

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНА СЛУЖБА УКРАЇНИ З НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ
ГДАНСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ (РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА)
ОБЛАСНИЙ КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД «ХАРКІВСЬКИЙ ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР
ТУРИЗМУ»**

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ
ІМЕНІ С. З. ГЖИЦЬКОГО
ІНСТИТУТ ПУБЛІЧНОЇ СЛУЖБИ ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ОДЕСЬКА
ПОЛІТЕХНІКА»**

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА

КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМ. ІВАНА ОГІЄНКА

**III Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція
«ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ:
ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ»**



Черкаси - 2025

Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, м. Черкаси, 20 лютого 2025 року / за заг. ред. С. М. Домбровської. Черкаси : НУЦЗ України, 2025. 219 с.

Редакційна колегія:

Домбровська С.М.- в.о. проректора з наукової роботи НУЦЗ України, д.держ.упр., професор, Заслужений працівник освіти України (*відповідальний редактор*);

Косолапов О.М.- начальник навчально-наукового інституту управління та безпеки населення НУЦЗ України, к.психол.н.;

Леоненко Н.А. - завідувач кафедри менеджменту навчально-наукового інституту управління та безпеки населення НУЦЗ України, д.держ.упр., професор;

Поступна О.В. - доцент кафедри менеджменту навчально-наукового інституту управління та безпеки населення НУЦЗ України, д.держ.упр., професор;

Тюріна Д.М. - доцент кафедри менеджменту навчально-наукового інституту управління та безпеки населення НУЦЗ України, к.пед.н., доцент;

Семілюк О.С. - старший науковий співробітник науково-дослідної лабораторії з дослідження проблем управління у сфері цивільного захисту навчально-наукового інституту цивільного захисту НУЦЗ України, PhD у галузі знань публічне управління та адміністрування (*секретар оргкомітету конференції*)

У матеріалах III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації» висвітленні результати наукових досліджень з актуальних проблем туризмології, туристичної практики, публічного управління та адміністрування в галузі туризму, аналізу соціально-економічних аспектів функціонування туристичного бізнесу як важливої складової світового господарства, визначення та обґрунтування перспективних напрямків інноваційного розвитку туристичної індустрії.

Для наукових, науково-педагогічних працівників, здобувачів вищої освіти, теоретиків і практиків туристичного бізнесу, представників влади, працівників мас-медіа та ін.

Матеріали конференції друкуються в авторській редакції. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори. Позиція редакції не завжди може збігатися з точкою зору автора.

СЕКЦІЯ 1
ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛЮДСТВА, РОЗВИТОК ТУРИЗМУ, ПУБЛІЧНЕ
УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

АЛІЄВ Вагіф Державне регулювання транспортно-логістичного комплексу в Україні.....	10
БАНЧУК Станіслав Концептуальні підходи до розвитку сіті-логістики в умовах державного управління пасажирською транспортною системою агломерації.....	12
БУГРИМ Єгор Вплив клімату на розвиток туризму.....	14
ГЕРАСИМЧУК Назар Роль та значення транснаціональних корпорацій в індустрії туризму.....	16
ГОНЧАРЕНКО Андрій Перспективи типізації туристичних дестинацій для підвищення їх взаємодії (на прикладі міста Житомир).....	19
ГОНЧАРСЬКИЙ Іван Публічне управління соціально-економічними макросистемами.....	21
ГОРКУН Максим Зародження мотоциклетного туризму. Поява перших мотоциклів.....	22
ДАШКОВ Артур Туризм як фактор збереження і популяризації національної ідентичності.....	25
ДОМБРОВСЬКА Світлана, ТАТАРНИКОВА Тетяна Державна політика формування безпеки туризму.....	27
ЄРЬОМЕНКО Ганна Механізми відновлення економіки України у повоєнний період.....	29
ЗАГИНАЙКО Вікторія Еволюційний аналіз Event-туризму в Азії: від зародження до сучасності.....	31
ЗАРУБІНА Антоніна, СЕМЕНЮК Лариса Український військовий туризм: унікальний досвід і виклики сучасності.....	33
ЗДОРОВКО Світлана Міжнародний досвід формування політики забезпечення безпеки у туризмі.....	35
КИРИЧОК Анастасія Вплив збройних конфліктів у світі на розвиток міжнародного туризму.....	38
КОБЧЕНКО Андрій, ФІЛОНЕНКО Максим Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку.....	40

