент
НТУ «Дніпровська політехніка»

РОЗВИТОК ТРЕКІНГОВОГО ТУРИЗМУ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Відпочинок стає все більш доступним, охоплюючи широку аудиторію, що цікавиться якісним туристичним продуктом. Екстремальний туризм, зокрема трекінг, є важливою частиною цієї тенденції. Він дозволяє як споживачам, так і виробникам розкривати нові ідеї.

Туризм залишається єдиним з головних потреб сучасного суспільства, що забезпечує можливості для соціальної взаємодії, освіти, дослідження, дозвілля та загального зростання за межі звичного середовища проживання. Різноманітні форми екстремального туризму виділяються на такі категорії:

- водний туризм (каякінг, рафтинг, підводне плавання, сплав по річці, серфінг, віндсерфінг, вейкбординг);
- повітряний туризм (вільний політ, дельтапланеризм, скайсерфінг, стрибки з парашутом, парашутний спорт);
- гірський туризм (скелелазіння, сноуборд, ліжі, гірський велосипед, піший туризм).

Найбільш популярним серед цих видів діяльності є трекінг, який охоплює як гірські, так і зовнішні форми активного відпочинку. Його популярність пояснюється доступністю та різноманітністю доступних маршрутів, що дозволяє створювати тури різного рівня складності, які подібні людям будь-якого віку. Крім того, трекінг часто вимагає для активного відпочинку в дитячих таборих і пансіонатах.

Туризм в Україні стає життєво важливим сектором частини туристичного туризму, зміцнюючи здоров'я, сприяючи активному фізичному, моральному та інтелектуальному розвитку шляхом залучення до спортивних походів, змагань зі спортивною технікою, рекреаційних та авантюрних подорожей.

Україна володіє значним потенціалом для розвитку власного екстремального відпочинку, зокрема для створення унікальних комплексів, що спеціалізуються на вражаючих і комфортних екстремальних активностях, таких як трекінг.

Трекінг часто асоціюється з позитивними емоціями і перспективою цікавого відпочинку в горах у компанії близьких людей серед захоплюючих пейзажів. Однак, зазвичай поняття

трекінгового походу обмежується лише однотипним сходженням у гори, хоча насправді існує безліч його різновидів. Трекінг є частиною загального визначення «походу», і щоб краще зрозуміти його суть, потрібно враховувати всі можливі варіанти терміна [1].

В західних інтерпретаціях до нашого розуміння походу найбільше підходить термін «бекпекінг» (від англ. backpack – рюкзак), що передбачає взяття рюкзака з найнеобхіднішими речами і вирушення в подорож.

Походи можуть бути як заздалегідь спланованими маршрутами з групою, так і самостійними подорожами без чітко визначеного плану. Існує кілька основних видів туристичних походів:

- вікенд-похід – це недовгий туристичний вихід з наметами, тривалістю 2-3 дні, зазвичай поблизу місця проживання або в місцях, до яких легко дістатися без тривалих переїздів. Такі походи можна організувати як у горах, так і в природних заповідниках або парках. Прикладами можуть бути мандрівки до Актоського каньйону чи Подільських Товтрів.

- турпохід – це більш тривалий похід, зазвичай від 3 днів до двох тижнів, під час якого проходять відстань близько 30-100 км. Мета такого походу може охоплювати не одну конкретну точку, а цілий гірський хребет або комбінацію різних пейзажів для більшого різноманіття. Група може вносити зміни в план походу за своїм бажанням. До цієї категорії відносяться походи в Карпати, Грузії, Туреччині, Кіпрі, Кавказі, Піренеях, Фанах і Тянь-Шані. Зазвичай складність маршрутів є низькою або середньою, що робить їх доступними для новачків та людей із середньою фізичною підготовкою;

- категорійний або спортивний похід – це складні і тривалі походи, що вимагають попереднього досвіду, тренувань і спеціальної технічної підготовки. Вони поділяються на категорії від першої (легкої) до шостої (дуже складної). Такі походи реєструються у відповідних маршрутно-кваліфікаційних комісіях, де після проходження маршруту учасникам присвоюються розряди;

- хайкінговий похід (від англ. hiking) – це закордонний аналог походу вихідного дня. Якщо в Україні туристи можуть вибратися в дикі місця на короткий відпочинок від цивілізації, то в західних країнах популярні 1-2 денні піші подорожі поблизу населених пунктів. Хайкінг зазвичай передбачає піший похід по горах за маркованими маршрутами з добре обладнаними стежками, оглядовими майданчиками, пунктами для поповнення води і зручними ночівлями в будиночках або кемпінгах із всіма зручностями.

Маршрут може бути як лінійним, з ночівлею в різних місцях, так і базовим, де ночівля відбувається на одній базі, а денні виходи здійснюються радіально. Це часто обумовлено необхідністю дбайливого ставлення до природи, численними заповідними та охоронними зонами, де заборонено розводити вогнища, ставити намети в непередбачених місцях і навіть відходити від прокладених маршрутів [2].

Слід зазначити, що в 2020-2021 роках туризм зазнав серйозних негативних наслідків не лише в Україні, але й у всьому світі. У 2022 році туристична галузь України опинилася на межі виживання. Однак, попри кризу, викликану пандемією, це не зупинило впровадження нових ідей у сфері туризму, і підприємці продовжили розробляти нові туристичні продукти. Туризм показав здатність адаптуватися до складних обставин і розвиватися в нових форматах. Аналіз даних за першу половину 2021 року демонструє зростання кількості туристів на 9% порівняно з другою половиною 2020 року. За рік Україна прийняла 1,5 мільйона іноземців, що на 31% менше, ніж у 2020 році, і на 75% менше, ніж у 2019 році, коли кількість іноземних туристів сягала майже 6 мільйонів. Проте у другому кварталі 2021 року спостерігався значний приріст кількості відвідувачів, яка вчетверо перевищила показники відповідного періоду 2020 року, досягнувши 3,4 млн осіб [3].

Повномасштабне російське вторгнення вкрай негативно вплинуло на розвиток трекінгового туризму та призвело до стагнації цієї галузі.

Однак, незважаючи на це, ми спостерігаємо певні позитивні зрушення в галузі за 2023-2024 роки:

- зростання популярності: незважаючи на війну, інтерес українців до активного відпочинку та пішохідного туризму продовжує зростати. Більше людей відкривають для себе нові маршрути та локації в різних регіонах України;
- зміна маршрутів: через війну багато туристів обирають більш безпечні регіони для трекінгу, такі як Карпати, Поділля чи Східні Карпати;
- розвиток інфраструктури: незважаючи на складні умови, деякі туристичні компанії продовжують розвивати інфраструктуру для трекінгу, створюючи нові маршрути, облаштовуючи місця для відпочинку та кемпінгів;
- підтримка місцевих громад: трекінговий туризм допомагає розвивати економіку місцевих громад, створюючи робочі місця та збільшуючи доходи [4].

Отже, трекінговий туризм в Україні має значний потенціал для розвитку. Незважаючи на виклики, пов'язані з військовими діями, інтерес до активного відпочинку та пішохідних походів продовжує зростати. Різноманітність ландшафтів, культурна спадщина та зростаюча інфраструктура роблять Україну привабливим місцем для любителів трекінгу.

Список використаних джерел:

1. Походи в гори з клубом «Kullar». Хайкінг, трекінг, туристичний похід – що це і в чому різниця. URL: <https://kuliarpohod.com/ua/articles/interesting/pohod-hiking-trekking/>.
2. Філіпов З.І. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів фізкультурного профілю. Дрогобич: Коло. 2010. 344 с. URL: <https://infotour.in.ua/filipov3-2.htm>
3. ДАРТ. Кількість туристів до України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/kilkosti-turistiv-do-ukrayini-za-pershe-pivrichchya-2021-roku-zroslo-na-9-v-porivnyanni-z-drugim-pivrichchyam-2020-roku>.
4. МОН. Моніторинг стану та проблем розвитку активного туризму в Україні. URL: <https://mon.gov.ua/news/ukraina-mae-znachniy-doslidnitskiy-potentsial-dlya-spilnoi-protidii-globalniy-krizi-sprichinenoj-covid-19-sergiy-shkarlet-pid-chas-onlayn-zasidannya-shchodo-globalnoi-pilotnoi-programi-oon>.

Папченко Олександр,

здобувач, 242 Туризм

Науковий керівник: Герасименко Тетяна, к.геол.н., доцент

НТУ «Дніпровська політехніка»

МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВОЛОНТЕРСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Сучасне значення волонтерського туризму зумовлено зростаючим інтересом суспільства до соціально відповідальних подорожей, що поєднують можливість мандрувати з допомогою громадам та природним середовищам. Волонтерський туризм дозволяє поєднувати відпочинок і внесок у розв'язання соціальних або екологічних проблем. У сучасному світі, де суспільні виклики набувають глобального характеру, такі форми подорожей стають дедалі популярнішими, стимулюючи розвиток як внутрішнього, так і міжнародного туризму.

Волонтерський туризм є одним із новітніх напрямів у сфері туризму, який поєднує гуманітарну діяльність з подорожами та пізнанням культур. Потреба в соціальних ініціативах зростає через глобальні виклики, пов'язані з екологією, охороною здоров'я, освітою тощо. Це дає змогу туристам бути не лише споживачами послуг, а й активними учасниками змін, що сприяє особистому розвитку та збагаченню культурного досвіду [2].

Волонтерський туризм має кілька ключових характеристик, які відрізняють його від інших видів туризму. Головною особливістю є поєднання подорожей із волонтерською діяльністю, що включає участь туристів у проєктах, спрямованих на допомогу місцевим громадам або охорону навколишнього середовища. Це можуть бути екологічні ініціативи, будівництво, освітні програми, медична допомога тощо. Волонтери, крім стандартних туристичних вражень, отримують можливість впливати на життя людей або захист природи в тих регіонах,

які відвідують.

Відмінність волонтерського туризму від інших видів полягає в акценті на альтруїзмі, соціальній відповідальності та безпосередній взаємодії з місцевими спільнотами. Це не просто споживання туристичних послуг, а активна участь у соціальних чи екологічних проєктах.

Схожість з іншими видами туризму полягає в тому, що волонтерський туризм також передбачає подорожі, знайомство з новими культурами, мовами та звичаями, як і класичний культурний, пригодницький чи екотуризм. Як і екотуризм, він може зосереджуватися на збереженні природи, а як соціальний туризм – на підтримці соціально вразливих верств населення.

Розглянемо відомі платформи і програми, які координують роботу волонтерів і формують волонтерські туристичні пакети. Вони пропонують широкий вибір проєктів у різних країнах світу, надаючи волонтерам можливість долучитися до корисної роботи під час подорожей:

- «Volunteer World» – це міжнародна платформа, яка об'єднує волонтерів із різних країн з організаціями, що шукають допомогу. Платформа пропонує широкий вибір волонтерських проєктів, зокрема екологічних, соціальних, медичних та освітніх. Volunteer World також надає детальну інформацію про країну, де відбуватиметься проєкт, і допомагає організувати подорож та проживання.

- «Workaway» – це ще одна популярна платформа для волонтерського туризму, яка пропонує можливості для роботи в обмін на проживання та харчування. Волонтери можуть допомагати на фермах, брати участь у культурних програмах, навчати мови або долучатися до екологічних проєктів. Workaway дозволяє волонтерам обирати проєкти по всьому світу й зосереджується на культурному обміні між учасниками.

- WWOOF (World Wide Opportunities on Organic Farms) – це глобальна мережа, яка пропонує волонтерські можливості на органічних фермах по всьому світу. Волонтери допомагають фермерським господарствам у їхній щоденній діяльності в обмін на житло та їжу. WWOOF популярний серед тих, хто хоче поєднати подорожі з екологічними практиками та життям у гармонії з природою.

- «GoEco» – це платформа, що спеціалізується на волонтерських програмах із екологічною спрямованістю. Вона пропонує широкий спектр проєктів, таких як захист дикої природи, морські дослідження, екотуризм та соціальні проєкти в різних країнах. GoEco ретельно відбирає проєкти та працює лише з організаціями, які мають вагомий екологічний або соціальний вплив.

- «Global Volunteers» – це некомерційна організація, яка пропонує програми на основі добровільної допомоги у сферах охорони здоров'я, освіти, соціальної підтримки, тощо. Global Volunteers організовує поїздки у більше ніж 30 країн світу, надаючи можливість волонтерам працювати в проєктах з охорони здоров'я, навчання дітей, боротьби з бідністю.

- «Projects Abroad» – міжнародна платформа, яка пропонує сотні волонтерських програм для людей, які хочуть зробити свій внесок у соціальні, екологічні та освітні ініціативи. Projects Abroad забезпечує гнучкі варіанти поїздок та пропонує підтримку на всіх етапах участі, від планування до завершення проєкту.

Наведені вище міжнародні платформи відіграють важливу роль в координації волонтерських туристичних поїздок, дозволяючи людям легко знайти проєкт, який відповідає їхнім інтересам, і одночасно насолоджуватися подорожами та позитивним впливом на громади й природу [1].

В Україні існує кілька відомих платформ і програм, які координують роботу волонтерів та формують волонтерські туристичні пакети. Вони спрямовані на допомогу соціальним проєктам, екологічним ініціативам, військовій підтримці та розвитку громад, найвідоміші з них:

- «GoCamp» – це найбільша волонтерська освітня програма в Україні, яка залучає міжнародних та українських волонтерів до навчання дітей англійської мови у літніх таборах. Волонтери «GoCamp» не лише вчать мови, а й беруть участь у проєктах соціальної відповідальності, допомагаючи розвивати дітей як активних громадян. Програма спрямована

на культурний обмін і популяризацію вивчення іноземних мов в Україні, особливо у сільських і віддалених районах.

- «Building Ukraine Together» (БУР) – це волонтерський проєкт від організації «Львівська освітня фундація», який займається відбудовою житлових будинків у постраждалих від війни районах України. Волонтери з усієї країни та за кордону приїжджають на BUR-табори, де допомагають відновлювати зруйновані домівки, працюють у громадах, проводять культурні й освітні заходи для місцевих жителів. Це одна з найвідоміших волонтерських ініціатив, яка поєднує фізичну працю з соціальною підтримкою громад. БУР організовує волонтерські табори, під час яких учасники беруть участь у ремонтних роботах, працюють разом з місцевими громадами, проводять освітні та культурні заходи. Волонтерські табори дають можливість не тільки допомагати в реконструкції, але й взаємодіяти з місцевими жителями, що сприяє налагодженню соціальних зв'язків та розвитку солідарності.

Також організація підтримує молодь, навчаючи її активному громадському життю та створенню змін у своїх громадах. БУР поєднує туризм, волонтерство та соціальну відповідальність, формуючи унікальні волонтерські туристичні пакети. Участь у проєкті дозволяє волонтерам досліджувати нові регіони України, розвивати навички, а також робити важливий внесок у відбудову країни.

- «Українська Волонтерська Служба» – це національна платформа, яка об'єднує тисячі волонтерів по всій Україні. UVS працює над координацією різних волонтерських ініціатив, надає волонтерам навчання, підтримку та можливості для участі у волонтерських проєктах. Платформа організовує як короткострокові акції (екологічні, соціальні), так і довгострокові проєкти, спрямовані на допомогу постраждалим від війни, підтримку вразливих верств населення та розвиток громад.

- Let's do it Ukraine – це екологічна платформа, що є частиною глобального руху «Let's Do It!» Метою організації є залучення волонтерів до екологічних ініціатив, таких як очищення територій від сміття, висадка дерев, освітні заходи з питань захисту довкілля. Організація координує акції по всій Україні, залучаючи сотні тисяч учасників і створюючи екологічні волонтерські туристичні проєкти.

- «Пласт» – це найстаріша скаутська організація в Україні, яка виховує молодь через волонтерство, патріотичні цінності та активну участь у громадському житті. Волонтери організації займаються не лише вихованням дітей, а й активно допомагають у соціальних і культурних проєктах. «Пласт» є потужною платформою для розвитку волонтерства серед молоді, що поєднує туризм і громадську діяльність.

- «Razom for Ukraine» – волонтерська організація, яка має свої корені як в Україні, так і в США, організовує гуманітарну допомогу та підтримку для постраждалих від війни, а також підтримує волонтерів, які працюють на місцях. Razom for Ukraine координує волонтерські поїздки, доставку допомоги та організовує заходи з соціальної підтримки.

Наведені українські платформи та програми активно формують волонтерські туристичні пакети, залучаючи людей до участі в соціальних, екологічних та громадських ініціативах. Вони дають можливість поєднати подорожі країною із внеском у відбудову та розвиток суспільства.

Під час війни волонтерський туризм набув нового значення, оскільки багато людей з України та світу прагнуть допомогти постраждалим регіонам і відбудові. Цей вид туризму сприяє залученню людей до роботи з гуманітарними ініціативами, відбудови інфраструктури, підтримки населення та покращення умов життя в зонах, що постраждали від бойових дій. Волонтери не лише фізично допомагають, але й сприяють приверненню уваги до потреб регіонів, залученню коштів та інвестицій [3].

Після закінчення війни волонтерський туризм може стати одним із ключових механізмів відновлення країни. Це включатиме участь у реконструкції зруйнованих міст і сіл, підтримці соціальних проєктів, розвитку культурних ініціатив та екологічних програм. Волонтери також зможуть сприяти реабілітації ветеранів, роботи з переселенцями та відновленню економічної активності в постраждалих регіонах. Важливим аспектом стане формування нових

можливостей для молоді, які матимуть змогу брати участь у волонтерських програмах, сприяючи розвитку свого громадянського суспільства.

Список використаних джерел:

1. Бреславська К. Подорожі за толоку, або як зробити світ трохи кращим: що таке волонтерський туризм (інтерв'ю з Анастасією Донець). URL: <https://travel.tochka.net/ua/16724-puteshestviya-za-subbotnik-ili-kak-sdelat-mir-nemnogo-luchshechto-takoe-volonterskoe-turizm/>

2. Волонтерський солідарний туризм як інструмент допомоги постраждалим від війни громадам. [Цит. 2022, 5 грудня]. URL: <https://eba.com.ua/volonterskyj-solidarnyjturizm-yak-instrument-dopomogy-postrazhdalym-vid-vijny-gromadam/>

3. Коротенко О. Що таке волонтуризм та до чого тут українські переселенці? Розповідає американець. URL: <https://evacuation.city/articles/212187/scho-take-volonturizm-ta-do-chogo-tut-ukrainski-pereselenci-rozpovidaye-amerikanec>.

Сесь Ренат,

здобувач, 242 Туризм

Науковий керівник: Белобородова Марія, к.е.н.

НТУ «Дніпровська політехніка»

РЕАБІЛІТАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ – СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Реабілітаційний туризм в Україні – це напрям, який отримав значний поштовх до розвитку в контексті поточних викликів, зокрема війни та зростання потреб у психологічній та фізичній реабілітації населення. Сучасний стан реабілітаційного туризму базується на поєднанні природних ресурсів країни, зокрема термальних і мінеральних вод, лікувальних грязей, санаторно-курортної бази та зростаючої потреби в реабілітації ветеранів, постраждалих від війни та цивільного населення.

Основні курорти реабілітаційного туризму традиційно розміщені в західних областях України, таких як Закарпаття, Львівська область та Прикарпаття, де поєднання сприятливих природних умов і лікувальних ресурсів створює унікальні можливості для відновлення здоров'я. У таких містах, як Трускавець, Моршин, Хмільник та Свалява, вже давно діють санаторії, які спеціалізуються на лікуванні захворювань опорно-рухової системи, шлунково-кишкового тракту, серцево-судинних захворювань і захворювань дихальної системи. Проте в сучасних умовах ці заклади все більше починають орієнтуватися на реабілітацію пацієнтів із посттравматичними стресовими розладами (ПТСР), фізичними травмами, отриманими під час бойових дій, а також цивільних осіб, які постраждали від війни.

Одним із найяскравіших прикладів такого закладу є реабілітаційний центр «Карпати» у Трускавці. Це один із провідних курортів країни, який відомий своїми мінеральними водами. У центрі почали розвивати нові програми, орієнтовані на психологічну підтримку, реабілітацію після травм, включаючи фізичні вправи, арт-терапію та індивідуальні програми лікування для військових та їхніх сімей. Зокрема, програми реабілітації включають не тільки відновлення фізичного здоров'я, а й психо-соціальну реабілітацію, що є вкрай важливим у нинішніх умовах.

Ще одним напрямом розвитку є використання природних ресурсів для психотерапевтичних цілей. Наприклад, на Закарпатті є кілька комплексів, де реабілітація поєднується з програмами екотерапії. Військові, які постраждали від стресових розладів, проходять відновлення в умовах чистого повітря та неймовірних пейзажів Карпат, використовуючи природні чинники для релаксації та відновлення психічної рівноваги. В цьому контексті лікувальні грязі, термальні води та навіть просто контакт із природою стають важливими інструментами відновлення.

Реабілітація та відновлення військових в Україні набули надзвичайної важливості в

умовах повномасштабної війни. Українські санаторії активно розвивають програми, спрямовані на фізичне, психологічне та соціальне відновлення військовослужбовців, які постраждали внаслідок бойових дій. Ці програми охоплюють широкий спектр терапевтичних методів, поєднуючи традиційні санаторні процедури з новітніми методиками реабілітації, щоб допомогти військовим повернутися до нормального життя.

Одним із ключових аспектів реабілітації військових є відновлення фізичного здоров'я після поранень або операцій. Санаторії, такі як «Трускавець», «Моршин» та інші на заході України, пропонують фізіотерапію, лікувальні грязі, бальнеотерапію та кінезіотерапію. Наприклад, у санаторії «Трускавець» розроблені спеціальні програми для пацієнтів із травмами опорно-рухового апарату, що включають процедури на основі мінеральних вод, грязей, масажі та фізіотерапевтичні методи. Ці програми спрямовані на відновлення рухових функцій, зменшення болю та покращення загального фізичного стану.

Окремо значний акцент робиться на психологічній реабілітації. Багато військових повертаються з фронту із посттравматичними стресовими розладами (ПТСР), депресією або іншими психологічними проблемами. Для таких випадків у санаторіях проводяться програми психотерапії та психологічної підтримки. Наприклад, у санаторіях «Карпати» (Закарпаття) і «Миргород» діють програми, що включають індивідуальні та групові сеанси з психотерапевтами, арт-терапію, гештальт-терапію та інші методи, які допомагають військовим впоратися зі стресом і травмами війни. Зокрема, застосовуються такі методи, як когнітивно-поведінкова терапія та робота з травматичними спогадами, що допомагає ветеранам адаптуватися до мирного життя.

Важливим аспектом є соціальна реабілітація, яка спрямована на допомогу військовим у поверненні до суспільного життя. У багатьох санаторіях організують програми з соціальної адаптації, які включають тренінги з розвитку нових навичок, соціальну взаємодію з іншими ветеранами та навіть допомогу у пошуку роботи після закінчення лікування. Такі програми допомагають ветеранам відновити впевненість у собі, зменшити відчуття ізоляції та отримати підтримку від інших людей з подібним досвідом.

У санаторіях часто впроваджують нові технології для реабілітації військових. Наприклад, у військовому реабілітаційному центрі «Хмільник» (Вінницька область) застосовуються сучасні методи фізичної реабілітації, включаючи роботизовані пристрої для тренувань ходьби, лікувальну гімнастику, рефлексотерапію та ультразвукову терапію. Такий комплексний підхід дозволяє швидше відновлювати фізичні можливості та допомагати пацієнтам реабілітуватися після складних операцій або травм.

Також діють державні програми, такі як програма реабілітації від Міністерства у справах ветеранів України, яка забезпечує фінансування лікування військових у санаторіях по всій країні. Ця програма дозволяє ветеранам безкоштовно отримувати послуги з реабілітації та лікування у закладах, що мають відповідні сертифікати.

Серед перспектив розвитку таких програм – розширення мережі реабілітаційних центрів, зокрема спеціалізованих для військових, та створення нових ініціатив із залученням міжнародної допомоги і досвіду. Українські санаторії стають центрами не лише медичної реабілітації, але й соціальної підтримки, пропонуючи військовим всеохоплюючі програми відновлення, які допомагають повернути їм здоров'я, мотивацію та силу для життя після війни. Додатково, розвиток реабілітаційного туризму залежить від підтримки держави та міжнародних донорів. У 2023-2024 рр. в Україні запроваджуються програми з психологічної реабілітації для ветеранів і постраждалих. Деякі з них підтримуються міжнародними організаціями, які допомагають фінансувати такі проекти, забезпечуючи доступ до нових методів лікування і створюючи спеціалізовані програми. Наприклад, за підтримки благодійних організацій та держави на базі багатьох санаторіїв впроваджуються програми адаптації для військових, що поєднують фізичну та психічну терапію.

Отже, сучасний стан реабілітаційного туризму в Україні є відповіддю на поточні виклики, а його розвиток спрямований на відновлення здоров'я населення через використання унікальних природних ресурсів країни. Перспективи цього напряму виглядають досить

обнадійливо, оскільки потреба в комплексних програмах реабілітації буде залишатися високою в найближчі роки, а держава та громадськість активно підтримують цей процес.

Список використаних джерел:

1. Белобородова М.В., Бессонова А.В. Ways of greening services in recreational facilities of Ukraine. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 68. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/68-2022>.
2. Белобородова М. Соціальна відповідальність закладів індустрії гостинності в Україні: ретроспективний аналіз. *Економічні горизонти*. 2023. № 3(25). С. 36–46. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/286654>.
3. Безугла Л.С., Белобородова М.В., Герасименко Т.В. Формування інклюзивно-реабілітаційного туризму в Україні. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2022. № 2 (6). С. 20-25. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(6\).2022.5](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(6).2022.5).

Черепанова Дар'я,
здобувач, 242 Туризм і рекреація
Науковий керівник: Язіна Вікторія, к.е.н. доцент
НТУ «Дніпровська політехніка»

ЯК ВПЛИВАЄ ТУРИЗМ НА ЗДОРОВ'Я ТА БЛАГОПОЛУЧЧЯ ЛЮДИНИ

Між туризмом і здоров'ям туристів існує тісний зв'язок, незважаючи на негативний вплив туризму на здоров'я туристів через стихійні лиха та нещасні випадки, передачу хвороб та ризики для безпеки. Тим часом деякі вчені навіть вважають, що відчуття благополуччя, яке приносять форми дозвілля, засновані на соціальних і рекреаційних цілях, недостатні, щоб принести користь здоров'ю.

Проте загальноприйнятою є думка, що туристична діяльність має більш позитивний вплив на здоров'я туристів. Наприклад, досвід подорожі безпосередньо впливає на загальну задоволеність життям туристам. Позитивний вплив також спостерігається на сприйманому фізичному та психічному самопочутті, але ці переваги поступово зменшуються після закінчення подорожі. Отже, більш тривале перебування туристів, швидше за все, покращить якість індивідуального дозвілля та загальну задоволеність життям [1].

На рисунку 1, наведено основні переваги, які дає туризм людині.



Рисунок 1 – Переваги туризму

Джерело: складено за [2]

Туризм є ідеальним засобом сприяння добробуту, оскільки туристи беруть участь у розважальних заходах під час відпустки. Благополуччя широко вивчається в сферах здоров'я, оздоровлення, екології, природи, пригодницького та медичного туризму. Мета оздоровчого туризму – гібридний вид туризму, який поєднує в собі лікувальні та рекреаційні елементи – це залучення відвідувачів, надаючи медичні послуги та заклади на додаток до інших атракцій. Ці медичні послуги можуть включати медичні огляди компетентними лікарями, а також

акупунктуру та спеціалізоване лікування різноманітних захворювань. На дещо нижчому рівні медичного застосування оздоровчий туризм допомагає туристам покращити своє фізичне та психологічне благополуччя за допомогою заходів, які зменшують стрес за допомогою релаксації та лікування, що додатково сприяє фізичному відновленню.

Прагнучи зміцнити взаємозв'язок між добробутом і туризмом, ми спочатку розглядаємо обидві концепції окремо, а потім працюємо над їх об'єднанням. Психологія, економіка, медицина та міждисциплінарні дослідження робили спроби залишити «благополуччя» центром розмов, але немає збігу думок щодо його визначення. Дослідники інтерпретують добробут за допомогою двох понять. Перше – це насолодництво благополуччя, яке визначається в термінах короткочасного інтенсивного захоплення та задоволення, а друге – мета благополуччя, яке визначається в термінах особистісного зростання та розвитку. Впроваджуючи концепцію добробуту в туризм, дослідники стверджують, що відпочинок дає відвідувачам незабутні враження, глибоке задоволення та загальне задоволення своїм життям. Отже, досвід туристів благотворно впливає на їхнє самопочуття та різноманітні елементи їхнього життя, такі як сім'я, соціальні стосунки, відпочинок, культура та багато іншого. Як наслідок, туризм можна розглядати як такий, що має довгостроковий позитивний вплив на добробут людини.

Евдемонічний добробут, з іншого боку, пов'язаний з особистим зростанням, самореалізацією, саморозвитком, повною залученістю та остаточним загальним виконанням значущих дій. Подорожі можуть запропонувати духовний, когнітивний, фізичний і психологічний досвід, який може внести невеликі або великі зміни в сприйняття людиною різних аспектів людини та навколо неї. Нові та автентичні враження від туризму можуть внести кардинальні зміни в життя людини, що запропонує подорож до зростання, розвитку та нової обізнаності. Ці послуги можна курувати за допомогою моделей участі туристів, де навички та знання туристів можуть допомогти у стратегічному проектуванні туристичних послуг, приймаючи їхні думки, пропозиції, відгуки та ідеї. Крім того, цей досвід може полягати в навчанні, наприклад, екотуризм у своїй найбільш органічній формі може навчити туриста бути «відповідальним туристом», навіть у такому разі, «відповідальною особистістю» і може оприлюднити дії щодо збереження навколишнього середовища та самовдосконалення – благополуччя та добробут суспільства.

Система туристичного добробуту, представле на рисунку 2, розроблено шляхом засвоювання існуючих визначень, тем і рамок, отриманих із поточної літератури, присвяченої добробуту в різних вимірах. Ці аспекти відображаються в літературі, присвяченій туризму, таким чином підкреслюючи потенціал туризму, щоб зробити внесок і створити більше, ніж просто досвід. Перш ніж зупинитися на практичному застосуванні «благополуччя» в контексті туризму, важливо визначити добробут туриста. Враховуючи це, аналіз існуючої літератури привів нас до вичерпного визначення туристичного добробуту як «занурення в цілеспрямований, освітній і невимушений досвід, який приносить користь розуму, тілу, громаді та навколишньому середовищу». Ці враження надаються завдяки стратегічній інтеграції туристичних послуг, які обертаються навколо реалістичних, веселих, доброзичливих і приємних заходів».

На рисунку 2, наведено схему взаємозв'язку туризму та добробуту.

Отже, благополуччя, щастя, здоров'я та сталість – це лише деякі з понять, які зазнали та все ще зазнають ретельного вивчення з боку різних зацікавлених сторін, починаючи від політиків і закінчуючи постачальниками послуг. Збільшення інфекційних захворювань і пандемій, втрата природних ресурсів і екосистем, а також повільне руйнування здорових соціальних відносин викликають серйозні сумніви щодо того, чи зможемо ми коли-небудь досягти справжнього відчуття добробуту в собі та навколо нас, сьогодні, завтра чи будь-коли в майбутньому.



Рисунок 2 – Інтеграція туризму та добробуту

Джерело: складено за [3]

У контексті туризму сприяння добробуту значно зросло як сфера інтересів серед постачальників послуг і політиків з різних причин, оскільки, здається, існує видиме занепокоєння щодо фізичного, психологічного та соціального здоров'я туристів. Напрямки пропонують інтригуючі можливості, як-от безцифрові напрямки, щоб туристи могли насолоджуватися відпусткою, від'єднавшись від світу та насолоджуючись туризмом, що веде до покращення їх добробуту.

Список використаних джерел:

1. [Chenmei Liao, Yifan Zuo, Shaogui Xu, Rob Law and Mu Zhang](https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2022.1071578/full) Dimensions of the health benefits of wellness tourism: A review. *Front. Psychol.*, 09 January 2023. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2022.1071578/full>
2. 7 Scientifically Proven Health Benefits Of Travelling Abroad. URL: <https://www.icicilombard.com/blogs/travel-insurance/mb/health-benefits-of-travelling-abroad>
3. Komal Jenifer DSouza, Ankitha Shetty. Tourism and wellbeing: curating a new dimension for future research. *Cogent Social Sciences*. Volume 10, 2024 - Issue 1. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311886.2024.2319705#d1e192>

Секція 2

Інноваційні підходи у сфері готельно-ресторанної справи

Андрєєв Сергій,
вчитель географії,
Андрєєва Валентина,
вчитель історії, директор,
Комунальний заклад «Кам'яноярський ліцей»
Чугуївської міської ради Харківської області

ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Готельна індустрія є галуззю економіки, яка одна з останніх відчуває вплив зовнішніх факторів кризи та її наслідки. Вона чуйно реагує на динаміку змін у політичному та економічному житті, на регіональному та світовому рівнях, у зв'язку з розвитком нових технологій, змінами екологічної ситуації та соціальних явищ, які відбуваються у суспільстві.

Нерозвиненість ринку індустрії гостинності в Україні, руйнація існуючої інфраструктури, відсутність належного фінансування характеризують стан галузі як незадовільний.

Для вирішення цих проблем гостро постає необхідність пошуку ефективних шляхів відновлення та поступального розвитку організацій готельної галузі. Ринкові перетворення поставили багато хто з них у складне економічне становище. У готельній галузі накопичилося ряд невирішених серйозних проблем: низька якість послуг, слабка інфраструктура, високий ступінь зносу основних фондів.

Специфіка готельного бізнесу така, що зростання кількісних параметрів пов'язане із розширенням ринків збуту на внутрішньому та зовнішньому ринках. Тому стратегії розвитку готельного бізнесу доцільно охарактеризувати з погляду розширення географії готельного бізнесу.

Використовуючи такий підхід, можемо виокремити групу стратегій широкої географічної експансії, яка спрямована на активне та швидке проникнення на нові географічні ринки, відкриття більшої кількості стандартних готелів та формування максимально розгалуженої мережі. До цієї групи можна віднести стратегії франчайзингу, злиття або поглинання, горизонтальної інтеграції, розробка товарної та продуктової стратегії готельного підприємства.

Група сфокусованих географічних стратегій характеризуються на практиці нижчими темпами зростання, оскільки зростання досягається за рахунок збільшення готелів з унікальним та висококласним сервісом та неповторною атмосферою.

Стратегія розвитку внутрішніх переваг спрямована на розвиток внутрішніх процесів надання готельних послуг за рахунок активного застосування інформаційних технологій, модернізації та автоматизації процесів обслуговування, розвиток внутрішнього маркетингу, вдосконалення стандартів обслуговування, диверсифікації готельних послуг.

Таким чином, якщо об'єднати у стратегічну відповідність цілі всіх компонентів, то вони продемонструють логіку зростання вартості готельного бізнесу та є його основним керуючим інструментом. Отже, вибір готельним бізнесом стратегії розвитку в умовах глобальних змін має бути заснований на комплексному дослідженні не лише факторів зовнішнього середовища, а й внутрішнього, враховувати сильні та слабкі сторони конкретного бізнесу.

Підприємствам індустрії гостинності можна запропонувати використовувати ситуацію, яка склалася під впливом глобальних змін, з метою подальшого вдосконалення стратегічного управління та підвищення конкурентоспроможності як на національному українському, так і міжнародному ринку. У майбутньому можлива стабілізація попиту послуги гостинності, а це призведе до зниження темпів зростання доходів готелів та інших коштів розміщення. Обираючи стратегію розвитку з урахуванням розробки та впровадження результативних схем інвестування та фінансування, з використанням інструментарію кредитного, фондового ринку, ринкової оцінки та стратегічного менеджменту, підприємства індустрії гостинності зможуть ефективніше використовувати наявні в них матеріально-фінансові ресурси.

Вважаємо за доцільне розглянути наступні стратегії готельного бізнесу:

1. Товарна. Під товарною стратегією розуміють підсистему маркетингової стратегії, спрямовану на аналіз, розробку та прийняття стратегічних рішень з номенклатури, асортименту, якості, обсягу продажу та надання готельних послуг на ринку. Сутність товарної стратегії готельного підприємства полягає у розробці та виведенні нових готельних продуктів та виведення застарілих;

2. Продуктова. Продуктова стратегія готельного підприємства – це розробка напрямів оптимізації продуктового ряду та визначення необхідного асортименту конкурентоспроможних продуктів, включаючи знову інноваційні та традиційні продукти, які максимально задовольняють потреби клієнтів, найбільш підходять для успішної роботи на ринку та зможуть забезпечити ефективність діяльності підприємства загалом.

Отже, для міжнародного ринку гостинності в останні роки і нині характерно розширення утворень готельних ланцюгів, які вдало та прогресивно освоюються на українському ринку готельних послуг. Отже, стратегія гостинності це одна з головних частин великого ринку послуг, яка здатна безпосередньо чи опосередковано впливати на формування умов сталого соціально-економічного зростання світового та національного господарства.

Таким чином, можемо зробити висновок про те, що сьогодні український готельний бізнес переживає один із найскладніших періодів, оскільки активно реагує на кризові явища. У цих умовах готельні мережі переглядають та вносять корективи у стратегії.

Розглядаючи вплив глобальних змін на розвиток готельного бізнесу необхідно враховувати те, що розглянуті групи стратегій тісно взаємопов'язані. Так стратегія широкої географічної експансії, сфокусована географічна стратегія або диверсифікація бізнесу, не приведуть до зростання якісних характеристик бізнесу, якщо відсутній розвиток внутрішніх переваг.