КОЗИРА Ігор	
Вплив повномасштабної агресії РФ на стан розвитку туризму в Україні, її національну та цивільну безпеку.....	42
КОЛІСНІЧЕНКО Наталя	
Концепція «кластер турист»: цілі, архетипи, сегменти, показники ефективності.....	46
КОРЕЦЬ Вероніка	
Зовнішньополітичний курс та правові основи розвитку туризму в Чеській Республіці.....	48
КОТЕНКО Ігор	
Формування екологічно-чистого туризму в Україні.....	50
КРЮКОВ Олексій, ШЕВЧУК Сергій	
Вплив екологічних факторів на публічне управління у сфері національної безпеки.....	52
ЛИТВИНОВ Андрій	
Типологізація соціального кластеру.....	54
ЛІСОВИЙ Віталій	
Зміст, специфічні риси і базові функції менеджменту туристичних дестинацій.....	57
МАЗУР Олександр	
Ключові засади регіонального розвитку готельного господарства в Україні	60
МАРУСЕЙ Тетяна	
Сталий розвиток туристичної галузі в Україні в умовах сьогодення.....	61
МЕРЧАНСЬКИЙ Володимир	
Вплив розвитку туризму на стан навколишнього природного середовища.....	64
ПЕЛИПЕНКО Олег	
Реформування податкової системи як механізм впливу на розвиток туристичної галузі в Україні.....	66
ПОСТУПНА Олена	
Громадська спілка «Національна туристична організація України» як особлива інституційна форма державно-приватного партнерства в туризмі.....	68
ПОСТУПНА Олена, БУРМА Андрій	
Історичні аспекти розвитку медичного туризму.....	71
РЕКА Вікторія	
Перспективні послуги туристського конярства Сумщини.....	73
СЕМІЛЕТОВ Олександр	
Психологічна реабілітація через рекреаційні програми: роль туризму в підтримці населення під час та після війни.....	75
СКЛЯРОВА Анастасія	
Основні аспекти розвитку круїзного туризму	77

СОБОЛЬ Роман, СОБОЛЬ Марія	
Публічна політика у галузі страхування туризму в умовах гібридних загроз.....	79
СОЛОШЕНКО Олена	
Психологічний туризм як засіб покращення ментального здоров'я українців.....	82
ТКАЧЕНКО Жанна	
Система показників конкурентоспроможності туристичного бізнесу.....	83
ТКАЧЕНКО Крістіна	
Бенчмаркінг як інструмент регіонального державного управління в Україні.....	86
ХИТРА Олена	
Інформаційний базис менеджменту туристичних дестинацій.....	88
ЦИБУЛЬСЬКА Інна	
Розвиток музейної справи і музейного туризму в Україні.....	91
ЦИКІН Дмитро	
Туризмологія для розвитку територіальних громад.....	93
ЦИМБАЛ Денис	
Організація управління міжнародною діяльністю підприємства за допомогою штучного інтелекту.....	95
ШАЛАМОВА Діана	
Державне управління галуззю туризму в Україні.....	97
ЯРЕМЕНКО Олег	
Розвиток культурного туризму як складова стратегії економічного розвитку регіону.....	100

СЕКЦІЯ 2
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО
БІЗНЕСУ

АЛДОШИНА Марія	
Маркетинговий аспект сучасного просування туристичних напрямків.....	103
БОНДАРЕНКО Вікторія	
SWOT-аналіз розвитку інклюзивного туризму в Україні.....	105
БОЧАРОВ Євген	
Вплив російсько-української війни на міжнародні авіаперевезення в Європі.....	107
БУРМА Андрій	
Сутність, види та найбільш популярні туристичні подорожі з медичного туризму	109
ДІЩУК Михайло	
Сучасні технології в байкпакінгу: навігація, спорядження, мобільні додатки.....	111
ІВАНЧУК Світлана, СТЕПАНЮК Олександр	
Наукові засади розвитку екологічного туризму в Україні та світі.....	113
КАЛЬКО Андрій, КОВАЛЬЧУК Сергій, ЛИХАЧ Анастасія	
Заклади розміщення туру «Звягель: місто історії».....	115
КІЩЕНКО Аміна	
Соціальна відповідальність у сфері готельно-ресторанного бізнесу.....	118
КРУПСЬКИЙ Олександр, СТАСЮК Юлія	
Психологічний туризм як новий тренд у рекреаційній індустрії.....	120
ЛАГУТІНА Мирослава	
Розвиток готелів формату «все включено».....	123
МАСЛОВА Олена	
Вплив війни на розвиток екологічного туризму у Харківській області: виклики та перспективи.....	125
МІРОШИНА Ангеліна	
Організація та управління готельними послугами.....	126
НАЙДИЧ Ангеліна	
Шляхи розвитку сільського зеленого туризму в Україні.....	128
НОВИЦЬКА Анастасія	
Розробка туристичного туру «Екстремальний вікенд на компанію»: методико-технологічні аспекти організації туристичної діяльності.....	131
НЯМЕЩУК Ганна, ОСІПОВ Ілля	
Організація бізнес-процесів міжнародної діяльності українських компаній.....	133
ОЛІЙНИК Валентина	
Подієвий туризм як засіб популяризації локацій всесвіту Гаррі Поттера.....	135
ПОГОСЯН Леон	
Аналіз еволюції гірськолижного туризму в Україні: від зародження до сучасності	137
ПОГУДА Олексій	
Особливості функціонування авіакомпаній України в умовах війни та невизначеності.....	139