Список використаних джерел:

1. Ананко Л. О. Управління інноваційною діяльністю. Київ: Авангард. 2014. 208 с.
2. Бурій Е. В. Маркетинг у туристичному бізнесі. Дніпро: Новий світ. 2022. 357 с.
3. Сита М. В. Готельний бізнес. Харків: СТИЛЬ-ІЗДАТ. 2022. 238 с.
4. Хомутенко Т.В. Стратегії в управлінні гостинністю та туризмом. Хмельницький: Нова Хвиля. 521 с.

Андрєєв Сергій,
вчитель географії,
Андрєєва Валентина,
вчитель історії, директор,
Воробйова Поліна,
учениця 11 класу, вихованка гуртка «Географічне краєзнавство»,
*Комунальний заклад «Кам'яноярський ліцей»
Чугуївської міської ради Харківської області*

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

В умовах конкуренції у готельному бізнесі висока якість обслуговування є запорукою успіху. В цьому контексті, управління людськими ресурсами стоїть на передньому краї, формуючи організаційну культуру та сприяючи залученню кваліфікованих співробітників. Тому необхідно розглянути багатовекторні аспекти управління персоналом у готелях, оскільки вони розкривають ключові стратегії оптимізації людського капіталу та підвищення ефективності бізнесу.

Ключем до формування кваліфікованої робочої сили у готелях є рекрутинг. Використовуючи поєднання традиційних та інноваційних підходів, таких як ярмарки вакансій, онлайн-платформи та партнерські відносини з талановитими співробітниками, готелі

виявляють кандидатів, які мають не лише необхідні навички, а й здібності до роботи у сфері гостинності. У процесі відбору особлива увага приділяється культурній відповідності та орієнтованості на обслуговування.

Комплексні програми навчання та підготовки допомагають озброїти персонал готелю компетенціями, необхідними для забезпечення виняткової якості обслуговування гостей. Навчальні модулі охоплюють такі теми як якість обслуговування клієнтів, комунікативні навички, вирішення проблем та культурну сприйнятливість. Ініціативи щодо безперервного розвитку, включаючи програми перехресного навчання та лідерства, сприяють розвитку талантів та кар'єрного зростання в організації.

Утримання співробітників має першочергове значення для підтримки безперервності роботи та збереження інституційних знань у готелях. Використовуючи комплексний підхід, готелі розробляють стратегії утримання, які включають конкурентоспроможні компенсаційні пакети, інклюзивні пільги та можливості для професійного зростання.

Створення сприятливого робочого середовища, що характеризується відкритим спілкуванням та програмами визнання, сприяє підвищенню лояльності співробітників та знижує ризик плинності кадрів.

Визнаючи невід'ємну цінність різноманітності, готелі підтримують інклюзивні практики, які відзначають культурні відмінності та використовують багатство перспектив. Прийняття різноманіття не лише збагачує враження гостей, а й формує яскраву організаційну культуру, що сприяє інноваціям та творчості. Інклюзивна політика, тренінги з різноманіття та групи за інтересами, дозволяють співробітникам процвітати в атмосфері взаємного поваги та прийняття.

У цифрову епоху технології є каталізатором для оптимізації процесів управління людськими ресурсами та підвищення операційної ефективності в готелях. Шлях від системи відстеження кандидатів до платформ управління навчанням, оптимізує процеси найму, навчання та управління. Інноваційні інструменти, такі як мобільні програми та аналітика даних, дозволяють рекрутинговим фахівцям приймати зважені рішення та завчасно прогнозувати потреби у персоналі.

Управління людськими ресурсами є невід'ємною частиною успіху готелів, слугуючи каталізатором залучення співробітників, задоволення потреб гостей та забезпечення сталого зростання. Приділяючи першочергова увага добору, навчання, утримання, різноманітності та інтеграції технологій, готелі можуть сформуванати динамічний штат співробітників, здатний забезпечити неперевершений рівень обслуговування.

Застосовуючи підхід, орієнтований на людей, готелі можуть долати труднощі і використовувати можливості в ландшафті, що постійно змінюється в готельному бізнесі. Управління людськими ресурсами – це серце готельного бізнесу, де злиття талантів, навчання та технологій створює незабутні враження для гостей та просуває успіх організації до стійких горизонтів.

Список використаних джерел:

1. Рубан П. В. Управління людськими ресурсами в готельному бізнес. Харків: ФОЛЮ. 2021. 366 с.
2. Сита М. В. Готельний бізнес. Харків: СТИЛЬ-ІЗДАТ. 2022. 238 с.
3. Хомутенко Т.В. Стратегії в управлінні гостинністю та туризмом. Хмельницький: Нова Хвиля. 521 с.

ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ У СФЕРІ HoReCa: ЯК СТАЛИЙ РОЗВИТОК ВПЛИВАЄ НА ВИБІР СПОЖИВАЧІВ

Актуальність екологічного маркетингу у сфері HoReCa значно зросла в умовах глобальних екологічних викликів і змін у споживацьких пріоритетах. Через посилення екологічного законодавства та зростання конкуренції, екологічний маркетинг стає ключовим інструментом для формування лояльності клієнтів і підвищення конкурентоспроможності закладу. Таким чином, екологічний маркетинг у сфері HoReCa є не лише соціально відповідальною практикою, але й економічно вигідним напрямком розвитку бізнесу.

Красномовець В.А. та Машкова О.В. [1] у своїй науковій роботі проаналізували екологічні ініціативи, які впроваджують заклади HoReCa України. За допомогою анкетування вони описали стан цієї сфери під час війни, виокремили основні екологічні напрями, серед яких управління відходами, раціональне використання водних ресурсів, застосування альтернативних джерел енергії та заходи щодо зменшення екологічного сліду закладів.

Споживачі готові платити більше за послуги чи продукти, якщо переконані в тому, що підтримують екологічно відповідальний бізнес. Це стало особливо актуальним серед молоді, яка дедалі частіше робить свій вибір на основі етичних та екологічних критеріїв. У той же час, для закладів HoReCa, сталий розвиток є не тільки соціальною відповідальністю, але й економічною вигодою, оскільки енергоефективні рішення допомагають знизити витрати на електроенергію та ресурси.

Сталий розвиток є також важливою частиною комунікаційних стратегій. Заклади HoReCa активно поширюють інформацію про свої екологічні ініціативи через соціальні медіа та інші канали, підвищуючи таким чином свою впізнаваність і привабливість для нових аудиторій. Вони демонструють свої зусилля в напрямі захисту навколишнього середовища, що допомагає створювати довіру між бізнесом і споживачами.

Екологічний маркетинг спонукає створювати унікальні продукти та послуги, які привертають увагу споживачів. Наприклад, ресторани можуть пропонувати меню, розроблені з урахуванням мінімізації харчових відходів або страви, виготовлені з локальних органічних продуктів. Це не тільки задовольняє потреби екологічно свідомих клієнтів, але й підвищує репутацію закладу.

Алгоритм впливу сталого розвитку на вибір споживачів закладів HoReCa:

1. Усвідомлення споживачем екологічних проблем. Споживачі стають більш обізнаними про глобальні екологічні виклики, такі як зміна клімату, забруднення довкілля, виснаження природних ресурсів.

2. Формування споживацьких очікувань. Споживачі починають очікувати, що бізнеси, особливо в сфері HoReCa діятимуть відповідально та інтегруватимуть сталий розвиток у свою діяльність. Це може включати екологічно чисті практики, такі як управління відходами, економія енергії та води, зменшення використання пластику тощо.

3. Оцінка сталих ініціатив закладу. Під час вибору закладу споживачі звертають увагу на:

- наявність екомаркування або сертифікацій (наприклад, Green Key, ISO 14001);
- застосування екологічних практик у закладі: сортування відходів, використання енергоефективних технологій, альтернативні джерела енергії;
- використання місцевих органічних продуктів або продуктів з меншим екологічним слідом;

- еко-дизайн приміщень і використання екологічних матеріалів.

4. Прийняття рішення на основі сталого розвитку. Якщо заклад підтримує екологічні ініціативи, це може вплинути на рішення споживача обрати саме цей заклад. Сталий розвиток

стає вагомим фактором у процесі прийняття рішення, особливо для екологічно свідомих споживачів.

5. Лояльність до бренду та повторні покупки. Заклади, що дотримуються принципів сталого розвитку, мають більший шанс отримати лояльних клієнтів, які готові підтримувати їхню діяльність у довгостроковій перспективі, і навіть платити трохи більше за послуги, які відповідають їхнім екологічним цінностям.

Еко-тренди в індустрії HoReCa стають дедалі важливішими, оскільки ці заклади адаптуються до глобальних вимог щодо сталого розвитку та екологічної відповідальності. Основні еко-тренди, які активно впроваджуються в індустрії гостинності:

- енергозбереження та альтернативні джерела енергії. Заклади активно впроваджують енергоефективні рішення: LED-освітлення, системи автоматичного регулювання енерговитрат, сонячні батареї, теплові насоси. Це не тільки зменшує викиди вуглецю, але й економить енергоресурси;

- зменшення пластикових відходів. У багатьох закладах відмовляються від одноразового пластику, замінюючи його на біорозкладні матеріали або багаторазові контейнери, соломинки, столові прибори та упаковки;

- раціональне використання води. Установка систем економії води (аератори на кранах, душові з низьким потоком води) дозволяє скоротити споживання води. Також застосовуються технології збору та повторного використання дощової води;

- використання місцевих і органічних продуктів. Все більше закладів підтримують локальних виробників та використовують органічні, сезонні продукти. Це не тільки сприяє зменшенню екологічного сліду, а й підвищує якість та свіжість страв;

- екологічний дизайн приміщень. Заклади все частіше облаштовуються з використанням натуральних і відновлюваних матеріалів, таких як дерево, бамбук, перероблені матеріали. Популярним стає інтер'єр, де використовуються живі рослини, зелені стіни або зелені дахи;

- управління відходами. Заклади активно впроваджують сортування сміття та компостування органічних відходів. Також популярним є повторне використання матеріалів та утилізація відходів із мінімальним впливом на довкілля;

- глемпінг та екологічні місця проживання. Глемпінг – це поєднання розкішних умов з екологічно відповідальним туризмом. Такі заклади часто використовують відновлювані джерела енергії, екологічні матеріали та мінімальний вплив на природу;

- еко-сертифікація та стандарти. Багато закладів прагнуть отримати еко-сертифікати, що підтверджують їхню екологічну відповідальність і підвищують довіру споживачів;

- зменшення харчових відходів. Заклади все частіше впроваджують практики боротьби з харчовими відходами: використання технологій для оптимізації закупівель, переробка залишків їжі або партнерство з організаціями, які займаються збором їжі для потребуючих [1, 2].

Ці еко-тренди не лише сприяють захисту навколишнього середовища, а й відповідають запитам сучасних споживачів, які надають перевагу екологічно відповідальним закладам та послугам.

Отже, екологічний маркетинг у сфері HoReCa має потужний вплив на вибір споживачів. Це не просто тренд, а вимога часу, яка дозволяє підприємствам не лише залишатися конкурентоспроможними, але й активно формувати нові стандарти відповідального бізнесу. Споживачі дедалі частіше роблять свідомий вибір, віддаючи перевагу тим закладам, які вбудовують принципи сталого розвитку в свою діяльність, що, своєю чергою, формує нові перспективи для розвитку індустрії в цілому.

Список використаних джерел:

1. Красномоєць В.А., Машкова О.В. Оцінка екологічних ініціатив в діяльності закладів готельно-ресторанної галузі в Україні під час війни. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2023. №57. С. 54-62. <https://doi.org/10.32782/2413-2675/2023-57-7>.

2. Соколовська О.О., Данько Н.І., Михальчук А.С. Аналіз готельно-ресторанного підприємства для розробки маркетингової стратегії, на прикладі ресторану «Мілена». *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2021. Вип. 14. С.161-168. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-14-16>.

Белобородова Марія,
доцент кафедри туризму та економіки підприємства
НТУ «Дніпровська політехніка»

ДОСТУПНІСТЬ РЕКРЕАЦІЙНИХ ОБ'ЄКТІВ – УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

В Україні створення інклюзивних рекреаційних об'єктів є важливим напрямом, який розвивається, на превеликий жаль, лише останніми роками. Важливим етапом цього процесу стало ухвалення в 2009 р. Закону України «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю», а також Національної стратегії безбар'єрності до 2030 року, яка включає зобов'язання держави щодо створення доступного середовища, включно з рекреаційними об'єктами.

Деякі міста України вже впровадили інклюзивні проекти. Інклюзивний парк у Києві – на базі Парку «Наталка» відкрито перший в Україні інклюзивний майданчик, пристосований для дітей з різними фізичними можливостями. Це місце обладнано пандусами, спеціальними гойдалками, тактильними елементами. Інклюзивний пляж у Одесі «Лузанівка» наразі облаштовано інфраструктурою для осіб з інвалідністю, включаючи спеціальні спуски до моря та доступні душові кабінки. Ряд громадських організацій, зокрема ГО «Безбар'єрність», активно підтримують ініціативи з розбудови інклюзивних зон відпочинку, зокрема шляхом проведення освітніх заходів, тренінгів та консультування щодо створення доступних рекреаційних просторів. У багатьох містах існують реабілітаційні центри, які поєднують терапію з відпочинком. Наприклад, центр «Джерело» у Львові надає можливість дітям та дорослим з інвалідністю не лише отримувати реабілітаційні послуги, але й брати участь в інклюзивних рекреаційних програмах.

Почали з'являтися інклюзивні туристичні маршрути та послуги. Наприклад, інклюзивні екскурсії Львовом, де спеціально адаптовані маршрути для осіб з порушеннями зору, слуху або руху. Однак, попри прогрес, основні проблеми залишаються невирішеними.

Одна з головних проблем полягає в недостатній усвідомленості суспільства щодо важливості інклюзії. Попри прогрес у створенні доступних середовищ та послуг, багато українців і досі мають стереотипи щодо людей з інвалідністю. Відсутність глибокого розуміння інклюзії як цінності спричиняє обмежену підтримку ініціатив з боку бізнесу, державних установ та населення загалом.

Ще одна вагома проблема полягає у недостатньому фінансуванні проектів, спрямованих на розвиток інклюзивної інфраструктури. Багато міст та селищ, особливо у віддалених регіонах, просто не мають фінансових можливостей для впровадження необхідних змін у громадських просторах, закладах освіти, гостинності та транспорті. Це стає причиною того, що навіть там, де є бажання зробити середовище доступнішим, інклюзивні ініціативи залишаються на папері. Окрім цього, нормативно-правова база, попри прогрес у прийнятті законодавства, часто залишається декларативною. Хоча Україна ухвалила низку законів та стратегій на підтримку інклюзії, їхнє впровадження не завжди є ефективним. Інклюзивні стандарти будівництва та дизайну часто не дотримуються належним чином через брак контролю та нагляду [1].

Ключовим чинником є і брак фахівців, які спеціалізуються на розробці та впровадженні інклюзивного дизайну, а також освіченого персоналу в закладах гостинності, освіти та сфери послуг. Відсутність належної підготовки у цих сферах призводить до неякісного або поверхневого розуміння потреб різних груп. Наприклад, багато працівників громадського

транспорту або готелів не мають досвіду роботи з людьми з інвалідністю або навіть не знають, як правильно взаємодіяти з ними, що створює додаткові бар'єри.

Проблеми також виникають через недостатню адаптацію інформаційного простору. Чимало громадських місць, вебсайтів, закладів та установ не мають доступної інформації для людей з порушеннями зору, слуху або інших особливих потреб. Таким чином, поширення інклюзії в Україні потребує комплексного підходу, що включає як зміну суспільної свідомості, так і підвищення рівня фінансування, контролю за виконанням законодавства, освіти фахівців та створення доступної інформаційної інфраструктури. Лише так можна забезпечити справжню доступність для всіх груп населення.

У контексті післявоєнної відбудови України, інклюзивність стає ключовим пріоритетом у проєктах нової інфраструктури. Розробляються програми відновлення, які передбачають побудову доступних для всіх рекреаційних просторів, адаптованих для осіб з інвалідністю та інших груп з особливими потребами. Український досвід поки що перебуває на стадії становлення, проте вже є позитивні приклади, які демонструють можливості для розвитку інклюзивних рекреаційних об'єктів на міжнародному рівні.

Інклюзія в закладах гостинності в Україні стає важливою темою, адже зростає усвідомлення необхідності створення доступного середовища для всіх людей, включаючи осіб з інвалідністю, літніх людей та сімей з дітьми. Деякі готелі вже адаптували свої приміщення для осіб з інвалідністю [2]. Готель Radisson Blu у Києві має номери, обладнані для людей, які використовують крісла колісні. Готель Premier Palace у Києві також пропонує послуги для осіб з інвалідністю, забезпечуючи доступність до усіх громадських зон і номерів.

Ресторани, що впроваджують інклюзію, не тільки облаштовують фізичну доступність, але й адаптують сервіс для різних потреб. Ресторан Urban Space 500 у Києві має інклюзивну політику щодо працевлаштування та надає робочі місця людям з інвалідністю. Крім того, заклад обладнаний пандусами, широкими проходами та доступними туалетними кімнатами. Окремо слід відзначити наявність адаптованого посуду для людей, які користуються однією рукою або мають протези. У ресторанах мережі McDonald's в Україні всі нові заклади оснащені пандусами, доступними туалетами, а також касовими терміналами на зручній для людей з інвалідністю висоті.

Курорт «Ріксос Прикарпаття» в Трускавці пропонує послуги для відпочивальників з особливими потребами, включаючи медичний персонал, спеціально обладнані номери та інфраструктуру для зручного пересування територією курорту. Соціальні підприємства та інклюзивні кафе, як-от «Good Bread from Good People» в Києві, активно працевлаштовують людей з когнітивними порушеннями, надаючи їм можливість бути частиною колективу та отримувати соціальну підтримку.

Збільшується кількість ініціатив, які надають спеціалізовані тренінги для працівників сфери гостинності щодо обслуговування людей з особливими потребами. Це допомагає забезпечити якісне надання послуг усім клієнтам. Навчальні програми для персоналу готелів та ресторанів з елементами інклюзивного сервісу, які організуються на рівні місцевих та міжнародних організацій, зокрема через партнерство з громадськими ініціативами. Багато закладів гостинності почали впроваджувати нові інформаційні технології, щоб зробити інформацію більш доступною для різних категорій клієнтів, наприклад, меню зі шрифтом Брайля або аудіо-меню для людей з порушеннями зору.

Сайт готелів та ресторанів, адаптовані для людей з вадами зору, включаючи функції для зміни розміру тексту, контрасту та можливість використання екранних зчитувачів. Готелі, такі як Reikartz Hotel Group, пропонують спеціальні дитячі програми та кімнати для сімей, що робить відпочинок комфортнішим для батьків з дітьми, включаючи адаптацію для дітей з особливими потребами.

Отже, інклюзія в закладах гостинності в Україні поступово розвивається. Заклади усвідомлюють необхідність створення середовища, де кожен, незалежно від фізичних або когнітивних можливостей, може отримати якісний сервіс і відчути себе комфортно.

Список використаних джерел:

1. Іванова О., Сеньків М. Доступний туризм для всіх у Європейському Союзі. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2019. № 1(74). С. 66-74. URL: <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2019.74.125>.

2. ДСТУ ISO 22483:2022 Туризм та пов'язані з ним послуги. Готелі. Вимоги до послуг (ISO 22483:2020, IDT)

Болюх Ірина, Черноіван Анна
здобувачі, 241 Готельно-ресторанна справа
Науковий керівник: Носирев Олександр, к.геогр.н., доцент
НТУ «Харківський політехнічний інститут»

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ

Розвиток готельного господарства має велике значення для забезпечення високого рівня зайнятості, позитивного впливу на функціонування суміжних секторів державної економіки. Крім того, активізація підприємництва в індустрії гостинності сприяє вільному доступу до міжнародного інвестиційного капіталу, поглиблення інтеграції у світову економічну систему. Впливаючи на функціонування різних сфер суспільного життя, готельне господарство суттєво залежить як від міжнародних, так і національних чинників різного рівня впливу. Тобто формування й ефективність реалізації потенціалу галузі залежить від умов і тенденцій навколишнього середовища, для якого притаманні складність, невизначеність і важка прогнозованість, що часто призводить до кризових явищ [1].

Харківська область відзначається високою питомою вагою готелів у структурі готельного господарства. Приблизно 36 % припадає на готелі, 5 % на санаторії. Суттєва кількість підприємств готельного господарства припадає на м. Харків, інші зосередженні здебільшого в тих районах де проходять важливі транспортні магістралі та сконцентровані найбільші туристично-рекреаційні ресурси. В останні роки коефіцієнт використання місткості підприємств готельного господарства має тенденцію до спадання і складає приблизно 0,19, що свідчить про суттєве невикористання готельної інфраструктури [2].

Дослідники [3] зазначають, що серед проблем готельного господарства Харківського регіону, ще у довоєнні часи, відзначалась наявність низької частки атестованих готелів, а більшість готелів Харківщини не відповідала або неповністю відповідала стандартам і вимогам ДСТУ 4269:2003 («Послуги туристичні. Класифікація готелів») та вважає за краще офіційно не мати «зірок». Окрім того, серед проблем готельної індустрії Харківщини дослідники виокремлювали недосконалу матеріально-технічну базу: деякі засоби розміщення працюють із радянських часів й мають застарілі фонди та структуру номерів, що не відповідає сучасним умовам і потребам. Також відзначається й недостатня інтеграція сучасних маркетингових та інформаційних систем й інновацій: це явище здебільшого виникає від небажання вкладати «зайві гроші» і вивчати щось нове [3].

Характеристикою готелів регіону був й низький рівень завантаження, який не сягав порогу в 20%, а у воєнний час внаслідок впливу контингенту гостей, змін призначення та функцій готелів, загальною небезпекою ця ситуація взагалі значно погіршилась [3].

Готельні підприємства Харківського регіону недовикористовують номерний фонд, а у зв'язку з цим недоотримують прибуток від основного виду діяльності. Тобто це свідчить про те, що готелям та аналогічним засобам розміщення слід змінити або підкорегувати стратегію подальшого розвитку, враховуючи вигідне територіальне розміщення регіону та цільової направленості щодо обслуговування клієнтів, а також закордонний досвід [4].

Розглядаючи екологічну складову діяльності готельного бізнесу, дослідники [5] зазначають, що «в Харківському регіоні функціонує досить багато закладів розміщення, що не позиціонують себе як еко-готелі, проте вони активно беруть участь в програмах ресурсозбереження, пропаганді «зеленого» способу життя і мають еко-сертифікати. За

відомостями офіційних сайтів готельних підприємств, серед них: Reikartz, Premier Hotels and Resorts (готелі Харків Палас, Аврора, Космополіт), Hotel Meduza і багато інших. Проте немає жодного закладу, який би мав назву «еко-готель», тобто на практиці «екотренди» ще є дуже слабкими. Хоча більшість клієнтів зацікавлені у впровадженні передових практики, що сприяють збереженню навколишнього середовища, багато респондентів вважають, що в готелі Харківського регіону не приділяють особливої уваги до цього питання, або, в кращому випадку, вони помітили запровадження деяких еко-практик, але менше 10 % гостей заявили, що вони бачили чітке розуміння з боку готелю щодо збереження навколишнього середовища. У цьому сенсі в готельних закладах Харківського регіону є великий резерв розвитку, зокрема, завдяки розробці цільових маркетингових стратегій для залучення екологічно свідомих споживачів, чисельність яких стабільно збільшується» [5].

Доцільно також законодавче регулювання кількості готелів на регіональному рівні, враховуючи їх категорії та місткість і потужність туристичних потоків регіону. Для набуття позитивних тенденцій у розвитку готельного господарства Харківського регіону необхідний комплексний підхід, оскільки вирішення однієї з наявних проблем не надасть потужного розвитку готельного бізнесу регіону [3].

Розв'язання основних проблем готельної індустрії дозволить готельному бізнесу стати вагомим фактором економічного зростання Харківського регіону, сприяти додатковим надходженням, як до місцевого, так і державного бюджетів та покращенню матеріального добробуту населення, виступати джерелом створення нових робочих місць, а також створити сприятливий туристський імідж регіону [6].

Поліпшення розвитку готельного бізнесу Харківського регіону можливе за умови ефективної адаптації світових змін, інтенсифікації оновлення матеріально-технічної бази, трансформації системи цінностей готельних підприємств у бік клієнтоорієнтованого високоякісного сервісу на основі міжнародних стандартів обслуговування [2].

Перспективними напрямками розвитку підприємств готельного господарства міста є вдосконалення матеріально-технічної бази готелів, підвищення комфортабельності готельних підприємств та забезпечення якості послуг на найвищому рівні. Інший варіант розвитку готельного господарства регіону активізація присутності світових готельних ланцюгів, або створення національних готельних ланцюгових мереж. Також можливим пріоритетом розвитку є створення туристського та готельного кластерів, які б об'єднали зусилля на розвиток готельної індустрії та забезпечували реальну можливість конкурентоспроможності галузей гостинності в регіоні.

Список використаних джерел:

1. Погасій С. О., Стешенко О. Д., Краснокутська Ю. В. Проблеми та перспективи розвитку готельного господарства України. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. Харків: ХНАДУ. 2017. № 3(18). Т.1. С. 92-97. URL: <https://tinyurl.com/pogsteshkrasn>.
2. Крисунов І. О. Сучасні тенденції розвитку готельного господарства Харківського регіону. *Збірник наукових статей магістрів. ННІ харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу*. Полтава: ПУЕТ. 2020. С. 38-43. URL: <https://tinyurl.com/krisunov>.
3. Радіонова О.М., Тімакова Г.В. Аналіз сучасного стану готельного бізнесу в Харківському регіоні. *Економіка і суспільство*. 2018. № 14. С. 626-631. URL: <https://tinyurl.com/radionovatimakova>.
4. Сегеда І. В., Гордієнко В. А. Розвиток готелів та аналогічних засобів розміщення Харківської області. *Актуальні проблеми економіки, обліку, фінансів та права: теорія і практика: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (16 грудня 2022 р.)*. Житомир: ЦФЕНД. 2022. С. 26-28. URL: <https://tinyurl.com/segedagordienko>.
5. Крайнюк Л.М., Полчанінова І.Л., Поколодна М.М. Екологічна стійкість індустрії гостинності харківського регіону: сприйняття туристами еко-відповідальних практик засобів

розміщення. *Проблеми та перспективи розвитку підприємництва*. 2019. № 23. С. 100-117. URL: <https://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2019.23.0.100>.

6. Свечкарьова Д. А. Проблеми готельного господарства м. Харкова. *Сучасні напрямки розвитку економіки і менеджменту на підприємствах України: Збірник матеріалів III всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених (14 грудня 2017 року)*. Харків. ХНАДУ, 2017. С. 187-189. URL: <https://tinyurl.com/svechkarova14122017>.

Копейченко Євген,

здобувач, 241 Готельно-ресторанна справа
Науковий керівник: Стригуль Лариса, к.е.н., доцент
НТУ «Харківський політехнічний інститут»

ПРОБЛЕМИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Ресторанна галузь представляє собою тип економічної діяльності, яка спрямована на надання послуг споживачам у задоволенні харчових потреб, з організацією дозвілля або без нього. Цей вид господарства сприяє оптимізації використання ресурсів та збільшенню вільного часу клієнтів. Механізація процесів на рестораних підприємствах призводить до значного зменшення витрат праці на готування та сервірування страв, що в 4-5 разів менше порівняно з домашніми умовами [1, 2].

Існує багато факторів, які впливають на розвиток ресторанного бізнесу. Очевидно, успішність функціонування ресторанів залежить від конкретної аудиторії, яка відвідує заклади громадського харчування, а також від рівня конкурентоспроможності окремих ресторанів на ринку гастрономічного бізнесу [3, с. 133].

У надзвичайно складний період функціонування української держави, вітчизняний бізнес зазнав величезних втрат. Одним із секторів економіки, який постраждав найбільше, є галузь гостинності. Цей сектор не встиг оговтатися від наслідків пандемії, і отримав сильний удар у свою діяльність.

Ресторанний сектор сам по собі є високо вимогливою сферою, з урахуванням великої конкуренції, вразливості до зовнішніх впливів та потреби в постійній увазі. Останнім часом цей сегмент пережив важкі часи через пандемію COVID-19, і тепер зазнає кризи через війну в Україні.

Ресторанний бізнес випробував надзвичайну складність. Економічна криза, викликана пандемією COVID-19, відчутно вразила галузь ресторанного бізнесу. Це призвело до зменшення доходів, закриття малих і середніх підприємств, масового безробіття, накопичення боргів у підприємств, спаду попиту та зростання рівня інфляції. У перші дні війни в Україні зупинила свою діяльність 80% закладів громадського харчування [4, с. 214].

Збереження підприємства під час війни – складне завдання, особливо для галузі гостинності, яка вважається одним з ключових секторів для відновлення національної економіки. Навіть у складних умовах воєнного конфлікту цей сегмент господарства повинен продовжувати свою роботу та активно відновлюватися.

Сприятливість управління ресторанним бізнесом під час кризи ускладнюється через одночасний вплив різних факторів: втрата клієнтів, зростання вартості продуктів, скорочення грошових потоків, нестачу робочої сили та зміни в партнерських відносинах. Усе це призводить до стресу та невизначеності. Деякі ресторатори негайно скорочують операційні витрати: зменшують штат працівників, встановлюють жорсткий контроль над витратами на їжу та відходи, змінюють асортимент меню, зменшуючи позиції, які вимагають великих витрат або складні у здобутті інгредієнти. Також вони раціоналізують споживання енергії, переходячи на більш економні освітлювальні прилади, оптимізуючи простір для зберігання продуктів у холодильниках і морозильних камерах та контролюючи системи кондиціонування повітря [5].

Максимальне використання усіх резервів, можливостей та талантів для забезпечення життєздатності свого бізнесу стало основним завданням для кожного власника ресторанного бізнесу. Введення строгих заходів через воєнний стан призвело до необхідності створення нових моделей розвитку підприємницької діяльності, які відповідали б сучасним умовам життя. Незважаючи на це, галузь ресторанного бізнесу повинна функціонувати, сприяючи економічному зростанню в Україні та загалом виступаючи як засіб для сталого розвитку суспільства.

Планування розвитку – це один з ключових елементів управління підприємством, що характеризується високим рівнем інновацій, значним ризиком та здатністю швидко адаптуватися до змін у зовнішніх умовах. Саме тому в сучасних умовах важливо досліджувати аспекти управління в ресторанному бізнесі та розробляти рекомендації для оптимальних управлінських рішень у цій галузі [6, с. 73].

Серед нових тенденцій, які набули актуальності під час кризи та очікуються мати вплив на галузь ресторанного бізнесу у найближчому майбутньому, можна виділити наступні:

1. Зростання популярності доставки їжі та готування страв для виносу.

2. Цифрові технології та автоматизація процесів.

3. Зменшення асортименту страв, фокус на конкретному продукті, відмова від імпортованих товарів на користь місцевих, зменшення запасів продуктів та відмова від великих приміщень.

Залежно від того, наскільки сильно криза вплинула на ресторанний бізнес, можуть бути обрані різні стратегії дій [6].

Складні умови змушують власників ресторанів шукати нові шляхи співпраці, удосконалювати партнерські зв'язки та обмінюватися ресурсами для досягнення взаємовигідних угод та конкурентних переваг. Для подальшої успішної роботи в умовах кризи рестораторам необхідно використовувати свій підприємницький досвід, застосовувати методи дизайн-мислення, бути творчими та гнучкими. Вони усвідомлюють, що держава не може надати фінансову підтримку через великі видатки на оборонні потреби та соціальне забезпечення, тому вони взяли на себе всю відповідальність та розраховують тільки на себе. Найстійкіші підприємці реагують на кризу інноваційними рішеннями та новаторськими послугами.

Отже, зважаючи на економічну специфіку галузі ресторанного бізнесу, можна зробити висновок, що для ефективного управління ресторанним бізнесом необхідно визначити чітку мету його функціонування та використовувати сучасні методи управління цією сферою. Важливо також розробити стратегії, які допоможуть підприємцям оцінити майбутню діяльність своїх підприємств, оцінити ризики та проаналізувати зміни на ринку послуг.

Список використаних джерел:

1. Дуляба Н. І., Ільчишин С. М. Проблеми та перспективи розвитку ресторанного господарства в індустрії туризму. *Ефективна економіка*. 2021. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9580> DOI: 10.32702/2307-2105-2021.11.106.

2. Сучасні тенденції розвитку міжнародного ресторанного господарства. *Економіка. Теорія і практика*. URL: <http://www.ekonomikam.com/ecfins-594-1.html>.

3. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М., Холодок В.Д. Основні тенденції розвитку ресторанного господарства України в сучасних умовах. *Вісник ХНУ імені Каразіна*. 2021. Вип.14. С. 133.

4. Васильчак С., Лояк Л., Загнибіда Р. Актуальні проблеми управління підприємствами сфери ресторанного господарства в сучасних умовах. Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування: тези доп. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (21 вересня 2022 року, м. Львів Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського. 2022. С. 214.

5. Можевенко Т. Ю., Камнєва А. В. Тенденції розвитку менеджменту підприємств ресторанного бізнесу. *Держав та регіони. Серія: економіка та підприємництво*. 2021. №4 (121). С. 72-75. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2021/4_2021/13.pdf.

6. Процак, К., Передрій, М. Ресторанний бізнес в умовах кризи: проблеми та напрямки розвитку. Економіка та суспільство, Випуск 44. *Мукачевський державний університет*. Мукачево. 2022. № 44. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1821>.

Копейченко Євген,

здобувач, 241 Готельно-ресторанна справа
Науковий керівник: Куниця Катерина. к.т.н., доцент
НТУ «Харківський політехнічний інститут»

УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ: ВІД СПА-ПОСЛУГ ДО БІЗНЕС-ЦЕНТРІВ

Сучасний готель уже давно перестав бути просто «тимчасовим житлом». Надання необхідних послуг гостям є сутністю готельного сервісу, що забезпечують гостям належний рівень задоволення їх побутових, господарських і культурних потреб, гарантуючи швидке, чітке, ввічливе та уважне обслуговування [3, с. 186].

Послуги готельної сфери вимагають великих капітальних вкладень, що підвищує ризик інвестицій, адже повернення інвестованих коштів можливе лише після кількох років прибуткової експлуатації [1, с. 156].

Для підвищення якості обслуговування клієнтів і конкурентоспроможності на міжнародному ринку готельного бізнесу, підприємства повинні забезпечувати не лише високий рівень комфорту, але й пропонувати широкий спектр додаткових послуг. Організація сервісу в готелях має базуватися не на попиті, а на пропозиції. Асортимент додаткових послуг постійно зростає [2].

Різноманітність додаткових послуг залежить як від рівня комфорту готелю, так і від його спеціалізації. Готелі можуть надавати додаткові послуги самостійно, використовуючи власну інфраструктуру, а можуть використовувати послуги інших підприємств на договірній основі (комунально-побутових, транспортних, банківських, торговельних тощо). До елементів інфраструктури готелю, що забезпечують можливість розвитку додаткових послуг, належать: фотоательє, більярд, обмін валют, конференц-зал, бізнес-центр, казино, паркування, пральня, хімчистка, перукарня, фітнес-центр, пункт першої медичної допомоги, сауна, обслуговування в номерах, бронювання авіаквитків, бронювання залізничних квитків, нічний клуб, казино, магазин і торговельні кіоски, кредитні картки, басейн. Сучасними тенденціями є те, що готелі прагнуть створити таку інфраструктуру для надання якісних додаткових послуг, щоб клієнт найбільше часу проводив у готелі, користуючись саме його послугами [6, с. 325].

Для підвищення якості надання готельних послуг в гостинній галузі слід враховувати додаткові послуги, які обираються із використанням ефективних маркетингових досліджень.

Перелік додаткових послуг може доповнюватися, змінюватися і диференціюватися. Найчастіше готелі пропонують своїм гостям скористатися послугами підприємств харчування, продуктового та сувенірного магазинів, торгових автоматів тощо [4, с. 117].

Для середніх і великих туристичних комплексів, таких як тур-готелі, повно-сервісні готелі та інші, із середнім і високим рівнем комфорту характерний широкий спектр додаткових послуг. Сюди входять: громадське харчування; магазини та торговельні автомати; розважальна інфраструктура; екскурсійне обслуговування та послуги гідів-перекладачів; продаж квитків на театральні вистави, циркові шоу, концерти та інші заходи; транспортні послуги; купівля і доставка квітів; продаж сувенірів, листівок та іншої друкованої продукції; побутове обслуговування; послуги салону краси; сауна, лазня, басейни та тренажерний зал; оренда залів для переговорів і конференц-залу; послуги бізнес-центру.

З огляду на можливі потреби лілових гостей доцільно буде в подальшому розширити асортимент додаткових послуг створивши наступні: послуги гіда-перекладача/перекладача; прокат авто (з водієм або без); чищення взуття; чистка одягу; магазин електро-, комп'ютерних

та канцелярських товарів; налаштування гаджетів; більярдна; кімната дитячого відпочинку та няня; купівля і доставка квітів; сувенірна крамничка.

Незважаючи на розмаїття асортименту додаткових послуг, їх доцільно розділити на групи [5].

I. Залежно від сфери задоволення попиту:

1. Послуги, які покращують знаходження гостей у готелі та туристичній зоні: інформаційні послуги; комунальні та побутові; посередницькі; сервіси для автотуристів; надання друкованих матеріалів і настільних ігор; продаж різних товарів; прокат спортивного та пляжного обладнання, друкарських машинок, автомобілів, техніки для копіювання тощо; зберігання кореспонденції та цінностей.

2. Послуги, які розширюють знання туристів про регіон та країну (зустрічі, організація екскурсій, переглядів фільмів, святкових заходів на честь національних свят).

3. Послуги, які покращують комфорт у номерах, включають доставку закусок і напоїв, медичні та косметичні процедури, установку додаткового обладнання, організацію спортивно-оздоровчих заходів, а також створення умов для проведення конференцій тощо.

4. Послуги, які відповідають специфічним потребам гостей, таких як діячі мистецтва, спортсмени, бізнесмени та інші, включають надання музичних інструментів, особистого екскурсовода, перекладача, секретаря, а також оснащення телексом зв'язком, комп'ютером тощо.

II. За способом надання додаткові послуги можуть бути платними або безкоштовними.

Згідно з «Правилами користування готелями та аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг», готель повинен безкоштовно надавати клієнту такі послуги: виклик медичної(швидкої) допомоги, доставку кореспонденції до номера, будильник на зазначений час, а також забезпечення необхідним інвентарем відповідно до категорії готелю.

Співробітники готелю не мають права надавати платні додаткові послуги без згоди клієнта. Крім того, не допускається вимога надання одних послуг лише за умови обов'язкового отримання інших.

Система надання додаткових послуг у готелях охоплює такі етапи: планування та проведення рекламних заходів щодо послуг, організація прийому замовлень, контроль за їх виконанням або виконання замовлень, доставка послуг, а також організація розрахунків.

Готелі, які мають категорію 4 або 5* повинні самостійно надавати всі додаткові послуги, не залучаючи сторонні компанії. Для цього в них є добре розвинена мережа власних підрозділів (перукарню, ресторан, кафе, бар, відділення зв'язку та банку, крамниці, кіоски, хімчистку, касу з продажу квитків на всі види транспорту тощо), що виробляють і реалізують різноманітні додаткові послуги.

Готелі, які не можуть самостійно виконувати весь комплекс додаткових послуг, укладають договори на їхнє надання із відповідними комунально-побутовими, транспортними, банківськими, торговельними підприємствами, закладами культури та ін.

Додаткові послуги, подібно до основних, також потребують сертифікації. Процедуру обов'язкової сертифікації готельних послуг виконують акредитовані органи, які діють відповідно до встановлених норм у Системі сертифікації.

Отже, управління асортиментом додаткових послуг у готелях є ключовим фактором для підвищення рівня задоволеності клієнтів і конкурентоспроможності закладу. Правильне планування та постійна адаптація асортименту до потреб гостей дозволяють не тільки збільшити прибутковість, але й створити унікальний сервіс, що вирізняє готель серед інших. Ефективне управління включає аналіз попиту, гнучкість у пропонуванні нових послуг і підтримку високої якості обслуговування, що в сукупності сприяє довгостроковій лояльності клієнтів і зміцненню бренду готелю.

Список використаних джерел:

1. Байлик С. І. Організація готельного господарства: підручник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. 2015. 329 с.

2. Кузнецова Н. М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства : навч. посібник. Київ: Ін-т туризму ФПУ. 1997. 172 с.
3. Ладиженська Р.С. Конспект лекцій з дисципліни «Технологія обслуговування в готелях і туркомплексах» (для студентів 4 курсу усіх форм навчання за напрямом підготовки «Менеджмент»). Харків. нац. акад. міськ. госп-ва. Харків: ХНАМГ. 2010. 254 с.
4. Мартинов Д.Г., Золоухіна І.В. Розширення асортименту додаткових послуг в готелях: Сучасні напрямки розвитку економіки і менеджменту на підприємствах України: Збірник матеріалів III всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених (14 грудня 2017 року). Харків: ХНАДУ. 2017. 117 с.
5. Організація та технологія надання додаткових послуг в готелі. URL: <https://learn.ztu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=156585>.
6. Щоголева І. В. Технологія гостинності : навчальний посібник. Кропивницький: Вид-во ЛА НАУ. 2023. 353 с.

Лепетень Дар'я,
здобувач, 241 Готельно-ресторанна справа
Науковий керівник: Куниця Катерина, к.т.н., доцент
НТУ «Харківський Політехнічний Інститут»

СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ФОРМАТІВ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Діяльність ресторанних закладів стрімко розвивається та набуває популярності. Розвиток туризму зростає та попит на готельні та ресторанні послуги збільшується, тому важливим є сучасний розвиток форматів закладів готельного та ресторанного господарства. У сучасному світі закладами ресторанного господарства користується різні люди з різним рівнем достатку, оскільки існує багато закладів які відповідають вимогам клієнта [1, 2].

Потреби людей зростають, вони звертають увагу на асортимент блюд, якість обслуговування, інтер'єр, тому заклади ресторанного господарства повинні розуміти на яку аудиторію їм потрібно працювати, розуміти смаки та побажання клієнтів.

Ресторанний бізнес розвивається швидкими темпами та набуває різних форм. Така сфера бізнесу є конкурентної завдяки чому підприємства постійно розвиваються та вдосконалюються, щоб бути кращими. Ресторан – це заклад харчування з великим вибором страв, який включає перші, другі страви, десерти та напої.

Для досягнення успіху у ресторанному бізнесі потрібно мати чітку структуру управління, важливо правильно встановити співвідношення між ціною та якістю та постійно розвиватися.

Виділяють такі формати закладів ресторанного господарства:

- Street Food – вуличний фаст-фуд;
- Fast Casual – швидкий і демократичний;
- Fast Food – швидке харчування;
- Casual Dining – повсякденна трапеза;
- Free Flow – вільний рух;
- Slow Food – повільна їжа;
- Food court – ресторанний дворик;
- Quick Restaurant Service – швидко і щодня;
- Drive-throw – автокафе;
- Fine Dinning – елітні ресторани.

Розглянемо кожен формат закладів більш детально. Street Food – це заклади харчування, які пропонують сендвічі, бургери, чебуреки, млинці, пончики тощо. Дані заклади розміщуються переважно в людних місцях та доступні кожному, особливо популярні серед учнів та студентів. Перевагами даних закладів є можливість високого рівня обслуговування клієнтів [3-5].

Fast Casual – це заклади харчування, які пропонують за невелику ціну поїсти якісну їжу, замовлення клієнт може зробити біля барної стійки та офіціант приносить його до столика. В такому закладі кухня може бути відкритою, тому кожен може побачити як готуються блюда. Обслуговування в закладі такого формату швидке та має великий асортимент страв. Приємний інтер'єр у закладі та зручна упаковка їжі допомагає залучити більшу кількість клієнтів.

Fast Food – це заклади харчування, які надають страви швидко за невелику ціну. Зазвичай у таких закладах самообслуговування, рідко можна зустріти офіціантів. У закладі такого формату стандартизований інтер'єр, меблі, посуд, обладнання та асортимент продукції.

Casual Dining – це заклади харчування, до яких належать кондитерські заклади, кав'ярні, кафе тощо. Такі заклади мають сучасний інтер'єр та домашній затишок.

Перевагами таких закладів є зростаюча тенденція популярності демократичних закладів, відкриття невеликого закладу вимагає менших витрат, ніж створення великого ресторанного закладу [3-4].

Останнім часом збільшується кількість ресторанів такого формату, при цьому вони можуть бути різними за розміром та асортиментом страв. Такі заклади поєднують високий рівень інтер'єру та доступність для кожного клієнта.

Free Flow – це заклади харчування, які пропонують клієнтам вільно переміщатися по закладу з можливістю вибору страв та дивитися, як готується обране блюдо. Перевагами даного закладу є великий асортимент блюд, демократичні ціни. Наприклад, можуть пропонуватися такі страви: м'ясні, рибні, овочеві, сирні страви та запіканки. Асортимент страв постійно доповнюється. Такий заклад можуть відвідувати люди з різним рівнем доходу та з різними кулінарними смаками.

Slow Food – це заклади харчування, які використовують для готування страв лише натуральні та екологічно чисті продукти. Такий заклад забезпечує більш здорове харчування, а також зберігаються традиції національної та регіональної кухні.

Дані заклади підходять для людей, які слідкують за своїм здоров'ям з дотриманням балансу калорій, білків, жирів і вуглеводів. [6, 7].

Food court – це заклади харчування, які розташовуються в торгових центрах, готелях або в окремих закладах. У таких закладах можуть поєднуватися формати закладів ресторанного господарства. Такі заклади знаходяться у зручному місці, надають послуги харчування за доступними цінами та забезпечують комфортне середовище для спілкування.

Quick Restaurant Service – це заклади харчування, які швидко готують страви, офіціантів мало або немає. Такі заклади є доступними та зручно розташовані. Меню зазвичай просте, доступна ціна та обслуговування швидке.

Drive-thru – це заклади харчування, які дозволяють купити страву не виходячи з автомобілю. Такі заклади є зручними та доступними. Направлені на різних людей.

Fine Dining – це заклади харчування преміум класу, мають більш високу цінову категорію, дорогий інтер'єр, великий вибір страв і напоїв, високий рівень сервісу. Такі заклади спеціалізуються на авторській кухні та працює шеф-кухар. У закладах такого формату професійний персонал, який повинен розбиратися в меню [8].

Ресторанний бізнес є привабливим та перспективним напрямком розвитку. Ресторанні заклади вносять великий успіх у досягнення туристичного бізнесу. Можна виділити такі напрями розвитку ресторанного бізнесу:

- використання новітніх технологій: потрібно удосконалювати матеріально-технічну базу, пропонувати мобільні додатки для замовлення та встановлювати цифрове меню;
- удосконалення асортименту продукції, беручи до уваги смаки та побажання клієнтів;
- розвиток закладів зі здоровим харчуванням;
- поглиблення спеціалізації закладів ресторанного господарства;
- надання додаткових послуг [2, 5].

Таким чином, існує багато форматів закладів ресторанного господарства, які стрімко розвиваються. Розвиток ресторанного бізнесу залежить від вражень людей, які вони отримують у рестораних закладах, слід враховувати, що їх смаки змінюються. Ресторанне

господарство має широкі можливості для удосконалення, тому потрібно розвивати ресторанний бізнес.

Список використаних джерел:

1. Білоус С., Красько А., Безручко Л. Підвищення конкурентних переваг готельно-ресторанних та туристичних підприємств за допомогою методів менеджменту. *Економіка та суспільство*. (23). 2021. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/162>
2. Пересічна С.М., Авілов Д.Ю. Перспективи вдосконалення діяльності закладів ресторанного господарства. *Матеріали конференції МЦНД*, (16.12.2022; Вінниця, Україна), 34–36. URL: <https://archive.mcmd.org.ua/index.php/conference-proceeding/article/view/356>.
3. Поворознюк І. Роль та особливості розвитку ресторанного бізнесу в умовах кризи. *Економіка та суспільство*. (47). 2023. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2125>
4. Ресторанний сервіс як філософія закладів ресторанного господарства. URL: https://moodle.gi.edu.ua/pluginfile.php/99746/mod_resource/content/1/%D0%9B%2020.pdf.
5. Соколенко А. С. Організація ресторанного господарства : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 242 – Туризм. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. 2022. 120 с.
6. Колісниченко Т.О., Єрмакова А.О. Ресторанне господарство як складова туристичної галузі, його розвиток та сучасні тенденції. Матеріали міжнар. науково-практ. конф. «Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди». Київ, КНТЕУ 2016. С. 158-161.
7. Рябенка М. О. Перспективи розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*. Вип. 24. 2021.
8. Короткий конспект лекцій з дисципліни «Сучасні ресторани технології» студентам другого (магістерського) рівня вищої освіти денної (заочної) форми навчання спеціальності 181 Харчові технології. Харків : ДБТУ. 2023. 37 с.

Назаренко Марина,

здобувач, 241 Готельно-ресторанна справа
Науковий керівник: Куниця Катерина, к.т.н., доцент
НТУ «Харківський політехнічний інститут»

ФРАНЧАЙЗИНГ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: СТАНДАРТИЗАЦІЯ АСОРТИМЕНТУ ПОСЛУГ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ

Розвиток ринку громадського харчування в Україні зумовлений активним зростанням споживчого попиту на послуги. Вимоги масового споживача набагато вибагливіші, ніж раніше. Середній клас набирає силу завдяки власній споживчій культурі.

Швидкими темпами формується так званий новий середній клас. Так само на багатьох ринках набирають обертів групи споживачів, які критично ставляться до традиціоналізму та консерватизму.

Така споживча активність зумовлена стабільністю загальної економічної ситуації та тим, що потреба у послугах швидкого харчування стає невід'ємною частиною життя людей.

Франчайзинг є одним з успішних методів розвитку бізнесу для компаній, які прагнуть до подальшого зростання. З точки зору користувача франшизи, це засіб швидкого створення стабільного бізнесу. Мистецтво франчайзингу передбачає, що франчайзі ділиться з франчайзером частиною прибутку і частиною незалежності в обмін на переваги перевіреної концепції й методології ведення бізнесу з відносно відомим брендом.

Франчайзинг є однією з найпоширеніших форм ринкових відносин.

Підприємцям не потрібно нічого вигадувати, робити якісь розрахунки, створювати бізнес-план, адже все вже зроблено за них. Йому залишається лише придбати франшизу та дотримуватися встановлених умов праці.

Франчайзинг дозволяє ресторанному бізнесу швидко та успішно розвиватися. Він може залучити та успішно розширити місцеві підприємці, які хочуть. Приваблює місцевих підприємців, які хочуть розвивати свій бізнес під відомим і впізнаваним брендом, дозволяючи їм успішно розширювати свій бізнес.

Найбільш поширеною класифікацією є поділ франчайзингу на такі різновиди, як бізнес-франчайзинг і традиційний, або товарний, франчайзинг. Бізнес-франчайзинг є найбільш поширеним видом франчайзингу та полягає в тому, що франчайзер передає франчайзі не тільки право здійснювати свою діяльність під іменем франчайзі, а й комплексну систему ведення бізнесу. За таких умов франчайзі зазвичай надається підтримка на всіх стадіях розробки нової франчайзингової одиниці: вибір місця розташування, інструкції щодо основних бізнес-процесів, стандарти системи якості, маркетингові матеріали та інше. Окрім права використовувати бізнес-модель, франчайзер буде надавати франчайзі ліцензію на права інтелектуальної власності та ноу-хау та забезпечить навчання персоналу [1].

На сьогоднішній день є кілька напрямків франчайзингу на ринку громадського харчування: фаст-фуд, кав'ярні, ресторани, пивні, пекарні, доставки їжі та інші. Серед найбільш відомих піцерій можна виділити такі бренди як: Celentano, Domino's Pizza, Воссассіо, Mafia, Maranello. Лідерами мережі ресторанів швидкого обслуговування є, звичайно, McDonald's і KFC. Найвідомішими серед ресторанів японської кухні, що працюють по франшизі, є такі бренди, як Япошка, Суші&Япі, Якіторія, Roll-Club і Сушія. Серед відомих кав'ярень – Франс.уа, Sweater, Кулиничі, АромаКава, Cofe.in та багато інших. Також прикладами підприємств, які використовують франчайзинг бізнес-формату, є підприємства громадського харчування: «Білий налив», «Мушля», «FreshLine», «Франс.уа», «Grill Pub» та інші [3].

Франчайзинг в Україні регулюється певними статтями. За договором франчайзер не може встановлювати свої ціни, за якою товари чи послуги будуть продаватися.

А в свою чергу франчайзер повинен передати певну документацію, а за потреби й іншу інформацію, котра буде потрібна та передбачена договором.

Користувач зобов'язаний [2]:

- використовувати торговельну марку та інші позначення правоволодільця визначеним у договорі способом;

- забезпечити відповідність якості товарів (робіт, послуг), що виробляються (виконуються, надаються) відповідно до договору комерційної концесії, якості аналогічних товарів (робіт, послуг), що виробляються (виконуються, надаються) правоволодільцем;

- дотримуватися інструкцій та вказівок правоволодільця, спрямованих на забезпечення відповідності характеру, способів та умов використання комплексу наданих прав використанню цих прав правоволодільцем;

- надавати покупцям (замовникам) додаткові послуги, на які вони могли б розраховувати, купуючи (замовляючи) товари (роботи, послуги) безпосередньо у правоволодільця;

- інформувати покупців (замовників) найбільш очевидним для них способом про використання ним торговельної марки та інших позначень правоволодільця за договором комерційної концесії;

- не розголошувати секрети виробництва правоволодільця, іншу одержану від нього конфіденційну інформацію.

В договорі комерційної концесії можуть також бути передбачені особливі умови, зокрема [2]:

- обов'язок правоволодільця не надавати іншим особам аналогічні комплекси прав для їх використання на закріпленій за користувачем території або утримуватися від власної аналогічної діяльності на цій території;

- обов'язок користувача не конкурувати з правоволодільцем на території, на яку поширюється чинність договору, щодо підприємницької діяльності, яку здійснює користувач з використанням наданих правоволодільцем прав;

- обов'язок користувача не одержувати аналогічні права від конкурентів (потенційних конкурентів) правоволодільця;

- обов'язок користувача погоджувати з правоволодільцем місце розташування приміщень для продажу товарів (виконання робіт, надання послуг), передбачених договором, а також їх внутрішнє і зовнішнє оформлення.

Список використаних джерел:

1. Мартиненко О.О. Світовий досвід використання франчайзингу як ефективною моделі розширення бізнесу. *Бізнес Інформ*. Харків. 2018. № 9. С. 253-258.

2. Цивільний кодекс (№ 435-IV від 16 січня 2003 року, редакція від 23.11.2018 року). Ст. 1115-1129.

3. Сокол Н.А., Чвала Н.А. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. Харків: 2008. Вип.2(8). Ч.2. С.340-346.

Назаренко Марина,

здобувач, 241 Готельно-ресторанна справа

Науковий керівник: Стригуль Лариса, к.е.н., доцент

НТУ «Харківський політехнічний інститут»

ВПРОВАДЖЕННЯ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Поняття стартап з'явився в другій половині минулого століття, і поступово змінював та вдосконалював свій зміст, значення.

Вперше термін «стартап» почав використовуватися Forbes у серпні 1976 року і Business Week у вересні 1977 року для компаній з короткою історією діяльності. Поняття закріпилося в 1990-ті роки і широко розповсюдилось під час бульбашки доткомів. Творець методики розвитку клієнтів (англ. Customer development) американський підприємець Стів Бланк визначив стартапи як тимчасові структури, що існують для пошуку бізнес-моделі [1].

Стартап (англ. startup), стартап-компанія – нещодавно створена компанія (можливо, ще не зареєстрована офіційно, але планує стати офіційною), що буде свій бізнес на основі інновацій або інноваційних технологій, не вийшла на ринок або почала на нього виходити і що володіє обмеженими ресурсами. Часто стартап-компанії називають «гаражними». Інновації, на основі яких будують свій бізнес стартапи, можуть бути як глобальними (тобто бути інноваціями у всьому світі), так і локальними (тобто, бути інновацією в окремо взятій країні, але при цьому в інших країнах ця технологія вже не є інноваційною) [1].

На сьогодні стартап – це компанія, яка заснована на інноваційній ідеї, пов'язаній з використанням технологій. Стартапи відіграють значну та часом проривну роль у економіці, оскільки вони здатні створювати нові робочі місця та інноваційні продукти, посилюючи ринкову конкуренцію. Історично більшість сучасних технологічних гігантів починали саме, як невеликі стартапи, що підкреслює їхню важливість і потенціал для радикальної зміни бізнес-ландшафту.

При цьому основною характеристикою стартапів залишається те, що вони спрямовані на нещодавно запуснені та абсолютно нові проекти, впровадження інновацій без достатніх коштів для здійснення. Сьогодні концепція стартапу це не тільки спосіб виведення на ринок певних інноваційних ідей та розробок за допомогою коштів інвесторів, а й чи не один із найприбутковіших способів заробітку в усьому світі.

Однак, попри широке розповсюдження та популярність цієї теми, серед науковців та представників бізнесу, інвесторів, стартапів та інших зацікавлених сторін з інноваційними ідеями та бажанням втілити їх у життя, необхідно провести детальне дослідження.

Інновації в громадському харчуванні можна поділити на виробничі й невиробничі. Такий підхід має стати основою для створення та реалізації стартап-ідей.

Визначаючи особливості На думку П'ятницької Г.Т. та П'ятницької Н.О. є п'ять напрямів розвитку інноваційних процесів у ресторанному господарстві [2]:

- розширення сировинної бази: біологічно-активні добавки, вторинні продукти переробки море- та соєвих продуктів, екзотичні продукти, інше;
- використання прогресивних галузевих технологій;
- застосування автоматизованих систем контролю та управління, високоефективної контрольної-виміральної апаратури;
- нові технології та напрями у кулінарії, пов'язані з появою модних течій у ресторанному бізнесі, кухні: креативна, еклектична, вегетаріанська та інше;
- розробка асортименту конкурентоспроможних видів продукції із заданими споживчими властивостями, високими параметрами якості та послуг.

Ресторанний бізнес знаходиться в стані постійного вдосконалення та підвищення конкурентоспроможності, покладаючись безпосередньо на споживачів та їх уподобання, а також на співробітників, щоб гарантувати, що надається не тільки харчування, а й супутні послуги - розваги, доставка готової їжі. тощо постійно шукають нові інноваційні ідеї. Саме цей пошук активізує створення та реалізацію різноманітних інноваційних проєкт, у тому числі через стартапи.

Стартапи щодо готелів суттєво різняться країнами походження.

Пропозиції стартапів різняться за країнами залежно від наявних проблем. Так, у Кенії існує сервіс для попереднього заочного знайомства туристів із водіями таксі. У Болгарії актуальний додаток для оплати проїзду в суспільному транспорті. У ділових столицях популярні сервіси для денного поселення в готелях без ночівлі. У Греції туристичний ринок потребує складання рейтингів та формулювання рекомендацій щодо засобів розміщення. У курортній Бразилії актуальний сервіс із переглядом веб-камер із місць відпочинку. Для територій із переважання малого готельного бізнесу актуальними є стартапи з програмним, маркетинговим, бухгалтерським, технічним та іншими видами супроводу. Аналізуючи структуру узагальненого туристичного продукту в Україні, можна рекомендувати розроблення стартапів, які активізують пропозицію додаткових для готелів послуг. Можливе використання хмарних технологій, контекстних повідомлень, які використовують таргетинг за місцем знаходження туриста. Такі технології потребують смартфонів, ринок яких досить активний в Україні, що позитивно вплине на масовість пропозицій. На ринку онлайн-бронювання готелів в Україні існує високий рівень конкуренції, тому будуть привабливими пропозиції стартапів, які враховували б можливість електронної оплати та були безпечними [3].

У сучасних умовах ринку туристичних послуг необхідно діяти швидко. Потрібно привертати увагу споживачів, пропонуючи інноваційні продукти, які відповідають мінливим ставленням споживачів. Продукти включають екзотичні подорожі, екстремальні подорожі та освітні подорожі. Тому невеликі стартапи в цій сфері стають все більш популярними подорожі

Аналіз міжнародної практики свідчить, що індустрія туризму та гостинності зазнає суттєвої трансформації під впливом інноваційного підприємництва. Традиційні моделі функціонування економічних систем в сучасних умовах розвитку технологій, зростання конкурентної боротьби, а також викликів і загроз піддаються сукупності негативних чинників, тож, з'являються нові можливості, коли підприємці використовують технології, інноваційні підходи в умовах постійної зміни уподобань споживачів. За таких умов можна сформувати структуру інноваційного ландшафту індустрії туризму та гостинності. Під інноваційним ландшафтом варто розуміти певний простір для створення інновацій на основі кооперації,

колоборації й інтеграції організації науки, освіти і бізнесу, як рівних партнерів. Рамки інноваційного ландшафту визначаються межами інтегрованих структур знань, культури, обміну ресурсами й інформацією, а його розвиток – механізмами мережевої взаємодії [4].

Список використаних джерел:

1. Вікіпедія Українська. Стартап. URL: <https://www.wikidata.uk-ua.nina.az/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%BF.html>.
2. П'ятницька Г. Т., П'ятницька Н. О. *Інноваційні ресторани технології: основи теорії: навч. посіб.* К.: Кондор, 2013. 250 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/pjatnytska-irt.htm.
3. Безуглий І. В. Перспективні напрями розроблення стартапів у туризмі. *Економіка та управління національним господарством*. Випуск 33. 2019. С-55-62. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/33_2019_ukr/10.pdf.
4. Несторишен І., Петльовий М. Особливості сучасного підприємництва в індустрії туризму та гостинності. *Development Service Industry Management*, (3), 62–67. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3\(9\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3(9)).

Ніколаєва Олександра,

здобувач, 241 Готельно-ресторанна справа

Науковий керівник: Куниця Катерина, к.т.н., доцент

НТУ «Харківський Політехнічний Інститут»

РОЗВИТОК БАРНОЇ СПРАВИ ВІД ТРАДИЦІЙ ДО СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Попередниками барів були різноманітні кафе, які виникли у Новому Світі у зв'язку з переселенням голландців, іспанців, португальців. Зазвичай ці заклади склалися з двох частин: буфету та простору для публіки, відокремленого бар'єром. Звідси і пішла назва «бар». У кінці 19 ст. бари почали модернізуватися. Замість дерев'яних прилавок з'являються буфетні стійки, виготовлені з металу або цінного дерева. Тим не менше, стільців не було, бо господар бару не хотів, щоб клієнти «засиджувалися» надовго. Згодом до стійки бару були додані високі табурети і, по суті, стали стандартом для всіх барів. Тепер і на комфортабельних літаках і великих трансатлантичних лайнерах є бари, які є розкішними та добре забезпеченими. Як відомо, бари організовані по-різному в кожній країні. У Чехії, наприклад, у більшості міст є безалкогольні бари, що пропонують різноманітні безалкогольні напої. Ці бари часто є своєрідними розважальними центрами для молоді, з місцями для танців і музичних гуртів. В італійських містах бари більше схожі на кафетерії з кількома столиками, швидкими кавовими автоматами, випічкою, солодощами та морозивом. Зазвичай там можна замовити різноманітні безалкогольні напої. У Великобританії та скандинавських країнах поширені молочні бари з центральною стійкою з міксером для приготування коктейлів. Залежно від різноманітності запропонованих послуг, комфорту і форми обслуговування, бари можна розділити на наступні категорії: люкс, вищий, перший.

Напої є невід'ємною частиною обіднього столу. Протягом століть різні країни, в тому числі й Україна, виробляли різноманітні напої, названі на честь місцевих інгредієнтів, традицій і звичаїв та адаптовані до місцевих умов. Квас і мед – в Україні, щербет – на Близькому Сході, айран – у степах і горах Азії, зелений чай – у пустелі, чорний чай – всюди від гори Фудзі до туманного Альбїону.

Творчість людства у створенні різних напоїв безмежна. Світова колекція рецептів змішаних напоїв включає різні вина, чайні та кавові настої, натуральні фрукти і фруктові соки, молоко, вершки, морозиво, фрукти і ягоди, мед, цукор, ячні жовтки і білки, кубики льоду, коньяк, ром, віскі та багато іншого, і налічує понад 4000 найменувань.

Сьогодні ринок барних послуг не обмежується високою якістю продукції та культурою обслуговування. Спостерігається рух у бік зміни концепції закладу, що відноситься до категорії «бар». З'являються незвичайні бари з точки зору концепції, архітектурних

особливостей, місця розташування та позиціонування в міській мережі. З'являються вузькоспеціалізовані бари не лише за асортиментом алкогольних та безалкогольних напоїв, але й за кулінарним меню. Інноваційні процеси включають технології виробництва змішаних напоїв та методи обслуговування клієнтів, включаючи оплату, які демонструють споживачам наслідки застосування молекулярних технологій у барній справі. Всі ці процеси мали певний вплив на розвиток барного бізнесу та ресторанного господарства в цілому.

Разом із сучасним розвитком ресторанного бізнесу, організація барів як невід'ємної частини ресторанного бізнесу також отримала подальший розвиток. Хоча в більшості випадків бари функціонують як частина готелю або ресторану, в останні роки бари почали відкриватися як незалежні ресторани, в тому числі бари зі специфічною спеціалізацією (спортивні та ігрові бари, караоке, арт- і розважальні бари тощо). В результаті таких концептуальних рішень бари з'являються в незвичайних місцях по всьому світу. У глибоких печерах, на дахах хмарочосів, всередині дерев, на верхівках високих труб, у пустелях, під водою, у повітрі тощо. У Швейцарії є бари, де всі стіни та меблі зроблені з фрагментів людських кісток, а в Швеції та Китаї - навіть посуд зроблений з льоду. Є бари з інтерактивною барною стійкою, де можна писати і відправляти замовлення бармену, і бари зі стінами, які змінюють колір у певному режимі. У Львівській області є бар «Вічність» з величезною архітектурою, що нагадує домовину, і меню з відповідною концепцією. Як архітектурний експеримент у Києві з'явився «Кабачок на бочок», де будівля ніби лежить на бічних стінах, в Японії будують мережу барів на деревах, а нещодавно такий бар з'явився в Одесі. Основне призначення барів - задовольнити потребу споживачів випити і поспілкуватися з друзями в приємній атмосфері. Для задоволення потреби у споживанні алкогольних та безалкогольних напоїв (у тому числі змішаних) бари створюють різні смакові комбінації та пропонують своїм гостям нові та незвичні смакові відчуття. Водночас, створення нових смакових поєднань сприяє зміцненню здорового способу життя, особливо серед молоді. Такі цінності поширені в Західній Європі і все частіше стають трендом серед молоді, в тому числі студентської, в Україні. У світі вже давно панують інноваційні технології, і це стосується також барного бізнесу. «Молекулярні коктейлі» стали дуже популярними в меню модних барів в останні роки. Ці коктейлі відрізняються незвичайними ароматами квітів, овочів і навіть тютюну, диму і шкіряних есенцій, концентрацією і кольором рідини, формою коктейлю і способом його подачі. До традиційного робочого процесу бармена додався новий вид мистецтва – фристайл-флейринг, коли коктейлі готуються з елементами жонглювання.

Це символ творчої роботи бармена, міні-вистава, яка приваблює клієнтів і приносить додатковий дохід для бізнесу. Бармени – знавці багатьох рецептів і рецептур, певною мірою артисти і психологи, що підвищує цінність таких фахівців в очах роботодавців, і, як наслідок, вони, швидше за все, матимуть найбільше постійних клієнтів у своєму закладі. Щирість, вміння викликати інтерес до закладу, здатність заворожувати мистецтвом приготування та подачі напоїв і при цьому мати психологічний вплив на людей – це великий талант, яким повинен володіти бармен.

Список використаних джерел:

1. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури. 2017. 280 с.
2. П'ятницька Г.Т. Інноваційні ресторани технології: основи теорії: навч. посіб. 2013. 250 с.

Ніколаєва Олександра,
здобувач, 241 Готельно-ресторанна справа
Науковий керівник: Стригуль Лариса, к.е.н., доцент
НТУ «Харківський політехнічний інститут»

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Сьогодні досягнення в галузі штучного інтелекту впливають на кожен аспект людського життя, в тому числі й на ресторанний бізнес. Адже вони надзвичайно чутливі до змін у навколишньому середовищі та потребують постійного вдосконалення своєї діяльності, щоб залишатися конкурентоспроможними. Саме штучний інтелект дозволяє їм ефективно працювати на ринку ресторанних послуг, впливати на попит та збільшувати прибутки. Тому впровадження та реалізація штучного інтелекту в ресторанному бізнесі є актуальною темою.

Штучний інтелект (ШІ, англ. artificial intelligence, AI) – розділ комп'ютерної лінгвістики та інформатики, який швидко розвивається, і зосереджений на розробці інтелектуальних машин, здатних виконувати завдання, які зазвичай потребують людського інтелекту. Ці завдання можуть варіюватися від простих дій, як-от розпізнавання мови чи зображень, до більш складних завдань, як-от ігри чи керування автомобілем [1].

Завдяки здатності імітувати роботу людського мозку та використанню технології розпізнавання голосу, штучний інтелект стає потужним інструментом у багатьох сферах людської діяльності. Немає сенсу порівнювати швидкість, з якою працює людина, і функції, які штучний інтелект може виконувати одночасно. Технології, засновані на функціях штучного інтелекту, проникають не тільки в соціальну сферу та приватний бізнес, а й в системи управління державними установами. Автоматизовані форми подання фінансової звітності до державних органів та контроль за діяльністю компаній через відповідні автоматизовані програми стали звичним явищем у рамках співпраці між суб'єктами господарювання.

У багатьох випадках туристичні гіді замінюються автоматизованими путівниками, які дозволяють вибрати бажану мову та голосову підтримку з технічною можливістю ставити запитання та отримувати відповіді. Все це свідчить про те, що штучний інтелект щодня змінює те, як ми організуємо і ведемо наш бізнес. Щоб залишатися конкурентоспроможними на ринку, важливо не пропустити момент, коли з'являються нові технічні та технологічні рішення.

В індустрії гостинності ШІ використовують у ресторанах, щоб приймати замовлення та підвищувати їхню конкурентоспроможність. Штучні боти також широко використовуються в Google Assistant і Amazon для спілкування з людьми. Неважко передбачити, що через кілька років віртуальні помічники зможуть здійснювати операції з продажу між компаніями в різних країнах. Компанія «Starbucks» зараз використовує послугу штучного інтелекту для електронного замовлення. Так, програмні продукти APL підтримують голосове управління та можуть замінити прийом замовлень. Використання штучного інтелекту значно скоротить час на очікування, надаючи клієнтам кращий сервіс під час формування замовлення. Формування заявки та передачі даних у базу замовлень одночасно економить трудові ресурси, економить час і створює компанію більш інноваційною [2].

Зміна методології бізнес-процесів викликана постійним розвитком цифрових технологій. Автоматизація обслуговування клієнтів у сферах гостинності та розваг покращує якість обслуговування клієнтів. Таким чином, гість стає більш задоволеним і готовий витратити гроші, щоб отримати емоції. Таким чином, якісні характеристики, які є основною конкурентною перевагою на ринку, можуть покращитися за рахунок інновацій, спрямованих на діджиталізацію засобів та інструментів, за допомогою яких компанія обслуговує клієнтів.

Окрім залучення нових сегментів клієнтів, «розумні кіоски» зі штучним інтелектом можуть розпізнавати обличчя споживачів, які купують товари та послуги, і пропонувати їм

попередньо відібрані пропозиції. Використання клієнтської історії в бізнес-процесах і миттєва обробка даних про кожного клієнта скорочує процес обслуговування до 10 секунд. Штучний інтелект прогнозує майбутні очікування користувачів, передбачаючи побажання гостей та клієнтів.

Звісно, впровадження гіперперсоналізації у діяльності компаній, змушує їх стикнутись з певними викликами, до яких належать:

1. Виклики, пов'язані із конфіденційністю і етикою. Компанії повинні впевнитись, що їх зусилля з персоналізації відповідають очікуванням гостей, нормам збору і обробки, а також правилам захисту і відповідального використання даних.

2. Виклики, пов'язані із надмірною персоналізацією. Компанії повинні переконатись, що персоналізація не порушує особисті кордони клієнтів і не викликає відчуття, що їх конфіденційність порушується.

3. Виклики, пов'язані із надмірною залежністю від ШІ. Компаніям слід дотримуватись балансу між автоматизацією і людським інтелектом, задля створення емоційно насиченого клієнтського досвіду та уникнення упередженості щодо певних категорій клієнтів, що виникають у системах ШІ.

4. Виклики, пов'язані із складністю впровадження технологій ШІ, в основному спричинені необхідністю оновлення програмного забезпечення та технічних засобів, а також навчання персоналу, задля забезпечення інтеграції ШІ технологій в існуючі процеси [3].

Виконання кадрових обов'язків є важливою функцією штучного інтелекту, яке легко замінює цілі відділи та службу компанії. Підбір висококваліфікованих працівників є одним із підсумкових етапів становлення підприємства як конкурентоспроможної компанії з гарним брендом.

Штучний інтелект добре працює в цьому полі, коли підбирає персонал за допомогою обробки великої кількості даних, створюючи та прогнозуючи алгоритми дій, які враховують фахову кваліфікацію, отриманий досвід, тип і характер поведінки клієнтів. Сортування резюме та відбір найбільш привабливих пропозицій створюється за допомогою штучного інтелекту для пошуку кадрів і розміщення оголошень на найпопулярніших сайтах за лічені секунди [4].

Такі технології дозволяють отримати конкурентну перевагу, завойовуючи більші сегменти ринку. Наявність таких технологій у системі обслуговування мають найкращий економічний ефект, а також соціальне та емоційне задоволення гостя.

Отже, для такої моделі організації та впровадження бізнесу використання штучного інтелекту та цифрових технологій є невідкладним. Скорочення витрат на оплату праці за рахунок автоматизації процесів обслуговування прибутку та рентабельності організації.

Список використаних джерел:

1. Вікіпедія Українська. Штучний інтелект. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A8%D1%82%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82.

2. Краковецький О. Перегони штучного інтелекту: що таке ChatGPT і кому він може стати в пригоді. Mind. 2023. URL: <https://mind.ua/openmind/20252628-peregoni-shtuchnogo-intelektu-shcho-takechatgpt-i-komu-vin-mozhe-stati-v-prigodi>.

3. Шейко Ю. Штучний інтелект як інструмент персоналізації послуг індустрії гостинності. *Економіка та суспільство*. 2024. 64. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-68>.

4. Смерека Є. Штучний інтелект для бізнесу: які завдання здатен вирішувати та в яких галузях допомагає. Mind. URL: <https://mind.ua/publications/20254126-shtuchnij-intelekt-dlya-biznesu-yakizavdannya-zdaten-virishuvati-ta-v-yakih-galuzyah-dopomagaе>.

Петрунчак Денис

здобувач третього (аспірантського) рівня вищої освіти, 011 Освітні, педагогічні науки
Українського державного університету імені Михайла Драгоманова,
викладач
Київського фахового коледжу туризму та готельного господарства

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ

Одним з основних факторів успішної діяльності закладів готельно-ресторанної сфери є дизайн інтер'єру, що формує імідж ресторану або готелю в очах потенційних гостей та клієнтів.

Формування сучасного інтер'єру відзначено масовим зростанням самих закладів сфери обслуговування, а також різноманітним образно-художнім і об'ємно-просторовим рішенням інтер'єрного середовища, на основі яких виокремились певні тенденції.

На порозі 2025 року світ дизайну інтер'єрів продовжує розвиватися, і готельно-ресторанна індустрія не є винятком. Власники ресторанів та готелів разом з дизайнерами завжди знаходяться в пошуку нових інноваційних способів привернути увагу клієнта і створити незабутні враження від вечері або проживання. Розглянемо основні популярні тенденції, що прослідковуються в дизайні інтер'єрів сучасних закладів готельно-ресторанної сфери.

1. Екологічність.

В останні роки екологічність стала рушійною силою в дизайні інтер'єрів, і очікується, що ця тенденція збережеться і у 2025 році. Власники ресторанів все частіше використовують екологічно чисті елементи дизайну, такі як меблі з переробленого дерева, енергоефективне освітлення та живі зелені стіни. Екологічно чисті матеріали і методи виробництва не тільки привабливі для відвідувачів, що піклуються про навколишнє середовище, але і сприяють зниженню довгострокових експлуатаційних витрат.

Готельна індустрія також тяжіє до більш екологічного дизайну та послуг. Все більше готелів використовують природні будівельні матеріали, впроваджують світлодіодне освітлення в номерах і встановлюють пристрої для економії води, сонячні панелі, автоматичне освітлення і кімнатні датчики для зниження енергоспоживання.

Окрім цього, сучасні клієнти цінують зв'язок з природою і віддають перевагу готелям із зеленими насадженнями. Це тенденція, яка по-різному впливає на дизайн готелів. Архітектори проектують вестибюлі та номери з вікнами від підлоги до стелі, щоб подарувати гостям відчуття зв'язку з навколишнім світом, навіть якщо готель розташований у центрі міста. Готелі використовують натхненні природою тони, текстурні форми та екологічно чисті матеріали в дизайні своїх номерів та інтер'єрів, щоб допомогти гостям емоційно зв'язатися з простором. Іноді вони також додають зелені насадження, такі як сади та панорамні тераси з барами та ресторанами, щоб забезпечити гостям унікальний досвід на свіжому повітрі.

2. Комфорт і затишок.

Відвідувачі все ще надають пріоритет комфорту, а дизайнери ресторанів у відповідь пропонують зручні крісла, м'які текстури та теплу кольорову палітру. Банкетки, великі подушки і м'які крісла створюють відчуття затишку, спонукаючи гостей затриматися і насолодитися трапезою. Ресторани також використовують елементи домашнього затишку, такі як декоративні килимки та м'яке освітлення, щоб створити затишну атмосферу.

3. Злиття стилів.

У 2025 році в ресторанах та готелях також очікується злиття різних стилів дизайну. Еклектичний підхід включає елементи різних епох та культур для створення візуально привабливих та унікальних просторів. Наприклад, меблі вікторіанської епохи можуть поєднуватися з сучасним промисловим освітленням, а традиційні азіатські мотиви – зі скандинавським мінімалізмом. Ця тенденція дозволяє закладам готельно-ресторанної сфери розповідати «історію» через власний дизайн, викликаючи інтерес і розмови у відвідувачів [1].

4. Гармонія з минулим і майбутнім.

Інтер'єри ресторанів та готелів у 2025 році можуть бути дослідженням часу. Від ретро-стилів, натхненних десятиліттями минулого століття, до футуристичних дизайнів, які пророкують майбутнє. Заклади створюють атмосферу, яка об'єднує минуле і майбутнє в дивовижній гармонії.

5. Гнучке планування та мультифункціональність.

В результаті пандемії COVID-19 готелі та ресторани були змушені адаптуватися і бути більш гнучкими в оформленні. На сьогодні така адаптивність є невід'ємною частиною дизайну інтер'єрів закладів готельно-ресторанної сфери. Ресторани можуть адаптуватися до мінливих уподобань клієнтів і підтримувати соціальну дистанцію, використовуючи рухомі перегородки, модульні меблі та універсальну розстановку сидячих місць. Тут можна організувати бізнес-заходи, весілля або мистецтвознавчі виставки, забезпечуючи дивовижне розмаїття у використанні простору.

Нові тенденції в дизайні інтер'єру готелів та зонуванні номерів також спрямовані на створення більш гнучких просторів. Вестибюлі готелів стають приміщеннями змішаного призначення, щоб задовольнити потреби нових гостей, з великим акцентом на громадське використання, відкриті простори та зони, придатні для гнучкої роботи, проведення конференцій та заходів. Нові вестибюлі готелів створені для комфорту та відпочинку: це місця, де гості можуть випити кави, поспіяти, попрацювати, посидіти за ноутбуками або просто поспілкуватися зі своїми друзями, колегами чи іншими гостями. Найкращі готелі майбутнього будуть все більше нагадувати сучасні вітальні, призначені для відпочинку та спілкування.

6. Екологічне освітлення.

Освітлення має вирішальне значення для створення настрою та атмосфери в дизайні інтер'єру ресторану. У наступному році очікується сплеск використання екологічно чистих світлових рішень. Світлодіодні світильники, які є одночасно енергоефективними і довговічними, набирають популярність. Динамічні схеми освітлення, які змінюються протягом дня, імітуючи природне сонячне світло, також можуть покращити якість вечері.

Стосовно номерів готелів ця ідея має кілька аспектів: установка датчиків присутності в приміщеннях, в які заходять час від часу – зокрема, в санвузлі, у ванній; димерні світильники, за допомогою яких постояльці зможуть самостійно вибирати характер освітлення; світильники з різними відтінками світла – наприклад, вранці холодні відтінки додають бадьорість, а ввечері тепле світло розташовує до відпочинку, допомагає розслабитися [2].

7. «Біофільний» дизайн.

Вже декілька років одна з головних тенденцій, яка посилилася з пандемією, пов'язана з необхідністю легкого доступу до природи. Інтер'єри, натхненні природою, стають все більш популярними, оскільки все більше ресторанів прагнуть зробити терасу на свіжому повітрі. Біофільний дизайн включає природні елементи, такі як дерево, камінь та водні об'єкти, щоб створити гармонійну та заспокійливу атмосферу. Використання великих мансардних вікон та внутрішніх садів покращує зв'язок відвідувачів із природним освітленням, сприяючи розслабленню та покращенню самопочуття. Додавання рослин в інтер'єрі готелів допомагає створити затишок і покращує якість повітря в номері. Природна колірна гамма, мансардні вікна, «живі» стіни, акваріуми: все це використовується, щоб підвищити рівень продуктивності, стресостійкості і щастя гостей.

Біофільний інтер'єр – це спроба штучно створеного людиною світу максимально наблизитися до світу природного. Це заспокійливі природні тони, що імітують колірні схеми пляжів, тропіків, лісових галявин, туманних гір. Це плавні форми, що нагадують природні ландшафти і вигини рослин, які приймають меблі, килими, світильники, дверні рами і декоративні елементи. Це велика кількість природного світла і повітря. Це підкреслено природні матеріали: грубе дерево, джут, ротанг, пробка, камінь, глина, текстиль з натуральних волокон. Це фактури, що імітують природу: килимки, прикидаються мохом або м'якою

луговий травою. Це також продумана система кондиціонування, вентиляції та зволоження повітря.

8. Мінімалізм і функціональність.

Мінімалізм залишається популярним трендом, так як він сприяє створенню чистих і функціональних просторів. Основні принципи мінімалізму в дизайні готелю: простота форм і ліній (відсутність зайвих декоративних елементів, що створює відчуття свободи і простору), нейтральні колірні палітри (використання світлих і спокійних відтінків, які візуально розширюють простір), багатофункціональна меблі (елементи інтер'єру, які можуть виконувати кілька функцій, допомагають оптимізувати простір і зробити його більш зручним для гостей).

9. Художнє самовираження.

В наш час ресторани та готелі використовують мистецтво як основний елемент у дизайні своїх інтер'єрів. Мистецтво надає закладу характеру та особистості, будь то використання фрески, скульптури чи цікавої інсталяції. Багато ресторанів об'єднуються з місцевими художниками, щоб продемонструвати свою роботу, виховуючи почуття спільності та підтримуючи мистецтво. Художники та дизайнери тісно співпрацюють, щоб створювати унікальні арт-інсталяції, графічні візерунки та скульптури, що надає просторам неповторну естетику.

В оформленні готельних інтер'єрів відбудеться зміщення акценту в бік елегантності. Все більше використовуються сміливі, багатошарові текстури і колірні рішення, часто натхненні творами мистецтва. Це робить інтер'єри не лише красивими, а й унікальними, що привертає увагу гостей і створює неповторну атмосферу.

10. Сенсорні та смакові враження.

Дизайн закладів готельно-ресторанної сфери починає включати все більше чуттєвих елементів, створюючи простори, які викликають певні почуття та апетит. Аромати, звуки і навіть текстури стають частиною дизайну, щоб посилити кулінарні враження. Інтер'єри ресторанів більше не обмежуються лише столами та стільцями – вони є платформою для творчості та створення унікального досвіду. Ці тенденції підкреслюють, що ресторани можуть бути не тільки місцями для їжі, але й джерелами натхнення та радості для гостей [1; 3].

11. Етнодизайн.

Використання етнодизайну в готельно-ресторанних комплексах є важливим чинником для примноження і збереження національної культури. Етнокультурні досягнення світової і національної культури містять багатий арсенал національних традицій, культурних і духовних цінностей та відповідних художньо-архітектурних засобів. Етнодизайн в інтер'єрі готельно-ресторанних комплексів передбачає створення обстановки із застосуванням національного колориту, що характерний для традицій певної культури чи народу. Етнодизайн передбачає максимальне використання елементів декору, які відображають історичні та культурні особливості відповідної етнічної групи. Завдяки поєднанню в дизайні інтер'єру фольклорних мотивів, етнічному стилю вдається створювати атмосферу звернення до культури і традицій народу [4, с. 56]. Впровадження елементів локального колориту робить кожен ресторан та готель унікальним, залучаючи гостей, котрі цікавляться історією та культурою регіону.

Таким чином, наразі дизайн інтер'єрів закладів готельно-ресторанної сфери поєднує в собі екологічність, функціональність, комфорт, гнучкість, технологічність та художнє самовираження. Акцент на створенні привабливих і унікальних просторів, що відповідають широкому спектру клієнтських запитів, відображає мінливу природу готельно-ресторанної індустрії. Дизайн ресторанів в 2024 році уособлює собою симбіоз технології, мистецтва та унікального гастрономічного досвіду. Ресторанні інтер'єри стають джерелами радості і натхнення для відвідувачів, роблячи обід або вечерю справжньою «пригодою». Тенденції в оснащенні готелів фокусуються на технологіях, екологічності, гнучкості, локальності і зелених зонах. Вони пропонують нові можливості у створенні готельних інтер'єрів і виготовленні меблів, які будуть вдовольняти потреби і очікування сучасних гостей.

Важливо відзначити, що ці тренди не є суворими правилами, і кожен готель або ресторан може обрати власний унікальний підхід до дизайну інтер'єру. Головне – створити простір, який буде відповідати очікуванням і потребам відвідувачів, створюючи при цьому затишну і приємну атмосферу.

Список використаних джерел:

1. Padrig J. The Top Restaurant Interior Design Trends You'll See in 2024. *TANIC*. URL: <https://tanic.design/blog/restaurant-interior-design-trends>.
2. Hotel Design Trends 2024: Hospitality to the Next Level. *Hackrea*. URL: <https://www.hackrea.com/stories/hotel-hospitality-design-trends/>.
3. Restaurant Interior Design Trends for 2024: A Glimpse into the Future. *Restaurant interior design*. URL: <https://www.restaurantinteriordesign.eu/restaurant-interior-design-trends-for-2024-a-glimpse-into-the-future/>.
4. Гнатюк Л. Р., Поліщук Я. І., Музиченко О. А. Етнодизайн в інтер'єрі готельно-ресторанних комплексів. *Теорія та практика дизайну. Мистецтвознавство*. 2015. № 7. С. 55-62.

Пилипенко Дмитро,
здобувач, 241 Готельно-ресторанна справа
Науковий керівник: Белобородова Марія, к.е.н.
НТУ «Дніпровська політехніка»

СУЧАСНІ ТРЕНДИ УКРАЇНСЬКИХ ЗАКЛАДІВ РОЗМІЩЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ

В умовах війни в Україні індустрія гостинності, особливо заклади розміщення, зазнали значних трансформацій, відображаючи нові реалії та потреби суспільства. Одним із головних викликів стала необхідність адаптувати бізнес до нестабільної ситуації, зберігаючи при цьому якість послуг і забезпечуючи безпеку гостей. Це вплинуло на розвиток нових трендів, які є відповіддю на виклики війни та водночас демонструють гнучкість і стійкість сектору (рис. 1).

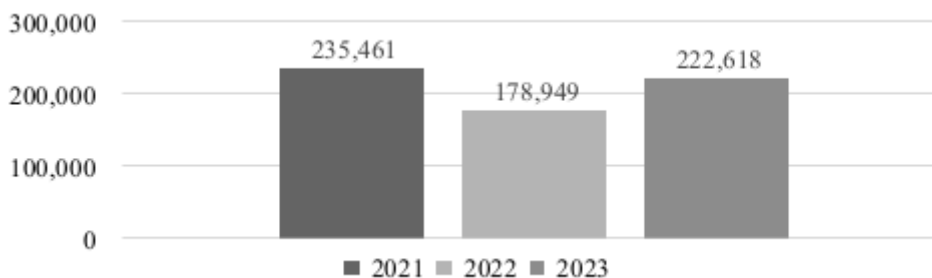


Рисунок 1 – Дані ДАРТ щодо динаміки туристичного збору в Україні в 2021-2023 рр., тис. грн.

Джерело: складено за [1, с. 5]

Перш за все, заклади розміщення змушені були перебудувати свої операційні процеси з акцентом на безпеку гостей. Бомбосховища, укриття та доступ до інформації щодо поточної безпекової ситуації стали невід'ємною частиною інфраструктури багатьох готелів. Багато з них почали інвестувати в облаштування таких місць, а також у створення системи оповіщення про повітряні тривоги. Це дало можливість забезпечити безпеку для гостей і створити атмосферу стабільності навіть у критичних ситуаціях.

Другим значущим трендом стало збільшення кількості тимчасових житлових рішень для переселенців та біженців. Готелі та хостели по всій країні стали тимчасовими притулками для сотень тисяч людей, які були змушені покинути свої домівки. Це не лише соціальна відповідальність бізнесу, але й новий формат діяльності. Заклади почали пропонувати тривале

проживання за спеціальними умовами, адаптували номери для сімей, та створювали простори для співжиття в умовах стресу та обмежених ресурсів [2].

Гібридні моделі функціонування, де готелі виконують одночасно кілька функцій, також стали актуальними. Наприклад, деякі заклади перетворилися на гуманітарні хаби, надаючи приміщення для волонтерів, склади гуманітарної допомоги або пункти тимчасового розміщення для переселенців. Така багатофункціональність дозволяє готелям залишатися активними та підтримувати життєздатність бізнесу в умовах криз.

Зростання інтересу до діджиталізації та онлайн-сервісів також стало важливим трендом. Війна значно обмежила мобільність людей, а доступ до інформації про безпеку та наявність житла став критичним. Відповідно, готелі почали активно впроваджувати онлайн-бронювання та вдосконалювати веб-сайти, щоб гості могли легко знайти інформацію про умови проживання, наявність укриттів і заходи безпеки. Крім того, цифрові платформи використовуються для координації допомоги, підтримки гостей і волонтерської діяльності.

Готельєри також звернули увагу на важливість психологічної підтримки своїх гостей. В умовах постійного стресу, пов'язаного з війною, готелі почали надавати додаткові послуги для створення комфортного та психологічно безпечного середовища. Наприклад, у деяких закладах з'явилися спеціальні зони відпочинку, які допомагають гостям відволіктися та зменшити рівень тривожності. Також популярності набули послуги, спрямовані на підтримку психічного здоров'я, такі як консультації психологів або медитації [3].

Не можна не згадати й про збільшення попиту на екологічно стійкі рішення. Війна посилила усвідомлення важливості збереження ресурсів, тому багато закладів розміщення почали активніше впроваджувати заходи з енергоефективності та мінімізації відходів. Відмова від одноразових пластикових виробів, використання сонячних панелей, енергозберігаючі технології – все це стало відповіддю на проблеми енергетичної кризи та зростання цін на ресурси.

В умовах війни багато українських готелів адаптували свою діяльність до нових реалій, створюючи так звані «пункти незламності» – місця, де люди можуть отримати підтримку під час кризових ситуацій. Ці пункти стали життєво важливими не тільки для гостей готелів, але й для місцевих жителів та переселенців, які шукають тимчасовий прихисток.

Основною метою таких ініціатив стало забезпечення базових потреб у моменти відключення електроенергії, відсутності тепла або зв'язку. Готелі, що створили «пункти незламності», обладнали свої приміщення альтернативними джерелами енергії, такими як генератори, що дозволяють підтримувати життєво важливі функції навіть у разі відсутності централізованого постачання електрики. Також у цих місцях можна заряджати електронні пристрої, що є критично важливим для комунікації та підтримки зв'язку з родичами й колегами.

Готельні приміщення також використовуються як місця для укриття під час повітряних тривог. Багато готелів облаштували підвали або інші безпечні місця для тимчасового укриття від обстрілів. Вони забезпечені водою, їжею та медичними засобами першої необхідності, що дозволяє людям перебувати там тривалий час без ризику для життя. У часи, коли доступ до інформації стає критичним, готелі, що працюють як «пункти незламності», забезпечують гостям і місцевим жителям стабільний інтернет-зв'язок через супутникові системи або мобільні точки доступу. Це дозволяє не лише підтримувати зв'язок, але й продовжувати роботу для тих, хто працює дистанційно [4].

Таким чином, адаптація готелів до умов війни, зокрема через створення «пунктів незламності», стала важливою відповіддю на потреби суспільства в кризових умовах. Готелі не лише зберігають свою функціональність як місця для проживання, але й виконують соціальну роль, підтримуючи громади в найважчі моменти, забезпечуючи безпеку, тепло, зв'язок та необхідні ресурси для виживання.

Узагальнюючи, можна сказати, що готельний бізнес в Україні в умовах війни не лише зміг адаптуватися до нових викликів, але й активно впроваджує інновації, які дозволяють залишатися на плаву та навіть розвиватися в умовах кризи. Заклади розміщення стають не

лише місцем для відпочинку, але й важливим елементом підтримки громадян під час воєнних дій, демонструючи високу соціальну відповідальність та гнучкість у зміні свого функціонування.

Список використаних джерел:

1. Публічний звіт голови Державного агентства розвитку туризму України Мар'яни Олеськів за 2023 рік. URL: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/17-civik-2018/zvit2023/zvit_DART_2023.pdf.
2. Бессонова С. І., Белобородова М. В. Аналіз туристичного потенціалу України. *Ефективна економіка*. 2024. № 3. <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.3.38>.
3. Bezuhla L. S., Herasymenko T. V., Bieloborodova M. V., Nechepurenko M. O. Social innovations of small and medium-sized businesses in Ukraine. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2024. №2. С. 49-59. <https://doi.org/10.33271/ebdut/86.049>.
4. Белобородова М. Соціальна відповідальність закладів індустрії гостинності в Україні: ретроспективний аналіз. *Економічні горизонти*. 2023. № 3(25). С. 36–46. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.3\(25\).2023.286654](https://doi.org/10.31499/2616-5236.3(25).2023.286654).

Скруха Богдан,
здобувач, 242 Туризм і рекреація
Науковий керівник: Матвійчук Людмила, д.е.н., професор
Луцький національний технічний університет

РОЛЬ ЕКО-ТРЕНДІВ У РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ

Впровадження еко-трендів в індустрію гостинності стає все більш актуальним як на глобальному, так і на національному рівнях. Екологічно та соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу в індустрії гостинності стають важливою частиною сучасних стратегій розвитку суб'єктів господарювання. Зростаючий інтерес до екологічно чистих, сталих та енергоефективних рішень стимулює заклади індустрії гостинності впроваджувати новітні технології для мінімізації впливу на довкілля. Такий підхід переважно включає енергоефективні будівлі, системи водозабезпечення та управління відходами, використання органічних та локальних продуктів, а також сприяння екологічному просвітництву серед гостей та відвідувачів. Для України еко-тренди в індустрії гостинності мають особливе значення в контексті відновлення економіки, відбудови регіонів та впровадження сталого розвитку після військових руйнувань через агресію росії. Розвиток екологічних стандартів та практик може не лише покращити конкурентоспроможність на глобальному ринку, але й стимулювати внутрішній туризм [1]. Впровадження еко-трендів у готельно-ресторанному бізнесі сприяє збереженню природних ресурсів, зміцненню позитивного іміджу країни на глобальному туристичному ринку та підвищенню соціальної відповідальності бізнесу.

Цікавим та актуальним для України є досвід Польщі у впровадженні еко-трендів в індустрію гостинності. Такий приклад є показовим, оскільки країна активно рухається в напрямку сталого розвитку та екологічно відповідального туризму. Польські готелі, ресторани та інші суб'єкти гостинності все частіше інтегрують екологічні практики, зважаючи на зростаючі вимоги гостей і посилення екологічних стандартів Європейського Союзу. Одним із хороших прикладів є розвиток мережі еко-готелів, які застосовують комплексні стратегії сталого розвитку. Багато польських готелів використовують відновлювані джерела енергії, такі як сонячні панелі або геотермальні системи для обігріву та кондиціонування приміщень. Наприклад, готелі в туристичних зонах, таких як Краків або Закопане, впроваджують системи збору дощової води та використання енергоефективних технологій, що допомагають зменшити споживання природних ресурсів.

Крім того, Польща активно підтримує концепцію локальної кухні, що сприяє скороченню вуглецевого сліду та підтримці місцевих фермерів. Ресторани, особливо в таких регіонах, як

Мазури та Татри, віддають перевагу органічним продуктам, що вирощуються в регіоні. Такий підхід не лише зменшує екологічні витрати на транспортування, а й сприяє соціо-економічному зростанню сільських громад. Також, Польща відзначається впровадженням програм зменшення пластикових відходів. Багато готелів і ресторанів відмовилися від одноразових пластикових пляшок, соломинок і упаковок, замінивши їх на екологічні альтернативи – біорозкладні або багаторазові матеріали. Такі заходи поєднуються з просвітницькими кампаніями, які залучають гостей до участі у сталому туризмі.

Сьогодні, екологічні тренди стають пріоритетом для індустрії гостинності, а збереження довкілля стає необхідністю для її сталого розвитку [2]. Сучасні споживачі дедалі більше звертають увагу на екологічні ініціативи закладів, обираючи ті готелі, ресторани та курорти, які демонструють відповідальне ставлення до природних ресурсів, що спонукає суб'єкти гостинності впроваджувати інноваційні екологічні рішення, такі як мінімізація використання пластику та перехід на відновлювані джерела енергії. Суб'єкти індустрії гостинності усвідомлюють, що екологічна відповідальність є не лише соціальним обов'язком, а й важливою конкурентною перевагою. Заклади, які активно впроваджують екоініціативи, отримують лояльність з боку еко-свідомих гостей, збільшують свою привабливість на ринку та сприяють створенню позитивного іміджу країни [3]. Зважаючи на зазначене, в Україні доцільно посилити впровадження в індустрію гостинності таких еко-трендів:

- енергоефективність та використання відновлюваних джерел енергії (впровадження сонячних панелей, систем зберігання енергії та інших технологій для зниження енергоспоживання та переходу на екологічно чисті джерела енергії);
- управління водними ресурсами (використання водозберігаючих технологій, таких як наприклад системи збору дощової води, переробка стічних вод і установки з низьким споживанням води для зменшення використання водних ресурсів);
- мінімізація відходів (впровадження програм сортування та переробки відходів, використання багаторазових упаковок, скорочення пластикових виробів, перехід на біорозкладні матеріали в готелях та ресторанах);
- використання локальних та органічних продуктів (підтримка місцевих фермерів, використання сезонних органічних продуктів та зменшення харчових відходів завдяки інноваційним підходам у кулінарії);
- еко-дизайн закладів гостинності (будівництво готелів із використанням екологічно чистих матеріалів, таких як дерево, вторинна сировина та інші низьковуглецеві матеріали);
- промоція зеленого маркетингу та екологічної освіти (заклади гостинності активно просувають свої екологічні ініціативи, водночас навчаючи гостей відповідального ставлення до довкілля, з метою підвищення їх екологічної свідомості).

Таким чином, еко-тренди відіграють важливу роль у розвитку індустрії гостинності України, допомагаючи адаптуватися до сучасних викликів та вимог ринку. Впровадження сталих практик не лише покращує екологічну ситуацію в країні, але й підвищує конкурентоспроможність українських закладів гостинності на глобальному ринку. Енергоефективність, управління водними ресурсами, зменшення відходів і підтримка локальних виробників є основними напрямками, які створюють нові можливості для розвитку бізнесу гостинності, одночасно зменшуючи його негативний вплив на довкілля. Еко-тренди сприяють розвитку локальних громад та регіональної економіки. Використання локальних продуктів та сировини, а також підтримка місцевих ініціатив, допомагає зміцнити економічну стабільність регіонів. Крім того, еко-орієнтовані заклади гостинності стають більш привабливими для екологічно свідомих туристів, що сприяє зростанню попиту на українські готелі та ресторани, які дотримуються принципів сталого розвитку.

Таким чином, інтеграція екологічних трендів в індустрію гостинності України є не тільки необхідним кроком до збереження природних ресурсів та захисту довкілля, але й важливим фактором успіху для бізнесу індустрії гостинності. Сталі практики допомагають залучити нові сегменти споживачів, підвищують репутацію закладів гостинності та створюють додаткові можливості для розвитку в умовах глобальних змін. Такий підхід демонструє, як екологічна

відповідальність може стати конкурентною перевагою для індустрії гостинності, водночас сприяючи збереженню природного середовища та розвитку місцевих спільнот.

Список використаних джерел:

1. Абрамова А. Г., Мирошник Ю. А. Еко-тренд в сфері гостинності: економічні та соціальні аспекти. *Ефективна економіка*. 2020. (5). URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7904>.

2. Екотренди в індустрії гостинності: реалії та перспективи: колективна монографія / [І.М. Поворознюк, Л. М., Нецадим, С. В. Тимчук [та ін.]; за ред. І. М. Поворознюк. Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини. Вінниця: ТВОРИ. 2023. URL: https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/35570/1/ecotrend_2023.pdf.

3. Полотай Б.Я. Еко-тренди в ресторанному бізнесі. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. (8), 97-101. URL: <https://doi.org/10.32782/tourismhospsce-8-13>.

Табаліна Діана,

здобувач, 241 Готельно-ресторанна справа

Науковий керівник: Якименко-Терещенко Наталія, д.е.н., професор
НТУ «Харківський політехнічний інститут»

ЛОКАЛЬНА КУХНЯ: СУЧАСНИЙ ТРЕНД У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Сучасний ресторанний бізнес постійно змінюється та адаптується до нових викликів і запитів суспільства. Одна з ключових тенденцій, яка з'явилася протягом останніх років, – це зростаючий інтерес до локальної кухні, яка націлена на збереження автентичності, екологічної свідомості та підтримку місцевої економіки в умовах глобалізації та зміни споживчих звичок.

Дані дослідження Американської національної ресторанної асоціації, доводять, що до 2030 року все більше уваги приділятиметься екологічним продуктам, джерелам, місцевим продуктам харчування та концепції надходження продуктів «від ферми до столу». Збільшиться попит на білки рослинного походження. Тому тренди розвитку ресторанному бізнесу за критерієм «Меню-продукти» включають:

- ресторани пропонуватимуть у своєму меню більше здорових страв;
- зростання частки рослинної білкової (вегетаріанської) їжі;
- споживачі все частіше запитуватимуть інформацію про алергени;
- смаки споживачів стануть вишуканішими;
- ресторани пропонуватимуть у своєму меню більше свіжих продуктів;
- зростатиме інтерес споживачів до джерел харчування;
- місцеві джерела їжі стануть більш звичним явищем [1].

Кулінарний прогноз Національної ресторанної асоціації «What's Hot Culinary Forecast» за останні п'ять років назвав продукти місцевого виробництва головним кулінарним трендом [2].

Сьогодні їжа, а відтак – ресторани локальної кухні формують основу розвитку економіки вражень. Як визначено в дослідженні [3], 1) понад третину туристичних витрат складають витрати на харчування; в 22 % європейців головна мотивація подорожі – культурний гастрономічний досвід; 43 % вважають похід на вечерю в заклад «для місцевих» досвідом, що запам'ятовується; 2) якщо середній чек туриста дорівнює € 50, то середній чек туриста гастрономічного маршруту – € 200; 3) обсяг світового ринку гастрономічного туризму оцінюється в 42 млрд дол США.

Локальна кухня – це гастрономічна традиція, що базується на використанні продуктів і інгредієнтів, вирощених або вироблених у конкретному регіоні, а також на традиційних способах їх приготування. Відмінною рисою локальної кухні є те, що вона відображає специфіку конкретного регіону, враховуючи його кліматичні умови, ресурси та культурну спадщину.

Причини, чому сучасні споживачі надають перевагу локальним продуктам та стравам:

1. Здоров'я та безпека.
2. Прозорість та етика.
3. Підтримка локальної економіки

Однією з ключових переваг впровадження локальної кухні для ресторанів є можливість формування позитивного іміджу серед клієнтів, які дбають про екологію та соціальну відповідальність.

Локальна кухня дає можливість ресторанам створювати унікальні пропозиції, що дозволяє виділитися на тлі конкурентів. Використання локальних продуктів і рецептур дає змогу створювати страви, які не можна знайти в інших закладах, особливо в умовах глобалізації, коли багато страв стають стандартизованими. Локальна кухня дозволяє ресторанам бути гнучкими і адаптувати своє меню відповідно до сезонів, пропонуючи нові страви, що змінюються разом з наявністю інгредієнтів.

При вагомих перевагах локальної кухні і при тому, що споживання місцевої їжі має позитивні економічні, соціальні та екологічні результати, в багатьох випадках гості мають сумніви щодо дійсного походження продуктів. Тому, вважаємо, щоб створити стійкий ринок для екологічно чистих продуктів, ресторанам необхідно зміцнити довіру своїх гостей. Саме довіра є одним із головних факторів, що впливають на споживання органічних продуктів харчування відвідувачами ресторанів та на бажання ресторанам пропонувати у своєму меню страви місцевого виробництва.

Факторами, які можуть підвищити довіру відвідувачів до ресторану, є їх уявлення про те, що ресторан соціально відповідальний і піклується про вплив своєї роботи на навколишнє середовище та суспільство, а також є прозорим щодо своєї діяльності. Інформація, надана в меню ресторану, може вплинути на сприйняття клієнтами дій ресторану щодо корпоративної соціальної відповідальності та прозорості.

Успішним прикладом ресторану локальної кухні є Ресторан "Корені" в меню якого страви з п'яти регіонів України: Закарпаття, Івано-Франківщини, Львівщини, Волині та Поділля. Ерінги, гливи та печериці вирощують місцеві фермери. Сир постачає найбільша на Закарпатті козина ферма, яка знаходиться за Верховиною на висоті 1200 метрів. Бринза та тверді сири виготовляються з молока кіз українських та африканських порід. Ресторан має власного постачальника м'яса, який спеціально для ресторану готує кров'янку та в'ялить качок [3].

Отже, вважаємо що основними стратегічними заходами щодо просування ресторану локальної кухні має бути:

1. Співпраця з фермерськими господарствами, що виробляють екологічну чисту продукцію.
2. Співпраця з органами державної влади в сфері просування продуктів ресторану.
3. Використання локіції ресторану для проведення зустрічей експертів галузі.
4. Позиціонування ресторану як соціально відповідального представника бізнес-спільноти.
5. Проведення івент заходів щодо популяризації гастрономічної культури.

Список використаних джерел:

1. Restorant industry 2023. URL: <https://restaurant.org/nra/media/restaurant-2030/restaurant2030.pdf>.
2. «What's Hot Culinary Forecast». URL: <https://go.restaurant.org/rs/078-ZLA-461/images/Whats-Hot-Culinary-Trends-2023.pdf>.
3. Церклевич В.С., Діль А.В., Блаута А.В. Інноваційні компоненти стратегії просування ресторану регіональної кухні поділля: кейс «Ресторації Шпігеля». *Трансформаційна економіка*. 2023. № 3 (03). С. 61-69.
4. 4 секрети сучасної української кухні. URL: <https://marieclaire.ua/uk/lifestyle/4-sekreti-suchasnoyi-ukrayinskoyi-kuhni>.

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Аналіз інноваційних процесів у готельному господарстві України є актуальним у зв'язку з тим, що на його основі відбувається відновлення та економічне зростання як на рівні підприємств готельної сфери, так і на рівні територій, регіонів та країни. Готелі відіграють важливу роль у залученні туристів, сприяють розширенню туристичного сектора, створенню робочих місць, використанню ресурсів місцевого походження, збереженню історичних і культурних традицій. У галузі туризму готелі виконують ряд важливих функцій, зокрема, забезпечення ночівлі, безпеки, надання побутових послуг для задоволення потреб туристів, організацію дозвілля та додаткового сервісу. Тому запровадження інноваційних змін та новацій у діяльності готелів буде сприяти не тільки покращенню економічної діяльності готелів, але й розширенню загального гостевого досвіду, підвищенню задоволеності клієнтів, отриманню нових конкурентних переваг.

Інновації можуть оптимізувати роботу підприємств готельної сфери, зменшити їх витрати, покращити якість обслуговування клієнтів на основі автоматизації операційної діяльності та запуску процесів, керованих AI. Крім того, вони можуть допомогти залучити нові сегменти клієнтів, пропонуючи їм унікальні та персоналізовані враження, такі як віртуальні тури, технології розумних кімнат, обслуговування віртуальними консьєржами. В результаті готелі можуть розширити номенклатуру послуг, підвищити продуктивність, збільшити лояльність клієнтів, увійти на новий висококонкурентний ринок.

Крім того, впровадження інноваційних технологій буде сприяти підвищенню рівня розвитку готелів, збільшенню попиту на послуги готелів. По-перше, на заміну старого завжди приходиться щось нове. Це означає, що організацію комфортної, зручної та легкої роботи готельних підприємств можуть забезпечити саме нові технології обслуговування клієнтів, управління персоналом, просування готельних послуг, нова номенклатура послуг та нова цільова аудиторія. По-друге, інноваційні технології викликають великий інтерес у відвідувачів, що буде сприяти їх залученню до готелю, розширенню попиту на послуги готельного підприємства.

Для інновації притаманні наступні ознаки:

- науково-технічна новизна;
- здатність інновації до матеріалізації у нові технічно досконалі види продукції, засоби і предмети праці, технології і форми організації виробництва;
- здатність до комерціалізації самої інновації і результатів її впровадження.

Результат науково-технічної діяльності (новація) перетворюється на інновацію з моменту її використання на ринку. Багато новацій можуть бути непридатними до впровадження на ринку і тому не матимуть комерційної привабливості. Наприклад, можна розробити високорозвинену технологію, яка значно знижує споживання енергії в готелях, але, якщо вона виявиться занадто дорогою для впровадження, ця технологія не буде комерційно життєздатною. Аналогічно такі інновації як вузькоспеціалізовані роботи з очищення, можуть бути технічно вражаючими, але, якщо вони не забезпечують економічно ефективні або масштабовані рішення для більшості готелів, то можуть не мати успіху на ринку. Такі нововведення, незважаючи на їх технічну новизну, не можна вважати справжніми нововведеннями, оскільки вони не відповідають комерційним критеріям, необхідним для широкого впровадження та успіху, а, отже, такі новації не можна вважати інноваціями [1].

Таким чином, інновації повинні не лише мати технічні переваги, але й бути економічно вигідними та легко інтегрованими у бізнес-процеси. Без цього навіть найпрогресивніші технології можуть залишитися непоміченими або не знайти широкого застосування на ринку.

Готельне підприємство може обрати впровадження одного або декількох з чотирьох типів інновацій - продуктову, процесну, організаційну, маркетингову, а також поєднання їх усіх разом. Впровадження одного з чотирьох типів інновацій являє собою просту інноваційну стратегію, тоді як поєднання всіх чотирьох форм інновацій вже представлятиме собою складну стратегію, яка може підвищити привабливість готельних господарств [2].

Підхід готельних підприємств до впровадження інновацій, будь то простий або складний, може значно вплинути на їх успіх. У той час як впровадження одного типу інновацій може оптимізувати конкретні вдосконалення або конкретну послугу готелю, поєднання різних типів інновацій – продукту, процесу, організації та маркетингу дозволить розробити більш комплексну стратегію розвитку готельного підприємства. Такий системний підхід може сприяти підвищенню конкурентоспроможності та привабливості готельних підприємств, закладаючи основу для їх довгострокового зростання та задоволення клієнтів у довгостроковій перспективі. Тому прийняття складної інноваційної стратегії може стати ключовим фактором досягнення стійкого успіху в індустрії гостинності.

Важливо розуміти, що інноваційні процеси не передбачають лише технологічні покращення. Це також може бути ряд нових заходів або комплекс нових технологій, що покращують якість обслуговування клієнтів. Однією з таких інновацій є впровадження систем автоматизованого управління, що застосовуються на підприємствах туризму і гостинності.

Крім таких систем широко впроваджуються інноваційні платформи для надання готельних послуг, що працюють на основі штучного інтелекту. Це одна з нових сфер, де штучний інтелект знайшов своє застосування [3]. Використання автоматизованих систем управління зі штучним інтелектом буде підвищувати якість послуг, а також створить нові можливості для подальшого удосконалення обслуговування і задоволення потреб клієнтів.

Впровадження нових сервісів для бронювання номерів та додаткових інформаційних систем обслуговування допоможуть збільшити кількість клієнтів. Також вже багато підприємств за допомогою платформи Google розробили віртуальний 3D-тур по своїм готелям, що дозволяє гостям зазирнути в незвичайні місця та побачити, що на них очікує.

Інноваційний підхід до обслуговування також включає використання роботів замість людей, що є не тільки економічно вигідним, але й привертає увагу відвідувачів завдяки своїй новизні. Крім того, створення готелів з тематикою або готелей, що розташовані в унікальних місцях, як, наприклад, капсульний готель з космічною тематикою у Львові, відкриває нові можливості для залучення туристів та підвищення популярності закладу.

Інтеграція інноваційних технологій має важливе значення для подальшого розвитку та успіху готельної індустрії в Україні. Оскільки ця галузь сьогодні активно розвивається, нові технології, такі як автоматизовані системи управління, штучний інтелект і віртуальні 3D-тури, не тільки покращують досвід клієнтів, але й підвищують операційну ефективність. Впровадження інновацій шляхом здійснення продуктових, технологічних, організаційних або маркетингових змін дає готелям нові конкурентні переваги, залучаючи більше відвідувачів і забезпечуючи довгострокове зростання. Тематичні готелі і використання роботів ще більше додають привабливості, роблячи готелі більш інтригуючими й унікальними. Тому прийняття комплексної інноваційної стратегії є ключем до того, щоб залишатися конкурентоспроможними і відповідати новим вимогам сучасних туристів.

Список використаних джерел:

1. Кожухівська Р. Використання міжнародного досвіду впровадження інновацій у сферу готельного бізнесу. *Науковий журнал «Вісник Донецького національного університету». Сер. В: Економіка і право.* 2015. Вип. 1. С. 160–164.

2. Саненко Л. І. Принципи впровадження інноваційних технологій в готелях та їх переваги. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/sanenko.html.

3. Косі Т. М. Сучасний стан розвитку готельного господарства в Україні. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kosij.html.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЗМЕНШЕННЯ ВІДХОДІВ, ВИКОРИСТАННЯ ЛОКАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ У РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ

На сьогоднішній день актуальність інноваційних підходів до зменшення відходів і використання локальних продуктів у ресторанній сфері обумовлена не лише екологічними та економічними факторами, а й змінами в споживчій поведінці. Це відкриває нові можливості для розвитку бізнесу та сприяє сталому майбутньому.

Через те що з кожним днем зростає обсяг відходів, які генеруються ресторанами, негативно впливає на навколишнє середовище, зменшення відходів стає важливим кроком до досягнення сталого розвитку та збереження природних ресурсів. Також все більше споживачів цінують екологічну відповідальність закладів. Саме через це вибір ресторанів, які підтримують екологічні ініціативи та використовують локальні продукти, стає частиною культури свідомого споживання. Якщо ж говорити про локальні продукти, то їхнє використання у ресторанах буде підтримувати місцеву економіку, тому що використання локальних продуктів не лише зменшує вуглецевий слід, але й підтримує місцевих фермерів та виробників, що добре сприяє розвитку регіональної економіки та забезпечує свіжі, якісні інгредієнти. Розвиток технологій, які оптимізують процеси приготування їжі та управління запасами, сприяє ефективнішому використанню ресурсів і зменшенню відходів. Ресторани, що впроваджують інноваційні методи для зменшення відходів і підтримують локальні продукти, створюють позитивний імідж і довіру у клієнтів, що може стати їхньою конкурентною перевагою. Зменшення відходів і використання локальних продуктів можуть знижувати витрати на закупівлю, транспортування та утилізацію, що відкриває можливості для підвищення рентабельності ресторанного бізнесу [1, с. 195-208].

Інновації, які можна впровадити для зменшення відходів - це в першу чергу системи управління відходами, що включає компостування, переробку та повторне використання матеріалів. Загалом це може бути відокремлення харчових відходів (овочі, кавава гуща, фрукти і т.д.) для компостування. Також більшість ресторанів вже почали співпрацювати з постачальниками, тобто для того щоб зменшити відходи на підприємстві власники ресторанів заключають угоди із компаніями, які займаються компостуванням для регулярного вивезення органічних відходів. Освіта персоналу ресторану відіграє важливу роль для того щоб зменшити харчові відходи, тому проведення навчальних семінарів для обслуговуючого персоналу, а особливо для кухарів про важливість компостування буде відмінним рішенням. Для того щоб зменшити відходи в ресторанній сфері треба переробляти ці відходи, тобто проводити регулярний моніторинг, працювати з переробними компаніями та сортувати сміття [2, с. 58-64]. Це включає в себе налагодження співпраці з місцевими переробниками для забезпечення ефективної переробки вторинних сировин, встановлення контейнерів для різних типів відходів (скло, пластик, метал, папір) у кухні та залах ресторану, відстеження обсягів перероблених матеріалів для оцінки ефективності.

Для зменшення відходів інновацією буде повторне використання, тобто використання багаторазової упаковки та посуду, а також можна впровадити систему знижок для клієнтів, які приносять свої контейнери, ефективно зберігати невикористані продукти для повторного використання в наступних стравах або для спеціальних пропозицій. Також створення нових страв із залишків продуктів підніме прибутковість ресторану, можна готувати супи та салати і реалізовувати за нижчу ціну, ніж вказано в меню. Використання технологій моніторингу залишків їжі, можна оптимізувати за допомогою процесів закупівлі та приготування, зменшуючи надлишкові запаси. Так як багато безхатків, то ресторан також може співпрацювати з благодійними організаціями для передачі надлишкової їжі.

Для удосконалення використання локальних продуктів ресторанами почали створюватися меню, які все більше акцентують увагу споживача на сезонних і локальних інгредієнтах, це допомагає зменшити вуглецевий слід та підтримати місцевих виробників, а також більш ефективним є впровадження програми «фермер до столу», ця програма забезпечує безпосередній зв'язок між ресторанами та місцевими фермерами.

Інновації, які набирають популярності у сфері використання лояльних продуктів у ресторанній сфері є:

1) Технології для моніторингу постачання – використання цифрових платформ або мобільних додатків для взаємодії з місцевими фермерами дозволяє ресторанам замовляти продукти безпосередньо у виробників, а також впроваджувати технології для моніторингу походження товарів і їх якості [3, с. 71-77];

2) Інтерактивне меню – використання QR-кодів у меню, які надають інформацію про локальних постачальників, складові страв та їх користь, а також створення меню, яке автоматично оновлюється відповідно до доступності сезонних продуктів;

3) Інноваційні страви – проведення вечорів, присвячених певним локальним продуктам, з дегустацією спеціально створених страв, експерименти з поєднання локальних інгредієнтів з традиційними стравами з інших культур [3, с. 71-77];

4) Програми лояльності – надаються знижки або спеціальні пропозиції для клієнтів, які підтримують сталий розвиток;

5) Взаємодія з різними громадами – спільно розробляють страви із запрошенням місцевих кулінарів для обміну ідеями.

Отже, інноваційні підходи до зменшення відходів та використання локальних продуктів у ресторанній сфері сприяють не лише екологічній сталості, а й підвищенню якості страв. Залучення технологій для оптимізації процесів, співпраця з місцевими постачальниками та запровадження системи управління відходами допомагають знизити негативний вплив на навколишнє середовище. Це також зміцнює зв'язки між ресторанами і місцевими громадами, сприяючи розвитку регіональної економіки та підвищуючи свідомість споживачів щодо важливості сталого споживання. Таким чином, інноваційні рішення стають ключовими для формування більш відповідального та ефективного ресторанного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Yakushev O. Інноваційні технології в управлінні бізнес-процесами підприємств сфери готельно-ресторанних та туристичних послуг. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2020. № 3(2). С. 195–208.

2. Кругляк Г. О. Дослідження ролі інноваційних технологій в управлінні підприємствами готельно-ресторанного господарства. Вісник Економіка та продовольча безпека України. 2018. Том 6. Вип. 3–4. С. 58–64.

3. Гірняк Л., Глагола В. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. Інфраструктура ринку. 2018. Вип. 16. С. 71–77.

Філіпчук Сергій,

аспірант, 242 Туризм і рекреація

Науковий керівник: Матвійчук Людмила, д.е.н., професор

Луцький національний технічний університет

ЧАТ-БОТИ ТА ВІРТУАЛЬНІ АСИСТЕНТИ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

Інноваційні технології в сучасній готельно-ресторанній справі відіграють вирішальну роль у підвищенні ефективності роботи підприємств та якості обслуговування клієнтів. Одним із ключових напрямків впровадження цифрових рішень є автоматизація процесу комунікації з клієнтами за допомогою чат-ботів та віртуальних асистентів. Ці технології дозволяють підприємствам забезпечувати постійну доступність інформації для гостей, оперативно

реагувати на запити та знижувати навантаження на персонал. Особливо актуальною ця проблема є для українського готельно-ресторанного бізнесу в умовах нестабільної ситуації, спричиненої військовими діями, обстрілами та частими відключеннями електроенергії. Зокрема, персонал готелів і ресторанів змушений залишати робочі місця під час повітряних тривоги або ховатися в укриттях, що значно ускладнює процес обслуговування клієнтів і веде до затримок у відповіді на запити. Водночас, плинність кадрів у готельно-ресторанному секторі, яка ще більше посилилась через повномасштабне вторгнення РФ до України, ускладнює оперативне навчання нових працівників, що може негативно вплинути на якість обслуговування. Впровадження чат-ботів та віртуальних асистентів є дієвим рішенням для забезпечення безперервної комунікації з клієнтами, надання актуальної інформації та зниження навантаження на персонал.

Таким чином, дослідження впливу автоматизації комунікаційних процесів за допомогою чат-ботів та віртуальних асистентів у готельно-ресторанному бізнесі України є вкрай актуальним [1, с. 4]. Це дозволить виявити ключові переваги даних технологій в умовах кризових ситуацій, покращити клієнтський досвід і забезпечити конкурентоспроможність підприємств на ринку. Проблематику з даного питання вже почали досліджувати такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як О. Альбещенко, О. Олійник, В. Постова, Г. Гребенюк, М. Ласек, Х. Перез-Еспіноза тощо.

Однією з основних переваг впровадження чат-ботів у готельно-ресторанний бізнес є забезпечення автоматизованого обслуговування клієнтів у режимі 24/7. У ситуаціях, коли персонал не може фізично виконувати свої обов'язки через повітряні тривоги або відключення електроенергії, чат-боти стають надійним інструментом для підтримки безперервної комунікації з клієнтами. Ці системи можуть миттєво надавати точні та актуальні відповіді на запити клієнтів щодо наявності номерного фонду, умов бронювання, переліку послуг готелю та інших ключових аспектів обслуговування. Таким чином, чат-боти допомагають не лише забезпечити постійну присутність, але й значно скоротити час очікування відповідей для клієнтів, що позитивно впливає на їхній загальний досвід взаємодії з готелем або рестораном.

Ще однією важливою перевагою чат-ботів та віртуальних асистентів є мінімізація людського фактора. Нові працівники готелів та ресторанів часто потребують багато часу на навчання, щоб повністю опанувати всі деталі номерного фонду, меню, послуг або умов обслуговування. Чат-боти, у свою чергу, завжди мають доступ до актуальної інформації, що дозволяє зберігати високий рівень точності у відповідях. Це значно полегшує роботу підприємств, які стикаються з високою плинністю кадрів.

Ще одним важливим аспектом використання чат-ботів є їхня здатність знижувати навантаження на персонал. Після завершення повітряних тривоги, відключень світла та пов'язаними з цим перебоями інтернету та зв'язку або інших кризових ситуацій, працівники можуть стикатися з великою кількістю запитів і завдань, що призводить до підвищеного стресу та зниження продуктивності. Чат-боти, які автоматично обробляють рутинні запити клієнтів, дають можливість персоналу зосередитися на більш складних завданнях, що потребують їхньої уваги. Такий підхід не тільки підвищує ефективність робочих процесів, але й зменшує ризик помилок, спричинених перевантаженістю співробітників. Крім того, зниження рівня стресу працівників може позитивно впливати на проблему плинності кадрів. Основні переваги впровадження чат-ботів та віртуальних асистентів згруповані в таблиці 1.

В Україні вже є приклади успішного впровадження чат-ботів у готельно-ресторанній сфері. Наприклад, мережа готелів «Premier» запустила перший в Україні багатомовний чат-бот для готелів, здатний обробляти запити українською, англійською та російською мовами. Цей чат-бот може відповісти на основні запити гостей щодо бронювання номерів, доступності послуг та інших питань, надаючи відповіді в режимі реального часу без залучення персоналу, що значно покращує споживчий досвід у кризових ситуаціях [2]. Іншим прикладом успішного впровадження чат-ботів у готельній сфері є готель «Респект Карпати», який також застосував інноваційні технології для автоматизації комунікації з гостями. Чат-бот, який використовують у цьому готелі, допомагає відповідати на запити щодо бронювання номерів, наявності послуг

та інших питань у режимі 24/7 [3]. Завдяки цьому значно знижується навантаження на персонал, а також забезпечується безперервне обслуговування навіть під час можливих кризових ситуацій, як-от відключення електроенергії або повітряних тривог.

Таблиця 1

Переваги впровадження чат-ботів та віртуальних асистентів

Аспект	До впровадження чат-ботів	Після впровадження чат-ботів
Навантаження на персонал	Високе, особливо під час кризових ситуацій	Значно знижується завдяки автоматизації рутинних запитів
Споживчий досвід	Затримки у відповіді, особливо в умовах нестабільності	Миттєві відповіді 24/7, покращена взаємодія
Точність подання інформації для споживача	Можливі помилки через людський фактор	Висока точність завдяки доступу до оновлених даних
Конверсія споживчих запитів	Втрачені продажі через невчасно опрацьовані запити	Підвищення конверсії завдяки миттєвим відповідям на запити

Джерело: складено автором

На основі проведеного аналізу ми пропонуємо суб'єктам у сфері готельно-ресторанної справи наступні кроки щодо впровадження чат-ботів для покращення обслуговування гостей та оптимізації робочих процесів: інтеграція вже готових автоматизованих рішень або розробка індивідуальних рішень (для більш великих гравців), навчання та адаптація персоналу, та постійно відслідковувати ефективність чат-ботів і адаптувати їх для покращення споживчого досвіду, виходячи з відгуків гостей та зміни ринкових умов.

Список використаних джерел:

1. Альбещенко О., Рогова Н., Оніщенко О. Досвід розвинених країн у впровадженні інноваційних підходів в готельно-ресторанний бізнес. *Економіка та суспільство*. № 63. 2024. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-1>.
2. Мережа Premier запустила перший в Україні чат-бот для готелів, з яким можна поговорити трьома мовами. URL: <https://eba.com.ua/merezha-premier-zapustyla-pershij-v-ukrayini-chat-bot-dlya-goteliv-z-yakym-mozhna-pogovoryty-troma-movamy/>.
3. Новини України: чат-бот на службі у готельєрів. *Гал-інфо*. URL: https://galinfo.com.ua/news/chatbot_na_sluzhbi_u_gotelieriv_388493.html.

Язіна Вікторія,

доцент кафедри туризму та економіки підприємства
НТУ «Дніпровська політехніка»

АВСТРАЛІЙСЬКИЙ ДОСВІД СТВОРЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОТЕЛЬНОГО ЛАНЦЮГА CROWN

Готельні ланцюги – це організації, які володіють або управляють кількома готелями під єдиним брендом або концепцією. Це дозволяє створити стандартизований досвід обслуговування для гостей, зберігаючи при цьому унікальні риси кожного готелю.

Сутність готельних ланцюгів полягає в кількох ключових аспектах:

1. Стандартизація обслуговування. Гості можуть очікувати певного рівня якості та обслуговування в будь-якому з готелів мережі, що особливо важливо для мандрівників, які часто подорожують.

2. Маркетинг та бренд. Готельні ланцюги мають потужні бренди, що дозволяє залучати більше клієнтів через впізнаваність і довіру. Це також полегшує маркетинг, оскільки можна рекламувати цілий ланцюг, а не окремі готелі.

3. Економія на масштабах. Завдяки кількості готелів, ланцюги можуть отримувати кращі угоди на постачання, технології, рекламні кампанії тощо, що потенційно знижує витрати.

4. Лояльність клієнтів. Багато готельних ланцюгів мають програми лояльності, що заохочують повторні візити. Гостям надаються різні переваги, знижки та спеціальні пропозиції.

5. Сегментація ринку. Готельні ланцюги можуть включати різні бренди, щоб покрити різні сегменти ринку – від бюджетних ресторанів до розкішних курортів.

Таким чином, готельні ланцюги не лише забезпечують комфорт і зручність для туристів, але й представляють цікаву модель бізнесу, яка взаємодіє з різними аспектами економіки, маркетингу та обслуговування клієнтів.

Готельне господарство – ключовий детермінант галузі гостинності, яке виступає джерелом валютних надходжень до держави, показником розвитку культури та соціально-економічного стану країни.

Формування та розвиток готельного господарства, як головної складової у сфері гостинності потребує особливої уваги, адже саме від ефективності управління залежить успішність ведення будь-якого бізнесу.

Сфера гостинності за останні роки показала високі темпи розвитку та підняла економіку багатьох країн, наприклад Австралія у співпраці з Китаєм започаткувала готельний ланцюг Crown, що показав наступні результати своєї діяльності.

Австралійські курорти добре «виступили» на міжнародному туристичному ринку, особливо Crown Melbourne, з сильним міжнародним VIP-успіхом на курортах. В цілому, результати бізнесу Crown були високими:

- Crown повідомила про нормалізований чистий прибуток після оподаткування в розмірі 525,5 млн. дол. США за весь рік;

- австралійські курорти Crown досягли нормалізованого зростання EBITDA (аналітичний фінансовий показник) на 14,1% і нормалізованого зростання виручки на 14,0%;

- результат Melco Crown став основним фактором зниження нормативного чистого прибутку Crown після сплати податків;

- частка Crown в нормалізованні чистого прибутку Melco Crown після оподаткування в розмірі 161,3 млн. дол. США знизилася на 129,9 млн. дол. США або на 44,6 %;

- високі результати Melco Crown пояснюється сильними ринковими умовами в Макао [1].

Нормалізовані результати були скориговані таким чином, щоб виключити вплив будь-якого відхилення від теоретичного виграшу на VIP-програму та значущі елементи. Нормалізований прибуток до вирахування відсотків, податків, знецінювання і амортизації. Нормалізований прибуток до сплати відсотків і податків. Чистий прибуток після сплати податків. Істотні питання в розмірі 61,3 млн. дол. США (за вирахуванням податків) в 2022 році складаються з знецінення активів, пов'язаних насамперед з інвестиціями Crown.

У зв'язку з вище зазначеними результатами Crown створила наступну бізнес-стратегію:

- продовжувати удосконалювати і розширювати портфоліо добре відомих, преміальних брендів Crown;

- використовувати міжнародні операції, мережі, контакти і спільні підприємства Crown для просування комплексних курортів та операцій Crown;

- оптимізувати вартість міжнародних інвестицій Crown;

- оптимізувати роботу операцій з ризиками Crown і соціальними іграми в режимі онлайн та вивчити подальші варіанти зростання;

- продовжити максимізувати продуктивність Crown Melbourne і Crown Perth;

- управління австралійськими об'єктами для досягнення цілей зростання прибутку шляхом стимулювання відвідувань і жорсткого управління витратами для поліпшення рентабельності;

- просувати проєкт Crown Towers Perth, проєкт Crown Sydney Hotel Resort та пропонований новий готель, розташований поруч з Crown Melbourne, щоб створити цінність для акціонерів;

- вивчити можливості подальшого зростання на австралійському ринку;

- просувати проект Alon Las Vegas, щоб забезпечити цінність для акціонерів;
- продовжувати максимізувати продуктивність Crown Aspinalls;
- продовжувати працювати з партнером Crown в спільному підприємстві в казино Aspers Group, щоб оптимізувати продуктивність і стимулювати зростання;
- розробити комплексні маркетингові програми;
- вивчити подальші можливості зростання на міжнародному ігровому ринку [2].

За останній рік Crown внесла додаткові ресурси в міжнародний маркетинг, що допомогло забезпечити високий показник зростання фінансових оборотів на 41,8% за допомогою вище зазначеної програми удосконалення сфери гостинності. Чистий операційний грошовий потік Crown за цей період склав 634,6 млн. дол. США, а чиста позиція групи (без урахування оборотних коштів) склала 2465,3 млн. дол. США.

Група Crown вважає, що завдяки сильному лідерству з боку державного уряду, триває нарощування значної місцевої і регіональної інфраструктури разом зі зростаючою співпрацею з суспільством гостинність залишається найважливішим на світовому туристичному ринку.

Crown має давню прихильність співтовариства, з якими вона працює. Партнерські відносини Crown, волонтерство співробітників і підтримка некомерційних організацій все підкріплюють прихильність Crown до створення більш сильної спільноти.

Список використаних джерел:

1. Crown. URL: https://www.crownsydney.com.au/?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_content=crown_sydney&utm_campaign=gmb.

2. Басюк О.В. Аналіз світового досвіду функціонування готельних ланцюгів. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Випуск 5. 2015. С. 23-26. URL: <http://global-national.in.ua/archive/5-2015/05.pdf>.

Секція 3
Економіка та
управління в
туристичному бізнесі

Андрєєв Сергій,
вчитель географії,
Ачкасова Ірина,
учениця 10 класу, вихованка гуртка «Географічне краєзнавство»
Комунальний заклад «Кам'яноярський ліцей»
Чугуївської міської ради Харківської області

ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Туризм в сучасних умовах є однією з найбільш динамічних та високоприбуткових галузей економіки, забезпечуючи приплив інвестицій, нові робочі місця, розвиток інфраструктури, зміцнення позицій малого та середнього бізнесу. Сферу туризму слід розглядати як джерело податкових надходжень до бюджету та як створення умов для реалізації потреб особистості у відпочинку, залучення до культурно-історичних цінностей, пізнання історії, релігії, традицій.

У сучасних умовах економічної кризи, формування та розвиток туристичної привабливості є одним із стратегічних напрямів соціально-економічної діяльності сучасних держав. Розглядаючи довоєнний період, можемо констатувати, що незважаючи на деяку осередкованість розвитку в Україні, рівень туристичної привабливості територій є досить низьким. Тому ми зараз повинні розглядати умови для того, щоб туристична галузь у процесі відновлення перестала бути дотаційною.

Туризм є соціальним явищем, оскільки це діяльність людей у рамках розвиненого цивілізаційного людського суспільства. Використовуючи аксіологічний аналіз туризму можемо отримати актуальні дані про сучасний стан туристичної галузі, оскільки цінності, які входять до числа основних компонентів мотивації людської діяльності детермінують специфіку сприйняття індивідом навколишньої дійсності та особливості його поведінки.

Нажаль, соціологічні аспекти розвитку туризму є недостатньо вивченими, а соціологія туризму потребує повної інституціоналізації. Ще гостріша пролема полягає в тому, що в Україні є науково проігнорованим питання вивчення туристичної привабливості конкретних територій.

Ці проблеми мають найважливіше значення, оскільки дозволять не лише аналізувати імідж території, мотиви туристичного вибору, а також розробляти напрями оптимізації управління у сфері туризму, механізми просування туристичних послуг на конкретних територіях.

Стверджуємо, що туризм входить до лідерів розвитку на ринках послуг світових країн. Однією з необхідних особливостей сучасного інноваційного етапу економічного розвитку є підвищення ролі впровадження інноваційних технологій у зростанні економіки держави, причому прагнення розвинених країн конкурувати за рахунок високих технологій та нестандартних нематеріальних активів.

Таким чином, створення конкурентоспроможної продукції, її випуск на туристичний ринок, а також те, що отриманий прибуток послужить підвищенню рівня життя населення, сприятиме підвищенню рейтингу економіки країни на світовому рівні. Тому розвиток туризму в Україні є важливим задля відновлення економіки нашої країни. У державному законодавстві інноваційний технологічний процес оцінюється як кінцевий результат технологічного процесу відтворення чи переудосконалення продукції.

Туризм сьогодні у світі розвивається за кількома напрямів – економіка, менеджмент, лінгвістика, технології тощо.

Створювані інновації є повністю взаємопов'язаними, тому процес їх впровадження потребує повної перебудови туристичної галузі. Прикладами таких інновацій є цифровізація,

перехід на онлайн-систему управління, відкриття нових турпакетів та туристичних напрямків, збільшення виду та якості додаткових послуг. Формування таких ідей допомагає створити необхідні умови для формування системи інноваційних рішень у галузі управління та сили інноваційної стратегії.

Створення нового туристичного продукту здійснюється у кілька етапів. Рівень розвитку процесу визначається можливістю задоволення попиту споживчого ринку чи певного покупця. Інноваційна діяльність підприємства оцінюється в залежності від розміру, виду та якісних показників продукції. Цей процес, що розвивається послідовно та взаємозалежно, є однією з необхідних умов економічного зростання та підвищення рівня життя населення.

У розвитку інноваційної діяльності є певні відстаючі напрями та проблеми. Слабкою ланкою організаційно-економічного механізму можна назвати механізм системи керування. У сучасному світі саме інноваційний розвиток є стимулом економіки, що розвивається, для цього необхідно підтримувати всі види науково-технічних інновацій у галузі та виробляти конкурентоспроможну продукцію, залучувати нові ідеї та високопотенційних інвестиційних партнерів. Такий підхід дасть змогу змінити існуючий довоєнний стан, коли туристичний бізнес був дотаційним та вивести його на рівень надприбутковості.

Список використаних джерел:

1. Рак Т. Б. Туризм високорозвинених держав. Львів: Сокіл. 2019. 255 с.
2. Старицький Д. В., Куриленко П. П. Еволюція туризму у Європі. Житомир: Світ книги. 2023. 276 с.

Бондаренко Людмила,

доцент кафедри туризму та економіки підприємства
НТУ «Дніпровська політехніка»

УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ТА ПРОЄКТАМИ В ТУРИЗМІ: БАЛАНС МІЖ ЧАСОМ, БЮДЖЕТОМ, ЯКІСТЮ ТА ОБСЯГОМ

Ефективне управління проектами в туристичній індустрії є комплексним завданням, яке передбачає досягнення балансу між чотирма ключовими аспектами: часом, бюджетом, обсягом та якістю (рис.1). Для туристичних підприємств ці фактори можуть відрізнятися, оскільки залежать від змін попиту, сезонних коливань та індивідуальних потреб споживачів.

Наведені на рис. 1 цілі поєднання бізнес-процесів з управлінням проектами мають різні вектори спрямування, тобто скорочення строків виконання проекту потребує збільшення бюджету за незмінних обсягів і якості, і навпаки – обмеження бюджету вимагає збільшення строків або коригування обсягів та якості. В свою чергу управління бізнес-процесами вимагає по всіх цілях отримання найкращих показників. Поєднання бізнес-процесів з управлінням проектами допоможуть обирати прийнятний варіант проекту відповідно вимогам замовника за обсягами, якістю, поміркованими строками й бюджетом (рис. 2).

Важливим є концепція гармонізації проекту, встановлення пріоритетів для ефективного управління проектами, а також управління основними бізнес-процесами туристичного підприємства, які сприяють успішній реалізації таких проєктів.

Так, наприклад, якщо йдеться про проєкт виведення нового туристичного продукту на ринок перед початком сезонного зростання попиту на тур, то пріоритетним, безумовно, є своєчасне завершення проєкту, і в разі потреби бюджет може бути збільшено, якщо є ризик що проєкт вийде за встановлені строки. Або у проєкті підготовки літньої бази відпочинку пріоритетними можуть бути і строки, і бюджет, тоді коригуванню підлягатимуть передусім обсяги робіт, тобто може бути прийняте рішення ремонтувати не всі будинки, а тільки якусь їх частину.



Рисунок 1 – Цілі поєднання бізнес-процесів з управлінням проектами на туристичному підприємстві
Джерело: побудовано на основі [1-3]

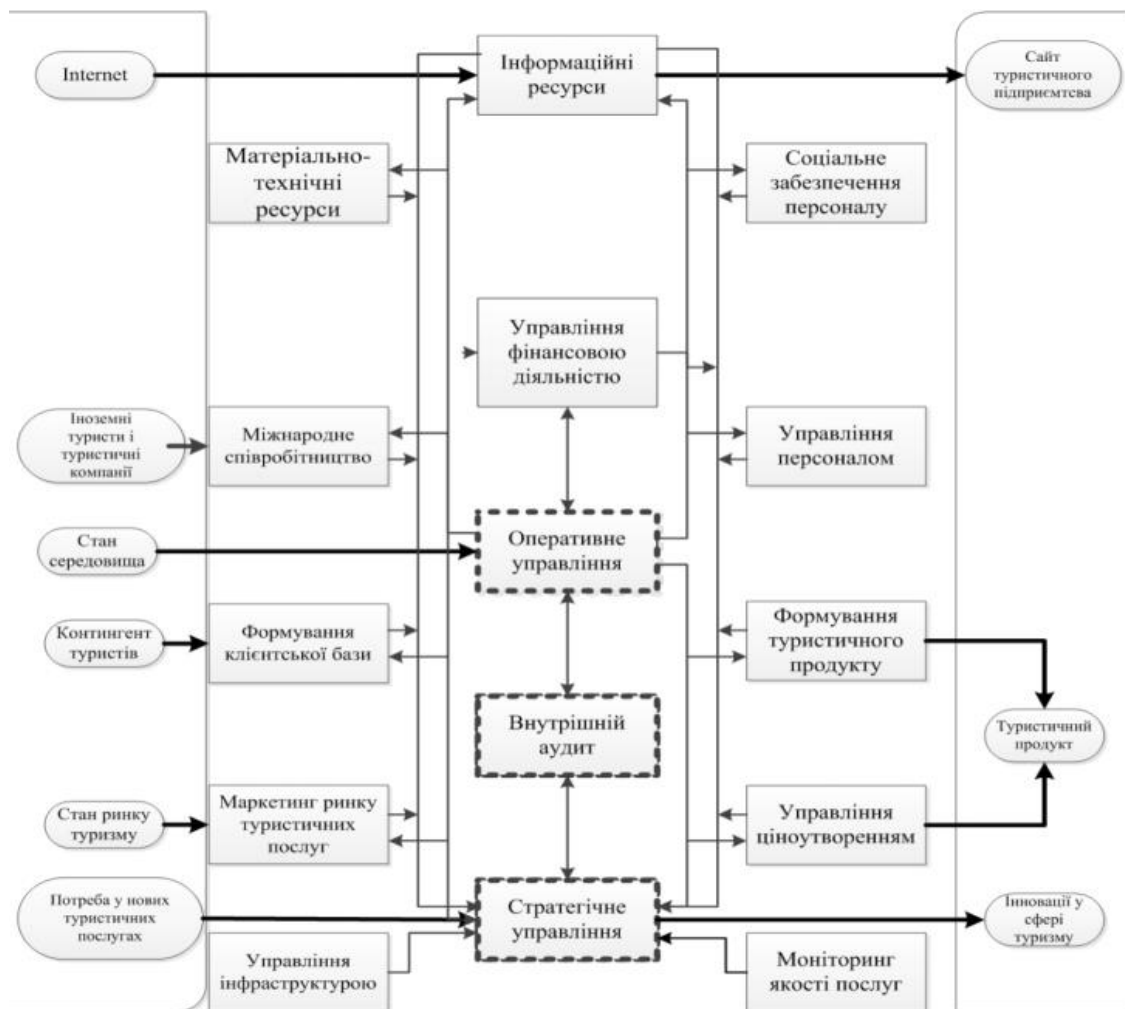


Рисунок 2 – Основні бізнес-процеси туристичного підприємства
Джерело: побудовано на основі [1-3]

Отже, для успішного управління проектами в умовах обмежених ресурсів необхідно мати розумний компроміс між часом, бюджетом, якістю та обсягом. Гармонізація проектного управління з основними бізнес-процесами на туристичному підприємстві є ключовими факторами досягнення прийнятого результату. Важливо також мати гнучкість і готовність до плану адаптації у разі виникнення відмови під час виконання проектних робіт.

Таким чином, менеджер проекту, який вміє гармонізувати цілі та встановлювати позиції у зв'язку зі специфікою бізнес-процесів на підприємстві, може забезпечити високу ефективність виконання проекту у стислі строки та в обмежених умовах.

Список використаних джерел:

1. Сагалакова Н.О. Побудова мережі бізнес-процесів туристичного підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. № 15 (3). С. 102-105.
2. Бондаренко Л.А. Особливості застосування проектного підходу в управлінні інноваційною діяльністю сфери гостинності. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки)*. Харків: НТУ «ХПІ». 2024. № 1. С. 126-129.
3. Бондаренко Л.А. Кризовий реінжиніринг бізнес-процесів як сучасний метод забезпечення якості туристичних послуг. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2024. №1. С. 22-33.

Варяничко Микола,
аспірант спеціальності 051 Економіка
НТУ «Дніпровська політехніка»

ЕФЕКТИВНЕ ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ УКРАЇНИ

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО) внесок туризму до світового ВВП становить 10%, а загальна кількість робочих місць, що прямо чи опосередковано стосуються сфери туризму – 11%, тому виважена державна політика у сфері туризму – це важлива частина сталого економічного розвитку України у світі [1].

Однією з ключових державних стратегій розвитку туризму в Україні є Стратегія розвитку туризму та курортів України на період до 2026 р., яка спрямована на стимулювання економічного зростання, покращення якості туристичних послуг, залучення іноземних туристів та розвиток внутрішнього туризму. Вона базується на міжнародних тенденціях у сфері туризму, національних пріоритетах та ресурсах країни, таких як культурна спадщина, природні багатства та географічне розташування. Основними напрямками державної стратегії є модернізація інфраструктури, просування національного туристичного бренду, екологічний та сталий туризм, а також стимулювання приватного сектору.

Система державного управління у сфері туризму в Україні відіграє ключову роль у формуванні та реалізації державної політики щодо розвитку цієї галузі, яка є важливим елементом національної економіки. Ця система базується на комплексному підході, який охоплює різні аспекти регулювання, планування, фінансування та контролю туристичної діяльності, і має на меті забезпечення сталого розвитку туристичної галузі на національному та регіональному рівнях.

Основою державного управління в туризмі є законодавча база, яка визначає правила, стандарти та вимоги для учасників ринку. Закон України «Про туризм» створює правові рамки для організації туристичної діяльності, а також встановлює принципи державної політики в цьому секторі. Додатково діють інші нормативні акти, що регулюють діяльність туроператорів,

турфірм, надавачів послуг, а також сертифікацію і стандартизацію у сфері туризму. Це дозволяє забезпечити прозорість і надійність послуг для споживачів.

Державні органи, наприклад, Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ), виконують функцію координації туристичної політики та відповідають за реалізацію національних і регіональних програм розвитку туризму. ДАРТ співпрацює з міжнародними організаціями та представляє Україну на міжнародних туристичних форумах, що сприяє інтеграції українського туризму до світової туристичної спільноти. Це також допомагає просувати бренд України на міжнародній арені, залучаючи більше іноземних туристів.

Суттєвим елементом системи управління є фінансова підтримка галузі, що включає як державні інвестиції, так і розвиток державно-приватного партнерства. Інвестиції спрямовуються на модернізацію туристичної інфраструктури, покращення транспортної доступності, а також на збереження культурної спадщини. Такі ініціативи, як розвиток зеленого туризму, культурного, історичного та медичного туризму, також отримують підтримку через різні державні програми.

Контроль за дотриманням стандартів у сфері туризму є важливою складовою державного управління. Це передбачає регулярні перевірки діяльності туроператорів, туристичних агентств та готелів з метою забезпечення високої якості послуг і безпеки туристів. Також здійснюється моніторинг динаміки туристичного потоку і економічних показників галузі, що дозволяє коригувати державні стратегії у відповідності до актуальних викликів.

Механізми управління в туристичній сфері є важливим інструментом реалізації державної політики та розвитку цієї галузі. Вони спрямовані на регулювання ринку туристичних послуг, забезпечення якісного сервісу для споживачів, а також на створення умов для розвитку внутрішнього та міжнародного туризму. Основні механізми можна поділити на кілька груп: нормативно-правові, організаційно-інституційні, фінансово-економічні, маркетингові та контрольні [2].

Нормативно-правові механізми полягають у розробці та застосуванні законодавчих актів і нормативних документів, які регулюють діяльність у сфері туризму. Основу цієї системи становить Закон України «Про туризм», який визначає загальні принципи організації туристичної діяльності, права та обов'язки суб'єктів туристичного ринку. Крім цього, важливу роль відіграють підзаконні акти, які встановлюють вимоги до надавачів послуг, регламентують процес ліцензування, сертифікації та стандартизації.

Організаційно-інституційні механізми включають діяльність державних органів управління та їхню взаємодію з місцевими органами влади, приватним сектором та громадськими організаціями. Центральну роль у координації державної політики у сфері туризму виконує Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ), яке розробляє стратегії розвитку туризму та реалізує державні програми. Місцеві органи влади беруть участь у розвитку туристичної інфраструктури на регіональному рівні, залучають інвесторів та підтримують ініціативи з популяризації туристичних об'єктів у своїх регіонах.

Фінансово-економічні механізми відіграють важливу роль у стимулюванні зростання туристичної галузі. Вони передбачають як пряме державне фінансування розвитку інфраструктури та реалізації програм підтримки туризму, так і створення сприятливих умов для інвестицій у туристичну індустрію. Це можуть бути податкові пільги, кредити, гранти на розвиток туристичних проектів або підтримку малого та середнього бізнесу у сфері туризму. Крім того, державно-приватне партнерство дає можливість залучати ресурси приватного сектору для спільної реалізації великих інфраструктурних проектів.

Маркетингові механізми включають комплекс заходів з просування туристичного потенціалу України на міжнародному та внутрішньому ринках. Вони охоплюють розробку національних брендів, участь у міжнародних виставках, ярмарках і форумах, рекламні

кампанії, а також розвиток цифрових платформ для популяризації туристичних маршрутів. Державні органи разом з приватними компаніями працюють над тим, щоб створити позитивний імідж країни як привабливого туристичного напрямку, залучити іноземних туристів та сприяти зростанню внутрішнього туризму [2, 3].

Контрольні механізми включають моніторинг якості надаваних туристичних послуг, перевірку дотримання законодавчих вимог та стандартів. Державні інспекції здійснюють регулярні перевірки діяльності туроператорів, агентств, готелів та інших суб'єктів ринку. Також здійснюється контроль за безпекою туристів, включаючи умови транспортування, екскурсійних послуг та інші аспекти. Ці механізми дозволяють забезпечити належний рівень послуг та захист прав споживачів.

Таким чином, механізми управління в туристичній сфері України є багаторівневою системою, яка охоплює як правові та адміністративні інструменти, так і економічні та маркетингові важелі, спрямовані на всебічний розвиток туристичної галузі.

Загалом, система державного управління у сфері туризму в Україні орієнтована на створення сприятливого середовища для розвитку туристичного бізнесу, підтримку міжнародних стандартів якості, просування національного туристичного продукту на глобальному ринку, а також на забезпечення комфортних і безпечних умов для туристів.

Список використаних джерел:

1. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://kurort.gov.ua/bez-kategoriyi/strategiya-rozvytku-turyzmu-ta-kurortiv-na-period-do-2026-roku/>.
2. Безугла Л.С. Соціально-економічні функції держави щодо розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2011. № 2. URL: <https://cutt.ly/3OY7iq>.
3. Безугла Л. С. Регіональні особливості розвитку екотуристичної діяльності в Україні: порівняльний аналіз. *Вісник економічної науки України*. 2020. № 2 (39). С. 50–57.

Захожа Наталія,
здобувач, 242 Туризм і рекреація
Науковий керівник: Крупіца Ірина, д.е.н., доцент
ОНТУ «Одеський національний технологічний університет»

РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ЕКОНОМІЦІ ІТАЛІЇ

Італія – один з основних туристських регіонів світу. Цьому сприяють переваги географічного положення та природних умов країни. Вона розташована в центрі основних міжнародних туристських потоків з двома бічними гілками (на заході – французько-іспанській, на сході – югославо-грецької), по сусідству зі Швейцарією та Австрією. Крім того, Італія – мальовнича країна з сприятливими природно-кліматичними умовами, наявністю широкого фронту морського узбережжя, багата величезною кількістю історико-архітектурних і культурних пам'яток. Це привертає в країну величезну кількість туристів практично з усіх регіонів і країн світу [1].

На частку Італії припадає 5,6% світового туристичного ринку. Всесвітньо відома історія Італії, краса її природи, твори мистецтва, культурні пам'ятники, релігійні свята, мода й італійський стиль життя, вино й гастрономія – ось ті ключові пункти, які зробили Італію важливим туристичним центром світового рівня. Туристів приваблюють і сонячні пляжі Середземномор'я, і краєвиди, і зимові види спорту в Альпах. Італійська Рив'єра в Лігурії є одним цілим з французькою, її доповнюють пляжі Сардинії та Адріатики. Головний район

іноземного туризму – північний схід, особливо області Трентіно-Альто-Адідже та Венето, а також Центральна Італія (Рим, Флоренція, Венеція). Столиця Італії, Рим, є одним з найбільш відвідуваних міст світу (7-10 млн. туристів на рік), а римський Колізей із 4-ма мільйонами відвідувачів на рік є найбільш відвідуваною туристичною дестинацією світу. Тут же процвітає і релігійний туризм – завдяки розташуванню в межах Рима держави Ватикан.

Прибувають туристи до Італії переважно з ФРН, Франції, Австрії, Швейцарії і Іспанії, а також з інших країн Європи, США. Туристи з Німеччини займають провідні позиції не тільки за кількістю, але і за тривалістю перебування. Типові терміни перебування за турзапрошенням – до 2 тижнів (термін виїзду протягом місяця), за приватним – до 1 місяця (термін виїзду протягом 2,5 місяців), за службовим – до 1 місяця (термін виїзду протягом 2,5 місяців). Економічне зростання і спрощення валютного контролю останніми роками сприяли розвитку виїзного туризму. Жителі Італії в основному подорожують в сусідні держави. Порівняно з Францією іноземний туризм в Італії є більш молодим (за віком туристів), дешевим (за середніми їхніми витратами). Величезний вплив туристів має і негативні наслідки. Багато пляжів забруднено, виникла загроза збереженню творів мистецтва [2].

Завдяки міцній інтеграції в ланцюжок створення вартості ЄС Італія є другою за величиною виробничою економікою в Європі, 5-ю за величиною в світі та 10-ю за величиною експортером у світі, зберігаючи 2,6% світової частки ринку. Італія є 8-ю за величиною економікою світу та 4-ю в Європі. З населенням понад 59 мільйонів і ВВП на душу населення 34095 дол.США. внутрішній ринок пропонує багато можливостей [3].

Як показали дослідження Інституту статистики Італії, протягом останніх 25 років (1993-2018 рр.), інвестиції в залізниці і аеропорти в північній і центральній частинах країни склали близько 30% і 25% відповідно, в той час як на півдні тільки 19% і 7%. Відповідно до цієї програми, 60% інвестицій у дорожню і 13% – у портову галузі спрямовані на розвиток транспортної інфраструктури південного економічного району. Цим підкреслюється, що південний район повинен бути не периферійним для країни, а повинен стати важливим транспортним вузлом для всієї Європи [4].

Італія все ще відіграє значну роль у міжнародному туризмі, їй все важче йти в ногу з швидкістю прогресу і, як правило, вона втрачає свою частку ринку на користь європейських конкурентів. Однак туризм представляє для Італії значний сектор, який відіграє важливу роль у національній економіці та породжує більше можливостей для працевлаштування в порівнянні з промисловими секторами, які вважаються пріоритетними. Стратегічний план розвитку Італії до 2020 р. Пропонує деякі основні принципи і визначає відповідну кількість дій, які могли б швидко підвищити конкурентоспроможність національного туристичного сектору Італії. Необхідною передумовою повторного запуску цього сектора є кардинальна зміна підходу до проблеми туризму, які жоден уряд ніколи не ставив за основу своєї програми. Туризм ніколи не розглядався як інвестиція для розвитку країни. Так, туризм ніколи не займав належного місця в планах розвитку Італії. Тому необхідно ініціювати культурний зсув, починаючи з великих туристичних можливостей для країни і координації необхідних зусиль, щоб вивести на поверхню її прихований потенціал. Не потрібно сподіватись, що за наявності «туристичних ресурсів», які є в країні, міжнародні туристи будуть продовжувати прибувати постійно [5].

Список використаних джерел:

1. Туристична бібліотека. URL: <https://infotour.in.ua/kuskov.html/>
2. Географ. Туризм в Італії. URL: <http://www.geograf.com.ua/italy/542-italy-tourism>.
3. Посольство України в Італії. Економіка та бізнес-клімат в Італії. URL: <https://italy.mfa.gov.ua/spivrobotnictvo/3155-trade/ekonomika-ta-biznes-klimat-italiyi>.
4. Turismo in Italia: consuntivo 2018 e previsioni 2019 secondo gli operatori. URL: <http://centrostuditurismofirenze.it/blog/turismo-in-italia-consuntivo-2018-e-previsioni-2019-secondo-gli-operatori/>

5. Tourism Italia 2020 leadership, work, south. strategic plan for the development of tourism in Italy. Rome 2013. URL: https://www.tourism-eneris.com/_res/file/4088/49/0/StrategicPlanforTourism

Ігнатович Вікторія,
здобувач, 242 Туризм і рекреація
Науковий керівник: Сімків Л.Є., д.е.н., професор
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Туристична індустрія – це більше, ніж просто відпочинок. Вона є потужним рушієм економічного зростання, культурного обміну та соціального розвитку. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну кардинально змінило підходи до організації туристичного бізнесу. Безпека туристів стала пріоритетом номер один, що вимагає ретельного планування маршрутів, забезпечення безпечного транспортування та постійного моніторингу ситуації в місцях відвідування. З початком війни значна частина туристичних компаній закрилась, інші переорієнтували свою діяльність або проводять волонтерську діяльність. Крім того, туристична індустрія втратила значні кошти, що пов'язано зі зменшенням загальної кількості туристів.

Зараз Україна майже повністю позбавлена іноземних туристів, тоді як у 2020 році їх кількість досягла близько 4 мільйонів, з яких близько 90 тисяч скористалися послугами українських турфірм. Більшість туристичних підприємств у 13 з 24 областей України майже повністю припинили свою діяльність. Фактично, з 24 лютого 2022 р. в'їзний туристичний потік був втрачений на 100%. Діловий туризм заморожений, а місцевий туризм перетворився на рух внутрішньо переміщених осіб [1].

Загальні непрямі втрати сфери культури, релігії, туризму і спорту внаслідок військової агресії перевищили 10,8 млрд. дол. Від початку війни знищено або пошкоджено 1804 об'єкти культури, 348 релігійних споруди, 164 об'єкти туризму. Зокрема, втрати об'єктів туризму оцінюють у 4,4 млрд. дол. збитки навколишньому середовищу – у 2 трлн. дол. Окуповано 13 національних парків, вісім природних і два біосферні заповідники [2].

Найбільшої шкоди війна завдала транспортній інфраструктурі, що паралізувала туристичну діяльність у багатьох областях України, зокрема Київській, Житомирській, Чернігівській, Сумській та Харківській. Це призвело до різкого падіння кількості туристів, ускладнило надання якісних туристичних послуг, таких як проживання, харчування, транспорт, втрати робочих місць і зниження доходів місцевих громад.

Туризм, котрий раніше був одним з рушіїв економічного зростання, зараз стикається з низкою серйозних проблем, а саме:

- активні бойові дії на частині території країни створюють значні безпекові ризики для туристів;
- закриття українського повітряного простору для цивільної авіації;
- зруйновані й пошкоджені об'єкти туристичної та транспортної інфраструктури;
- війна спричинила економічну кризу, що знизило купівельну спроможність населення і зменшило попит на туристичні послуги;
- війна створила негативний імідж України як туристичної дестинації, що відлякує потенційних туристів;
- дефіцит кадрів через евакуацію багатьох працівників туристичної індустрії або зміну професії;

- відсутність державної підтримки галузі, що значно ускладнює її відновлення

На тлі загального спаду туристичної галузі, спричиненого війною, за перші чотири місяці 2022 року спостерігалось несподіване зростання на 65% надходжень від туристичного збору порівняно з попереднім роком. Найбільш помітне зростання продемонстрували м. Київ та чотири західні області, зокрема Львівська (268%), Закарпатська (144%), Хмельницька (1 млн 447 тис. грн) та Івано-Франківська (48%) [3]. Така ситуація склалася насамперед через масовий переїзд населення з тимчасово окупованих територій і пошуком місць для безпечного проживання.

Попри воєнний стан, туристична галузь України продовжує працювати. Літній сезон підтверджує цей факт: з'являється все більше запитів на відпочинок у безпечних регіонах країни, зокрема в західних областях та Карпатах. Це свідчить про адаптацію туристичного бізнесу до нових умов та прагнення українців підтримувати економіку країни.

Однак додамо, що майбутнє туристичної індустрії України буде залежати від ряду чинників, зокрема, тривалості війни, масштабів руйнувань інфраструктури та темпів її відновлення у післявоєнний період, успішності переорієнтації галузі на внутрішній туризм, рівня доходів населення, ефективності маркетингових кампаній для залучення іноземців, міграційних процесів та залучення інвестицій [4].

Погоджуємося з позицією науковців [5], що для поступового відновлення туристичної індустрії в умовах війни необхідно насамперед забезпечити фінансову підтримку туристичних операторів та агентств; територіально покращити туристичні потоки; забезпечити галузеву оптимізацію; удосконалити маркетингову політику суб'єктів туристичної індустрії шляхом створення національної туристичної маркетингової організації та дочірніх компаній; сприяти секторальному вдосконаленню туристичної індустрії тощо.

Таким чином, відновлення туристичної індустрії України – це складний і тривалий процес, який вимагає спільних зусиль держави, бізнесу та громадянського суспільства. Однак, незважаючи на всі виклики, туристична галузь має великий потенціал для розвитку і може стати одним з рушіїв економічного зростання країни.

Список використаних джерел:

1. Чорний О. Найкращі часи – попереду. Що відбувається з туризмом в Україні під час війни? URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samye-rkie-vremenavperediproishodit-turizmom-1657645856.html>.
2. Втрати сфери культури, релігії, туризму і спорту внаслідок агресії РФ оцінюються в \$10,8 млрд – голова ДАРТ. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/965508.html>.
3. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>.
4. Малюта Л., Корольок С. Перспективи післявоєнного відновлення внутрішнього туризму в Україні. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39813/2/ICBuTS_2022_Maliuta_L-Prospects_for_the_post_156-159.pdf.
5. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., Лучка О. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2022. Вип. 62. С. 178–196.

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ОСНОВІ СИМУЛЯЦІЇ

Моделювання та симуляція явищ і економічних процесів є дієвим інструментом в питаннях оптимізації бізнес-процесів, оскільки вони дозволяють виявити потенційні проблеми та можливості покращення ще до впровадження змін у реальних умовах. Моделювання надає можливість створювати віртуальні моделі процесів, які можуть відображати їхню динаміку, взаємозв'язки та прогнозувати результати. Це дає змогу бізнесу експериментувати з різними сценаріями, обмеженнями і параметрами, щоб визначити оптимальні конфігурації та уникнути дорогих помилок і прийняти вірогідно-правильне оптимальне рішення. Симуляція дозволяє перевіряти ефективність моделей, враховуючи невизначеність, ризики та варіативність. За допомогою такого інструменту як метод Монте-Карло, організації можуть імітувати поведінку системи в різних умовах і з різними змінними [1]. Це забезпечує більше розуміння і дозволяє приймати ефективні рішення, зниження витрат і підвищення стійкості до ризиків, що можуть спіткати підприємство.

Мова програмування Python може значно допомогти в розробці системної моделі оптимізації управління бізнес-процесами завдяки своїм багатофункціональним бібліотекам для моделювання, аналізу даних, автоматизації процесів та створення моделей оптимізації. Для задач, де є велика невизначеність, Python дозволяє виконувати симуляції за допомогою методів Монте-Карло. Це може бути корисним для оптимізації процесів в умовах невизначеності.

Продемонструємо можливу оптимізацію бізнес-процесів з метою зменшення періоду оборотності обігового капіталу (РОС) за допомогою симуляції методом Монте-Карло. Основна мета - зробити цикл обігу коштів якомога коротшим, щоб швидше повертати інвестиції в операційну діяльність і підвищити ліквідність підприємства. Формула РОС буде наступною:

$$РОС = \frac{Z}{C} \times 365 + \frac{DZ}{S} \times 365 + \frac{KZ}{C} \times 365,$$

де Z - рівень запасів, DZ – дебіторська заборгованість, KZ – кредиторська заборгованість, C – собівартість продукції, S – обсяг продажів.

На наш погляд, доцільним буде розглянути наступний приклад: підприємство «Х» має такі вхідні дані: рівень запасів (Z) в середньому 120000 грн зі стандартним відхиленням 20000 грн., дебіторська заборгованість (DZ) в середньому 70000 грн зі стандартним відхиленням 15000 грн., кредиторська заборгованість (KZ) варіюється в межах від 50000 до 80000 грн., собівартість продукції (C) становить 600000 грн., обсяг продажів (S) в середньому 800000 грн зі стандартним відхиленням 50000 грн.

Керівництво вирішило розробити шляхи оптимізації періоду оборотності обігового капіталу (РОС) використовуючи метод Монте-Карло та мову програмування Python (рис.1). В рамках симуляції, використовуючи Python і бібліотеки NumPy [2] та Matplotlib [3], реалізовано симуляцію для генерування 10000 сценаріїв, де параметри Z , DZ , KZ , S змінюються випадковим чином відповідно до заданих розподілів. Для кожного сценарію розраховано РОС, результати відображено у вигляді гістограми (рисунок 1), щоб проаналізувати розподіл значень РОС та зробити висновки про середнє, медіанне значення та оцінити найгірший сценарій (5-й перцентиль).


```

import numpy as np
import matplotlib.pyplot as plt

# Вхідні дані (середні значення і стандартні відхилення)
mean_Z = 120000 # Середній рівень запасів
std_Z = 20000 # Стандартне відхилення рівня запасів
mean_DZ = 70000 # Середня дебіторська заборгованість
std_DZ = 15000 # Стандартне відхилення дебіторської заборгованості
min_KZ = 50000 # Мінімальне значення кредиторської заборгованості
max_KZ = 80000 # Максимальне значення кредиторської заборгованості
C = 600000 # Собівартість продукції (фіксована)
mean_S = 800000 # Середній обсяг продажів
std_S = 50000 # Стандартне відхилення обсягу продажів

# Кількість симуляцій
num_simulations = 10000

# Генерація випадкових значень для кожного параметра
Z_sim = np.random.normal(mean_Z, std_Z, num_simulations)
DZ_sim = np.random.normal(mean_DZ, std_DZ, num_simulations)
KZ_sim = np.random.uniform(min_KZ, max_KZ, num_simulations)
S_sim = np.random.normal(mean_S, std_S, num_simulations)

# Розрахунок РОС для кожного сценарію
POC_sim = (Z_sim / C) * 365 + (DZ_sim / S_sim) * 365 - (KZ_sim / C) * 365

# Відображення результатів у вигляді гістограми
plt.figure(figsize=(10, 6))
plt.hist(POC_sim, bins=50, color='skyblue', edgecolor='black')
plt.title('Розподіл значень РОС (симуляція Монте-Карло)', fontsize=14)
plt.xlabel('РОС (днів)', fontsize=12)
plt.ylabel('Частота', fontsize=12)
plt.grid(True)
plt.show()

# Розрахунок ключових показників
mean_POC = np.mean(POC_sim)
median_POC = np.median(POC_sim)
worst_case_POC = np.percentile(POC_sim, 5) # 5-й перцентиль

print(f"Середнє значення РОС: {mean_POC:.2f} днів")
print(f"Медіанне значення РОС: {median_POC:.2f} днів")
print(f"Найгірший сценарій (5-й перцентиль): {worst_case_POC:.2f} днів")

```

Рисунок 1 – Код для реалізації розрахунку мовою Python

Джерело: розроблено автором

Результати розрахунку такі: середнє значення РОС: приблизно 65,43 дні, медіанне значення РОС: приблизно 65,22 дні, найгірший сценарій (5-й перцентиль): приблизно 40,70 дні. У даній задачі значення РОС, яке мінімізоване, є бажаним для підприємства, оскільки це означає швидший обіг капіталу. Тому в контексті аналізу симуляції Монте-Карло, “найгірший сценарій” (5-й перцентиль) в класичному розумінні – насправді відображає найкращий результат для підприємства.

Діаграма на рис. 2 має форму, що нагадує дзвін (схожу на нормальний розподіл) через те, що більшість змінних у моделі мають нормальний розподіл. Водночас, взаємодія цих змінних та вплив рівномірного розподілу для кредиторської заборгованості призводить до певної асиметрії, яка створює більш складну форму з “хвостами”.

Аналіз результатів симуляції методом Монте-Карло, показав кілька ключових напрямів для оптимізації бізнес-процесів з метою зменшення РОС. Основна мета – зробити цикл обігу коштів якомога коротшим, щоб швидше повертати інвестиції в операційну діяльність і підвищити ліквідність підприємства. Симуляція демонструє, що найбільш вірогідний діапазон значень РОС знаходиться між 60 і 70 днями.

Однак, є сценарії, де РОС падає до 40 днів, що є ідеальним для нашого прикладу. Це говорить про те, що в деяких умовах ми можемо значно покращити РОС. «Найгірший сценарій» з точки зору розподілу є найкращим для підприємства, адже він вказує на мінімальне значення РОС (близько 40 днів).

Застосування методу Монте-Карло дозволяє краще зрозуміти, як різні фактори впливають на період оборотності обігового капіталу (РОС) і як підприємство може покращити свої бізнес-процеси для досягнення найкращих результатів.

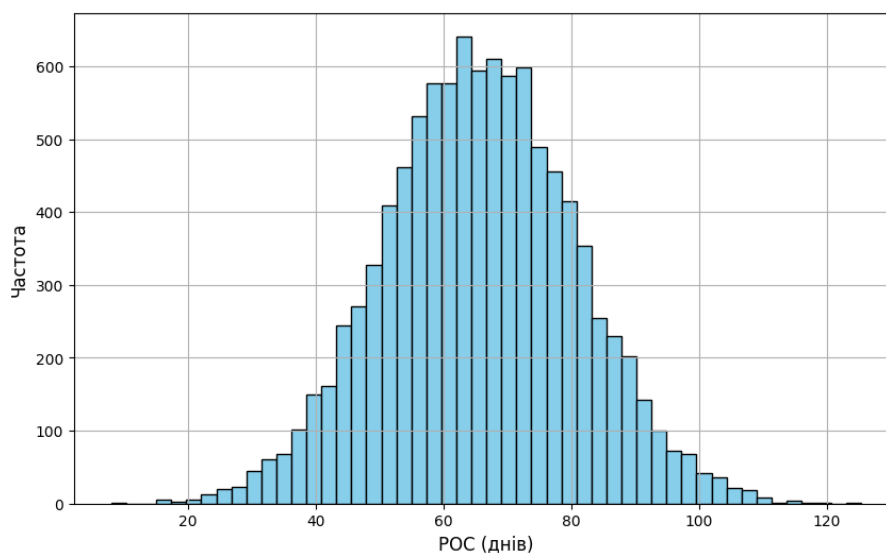


Рисунок 2 – Розподіл значень РОС

Отже, ми можемо орієнтуватися на такі напрями для оптимізації що викладені в таблиці 1.

Таблиця 1

Напрями для оптимізації бізнес-процесів основані на симуляції

№ п/п	Напрям оптимізації	Дії
1	Оптимізація запасів (Z). В сценаріях з коротшим РОС рівень запасів знижений до оптимального.	Рекомендую впровадити більш гнучку стратегію управління запасами, орієнтуючись на підхід "Just-in-time". Це дозволить зменшити обсяг замороженого капіталу в запасах.
2	Управління дебіторською заборгованістю (DZ). Сценарії з найкращими значеннями РОС мають низьку дебіторську заборгованість.	Підприємству необхідно скорочувати строки оплати від клієнтів. Впровадити систему знижок за швидку оплату. Жорсткіше контролювати кредитну політику для менш надійних клієнтів. Надсилати нагадування клієнтам про оплату.
3	Оптимізація кредиторської заборгованості (KZ). Сценарії з коротким РОС рівень кредиторської заборгованості є найбільш збалансований.	Підприємству варто домовлятися про вигідніші умови оплати з постачальниками. Переглянути умови оплати постачальникам, домовлятися про вигідніші умови оплати.
4	Управління грошовими потоками та резервним фондом. Можливі ситуації, коли затримки в платежах або збільшення запасів можуть негативно вплинути на грошові потоки.	Сформувати резервний фонд для покриття непередбачених витрат або затримок у платежах.
5	Аналіз ризиків і побудова адаптивної стратегії	Симуляція виявила критичні сценарії, при яких РОС є найбільш оптимальним, варто побудувати стратегію, яка дозволить адаптуватися до різних умов.

Джерело: сформовано автором

Основні рекомендації в даному прикладі зводяться до гнучкого управління запасами, ефективного контролю дебіторської і кредиторської заборгованості та стратегічного планування грошових потоків з урахуванням ризиків. Інтеграція таких підходів допоможе підприємству стати більш стійким до змін і підвищити свою конкурентоспроможність.

Список використаних джерел:

1. Кособуцький П.С. Статистичні та Монте-Карло алгоритми моделювання випадкових процесів у макро- і мікросистемах у MathCAD: Монографія. Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2014. 412 с.
2. NumPy documentation – NumPy v2.1 Manual.NumPy. URL: <https://numpy.org/doc/stable/>.
3. Using Matplotlib – Matplotlib 3.9.2 documentation. Matplotlib – Visualization with Python. URL: <https://matplotlib.org/stable/users/index.html>.

Крутілко Єлизавета,

здобувач, 242 Туризм

Науковий керівник: Герасименко Тетяна, к.геол.н., доцент

НТУ «Дніпровська політехніка»

РОЛЬ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЗАЛУЧЕННІ ТУРИСТІВ ДО МУЗЕЇВ

На сучасному етапі розвитку музейної справи виникають численні виклики, обумовлені зростанням вимог відвідувачів щодо якості сервісу та інноваційності наданого досвіду. Одним із перспективних шляхів вирішення цих проблем є впровадження інтерактивних технологій, які сприяють не лише приверненню уваги молодшої аудиторії, але й створюють умови для більш доступного та захоплюючого пізнавального процесу для відвідувачів різних вікових категорій. Використання інтерактивних експонатів, віртуальних турів та цифрових реконструкцій історичних подій суттєво трансформують традиційний формат музейних установ, перетворюючи їх на інтерактивні освітньо-розважальні центри. Такі інновації не тільки підвищують залученість відвідувачів, але й сприяють збереженню культурної спадщини шляхом створення нових форм її популяризації.

Інновації та розробка нових продуктів або надання нових послуг є важливими факторами конкурентоспроможності сучасного туристичного бізнесу. Велика кількість досліджень підкреслює брак інновацій в українській туристичній галузі порівняно з іншими секторами економіки, де технології та інновації є широко розповсюдженими [1]. У туристичній галузі застосування інновацій є складним процесом. У туризмі інновації вимагають нових структур планування, управління та організації, а також колективних інтересів, спрямованих на туристичний розвиток. Інтерактивні технології є комплексом сучасних засобів і методів, що забезпечують активну участь користувачів у процесі взаємодії з контентом. У музейній справі інтерактивність передбачає можливість відвідувачів не лише спостерігати експонати, але й впливати на їхню подачу, отримуючи персоналізований досвід. Такий підхід сприяє глибшому засвоєнню інформації, створює емоційний зв'язок із відвідувачами та підвищує загальний рівень зацікавленості до культурної спадщини.

Одними з найбільш поширених видів інтерактивних технологій є доповнена реальність (AR), віртуальна реальність (VR) та мультимедійні експонати. Доповнена реальність (AR) дозволяє накладати віртуальні об'єкти на реальний світ за допомогою мобільних пристроїв або спеціальних окулярів. А це дає можливість побачити, наприклад, реконструкції архітектурних пам'яток або історичних подій безпосередньо на місці їхнього знаходження. Віртуальна реальність (VR) створює реалістичний досвід, який переносить відвідувача в інший час або простір, надаючи змогу побувати в місцях, що недоступні для реального відвідування, і спостерігати за історичними подіями як їхній безпосередній свідок. Мультимедійні експонати, до яких належать інтерактивні екрани, аудіогіди, 3D-моделі та інші цифрові рішення, дозволяють відвідувачам самостійно обирати інформацію для вивчення, збільшуючи глибину і обсяг поданих знань. Застосування таких технологій як AR/VR у туристичній галузі породило

нові форми бізнесу – хмарний туризм і туризм у прямому ефірі, а також підштовхнуло до глибокої трансформації туристичного маркетингу та туристичного досвіду. Віртуальні технології дали потужний поштовх туристичній революції, особливо розвитку віртуального туризму, нової форми екскурсійного туризму, що поєднує мережеві технології, 3D-візуалізацію, VR, географічні інформаційні технології та традиційний туризм [2].

Переваги інтерактивних технологій для музеїв є надзвичайно вагомими. По-перше, вони роблять музейні експозиції більш доступними та зрозумілими для широкої аудиторії, зокрема для молоді та дітей, оскільки поєднують навчання з розвагами. По-друге, такі технології допомагають залучити нових відвідувачів, зокрема тих, хто раніше не виявляв інтересу до класичних музейних форматів. А, по-третє, інтерактивність сприяє створенню унікального досвіду для кожного відвідувача, що підвищує їхню лояльність та бажання повертатися до музею. Варто також зазначити, що впровадження новітніх технологій дозволяє музеям відповідати сучасним вимогам та тенденціям у культурній сфері, демонструючи свою інноваційність та готовність до змін. Крім того, інтерактивні технології дозволяють музеям розширювати свої можливості в рамках дистанційної взаємодії з аудиторією, що особливо актуально в умовах глобальних змін і викликів, зокрема, пандемій чи воєнних дій. Віртуальні тури та цифрові експозиції забезпечують доступ до культурної спадщини для відвідувачів з усього світу, незалежно від фізичного місцезнаходження. Такий підхід не тільки підвищує міжнародну привабливість музеїв, але й сприяє розвитку нових форм культурного туризму, орієнтованих на цифрове середовище.

Процес впровадження інтерактивних технологій у музеях України зустрічає значні перешкоди через сукупність економічних та організаційних факторів. Одним з основних викликів є нестача фінансових ресурсів, оскільки інтеграція інноваційних рішень, таких як створення інтерактивних експонатів, закупівля необхідного обладнання та підготовка персоналу, вимагають значних інвестицій. Особливої гостроти ця проблема набуває у зв'язку з поточною війною, що суттєво вплинула на бюджетування культурної сфери та спрямування коштів на пріоритетніші галузі, як-от оборона та гуманітарна допомога.

Крім фінансових труднощів, додатковим бар'єром є дефіцит кваліфікованих фахівців у сфері цифрових технологій, які могли б ефективно впроваджувати інновації у музейну справу. Багато українських музеїв не мають достатнього досвіду та інфраструктури для реалізації складних інтерактивних проєктів. Відсутність технічних можливостей та спеціалізованих знань обмежує їхню здатність адаптуватися до сучасних вимог, що включають інтерактивні елементи, такі як доповнена та віртуальна реальність, які могли б значно підвищити рівень залученості відвідувачів. [3]. Незважаючи на ці виклики, перспективи розвитку інтерактивних технологій у музеях України є досить обнадійливими. Можемо спостерігати як зростає інтерес серед молоді до культурного надбання через інтерактивний контент, що стимулює музеї адаптуватися до нових вимог. У той же час розвиток ІТ-сектору в Україні відкриває можливості для співпраці між музеями і технологічними компаніями, для реалізації інноваційних проєктів.

Отже, інтерактивні технології значно змінюють підхід до музейної справи, роблячи її більш доступною, цікавою й інтерактивною. Їх використання не лише залучає нових відвідувачів, особливо молодь, але й сприяє глибшому розумінню і засвоєнню представленого матеріалу. Такі технології дозволяють музеям адаптуватися до сучасних вимог цифрової епохи, створюючи унікальні культурно-освітні простори, які поєднують традиційні методи з новітніми інноваціями. Впровадження інтерактивних технологій є ефективним інструментом для підвищення конкурентоспроможності музеїв, збільшення їхньої відвідуваності та формування позитивного іміджу серед широкої аудиторії. Інтерактивні рішення дозволяють зберігати культурну спадщину у цифровому форматі, що сприяє її доступності для майбутніх поколінь та мінімізує ризики втрати унікальних артефактів. Відтак, розвиток інтерактивних

технологій у музейній сфері відкриває нові можливості для збереження і популяризації культурної спадщини, роблячи її більш живою й привабливою для сучасного суспільства.

Список використаних джерел:

1. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5(23). С. 168-180. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/1643/1641>.
2. Лисюк Т., Ройко Л., Білецький Ю. Цифрові інноваційні технології у сфері туризму України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 52. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2554/2473>.
3. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки*. 2022. Випуск 46. С. 11-15. URL: <https://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/783/754>.

Матющенко Аліна,
здобувач, 242 Туризм

Науковий керівник: Безугла Людмила, д.е.н., професор
НТУ «Дніпровська політехніка»

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ПРІОРИТЕТИ ТА СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

Державне регулювання туризму в Україні є ключовим фактором для забезпечення сталого розвитку галузі, яка має значний економічний та соціальний потенціал. Туризм становить важливу частину національної економіки, оскільки сприяє створенню нових робочих місць, стимулює розвиток інфраструктури та залучає іноземні інвестиції. Сучасні тенденції показують, що український туристичний сектор, незважаючи на виклики, має можливості для зростання за умови ефективної державної політики та регулювання.

Пріоритети державного регулювання туризму в Україні зосереджені на створенні сприятливих умов для розвитку туристичної інфраструктури, підвищенні якості послуг та підтримці конкурентоспроможності українського туристичного продукту на міжнародному ринку. Один із головних документів, який визначає ці напрямки, – Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [3]. Стратегія орієнтована на модернізацію інфраструктури, підвищення туристичного потенціалу регіонів та популяризацію національного бренду на світовому рівні. Наприклад, увага приділяється Карпатському регіону та Чорноморському узбережжю, які мають великі можливості для екотуризму та курортного відпочинку.

Планування та реалізація стратегічних напрямків регулювання туризму передбачає тісну співпрацю між державою та приватним сектором. Одним із дієвих механізмів є державно-приватне партнерство (ДПП). У рамках цієї моделі держава стимулює інвестиції в туристичну інфраструктуру, пропонуючи бізнесу податкові пільги, гранти та інші форми фінансової підтримки. Наприклад, проекти з розвитку зеленого туризму в сільських місцевостях Західної України отримують фінансування через програми ЄС та міжнародних організацій, що дозволяє створити нові туристичні маршрути та забезпечити сталість екосистем.

Однак, для досягнення успіху в регулюванні туристичного сектору, важливо забезпечити ефективний механізм контролю за якістю послуг і дотриманням стандартів. Закон України «Про туризм» встановлює основні принципи діяльності у цій сфері, проте практика показує необхідність адаптації законодавства до нових умов [4]. Додаткове регулювання потребують

сертифікація готельних комплексів, стандартизація послуг і забезпечення безпеки туристів. Наприклад, після пандемії COVID-19 зросла потреба в посиленні санітарних норм та дистанційних технологій обслуговування, що стало новим викликом для туристичних операторів і вимагає нових підходів до ліцензування діяльності.

Стратегічні напрямки розвитку туризму в Україні також включають цифровізацію галузі. Використання цифрових технологій сприяє просуванню туристичних продуктів та підвищенню ефективності обслуговування. Наприклад, створення мобільних додатків для туристів дозволяє не тільки знайомити їх із маршрутами, а й полегшує бронювання послуг, купівлю квитків або замовлення екскурсій. Одним із прикладів є національний проєкт «Туристичний портал України», який об'єднує інформацію про туристичні локації, готелі та сервіси, спрощуючи планування подорожей для туристів [2].

Одним із пріоритетів регулювання є розвиток внутрішнього туризму, оскільки це сприяє децентралізації економічного розвитку. Туристичні проєкти на місцевому рівні підтримуються державою через регіональні програми та гранти. Наприклад, у Львівській області створюються туристичні кластери, які об'єднують місцевий бізнес, органи влади та освітні заклади з метою розвитку тематичних маршрутів. Це не лише приваблює туристів, але й стимулює місцевий бізнес і зберігає культурну спадщину.

Таким чином, державне регулювання туризму в Україні має широкий спектр стратегічних напрямків, які сприяють його розвитку. Це включає модернізацію інфраструктури, підтримку приватного сектору через ДПП, посилення стандартів якості, цифровізацію галузі та розвиток внутрішнього туризму. Схематично, ефективне управління може бути представлено у вигляді трикутника взаємодії держави, приватного сектору та міжнародних партнерів, де кожен елемент забезпечує рівновагу та сталий розвиток галузі (рис. 1).

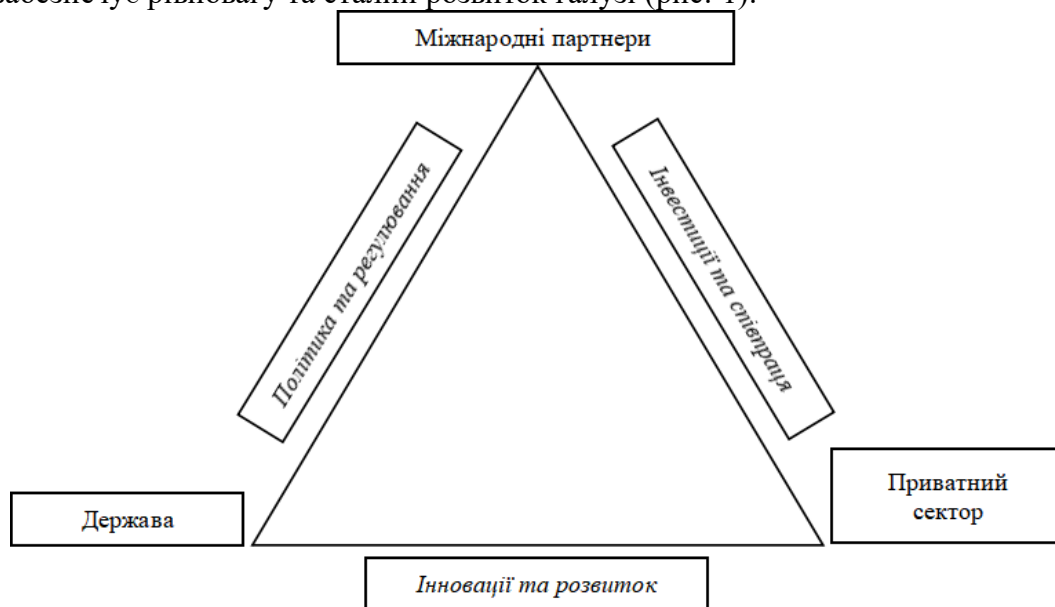


Рисунок 1 – Взаємодія держави, приватного сектору та міжнародних партнерів
Джерело: побудовано автором

На рисунку 1 представлено трикутник ефективного управління туризмом, де кожен елемент – «Держава», «Приватний сектор» та «Міжнародні партнери» – забезпечує баланс і сталий розвиток галузі. Взаємодія між цими елементами включає наступні напрями:

– Держава ↔ Міжнародні партнери: здійснюється через розробку політики та регуляції, що враховують міжнародні стандарти і досвід;

– Міжнародні партнери ↔ Приватний сектор: включає інвестиції та співпрацю для розвитку нових туристичних продуктів і технологій;

– Приватний сектор ↔ Держава: спрямоване на впровадження інновацій і стимулювання розвитку інфраструктури через державно-приватне партнерство [1, 5].

З огляду на міжнародний контекст, Україна активно співпрацює з такими організаціями, як Всесвітня туристична організація ООН (ЮНВТО). Участь у міжнародних форумах та виставках сприяє популяризації України як туристичної країни на світовій арені. Наприклад, участь у таких заходах як «World Travel Market» у Лондоні або «ITB Berlin» дозволяє просувати український туристичний бренд і залучати іноземних туристів.

Список використаних джерел:

1. Безугла Л. С. Роль підприємництва як чинника забезпечення стабільності економіки. *Інвестиції : практика та досвід*. 2010. № 21. с. 31– 33.
2. Національний проєкт «Туристичний портал України». URL: <https://inside-ua.com/about>
3. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>.
4. Закон України «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
5. Безугла Л.С. Державне регулювання розвитку малого та середнього підприємництва в умовах інформаційного суспільства : автореф. дис. ... канд. наук з держ. управління : 25.00.02. Київ, 2011. 20 с.

П'ятниченко Софія,

здобувач, 242 Туризм

Науковий керівник: Герасименко Тетяна, к.геол.н., доцент

НТУ «Дніпровська політехніка»

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Туризм відіграє важливу роль у розвитку економіки, культурного обміну та міжнародних відносин. Проте, попри його значний потенціал, галузь стикається з низкою проблем, що стримують її зростання. Екологічні виклики, нестабільність політичної ситуації в різних країнах, соціальні кризи та пандемії – всі ці фактори впливають на функціонування туристичної сфери. Водночас розвиток нових технологій, удосконалення транспортної інфраструктури, підвищення рівня обслуговування та популяризація еко-туризму відкривають нові перспективи для галузі.

Туризм безпосередньо впливає на розвиток країн та регіонів, однак галузь стикається з низкою серйозних викликів, що потребують вирішення. Однією з головних проблем є негативний вплив на довкілля. Масовий туризм призводить до знищення природних ресурсів, забруднення довкілля та руйнування екосистем [3, с. 41-44]. Популярні туристичні об'єкти зазнають надмірного навантаження, що негативно позначається на їхній збереженості та довговічності. Тому виникає потреба у розвитку еко-туризму, який спрямований на збереження природи та раціональне використання ресурсів. Перевага еко-туризму полягає у: збагаченні туристів життєво важливими знаннями; емоційному оздоровленні (позбавленні від міського стресу); формуванні толерантного ставлення до незнайомої культури і етносів; виробництві екологічно чистих продуктів харчування; розвитку спеціальної освіти, спрямованої на придбання туристських і природоохоронних професій [4, с. 1-10].

Не менш важливими з проблем розвитку туризму є економічні фактори, зокрема недостатність інвестицій у туристичну інфраструктуру. Багато туристичних регіонів

стикаються з проблемами у розвитку готельної бази, транспортної інфраструктури, розважальних та культурних об'єктів, що знижує їх привабливість для туристів. Нестача інвестицій обмежує можливість створення нових туристичних послуг і покращення якості існуючих, що впливає на загальний рівень комфорту для відвідувачів. Окрім того, коливання валютних курсів також суттєво впливають на розвиток туризму, оскільки для іноземних туристів подорожі стають або більш доступними, або, навпаки, дорожчими, залежно від валютної політики країн, що призводить до нестабільності туристичних потоків й зменшення доходів туристичного сектора.

Політичні фактори, (військові конфлікти та політична нестабільність) також серйозно впливають на розвиток туризму. Регіони, де відбуваються збройні конфлікти, автоматично втрачають привабливість для туристів через ризики для безпеки, що в результаті призводить до значного скорочення кількості туристів і суттєвих економічних втрат для місцевого бізнесу й економіки загалом. Політична нестабільність та зміни у державній політиці ускладнюють процеси отримання віз, що також суттєво впливає на потік туристів. Туристи надають перевагу країнам із ліберальними візовими режимами, що дозволяє легко планувати поїздки. Жорстка візова політика знижує конкурентоспроможність країни на міжнародному туристичному ринку.

Значний вплив на туризм мала пандемія COVID-19, яка призвела до серйозних втрат у галузі через закриття кордонів, обмеження на пересування і зниження платоспроможності населення. Це змусило туристичні компанії адаптуватися до нових умов, активно впроваджуючи цифрові технології, дистанційне бронювання й безконтактні сервіси. З іншого боку, пандемія стала стимулом для розвитку внутрішнього туризму, коли люди почали активніше досліджувати місцеві визначні пам'ятки та культурні спадщини.

Соціальні фактори також відіграють важливу роль у розвитку туризму. Зокрема, питання культурної адаптації туристів та місцевого населення. Відсутність порозуміння або поваги до місцевих традицій й норм призводить до конфліктів між туристами і місцевими жителями. У той же час перевантаженість туристичних об'єктів, особливо у пік сезону, погіршує досвід подорожей для туристів, знижує комфорт та негативно впливає на місцеву інфраструктуру. Міста і курорти стикаються з проблемами надмірного навантаження на транспортну й комунальну інфраструктуру, що також знижує якість життя місцевого населення та впливає на імідж туристичних напрямків.

Перспективи розвитку туризму тісно пов'язані з впровадженням концепції сталого туризму, інноваційних технологій, диверсифікації туристичних послуг та активної державної підтримки й міжнародного співробітництва. Сталий туризм стає однією з ключових тенденцій у світовій туристичній індустрії, адже сучасні туристи все частіше віддають перевагу екологічно відповідальним практикам під час подорожей. Одним з напрямків сталого туризму є розвиток екотуризму, який передбачає мінімальний вплив на природу та сприяє збереженню біорізноманіття. Екотуризм дозволяє відвідувачам досліджувати природні ландшафти, одночасно підтримуючи охорону навколишнього середовища і сприяючи економічному зростанню місцевих громад. Важливим аспектом є і впровадження сталих туристичних практик, а саме: раціональне використання ресурсів, управління відходами, зменшення вуглецевого сліду і підтримка місцевих підприємств. Такого роду заходи сприяють збереженню туристичних локацій для майбутніх поколінь й створюють нові можливості для сталого економічного розвитку. Варто зазначити, що сталий туризм передбачає стимулювання відповідального ставлення до природи з боку туристів. Освітні кампанії, що спрямовані на підвищення екологічної свідомості серед відвідувачів, відіграють важливу роль у формуванні свідомого підходу до подорожей. Необхідність розвитку зеленого туризму в Україні визначається такими передумовами, що в подальшому формують і його перспективи:

- зростаючим попитом мешканців українських міст та іноземців на відпочинок у сільській місцевості;
- унікальною історико-етнографічною спадщиною українських сіл;
- багатими рекреаційними ресурсами;

- екологічною чистотою сільської місцевості;
- відносно вільним сільським житловим фондом для прийому туристів;
- наявністю вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів;
- традиційною гостинністю господарів та доступною ціною за відпочинок;
- можливістю надання комплексу додаткових послуг з екскурсій, риболовлі, збирання ягід і грибів, катання на конях тощо [5, с. 17-29].

Інноваційні технології також мають величезний потенціал для розвитку туризму. Використання цифрових платформ та онлайн-бронювання стало невід'ємною частиною сучасного туристичного досвіду, дозволяючи туристам зручно планувати свої подорожі, вибирати місця проживання, бронювати квитки та послуги, що значно підвищує ефективність і зручність процесу. Цифрові платформи також дозволяють туристичним компаніям збільшити свою аудиторію, забезпечуючи доступ до глобального ринку. Ще одним важливим напрямком є впровадження віртуальних турів й доповненої реальності. Такі технології дозволяють туристам «відвідати» певні місця ще до фактичної поїздки, що допомагає зробити обґрунтований вибір і підвищує інтерес до певних туристичних напрямків. Віртуальні тури також варто використовувати як альтернативний спосіб відвідування туристичних об'єктів, що знижує навантаження на популярні туристичні місця.

Диверсифікація туристичних послуг є ще однією важливою перспективою для розвитку галузі. Нові напрямки туризму, такі як агротуризм, медичний туризм, гастротуризм, з'являються у відповідь на змінювані потреби та інтереси туристів. Агротуризм, наприклад, пропонує відвідувачам можливість зануритися в життя сільських громад, дізнатися про місцеві сільськогосподарські практики та традиції, що одночасно сприяє розвитку локальної економіки та збереженню культурної спадщини. Медичний туризм стає все популярнішим серед тих, хто шукає високоякісне медичне обслуговування за кордоном за доступною ціною, що відкриває нові можливості для розвитку цього сегмента ринку. А підтримка локальних культур й традицій через туризм дозволяє зберегти унікальну культурну спадщину різних регіонів, створюючи автентичний досвід для відвідувачів. Туристи, які цікавляться традиціями, ремеслами і гастрономією певної країни, можуть не тільки насолодитися незабутніми враженнями, а й підтримати місцеві громади.

Державна підтримка відіграє ключову роль у розвитку туристичної галузі. Державні програми мають включати фінансування інфраструктурних проектів, стимулювання підприємництва у туристичній сфері, а також розробку заходів для залучення іноземних туристів. Важливою частиною державної політики є також забезпечення збереження культурних й природних ресурсів, на яких базується туристична індустрія. Міжнародні туристичні угоди і співпраця сприяють інтеграції туристичного ринку на глобальному рівні, дозволяючи країнам обмінюватися досвідом, технологіями та туристичними потоками. Таким чином створюються можливості для спільних проектів (транскордонні туристичні маршрути й фестивалі), що підвищують туристичну привабливість регіонів.

За попередніми підрахунками, від початку війни в Україні було повністю пошкоджено або знищено понад 150 різних пам'яток та об'єктів культури. Український культурний фонд створив інтерактивну «Мапу культурних втрат», яка демонструє масштаб руйнації пам'яток унаслідок вторгнення Росії в Україну [1, с. 56-64]. Сьогодні в Україні триває активна дискусія відновлення туристичного сектору у післявоєнний період, а також розробляються конкретні заходи щодо запровадження програми «постконфліктного туризму» в Україні. Зокрема, в 2022 р. відбулася зустріч, на якій представники влади, туристичної індустрії, сфери гостинності та освіти обговорили концепцію створення Інституту Гостинності, головне завдання якого – підготувати туристичний ринок до нових потреб українського суспільства у повоєнний час [2, с. 50-55]. Зокрема, йде розроблення концепції Інституту Гостинності в Україні, яке направлене на підвищення якості та формування нової культури гостинності.

Отже, розвиток туризму стикається з низкою проблем (екологічні загрози, політична нестабільність, нерівномірний розподіл туристичних потоків та наслідки пандемії), однак водночас галузь має значний потенціал для зростання за рахунок впровадження інноваційних

Завдяки цьому аналізу підприємство може визначити перспективні напрями для розробки нових туристичних продуктів та вдосконалення наявних.

На етапі аналізу ринку та пошуку постачальників важливим є взаємодія з партнерами/постачальниками туристичних послуг (готелі, транспортні компанії, екскурсійні агентства тощо). Від ефективності цієї взаємодії залежить якість турпродукту, його привабливість та безперервність надання послуг.

Після визначення постачальників відбувається процес договірної роботи, який гарантує надійність виконання зобов'язань і чіткість наданих послуг. Основними партнерами для туристичного підприємства є готелі, транспортні компанії, екскурсійні агентства, а також інші компанії, що забезпечують додаткові послуги (страхування, візова підтримка).

Визначення собівартості, є ключовим етапом при виборі кращого варіанта для прийняття рішень, оскільки це впливає на рентабельність турпродукту.

Наступним етапом є формування туристичного продукту, який охоплює всі аспекти його створення: від початкового планування до надання послуг туристам. Туроператор розробляє маршрут і програму перебування, організовує договірну роботу з постачальниками послуг та контролює їх якість. Туристичні агентства, у свою чергу, спеціалізуються на реалізації готового продукту, виступаючи посередниками між клієнтами та туроператорами.

Реалізація туристичного продукту може здійснюватися через кілька каналів збуту: власні туристичні агентства, сторонні агенції або онлайн-платформи. На цьому етапі важливим фактором є маркетингова стратегія, яка включає рекламні заходи, просування в інтернеті та роботу з соціальними мережами. Після продажу туру важливо забезпечити якісне післяпродажне обслуговування, що включає підтримку туристів під час подорожі.

На етапах реалізації та складання звітів туристичні підприємства часто стикаються з такими викликами, як сезонність, високий рівень конкуренції та потреба в постійному оновленні пропозицій.

На заключному етапі досягнення повноцінного задоволення попиту споживачів є кінцевою метою будь-якого туристичного підприємства. Це забезпечується за рахунок постійного моніторингу ринку, вдосконалення туристичних продуктів та підтримання високих стандартів якості обслуговування, що безпосередньо впливає на імідж підприємства і повторні продажі.

Отже, можна зробити висновок, що модель реалізації бізнес-процесів туристичного підприємства є багатоступеневим і комплексним процесом, який включає взаємодію з постачальниками, створення туристичного продукту та його реалізацію на ринку. Оптимізація цих процесів і автоматизація управління можуть значно підвищити ефективність функціонування туристичних підприємств, забезпечуючи їм конкурентні переваги. Управління бізнес-процесами дозволяє досягти гармонійної взаємодії між постачальниками, партнерами та клієнтами, що є запорукою успішної діяльності туристичного підприємства.

Подальші дослідження в цій сфері можуть бути спрямовані на вивчення впливу цифрових технологій на управління бізнес-процесами в туризмі.

Список використаних джерел:

1. Кацемір Я. В. Економіка та управління підприємствами. Соціально-економічні чинники розвитку внутрішнього туризму в Україні. 2020. 52 (2). URL: http://bses.in.ua/journals/2020/52_2_2020/3.
2. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. К.: Центр учбової літератури. 2017. 224 с. URL: <https://tourlib.net/ua/>.

Секція 4
ШЛЯХИ ЗБЕРЕЖЕННЯ,
ВІДНОВЛЕННЯ ТА
ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ
КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

ШЛЯХИ ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДІ ДО ЕКСКУРСІЙ РІДНИМ КРАЄМ: ПРАКТИЧНІ ПОРАДИ З МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Однією з проблем сьогодення в популяризації культурної спадщини нашого краю є послаблення інтересу молоді до вивчення рідного краю «офлайн», тобто у ході виїзних екскурсій. Занурення у життя в інтернеті призвело до того, що молодь більше часу проводить вдома, спілкуючись з однолітками, навчаючись та працюючи онлайн, а залучити їх до відвідання екскурсій рідним краєм стає з кожним роком важче. Також суттєвих проблем розвитку місцевого туризму завдає застарілість підходів в екскурсійній діяльності, що відображається як в методології ведення самих екскурсій, так і в відсутності достатнього обладнання, (сучасного портфеля екскурсовода), а також не повна обізнаність щодо психологічних складових сприйняття екскурсантів, особливості їх психічних процесів, що впливають на успіх екскурсії. Є низка негативних чинників, що впливають на «одомашнення» молоді та відсутність жвавого інтересу до усіх видів місцевого туризму:

1. Більшість молодих людей майже увесь свій час проводять он-лайн у гаджетах, де є змога зараз не тільки розважатись та спілкуватись, але й навчатись чи працювати. Надмірна кількість різноманітної інформації викликає фонову тривогу, передчасну втому та згодом роздратування від того, що треба зосереджуватися на навчальному процесі, концентруватися на більш сухо та науково поданій інформації, яка має на меті не розважання, а навчання.

2. У спілкуванні зі студентами та виявленні їх мотивацій до подорожей рідним краєм з'ясувалось, що онлайн доступність будь-якого матеріалу робить для більшості такі поїздки з навчальною метою нецікавими та неактуальним. Все, що потрібно дізнатися про той чи інший об'єкт можна прочитати, побувати на он-лайн обзори та у віртуальному турі.

3. Також не сприяє жвавій цікавості і попередній негативний досвід молодих людей у відвідуванні екскурсійних турів, що за їх словами були нудними та монотонними. Це підтверджує припущення, що треба модернізувати екскурсійні послуги у найширшому розумінні цього слова.

4. Також мода та нові тренди більше заохочують витратити кошти на гаджети, брендові речі та інші матеріальні цінності, щоб самостверджуватись та відповідати очікуванням суспільства, а не сприяють зростанню мотивації молоді вкладати час, фінанси та зусилля у самоосвіту, підвищення ерудиції та виховання власної гідності, що у тому числі відображаються в обізнаності з культури, історії та географії рідного краю.

Тотальне захоплення молоддю віртуальною реальністю не додає популярності реальному живому туризму нашим краєм, а від так збитки від цього несуть не тільки підприємці, що залучені у туристичній галузі, а й усі сторони процесу, включаючи самих молодих людей, що окрім негативного впливу на психоемоційний стан, також зазнають негативу й прогають у наступних аспектах:

- у фізичних аспектах розвитку, бо вони ведуть малорухомий спосіб життя, мало бувають на свіжому повітрі, а тому можуть мати більше проблем зі здоров'ям;
- в соціальній сфері – бо мають менше досвіду спілкування та нових знайомств, встановленні нових контактів та спілкування наживо;
- у розумовому розвитку, бо пізнавальні процеси мають бути якомога різноманітнішими для доброго засвоєння, а не тільки онлайн;
- у саморозвитку та становленні особистості, бо самоствердження в реальності дуже вирізняється від віртуального світу;
- у вихованні любові до рідного краю, батьківщини та природи в цілому, поваги до історії та культури;
- в рівні їх загальної ерудиції.

Метою даного дослідження є вивчення та узагальнення чинників, що знижують цікавість до вивчення культурної спадщини нашого регіону молоддю та виявити які заходи та нововведення популяризують екскурсії рідним краєм, модернізують екскурсійні послуги та покращать діяльності екскурсоводів, що в свою чергу може збільшити зацікавленість української молоді у відвіданні визначних культурних пам'яток нашого краю та підвищити популярність локального туризму в цілому. Завдання дослідження полягає в формулюванні практичних порад щодо проведення екскурсій для молоді на основі психології та соціології туризму для даної цільової групи.

Саме через екскурсію реалізується призначення туризму як особливої сфери суспільної свідомості, в якій здійснюється виховання, навчання, освіта, розвиток особистості під час її подорожі, формування духовних, інтелектуальних якостей особистості, свідомий, цілеспрямований процес життєтворчості особистості у подорожі. Екскурсія – це наочний процес пізнання людиною навколишнього світу, який спирається на дві основні форми пізнання: чуттєве і логічне. Процес пізнання під час екскурсії починається з виникнення контакту органів чуття людини з об'єктом, іншими словами, прийняття спостережуваних об'єктів відбувається на основі відчуттів. З їх допомогою формуються уявлення. Процес пізнання триває в абстрактному мисленні екскурсантів. На цій основі вони приходять до висновків.

Сприйняття в екскурсії – це результат впливу об'єкта та усної інформації на органи почуттів екскурсанта. Сприймання поділяються на зорові, слухові, дотикові, смакові і нюхові.

Саме загострити ці почуття, «зачепити» та потім утримати увагу та концентрацію екскурсантів – одна з головних задач екскурсовода. Тому наведу декілька порад, як можна зробити більш ефективно.

1. Найбільш розвинутими в пізнанні людини навколишньої дійсності є зорові сприйняття, а тому і головну увагу треба приділити саме візуалізації в екскурсії. Урізноманітнити її усілякими девайсами, (якщо дозволяє бюджет), чи мати обов'язковий мінімальний набір у вигляді яскравої та якісної друкованої продукції для демонстрації.

Поради: портфель екскурсовода треба поповнити: яскравим наглядним матеріалом-фотокартками старовинних міст, древніх мап, портретів відомих діячів, фотокарток витворів мистецтва, (що згадуються в екскурсії, але серед об'єктів чи експонатів їх немає), копії листів, чи навіть якихось доленосних документів тощо, біноклем, лупою, планшетом або міні проектором.

2. Слухові сприйняття. Голос, його тембр та жвавість, темп, гучність, виразність та чистота мови екскурсовода відіграє немало роль у приверненні та утриманні уваги.

Поради: підвищення кваліфікації екскурсоводів з профілю риторики, мовлення, акторської майстерності. Оздобити портфель екскурсовода мікрофоном, урізноманітнити демонстраційні матеріали – саме аудіо екземплярами (зразками народних пісень, чи декламуванням віршів – чи звуки лісу чи річки, тварин чи птахів місцевості в записі тощо).

3. Дотикові сприйняття: обов'язково у будь-якій екскурсії треба залучити орган дотику-тобто шкіру – від того, щоб запропонувати екскурсантам доторкнутися до експонатів, (яким це не зашкодить), також просто відчути горстку землі у долонях, про яку розповідають, чи погладити дерево, якому більше 100 років, до усіляких предметів з портфелю екскурсовода (приклади хутра, чи каміння, чи якісь інші дрібниці).

Поради: урізноманітнити портфель екскурсовода, та частіше переключати увагу під час проведення екскурсій – задіяючи усі органи почуттів, що вмикають асоціації, уяву та стимулюють процеси мислення в цілому. А також звертатися до усіх підручних засобів, надаючи екскурсантам приклад, що знайомитися з культурою, історією чи природою - можна не тільки очима та вухами. Можливо забезпечити можливість купити сувеніри на згадку – а саме надати асортимент продукції та необхідний для вибору час.

4. Смакові та нюхові сприйняття – можна багато описувати смак чи запах, а можна один раз скуштувавши, відчутти його.

Поради: по можливості, обов'язково додати до плану екскурсій дегустації, з подальшим

продажом продукції, що сподобалась. Також під час проведення екскурсій звертати увагу на запахи, що можна відчутти, на також час від часу загострювати на цьому увагу, навіть створювати такі релакс-хвилинки тиші та дихання.

Підсумовуючи вищесказане, резюмую, що для того щоб екскурсія була дійсно цікавою, різноманітною та незабутньою, треба залучати усі органи почуттів екскурсантів, та поєднувати стилі проведення самої екскурсії, привертати саме цим увагу та вміло її утримувати на протязі усього часу.

Також, треба пам'ятати, що в екскурсіях поєднуються три види психічних процесів: пізнавальний, що відповідає за відчуття, уявлення, мислення, уяву; емоційний – що відповідає за переживання, та вольовий, якому підкорюються зусилля для збереження уваги та пам'яті. Тому професійні екскурсоводи мають частково розумітися на психології та враховувати в роботі специфіку сприйняття інформації екскурсантами. Перше завдання екскурсовода – пробудити інтерес у слухачів до теми і основних питань проведеної екскурсії. Робиться це за допомогою психологічної установки на сприйняття сказаного [1].

Важливе місце у формуванні інтересу до теми займає вступ, який вводить екскурсантів у зміст екскурсії. Стійкість уваги екскурсантів у чомусь залежить від того, з якого об'єкта починається екскурсія і чим маршрут буде завершено.

Враховуючи це, також доречними будуть наступні психологічні практичні поради:

1. Цікавим доповненням до повноцінної екскурсії буде ефект несподіванки та запропонування змагання, чи легкої конкуренції, це зазвичай трохи збуджує та мотивує, позитивно налаштовує та завдає комфортних нот на всю екскурсію. Він може проявлятися в неанонсованому заздалегідь міні конкурсу на запам'ятовування або конкурсу «відгадай загадку» чи «хто перший».

2. Не зайвими також буде такий вид психологічного впливу, як емоційні прогладжування, (як присвоєння звань, голосування видача медалей, фішок за активність чи правильні відповіді (для обміну на призи), призначення головного, чи керуючого (допоміжного), а також призи за відповіді та взагалі за активну участь тощо, що значно збільшить цікавість, увагу та може навіть підняти дух змагання слухачів.

3. Несподівані та неанонсовані подарунки, попередньо враховані у вартість екскурсії, чи призи завжди також дуже підіймають настрій, викликають здивування та радість та залишають гарні спогади і як результат позитивні відгуки, які в свою чергу сприяють розвитку реклами в подальшому.

4. Йти в ногу з часом, щоб краще сприйматись молоддю та активізувати її інтерес та створювати мобільні додатки, місцевої культурної спадщини, що мають бути як інформаційного характеру, де зосереджені усі можливі види екскурсій нашого краю із актуальним розкладом, так і з можливістю забронювати та сплатити онлайн, почитати та залишити відгуки. Також в таких додатках має бути програми лояльності та знижки й бонуси наприклад за кількість заброньованих, чи за відмічання відвідування об'єкту на своїй сторінці в соцмережах – наприклад «додаткова знижка чи бонус за check-in».

5. Екскурсія у формі гри: зараз є дуже популярні ігри: для молодших екскурсантів це можуть бути квести, для більш старших – різноманітні психологічні ігри, чи ігри, що проводять для згуртування колективу, розвитку особистостей та підняття загального рівня ерудиції, отже доцільно б було поєднати психологічну гру плюс спілкування та навчання у ході цікавої екскурсії.

Екскурсія надає можливість особистості навчитися свідомому і відповідальному ставленню до життя, вирішенню проблем особистісних виборів, переваг, ціннісних орієнтацій, прихильних та неприхильних ставлень туриста до системи: природа – культура – інша людина. Проблема, що порушена у цій статті стосується усіх сторін процесу, на кожному з яких впливають свої чинники, що розглянуті вище, тому і зацікавлені у її вирішенні повинні бути теж обидві сторони як організатори туристичного процесу, зокрема екскурсійної діяльності, так і молодь. Для молоді пропонується:

- впровадити психологічні курси, тренінги, практикуми, вебінари та інші заходи зі

зменшення залежності від інтернету та віртуального світу онлайн, що погіршує як якість життя в цілому так і здатність сприймати та перетравлювати інформацію в навчальному процесі;

- заохочення студентів до відвідання визначних пам'яток нашого краю (такі як: включити в обов'язкову програму навчання виїзні екскурсії, додавати безкоштовні факультативи та гуртки з місцевого туризму, вводити додаткові обов'язкові предмети до навчального процесу усіх спеціальностей- де б поширювались знання з краєзнавства) [2].

Для держави пропонується:

- на рівні місцевої влади та обласної влади виділити більше коштів на розвиток та просування туризму, для цього підготувати відповідні бізнес плани, проекти, затвердити їх відповідальними органами, надати логічне та прозоре обґрунтування даної пропозиції;

- на рівні міністерства освіти: запровадити сучасні напрями викладання основ екскурсійної справи і розробити нову структурну концепцію з проведення екскурсій, підняти професійний рівень вже працюючих екскурсоводів, а для нових – задати високі стандарти; оновити та збільшити компетенції екскурсоводів, залучаючи знання з психології, маркетингу, логістики, економіки тощо.

Для організаторів екскурсійної діяльності пропонується :

- розширити рекламні заходи, а саме окрім традиційних та застарілих: друкованих джерел та висвітлення у місцевих засобах масової інформації, зробити рекламу більш таргетованою, залучити сучасних SMM спеціалістів, а також створювати телеграм канали, youtube канали, сторінки в соціальних мережах (instagram, Tik Tok, Facebook тощо), де необхідно популяризувати на новому рівні туристичні об'єкти нашого краю;

- модернізувати екскурсії, розширити портфель екскурсоводів, додати технічного оснащення (від повсюдного використання мікрофонів, електронних указок, міні проекторів та інших технічних пристроїв, необхідних для урізноманітнення сучасної екскурсії.

Також, щоб робота екскурсовода була максимально ефективною, а сама екскурсія цікавою потрібно враховувати такі психологічні фактори, що для успіху необхідно задіяти усі три види психічних процесів: пізнавальні, вольові та емоційні. Не треба також забувати, що екскурсія- це навчальний процес, але його можна і треба розбавити розважальними компонентами задля збільшення позитивних емоцій під час екскурсії та залучення якомога більше молоді та зростити інтерес до пізнання нашого краю.

Зробити це можливо поєднавши 4 аспекти:

1) психологічну обізнаність з цього питання, розуміння таких деталей, як психічний стан екскурсантів, особливість інтенсивності сприйняття екскурсії;

2) професійність самих екскурсоводів, високий рівень підготовки нових кадрів та курси підвищення кваліфікацій старих, їх вміння лавірувати серед методів проведення самої екскурсії до вміння переключати та утримувати увагу та включати увагу екскурсантів залучення усіх органів почуття;

3) модернізовані методи проведення самої екскурсії будь то оновлений та сучасний портфель екскурсовода та новітнє технічне обладнання;

4) ефективне просування у сучасному медіа-просторі для молоді, що являє собою соціальні мережі та канали спілкування.

Саме екскурсійно-туристична сфера передбачає активну діяльність, яка дозволяє не тільки поновити, але і розвивати життєві сили людини – інтелектуальні, емоційні, фізичні, що забезпечує самостійний світоглядний, життєво-практичний вибір і розвиток особистості.

Список використаних джерел:

1. Бабарицька В. Екскурсознавство і музеєзнавство. Навч. посіб. К. : Альтерпрес. 2012. 444 с.

2. Костюкова О.М. Концептуальні аспекти удосконалення викладання основ екскурсійної справи у вищих навчальних закладах для студентів спеціальності «Туризм». *Вісник Луганського національного Університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Педагогічні науки.* Частина I. 2011. №14 (225). С. 211-218.

РОЛЬ ОСВІТИ У ЗБЕРЕЖЕННІ ІСТОРИЧНОЇ ПАМ'ЯТІ (ДНІПРОВСЬКИЙ РЕГІОН)

Провідною особливістю розвитку сучасних міжнародних відносин є наявність процесів глобалізації, тобто зростання системного взаємозв'язку людства, руху до створення міжнародного глобального, світового суспільства. Відбувається формування/впровадження єдиної системи цінностей, правової культури і моделі поведінки, що, безумовно, полегшує спілкування між представниками різних народів. Стрімко розвивається глобалізація інформаційної сфери та інформаційних технологій. Людина отримує доступ до необмеженої інформації з різних галузей. У результаті відбувається сприйняття культурних цінностей інших народів, впровадження їх у свою індивідуальну свідомість. Сучасні інформаційні технології не просто дозволяють отримувати інформацію, а й можуть сприяти формуванню потрібного типу культурної свідомості або його некерованій зміні. У результаті відбувається сприйняття одним народом культурних звичаїв інших і впровадження їх в індивідуальну свідомість представника нації, що часто нагадує культурний колоніалізм.

Зважаючи на вплив глобальної культури на представників різних народів, виникає проблема збереження національної культури, оскільки саме людина є основним носієм її провідного компоненту – історичної пам'яті. Під історичною пам'яттю розуміємо духовний феномен, притаманний кожній етнічній спільноті і пов'язаний з формуванням, передачею та збереженням уявлень про події минулого і сьогодення. Уявлення про минуле забезпечує ідентичність особи з певною спільнотою. Таким чином, історична пам'ять виступає головним компонентом у консолідації народу і сприяє формуванню української національної ідентичності. Протилежним, але теж негативним наслідком у контексті проблеми консолідації та ідентифікації нації, може стати відсутність нової моделі історичної пам'яті або виникнення кількох її варіантів.

Дніпровський регіон має унікальну історичну спадщину, пов'язану з перебуванням на території України стародавніх народів, розвитком козащини – одного з символів України, бурхливими подіями XVIII – XX ст., з радянським періодом розвитку України. Територія регіону стала батьківщиною для плеяди видатних науковців, письменників, митців, державних діячів. Завдяки їх діяльності про регіон відомо не лише в Україні, а й за її межами.

Дніпровський регіон має значний потенціал для збереження та передачі історичної пам'яті: діють музеї, бібліотеки, театри, тематичні гуртки, видаються періодичні видання та книжкова продукція, доступні для широкого загалу місцеві телевізійні та Інтернет ресурси [2]. Однак, залишається проблемою популяризація історико-культурної спадщини регіону серед студентської молоді. Особливо це стосується молоді, яка приїжджає з інших регіонів України та іноземних студентів, які, в першу чергу, стикаються з проблемою соціальної адаптації і мало приділяють уваги ознайомленню з історико-культурною спадщиною регіону.

Географічне розташування дозволяє Дніпровський регіон тісно співпрацювати з іншими регіонами України і акумулювати їх регіональні здобутки історичної пам'яті.

Знайомитися з історичним минулим свого народу людина починає переважно завдяки сімейному вихованню. Основну функцію цілісного формування знань про історію свого народу бере на себе система освіти. Отримання вищої освіти – важливий етап соціалізації молоді та інтегрування її в українське суспільство. Під час навчання студентів важливо не лише сприяти опануванню ними основ майбутньої професійної діяльності, а й залучати молодь до знань про традиції, історичне минуле, культурні цінності своєї нації, виховувати почуття патріотизму, толерантності та взаємоповаги до інших націй, формувати громадянську позицію, систему цінностей з урахуванням національної специфіки.

Головним завданням національної системи освіти на всіх етапах розвитку суспільства була не лише передача знань про оточуючий світ, а й забезпечення зв'язку між поколіннями

через долучення нової генерації до історії, традицій, культури даного народу, формування єдиної для всіх соціальних груп суспільства системи цінностей, виховання громадян. Саме система освіти сприяє формуванню усвідомлення людиною своєї приналежності до певної нації.

Система освіти не повинна ставити завданням уніфікувати уявлення про історичну пам'ять на національному рівні. Відмінності будуть наявні через існування відмінних подій історичного минулого для різних регіонів держави. На сприйняття історичного минулого можуть впливати також етнічні відмінності, релігійні вподобання тощо. Тому історична пам'ять, скоріше, представляє собою інтегральний образ минулого, прийнятний та зрозумілий для більшості представників даної нації. І завданням освітньої галузі є формування такого образу.

Система освіти найшвидше реагує на ревізії історичної пам'яті, пов'язані з політичними змінами в житті країни. Вона має потенціал маніпулювання історичною пам'яттю. Протягом історії завжди існував тісний зв'язок між владою і системою освіти. Прикладами підпорядкування освіти політичним інтересам стали суб'єктивні оцінки подій минулого, виключення «незручних сюжетів» з навчального курсу історії, неякісні підручники, пояснення фактичного матеріалу через штучні міфи (уявлення про розвиток нації), використання подій минулого в провокаційних цілях, формування негативного ставлення до іншої держави, об'єктивно необґрунтовані зміни освітніх концепцій, різні оцінки подій та діячів історичного минулого в різних регіонах України тощо. Ці фактори негативно відображаються на єдності нації. Тому в закладах вищої освіти Дніпра необхідно зацікавлювати студентську молодь вивчати історико-культурну спадщину регіону, сприяти формуванню у студентів навичок самостійного об'єктивного й системного мислення, сприйняття минулого і сьогодення України, роботи з джерелами та літературою, толерантності, сприяти вихованню національно свідомого громадянина.

Виховання молоді із урахуванням історичної пам'яті посприяє тому, що студенти на високому рівні представлятимуть свій регіон та державу під час участі у різноманітних майбутніх подіях особистого та професійного життя.

Усвідомлення громадянами свого спільного минулого, сьогодення та майбутнього завдяки уявленню про спільну історичну пам'ять впливає на консолідацію нації, формування та реалізацію її національних інтересів, а отже створенні потужної держави, здатної адекватно реагувати на зовнішні виклики. Саме система освіти виконує провідну роль у формуванні такого уявлення.

Встановити доцільність залучення історичної пам'яті у освітньо-виховний процес у вищій школі через проведення серед студентської молоді наукових та культурних заходів, спрямованих на ознайомлення з історико-культурними здобутками Дніпровського регіону буде сприяти розширенню світогляду студентів, розвиток у них навичок дослідної діяльності, об'єктивного та системного мислення, критичного сприйняття інформаційної продукції; виховання всебічно та гармонійно розвиненого національно свідомого громадянина; сприяння формуванню серед студентської молоді української національної ідентичності.

Формування активного свідомого громадянина України має незаперечні позитивні наслідки для іміджу Дніпровського регіону та країни в цілому, зокрема, представлення та захист її інтересів на будь-якому рівні: особистому/професійному або регіональному/державному/міжнародному. Подібна діяльність дає приклад поведінки для наступних поколінь українців. Усвідомлення мешканцями Дніпровського регіону свого спільного минулого, сьогодення та майбутнього сприятиме виробленню ґрунтовних національних інтересів, внутрішньо- та зовнішньополітичних завдань розвитку. Це, безперечно, сприятиме сталому політичному, економічному, соціальному регіональному розвитку, покращить імідж Дніпровського регіону серед іноземних інвесторів. Необхідність збереження історичної пам'яті обумовлюється також обставинами російсько-української війни.

Список використаних джерел:

1. Висоцький О. Глобальна культура. Геополітика: енциклопедія / за ред. чл.-кор. НАПН України, д.філос.н., проф. Є.М. Суліми. К.: Знання України. 2012. С. 202-209.
2. Культурні чинники національної пам'яті: історія та сучасність (аналітичний огляд). URL: www.memory.gov.ua/ua/publication/1654.htm.

Должикова Арина,
здобувач, 242 Туризм та рекреація
Науковий керівник: Бойко Зоя, к.г.н., доцент
Університет митної справи та фінансів

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СЕТ-ДЖЕТТІНГУ В УКРАЇНІ

Місця відіграють важливу роль, пов'язуючи вигадані, а також художні всесвіти з реальністю. І навпаки, уявні місця впливають на те, як люди сприймають реальні місця. Сет-джеттінг, або ж кінотуризм, який перетворює місця зйомок на туристичні пам'ятки, є чудовим прикладом зростаючого попиту на поєднання вигаданого всесвіту з реальними місцями. Взаємодія уявних та реальних місць, яка протягом багатьох років була основною функцією художньої літератури, зростає як якісно, так і кількісно. Цей термін не обмежується кінематографом, він також зачіпає літературу, музику, мистецтво та туризм. Потрапивши на карту, вигадане місце стає привабливим для потенційних туристів та можливим джерелом прибутку [5].

Кінотуризм, як різновид культурно-пізнавального туризму, набуває дедалі більшої популярності у світі. Україна, з її багатою кіноісторією та мальовничими локаціями, має значний потенціал для розвитку цього виду туризму. Проте, реалізація цього потенціалу стримується низкою проблем, які потребують комплексного вирішення [3].

До однієї з найбільших проблем розвитку кінотуризму в Україні можна віднести його недостатню популяризацію серед населення України а також на міжнародному ринку. Маркетингова стратегія щодо просування цього виду туризму серед населення відсутня та влада не бачить потенціалу її просунення. На фоні цього надзвичайно важливою складовою національного виховання українців є проведення заходів задля виховання їх культурно-мистецької обізнаності. Це може бути втілено у формі вивчення кіношедеврів українського поетичного кіно, знайомства з відомими кінофільмами, що знімалися на території нашої країни, тим самим підігриваючи інтерес до кінотуризму та поширюючи своєрідну рекламу кінотурів серед молодого населення .

Насправді Україна має набагато більше потенціальних об'єктів для зйомок кінофільмів, музикальних кліпів тощо, ніж зараз представлено на кіноринку. Це зумовлено надзвичайною природою нашої країни, унікальними історичними пам'ятками, неймовірною та водночас різною атмосферою у різних областях України і, звісно ж, нашою культурою. Але і тут присутня ще одна проблема, а саме стан цих об'єктів. Достатньо велика частина об'єктів кінотуризму України не представляє інтересу для мандрівників як з України, так і тим паче для іноземних відвідувачів через їх занедбаність, деякі пам'ятки навіть знаходяться у зовсім аварійному стані. Часто буває так, що місцем зйомки якогось фільму є напівзруйнована будівля, що очевидно представляє небезпеку для відвідувачів та потребує негайного ремонту. Не останню роль у популярності серед відвідувачів грає наявність інформації про пам'ятку, її місцезнаходження, транспортна доступність та часи роботи, що, нажаль, дуже часто не вказують для багатьох об'єктів кінотуризму. Негативно на розвиток кінотуризму та його поширення серед туристів впливають і нестача інформаційних стендів, вказівників та інших базових зручностей у місцях зйомок. Через це задля реалізації кіноподорожей по Україні наразі гостро стоїть питання реконструкції багатьох об'єктів або ж їх ремонту відповідно до міжнародних стандартів якості та безпеки приміщень [2].

Не зважаючи на деякі недоліки, що заважають більш швидкому просуванню кінотуризму,

не можна не згадати також і численні переваги України як сильного конкурента у сфері кінотуризму.

Безумовно, найбільшою перевагою України є її природа, що сама створює неймовірні локації для зйомок фільмів, кліпів тощо. Україна володіє широким спектром мальовничих локацій, які можуть зацікавити кінематографістів з усього світу: гірські пейзажі Карпат, морське узбережжя Чорного та Азовського морів, історичні міста, автентичні села, мальовничі річки та озера. Усе це разом може дати величезний поштовх для подальшого розвитку кінотуризму в Україні та перетворення цього виду туризму на один з основних.

Як ще одну величезну перевагу можна виділити культурну спадщину України. Багата історія та культура України, з її унікальними традиціями та фольклором, можуть слугувати джерелом натхнення для створення оригінальних кіносценаріїв. Це, в свою чергу, сприятиме поширенню популярності різноманітних українських локацій та залученню інвестицій в український кінотуризм [1].

Загалом можна сказати, що кінотуризм в Україні має значний потенціал для розвитку, який може дати потужний поштовх економічному зростанню та створенню нових робочих місць. За умови визначення ефективної маркетингової стратегії та активної підтримки з боку держави а також комплексного підходу до вирішення таких проблем як транспортна доступність та капітальний ремонт будівель, кінотуризм зможе перетворитися на один з ключових видів туризму в Україні і тим самим стимулюватиме розвиток транспортної, готельної та розважальної інфраструктури в регіонах зйомок, що сприятиме покращенню якості життя місцевого населення. Окрім цього, при високому розвиненні цієї сфери туризму кінотуризм зможуть привернути увагу до історичних та культурних пам'яток України, сприяти їх збереженню та популяризації [4].

Список використаних джерел:

1. Ачкасова В.В., Салімон С. С. Кінотуризм – інноваційний напрямок розвитку туризму в Україні. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2019. Вип 9, С. 164-172.
2. Гаврилюк А. М. Кінотуризм в Україні: нереалізовані можливості та перспективи використання знакових локацій. URL: <https://www.researchgate.net/publication/363474766>.
3. Культурний туризм в Україні: визначення, особливості, проблеми та перспективи. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kochetkova2.html.
4. Українська кіноіндустрія як передумова розвитку кінотуризму в Україні. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/gurova2.html.
5. Connecting Real and Imaginary Places through Geospatial Technologies: Examples from Set-Jetting and Art-Oriented Tourism. URL: https://www.researchgate.net/publication/233650246_Connecting_Real_and_Imaginary_Places_through_Geospatial_Technologies_Examples_from_Set-Jetting_and_Art-Oriented_Tourism.

Зайдова Єлизавета,

здобувач, 242 Туризм

Науковий керівник: Безугла Людмила, д.е.н., професор
НТУ «Дніпровська політехніка»

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ТА ЗАХИСТ ПРИРОДНОЇ СПАДЩИНИ ЮНЕСКО

Природна спадщина ЮНЕСКО – це унікальні екосистеми, біорізноманіття та природні ландшафти, які є неоціненною складовою нашої планети. Однак через кліматичні зміни, людську діяльність та урбанізацію багато таких природних об'єктів опинилися під загрозою зникнення. Щоб зберегти ці «живі» скарби для майбутніх поколінь, людство звертається до інноваційних стратегій, які дозволяють ефективно захищати та відновлювати природні пам'ятки ЮНЕСКО, водночас роблячи їх доступними для дослідження і популяризації [1].

Одним із ключових інструментів збереження природної спадщини є використання цифрових технологій для моніторингу екосистем у режимі реального часу. Завдяки супутниковому спостереженню та системам дистанційного зондування землі можна відстежувати зміни в екосистемах, оцінювати загрози для біорізноманіття та прогнозувати вплив кліматичних змін. Наприклад, на Великому Бар'єрному рифі в Австралії, одному з найбільших природних об'єктів ЮНЕСКО, супутникові дані використовуються для моніторингу стану коралів та оцінки шкоди, яку завдають зміни температури океану. Інноваційні системи дозволяють прогнозувати найбільш вразливі райони та вживати заходів для їх захисту [3].

Паралельно з цифровим моніторингом, активно розвивається біотехнологія, спрямована на відновлення природних екосистем. Наприклад, проект «Coral IVF» (інкубація коралів) на Великому Бар'єрному рифі має на меті відновлення втрачених коралових рифів шляхом збору коралових личинок, вирощування їх у контрольованих умовах і пересадження на пошкоджені ділянки рифу. Це один із інноваційних підходів, який може врятувати один із найцінніших природних об'єктів ЮНЕСКО від подальшого руйнування.

Інший приклад інноваційних підходів до збереження природної спадщини можна знайти у національному парку «Галапагоські острови» в Еквадорі. Ці острови відомі своєю винятковою флорою і фауною, включаючи види, що не зустрічаються більше ніде у світі. Проте через людську діяльність, браконьєрство та інвазивні види багато видів тварин і рослин опинилися під загрозою зникнення. Щоб протистояти цьому, були розроблені інноваційні стратегії, такі як генетична модифікація інвазивних видів для обмеження їхнього впливу на місцеву екосистему. Крім того, вчені проводять генетичні дослідження для збереження видів, що перебувають на межі зникнення, забезпечуючи їхню життєздатність у довгостроковій перспективі.

Важливою складовою збереження природної спадщини є екологічний туризм, який водночас сприяє захисту довкілля і забезпечує фінансову підтримку охоронних заходів. Наприклад, парк Селус у Танзанії є об'єктом ЮНЕСКО, що приваблює тисячі туристів щороку, які бажають побачити дику природу Африки. Щоб забезпечити стійкий розвиток туризму, уряд Танзанії в партнерстві з міжнародними організаціями розробив програми екологічного туризму, які обмежують потік відвідувачів у найбільш вразливі райони та спрямовують отримані кошти на захист місцевих екосистем. Це приклад того, як туризм може стати джерелом збереження, а не руйнування природної спадщини.

Ефективне управління природними об'єктами ЮНЕСКО також залежить від законодавчих ініціатив та міжнародної співпраці. Прийняття спеціальних законів для захисту природної спадщини та посилення контролю за їхнім дотриманням – це важливі кроки для збереження об'єктів. Один із прикладів – Національний парк Йеллоустоун у США, де впроваджені суворі природоохоронні закони дозволили зберегти унікальні природні ландшафти та екосистеми від впливу антропогенної діяльності.

Щоб забезпечити сталий розвиток об'єктів природної спадщини, особливо важливо залучати місцеві громади. Без підтримки та активної участі населення, що проживає на територіях цих об'єктів, будь-які зусилля можуть бути недостатніми. Одним із прикладів успішної взаємодії є проект збереження Амазонського дощового лісу, де залучення місцевих громад до захисту лісу допомагає зберегти екосистему від вирубки та незаконної діяльності. Місцеві жителі беруть участь у моніторингу лісу, проводять просвітницьку роботу та стають важливою ланкою в системі управління природними ресурсами [2].

Візуально ефективно управління природною спадщиною може бути представлено у вигляді піраміди: на вершині стоять інноваційні технології та наукові дослідження, які забезпечують нові рішення для охорони природи. У середній частині розташовані місцеві громади, екологічний туризм і законодавчі ініціативи, що створюють стабільну основу для стійкого управління. Нарешті, на базовому рівні знаходиться міжнародна співпраця, яка забезпечує глобальну підтримку й ресурси для збереження природних об'єктів.

Важливо розуміти, що збереження природної спадщини ЮНЕСКО – це не лише питання

збереження окремих об'єктів, але й глобальне завдання, яке впливає на всі екосистеми планети. Інноваційні стратегії дають можливість не лише захистити природні скарби, але й відновити зруйновані території, підтримуючи біорізноманіття та зберігаючи екологічну рівновагу. Тому міжнародна співпраця, розвиток науки та залучення місцевих громад стають ключовими елементами у боротьбі за збереження живої спадщини нашої планети.

Об'єкти природної спадщини, що перебувають під захистом ЮНЕСКО, є не лише національним надбанням певних країн, а й світовим скарбом, що належить усьому людству. Однак для їхньої ефективної охорони необхідно розвивати інноваційні підходи, залучати міжнародні спільноти, активізувати екологічну свідомість населення та використовувати сучасні технології. Один із найуспішніших прикладів популяризації природної спадщини можна знайти в національних парках США, таких як Йеллоустоун або Гранд-Каньйон. Вони широко відомі завдяки медіакампаніям, що охоплюють широкий спектр аудиторії — від наукових спільнот до туристів. Створення документальних фільмів, науково-популярних передач та онлайн-ресурсів сприяє підвищенню обізнаності про важливість охорони цих місць. З іншого боку, важливим елементом популяризації є екологічний туризм, що водночас забезпечує фінансування заходів з охорони природи та сприяє залученню громадськості до процесу збереження. Наприклад, у Танзанії на території парку Серенгеті, який є об'єктом спадщини ЮНЕСКО, впроваджено спеціальні екотуристичні маршрути, які дозволяють відвідувачам насолоджуватися природою, не завдаючи шкоди екосистемам. Усі доходи від такого туризму спрямовуються на підтримку заповідника та розвиток місцевих громад.

Освітні програми також відіграють важливу роль у захисті природної спадщини. Важливо не лише навчати молодь про значення охорони природи, але й формувати глобальну екологічну свідомість. Наприклад, ЮНЕСКО проводить освітні кампанії у школах та університетах, спрямовані на підвищення обізнаності про важливість захисту природних об'єктів та ролі кожного у цьому процесі. Освіта через інтерактивні платформи та екологічні клуби робить природну спадщину ближчою до широкої аудиторії.

Що стосується захисту природної спадщини, то ключову роль у цьому процесі відіграє міжнародне співробітництво. Країни, на території яких знаходяться об'єкти ЮНЕСКО, повинні активно взаємодіяти з міжнародними організаціями, науковими установами та іншими державами для забезпечення сталого управління [2, 3].

Одним із викликів для захисту природної спадщини є зміна клімату, яка створює нові загрози для багатьох об'єктів ЮНЕСКО. Танення льодовиків у таких місцях, як Національний парк Глейшер у США, призводить до зникнення унікальних ландшафтів і втрати середовищ існування для багатьох видів тварин і рослин. У таких випадках міжнародні організації працюють над впровадженням адаптаційних стратегій, таких як збереження насіння рідкісних видів або переведення тварин до більш безпечних районів.

Таким чином, популяризація та захист природної спадщини ЮНЕСКО є комплексним процесом, що включає використання новітніх технологій, розвиток екотуризму, міжнародне співробітництво та активну участь місцевих громад. Тільки за допомогою спільних зусиль можна зберегти ці унікальні природні об'єкти для майбутніх поколінь, забезпечуючи їхнє сталі існування і розвиток.

Список використаних джерел:

1. ЮНЕСКО. Офіційний веб-сайт. URL: <https://whc.unesco.org/>.
2. Пількевич В. Культурні та природні пам'ятки Європи у Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, що знаходиться під загрозою. *Європейські історичні студії*. 2019. (12), 125-135. URL: <http://doi.org/10.17721/2524-048X.2019.12.125-135>.
3. Безугла Л., Ігнат'єва С., Нікітін Ю. Внесок ЮНЕСКО у розвиток туризму в Україні та країнах Європейського Союзу. *Економіка та суспільство*. 2023. (58). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-67>.

КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЮНЕСКО: ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ВІДНОВЛЕННЯ СКАРБІВ ЛЮДСТВА

Культурна спадщина, визнана ЮНЕСКО, є не лише відображенням унікальних етапів розвитку людства, а й втіленням його історії, культурної самобутності та креативного генія. Збереження і відновлення цих об'єктів – складне завдання, яке вимагає не тільки традиційних підходів, але й інноваційних рішень. Сучасні технології і методи надають нові можливості для збереження пам'яток ЮНЕСКО, забезпечуючи їхнє відновлення і доступ до них майбутнім поколінням.

Одним із ключових напрямків інновацій у збереженні культурної спадщини є використання цифрових технологій. Одним із реальних прикладів є застосування технології 3D-сканування для збереження стародавніх споруд. Наприклад, Пальміра в Сирії, яка була частково знищена під час воєнних дій, стала об'єктом цифрового сканування за допомогою 3D-технологій. Це дозволило не лише зафіксувати детальну інформацію про архітектуру, а й використати отримані дані для подальшого відновлення комплексу. Схожі технології використовуються й у відновленні інших важливих об'єктів, зокрема у Венеції, яка страждає від підвищення рівня води [3].

Окрім 3D-сканування, важливу роль відіграють методи віртуальної та доповненої реальності. Вони не тільки дозволяють відвідувачам віртуально «перебувати» у залах музеїв або серед археологічних комплексів, а й є інструментами для відновлення культурних пам'яток. Римський Колізей, наприклад, отримав віртуальну реконструкцію, яка дає змогу побачити його в первісному вигляді. Завдяки таким технологіям можна не лише зберегти культурні артефакти, але й забезпечити їхню популяризацію у глобальному масштабі, зробивши спадщину доступною для широкої аудиторії через онлайн-платформи.

Окремо варто звернути увагу на застосування біоінженерії та екологічних технологій у відновленні пам'яток. Наприклад, для відновлення стародавніх фресок у єгипетських гробницях використовуються спеціальні мікроорганізми, які допомагають очищати поверхню від шкідливих утворень, не пошкоджуючи самих зображень. Це значно зменшує шкоду від використання хімічних методів очищення і зберігає автентичність [2].

Одним із найуспішніших прикладів інноваційних підходів до відновлення є проект у Франції щодо реставрації собору Нотр-Дам після пожежі 2019 року. Тут залучаються різноманітні методи, включаючи лазерне сканування, точні 3D-моделі та екологічні матеріали для відтворення втрачених елементів. Особливий акцент робиться на тому, щоб реконструкція не лише відповідала оригіналу, але й використовувала сучасні технології, які забезпечують довговічність будівлі та її стійкість до нових викликів.

Іншим важливим аспектом є інтеграція культурної спадщини в сучасний контекст, що також потребує інноваційних рішень. «Рейксмузей» у Нідерландах є яскравим прикладом такого підходу, де, завдяки сучасним мультимедійним технологіям, відвідувачі можуть взаємодіяти з експонатами через цифрові екрани, додатки і навіть соціальні мережі. Це робить спадщину не лише історичним, а й сучасним явищем, сприяючи її популяризації серед молодого покоління.

Пропонуючи рішення для подальшого розвитку, важливо враховувати інтеграцію місцевих громад у процес збереження та відновлення. Програма ЮНЕСКО «Живе надбання», що працює в багатьох країнах, зокрема в Індії та Мексиці, залучає локальні громади до активного процесу збереження спадщини, що допомагає зберігати не лише фізичні об'єкти, але й нематеріальні культурні традиції.

Культурна спадщина ЮНЕСКО охоплює не лише матеріальні об'єкти, такі як архітектурні

споруди, археологічні пам'ятки та природні ландшафти, а й нематеріальні культурні надбання. Одним із інноваційних підходів у цій сфері є створення цифрових архівів нематеріальної спадщини, які зберігають традиції, ремесла, музику, танці та інші форми культурного вираження. Така ініціатива дозволяє документувати й зберігати не лише те, що може бути фізично зруйнованим, але й культурні традиції, які ризикують зникнути через глобалізацію або зміни в суспільстві [1].

Наприклад, в Україні реалізуються проекти, що спрямовані на збереження нематеріальної спадщини, такі як традиція писанкарства чи кобзарства. Завдяки сучасним технологіям ці форми народної творчості можуть бути передані через цифрові платформи, що дає можливість молодим поколінням не тільки зберігати зв'язок із минулим, а й долучатися до цього процесу.

Ще одним важливим аспектом збереження культурної спадщини є врахування екологічних факторів. Багато об'єктів ЮНЕСКО знаходяться під загрозою через зміни клімату. Зміна клімату призводить до підвищення рівня моря, збільшення частоти природних катастроф, що суттєво загрожує збереженню таких унікальних об'єктів, як Венеція чи Велика Китайська стіна. Щоб зберегти ці пам'ятки, залучаються новітні екологічні методи, такі як використання матеріалів, стійких до впливу навколишнього середовища, та розробка стратегій з мінімізації шкоди.

До прикладу, на Мальтійському архіпелазі, де знаходяться мегалітичні храми, активно розробляються плани щодо зниження впливу кліматичних змін. Там були побудовані спеціальні захисні куполи, які захищають давні споруди від атмосферних впливів і водночас дозволяють туристам оглядати ці унікальні архітектурні ансамблі.

Сучасні мультимедійні платформи та соціальні мережі стали інструментом для залучення молоді та міжнародної аудиторії до питань збереження культурних об'єктів. Через інтерактивні програми, віртуальні екскурсії та документальні фільми, об'єкти ЮНЕСКО стають доступними для людей по всьому світу, що сприяє їхньому більш свідомому ставленню до культурної спадщини.

Таким чином, інноваційні підходи до збереження та відновлення спадщини ЮНЕСКО пропонують широкий спектр можливостей, від технологічних рішень до активної участі суспільства. Це дозволяє зберегти унікальні культурні об'єкти для майбутніх поколінь, одночасно роблячи їх доступними для сьогоденної аудиторії, що є основною метою сталого розвитку культурної спадщини.

Список використаних джерел:

1. Пількевич В. О. Культурні та природні пам'ятки України в Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. *Наукові праці. Історія*. 2012. Том 171. Вип.(159). С.120-123. URL: <http://history.chdu.edu.ua/article/view/69937>.
2. Безугла Л., Ігнат'єва С., Нікітін Ю. Внесок ЮНЕСКО у розвиток туризму в Україні та країнах Європейського Союзу. *Економіка та суспільство*. 2023. (58). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-67>.
3. Москвяк Я. Діджиталізація як інструмент збереження нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО в Україні в умовах післявоєнного відновлення. *Development Service Industry Management*. 2023. (4), 21–28. [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-4\(3\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-4(3)).

Орлова Дар'я,
здобувач, 242 Туризм
Науковий керівник: Герасименко Тетяна, к.геол.н., доцент
НТУ «Дніпровська політехніка»

РОЛЬ АВТЕНТИЧНИХ МУЗЕЇВ СВІТЛИЦЬ У ЗБЕРЕЖЕННІ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

Культурна спадщина є невід'ємною частиною ідентичності будь-якої нації. Вона об'єднує

минуле, теперішнє і майбутнє, зберігаючи знання, традиції та мистецтво, які формувалися протягом століть. Одним із найважливіших аспектів збереження культурної спадщини є діяльність музеїв, які відіграють ключову роль у фіксації, дослідженні та популяризації культурних цінностей.

Серед різноманіття музеїв, автентичні музеї світлиць займають особливе місце. Світлиці, як традиційні житлові приміщення, відображають не лише матеріальну, але й духовну культуру, яка передається з покоління в покоління. Вони є свідченням народних звичаїв, побуту, стилю життя та соціальних відносин.

У цьому контексті дослідження ролі автентичних музеїв світлиць у збереженні культурної спадщини набуває особливої ваги. Мета цієї роботи полягає у вивченні функцій та значення таких музеїв, їх впливу на збереження традиційних цінностей і їхню роль у розвитку культурної свідомості суспільства. Розкриваючи цю тему, ми прагнемо продемонструвати, як автентичні музеї світлиць сприяють формуванню багатогранної культурної палітри, що є важливою складовою нашої спільної історії.

Дослідження ролі автентичних музеїв світлиць у збереженні культурної спадщини визначається кількома факторами. По-перше, глобалізація та урбанізація призводять до стандартизації культурних форм і стилів, що загрожує унікальності локальних традицій і ремесел. У цьому контексті автентичні музеї світлиць виконують важливу функцію збереження, популяризації та відродження народних традицій, обрядів і мистецтв, що формують ідентичність певних регіонів.

По-друге, музейна діяльність стає важливим елементом культурного розвитку суспільства, оскільки музеї є не лише зберігачами, але й освітніми установами, що пропагують знання про культурну спадщину. Вони сприяють формуванню свідомості та відповідальності за збереження культурних цінностей у нових поколіннях.

По-третє, автентичні музеї світлиць стають місцем зустрічі різних культур, де відбувається обмін досвідом та ідеями. Вони сприяють розвитку культурного туризму, що, в свою чергу, може позитивно вплинути на економічний розвиток регіонів.

Відкриття автентичних музеїв світлиць в різних містах і селах Дніпропетровщини є яскравим проявом ініціативи, яка має на меті збереження та популяризацію української культури і традицій. Цей регіон, що багатий на історію і культуру, володіє значним потенціалом для розвитку туризму, який може бути реалізований через відновлення і святкування народних звичаїв та спадщини [1].

Створені світлиці-музеї здатні зацікавити не лише місцевих жителів, а й туристів з інших регіонів і країн. Такі музеї слугують вікном у минуле, дозволяючи відчутти та зрозуміти життя наших предків, їхні традиції, обряди та стиль життя.

Важливою складовою відкриття таких музеїв є їхня роль у збереженні культурної спадщини. Завдяки детальному відтворенню та збереженню автентичних елементів українського побуту і інтер'єру, ці музеї створюють атмосферу минулих епох і допомагають зберегти історичну цінність цих місць.

Крім того, світлиці-музеї можуть стати центрами культурного життя та освіти для місцевих спільнот. Вони можуть слугувати місцем для проведення майстер-класів з традиційних ремесел, лекцій про історію та культуру, а також заходів для дітей і молоді. Це сприятиме підвищенню культурного рівня та національної свідомості серед населення [2].

Відкриття автентичних музеїв-світлиць у багатьох містах і селах Дніпропетровщини відображає зростаючий інтерес до власної культурної спадщини та прагнення зберегти й відновити традиції минулих поколінь, що є важливим кроком у збереженні та популяризації української ідентичності і культурного багатства.



Рисунок 1 – Музей-світлиця у Шолоховському Будинку культури
Джерело: за матеріалами [3]

Наприклад, в Будинку культури Шолохового на Дніпропетровщині була відтворена автентична українська світлиця. Працівники закладу використали понад сто експонатів, щоб продемонструвати красу й неповторність національної оселі. Багато з них були надані місцевими жителями, які підтримали ініціативу ентузіастів. Інтер'єр української оселі відтворено у всіх основних деталях: вишитих рушниках, простирадлах, домотканих ряднинах та образах, які займали центральне місце. Тут також є справжня скриня, з якою відправляли наречену в подружнє життя, а також меблі, що вражають своєю простотою і функціональністю. Вишиті картини прикрашають оселю, а Дідух символізує щастя та благополуччя. Ця кімната стала візитівкою села і продовжує наповнюватися новими експонатами.

Відкриття автентичних українських музеїв-світлиць у Дніпропетровщині є перспективним напрямком для розвитку туризму в регіоні. Це інноваційний підхід до залучення туристів, який може суттєво збільшити потік відвідувачів.

Автентичні українські музеї-світлиці – це унікальні об'єкти, що дозволяють гостям зануритися в традиційний український спосіб життя та культуру. Вони створюють атмосферу минулих часів, даючи змогу відчувати колорит сільського життя та торкнутися історії та традицій України. Такі музеї приваблюють як місцевих жителів, так і туристів з інших регіонів і країн [1].

Однією з переваг створення музеїв-світлиць є їх здатність привертати увагу до культурної спадщини, а також стимулювати розвиток туризму в цілому. Ці об'єкти стають центрами туристичної привабливості, що можуть сприяти збільшенню туристичного потоку до регіону. Відвідування таких музеїв може стати частиною подорожі, залучаючи більше людей до Дніпропетровщини та сприяючи розвитку туризму як галузі.

Крім того, відкриття автентичних українських музеїв-світлиць може популяризувати регіон і його унікальність. Це створює можливості для реклами та маркетингових заходів, спрямованих на залучення туристів, які зацікавлені в культурній та історичній спадщині України.

Відкриття автентичних українських музеїв-світлиць на Дніпропетровщині є важливим кроком у розвитку туризму в регіоні, що не лише підвищить його привабливість для туристів, але й сприятиме зростанню туристичного потоку, що позитивно вплине на економічний та культурний розвиток області.

Список використаних джерел:

1. Єфімова В. Урочисте відкриття краєзнавчого музею-світлиці. URL: http://pmu.in.ua/museum_pedagogics/school_museums/svitlici/.
2. Перший народний музей «Тарасова світлиця». URL: <https://shevchenko-museum.com.ua/default/static/view/15/>.
3. У селі Шацької громади створили світлицю автентичного побуту місцевих жителів. URL: <https://shatsk.rayon.in.ua/news/609494-u-seli-shatskoi-gromadi-stvorili-svitlitsyu-avtenticnogo-pobutu-mistsevikh-zhiteliv#group=redactor&photo=0/>.

Чупита Валерія,

здобувач, 242 Туризм і рекреація

Науковий керівник: Язіна Вікторія, к.е.н., доцент

НТУ «Дніпровська політехніка»

ГАСТРОНОМІЯ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ЄС

Гастрономія є важливим аспектом туристичної індустрії в Європейському Союзі, і її роль у розвитку туризму не можна недооцінювати. Різноманітність кулінарних традицій, які представляють кожна країна ЄС, сприяє не тільки підвищенню привабливості туристичних напрямків, але й сприяє економічному зростанню та культурному обміну. Гастрономічний туризм, який включає подорожі з метою пізнання нових страв, вивчення традиційних кулінарних технік і відвідання гастрономічних подій, стає важливою складовою туристичного ринку ЄС.

У першу чергу варто вказати, що гастрономічний туризм є не лише захоплюючим способом пізнання культури через їжу, але й потужним двигуном економічного зростання для багатьох регіонів Європейського Союзу. Витрати туристів на їжу і напої надають значну підтримку місцевим підприємствам, таким як ресторани, фермерські ринки, винарні і пивоварні, що стимулює розвиток місцевої економіки і інфраструктури.

Ресторани грають ключову роль у гастрономічному туризмі. Відомі шеф-кухарі і заклади з високим рейтингом приваблюють туристів, які готові витратити гроші на незабутні кулінарні враження. У містах як Париж, Рим і Барселона, розкішні ресторани і затишні бістро, що пропонують традиційні страви, створюють особливу атмосферу, яка сприяє витратам туристів і збільшує доходи місцевих підприємств. Це не лише забезпечує робочі місця для місцевих жителів, але й сприяє розвитку кулінарних традицій і інновацій.

Фермерські ринки є ще одним важливим аспектом гастрономічного туризму. Вони дозволяють туристам відчувати справжній смак місцевих продуктів, таких як фрукти, овочі, сири і м'ясні вироби. Відвідування таких ринків підтримує місцевих фермерів і виробників, забезпечуючи їм додатковий дохід і можливість для просування своїх продуктів на ширшу аудиторію. Для туристів це можливість не лише купити свіжі продукти, але й познайомитися з традиціями та культурою регіону через їжу. Винарні і пивоварні є не менш важливим елементом гастрономічного туризму. Відвідування виноробних і пивоварних установ дає туристам можливість дізнатися більше про процес виробництва алкогольних напоїв, спробувати різні сорти вин і пива, а також насолодитися дегустаціями і екскурсіями. Це не тільки сприяє продажу алкогольних напоїв, але й стимулює розвиток відповідної інфраструктури, такої як готелі, транспорт і обслуговування, необхідні для прийому туристів.

Економічний вплив гастрономічного туризму не обмежується тільки прямими витратами туристів. Залучення великої кількості відвідувачів може стимулювати розвиток інфраструктури, такої як нові готелі, ресторани, транспортні послуги та інші об'єкти обслуговування. Це створює нові можливості для бізнесу і робочі місця, що позитивно позначається на загальному економічному стані регіону. Таким чином, гастрономічний туризм має значний економічний вплив на регіони Європейського Союзу. Витрати туристів на їжу і напої сприяють розвитку місцевих підприємств, фермерських ринків, винарень і пивоварень.

Гастрономічні події також стимулюють економічний ріст і розвиток інфраструктури, необхідної для обслуговування туристів. Таким чином, гастрономічний туризм не лише забезпечує культурні та кулінарні враження, але й сприяє економічному розвитку регіонів, роблячи його важливою складовою туристичного бізнесу в ЄС [1].

Гастрономія є не лише джерелом насолоди і задоволення, але і важливим елементом культурної спадщини. Місцеві страви і кулінарні техніки, які передаються з покоління в покоління, грають ключову роль у збереженні культурної ідентичності і збагаченні знань про історію та традиції певних регіонів. Для туристів гастрономічний досвід стає мостом до розуміння культурних коренів і соціальних звичаїв, які в іншому випадку могли б залишитися непоміченими. Місцеві страви, часто приготовлені за традиційними рецептами, є живим свідченням культурних традицій. Рецепти, що передаються з покоління в покоління, зберігають у собі не тільки специфічні інгредієнти, але й історії, що стоять за їх виникненням. Наприклад, традиційна італійська паста або французьке рагу мають свою історію, пов'язану з місцевими умовами, соціальними змінами і культурними впливами. Ці страви стають частиною культурної спадщини, яка формується і зберігається через кулінарні практики [2].

Туристи, що відвідують певні регіони, мають унікальну можливість познайомитися з історією і традиціями місцевих культур через їжу. Під час гастрономічних турів вони не лише куштують традиційні страви, але й дізнаються про їх походження і значення у культурі. Це дозволяє туристам зануритися в атмосферу місцевого життя і краще зрозуміти культурні особливості регіону. Наприклад, участь у традиційних святкових заходах, де подаються унікальні страви, може відкрити туристам важливі аспекти місцевих звичаїв і традицій. Збереження традиційних рецептів і методів приготування їжі є справді вагомим аспектом гастрономії як культурного спадку.

Кулінарні традиції, які передаються з покоління в покоління, можуть зберегтися лише завдяки свідомому зусиллю спільноти. Вивчення і збереження старовинних технік приготування їжі та використання місцевих інгредієнтів допомагає зберегти культурну ідентичність регіону. Це також дозволяє уникнути забуття традицій, які можуть бути втрачені у разі відсутності уваги до їх збереження. У свою чергу гастрономічний туризм допомагає підтримувати і розвивати ці традиції. Туристи, які відвідують регіони, де зберігаються кулінарні традиції, сприяють економічному розвитку місцевих підприємств і забезпечують стимул для збереження традицій.

Таким чином, гастрономія є важливою складовою збереження культурної спадщини. Місцеві страви і кулінарні практики, що передаються з покоління в покоління, допомагають зберегти культурну ідентичність і забезпечують туристам можливість дізнатися більше про історію і традиції регіону. Гастрономічний туризм, своєю чергою, грає ключову роль у підтримці і розвитку цих традицій, забезпечуючи економічну підтримку для місцевих підприємств і допомагаючи зберегти унікальні культурні особливості [3].

У розрізі даної теми варто вказати, що один із найцінніших уроків, які Україна може взяти з досвіду ЄС, - це організація гастрономічних фестивалів і подій. В Європі, такі як винні фестивалі у Франції або фестивалі оливкової олії в Італії, приваблюють тисячі туристів завдяки своїй здатності не лише показати місцеві продукти, але й забезпечити емоційний досвід через інтерактивні заходи. Україні варто розвивати власні гастрономічні події, наприклад, фестивалі борщу, вареників або крафтового пива, які могли б стати не лише святом їжі, але й вітриною української кулінарної традиції.

Ще один аспект, що заслуговує на увагу, - це ефективний брендинг і маркетинг гастрономічної спадщини. У ЄС регіони часто використовують свої гастрономічні традиції як важливу частину своєї ідентичності. Наприклад, Тоскана в Італії асоціюється з вином, що додає їй популярності серед туристів. Україні слід створити і просувати власні гастрономічні бренди, такі як Гуцульщина з її унікальними стравами або Поділля з його традиційними кулінарними виробами. Яскраве позиціонування і реклама таких брендів можуть стати потужними інструментами в залученні туристів.

Окрім цього, досвід ЄС у співпраці з місцевими виробниками може бути корисним для

України. У Німеччині, пивоварні пропонують екскурсії і дегустації, що дозволяє туристам не лише насолоджуватися продуктом, але й дізнатися більше про його виробництво. Україні слід розвивати подібні ініціативи, організовуючи тури на ферми, де вирощуються традиційні продукти, або на виноробні, що виготовляють українські вина. Це не лише підвищить зацікавленість туристів, але й сприятиме збереженню та розвитку місцевих традицій. Таким чином, впровадження досвіду ЄС у сфері гастрономічного туризму може стати важливим кроком для України у розвитку її туристичного сектору.

Гастрономічні фестивалі, ефективний брендинг, співпраця з місцевими виробниками, кулінарні майстер-класи та інтеграція гастрономічних маршрутів можуть стати основою для створення привабливого і конкурентоспроможного туристичного продукту, що сприятиме економічному зростанню і збереженню культурної спадщини [4].

Як висновок можна підкреслити, що гастрономія є важливим фактором розвитку туризму в Європейському Союзі. Вона сприяє підвищенню привабливості туристичних напрямків, стимулює економічний розвиток, допомагає зберігати культурну спадщину і підтримувати екологічні практики. Гастрономічний туризм забезпечує унікальні можливості для взаємодії з місцевою культурою та підтримує сталий розвиток туристичної індустрії.

Список використаних джерел:

1. Черниш І. Гастрономія як фактор формування конкурентних переваг послуг пізнавального туризму. *Науковий журнал «Економіка і регіон»*. Полтава: ПНТУ. 2021. С. 33–40.
2. Вишнеvsька Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму, Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. К.: Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв. 2013. Вип. 31. С. 112–118.
3. Ільченко Т.В. Прямий маркетинг як інтерактивна маркетингова система розподілу туристичних послуг. *Економіка та суспільство. Серія: Маркетинг*. 2021. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/691/664>.
4. Басюк Д. І. Етногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Стійкий розвиток України: проблеми та перспективи*. зб. матеріалів доп. учасн. IV наук. -практ. конф. Кам'янець Подільський. 2016. С. 121–123.

Розвиток туристичного
бізнесу, економіки та
підприємництва:
виклики сьогодення

II ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ ЗДОБУВАЧІВ
ВИЩОЇ ОСВІТИ І МОЛОДИХ УЧЕНИХ
26-27 вересня 2024 р.

Відповідальний редактор Л.С. Безугла

Підготовлено
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19