ПОДПІСНОВ Денис	
Проблемні аспекти страхування туристів в умовах воєнного стану та повоєнного періоду.....	141
САДЛІВСЬКА Владислава	
Екологічні практики та відповідальне використання ресурсів у готельній індустрії.....	143
СВІТАК Вікторія	
Розвиток внутрішнього туризму в Україні в умовах війни.....	145
СЕМЕНЮК Лариса	
Екологічні стандарти в туризмі: шлях до сталого розвитку.....	147
СКИРДА Валерія	
Мішленівські зірки як інструмент маркетингу та просування туристичних дестинацій.....	149
СОБОЛЄВА Світлана	
Туризм як засіб психологічної реабілітації військовослужбовців.....	151
ТИМОЩУК Олександр, ЗАВОЗІНА Любов	
Перспективи розвитку локальних туристичних дестинацій на заході України шляхом ревіталізації відпрацьованих сірчаних родовищ.....	153
ТИЩЕНКО Яна	
Перспективи розвитку автоматизації в управлінні готелями.....	155
ФЕДЧЕНКО Сергій	
Місце туризму у фізкультурно-спортивній складовій організації соціально-психологічної реабілітації ветеранів.....	157
ЧЕВЕРДЕНКО Костянтин	
Підтримка туристичної галузі під час війни.....	159
ЩЕПАНСЬКИЙ Едуард, БЕРЕЗЮК Анастасія	
Перевантаження туристичних локацій: як балансувати між попитом і збереженням культурної спадщини.....	161
АКНМЕДОВА Olena	
Transformation of Ukraine's restaurant industry amidst crises.....	163
KULBACHNA Mariia	
The influence of motivational policy on the productivity of tourism enterprises employees.....	165
РОМАЗА-PONOMARENKO Alina	
Prospects for the development of domestic tourism in Ukraine.....	167

СЕКЦІЯ 3

ІННОВІНГ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

АХМЕДОВА Олена, ЄРМАКОВ Іван Кібербезпека у сфері туризму в епоху цифрових трансформацій.....	169
ГОРКУН Максим Вплив технологій на персоналізацію туристичних послуг та логістику.....	171
ДРОБИШЕВСЬКА Єва Вплив технологій на обслуговування клієнтів в індустрії гостинності.....	173
ЗАВАДА Євгенія Аналіз пропозицій з DARK-туризму в Україні.....	175
КОЛОМІЄЦЬ Олександр Застосування нових тенденцій та інновацій для розвитку туристичної індустрії у післявоєнний період.....	177
КОШЕЛЬ Максим Виклики та ризики, пов'язані з розвитком мікромобільності.....	180
КРИШТАЛЬ Дмитро Сутність інформаційних технологій та можливості їх використання у туризмі...	182
КРОШКА Любов Використання цифрових технологій у спортивному туризмі.....	184
КУЩ Каріна Інновації в туристичному бізнесі: відкриття нових можливостей для розвитку.....	187
ЛЕОНЕНКО Неллі Instagram-готелі як інноваційна форма організації молодіжного відпочинку.....	189
ЛЯШЕНКО Ангеліна Автоматизовані системи бронювання як один із інноваційних інструментів в екотуризмі.....	191
МАНЮКА Ярослава Інноваційні технології в індустрії туризму країн Балтії.....	193
МАРУСЕЙ Тетяна Цифровізація туризму: напрямки розвитку та проблеми.....	194
ОРДІЄВИЧ Данііл Переваги й недоліки популярних автоматизованих систем бронювання, що використовуються в туризмі.....	197
ПОСТУПНА Олена, ПОЛЯНСЬКИЙ Микола Діджиталізація культурно-пізнавального туризму.....	199
ПОСТУПНА Олена, ТОРПАН Михайло Можливості розширення пропозицій музейних послуг в епоху цифрових технологій.....	201

ПРАСУЛ Юлія, БУБИР Олександр	
Ревіталізація туристичної діяльності у зоні бойових дій: інноваційні перспективи.....	204
СВОЄВОЛІН Ігор	
Оптимізація логістичних макрозон та моделювання їх ефективності.....	206
СЕМ'ЯНЧУК Петро, ФАСОЛЬКО Тетяна	
Математична конструкція страхування у медичному туризмі.....	209
СТУЖУК Дмитро	
Світовий досвід формування атрактивності туристичних дестинацій на міжнародному ринку послуг.....	211
ТЮРІНА Діна	
Технологічні інновації в музеях Німеччини: приклади та тенденції.....	214
УКРАЇНСЬКА-ВАЩЕНКО Дарина	
Інтеграції української залізничної системи до європейської транспортної мережі.....	216
ШИЛІН Михайло	
Мікромобільність як тренд у міській туристичній логістиці.....	218

Секція 1
ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛЮДСТВА, РОЗВИТОК ТУРИЗМУ, ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ
ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

АЛІЄВ Вагіф, здобувач вищої освіти, 2 курс

Науковий керівник: **БАТИР Юрій**, к.е.н., доцент

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Транспортно-дорожній комплекс України має велике значення в економіці держави. Аналіз світового досвіду свідчить про те, що ефективний ринок транспортних послуг є неможливим без ефективного та цілеспрямованого державного регулювання транспортної галузі. Важливим аспектом формування транспортної політики держави є визначення ролі та місця держави у розвитку та функціонуванні транспортної системи.

Оскільки логістичні засади набувають нині особливого організаційно-економічного значення в оптимізації зростаючих матеріальних потоків в агропромисловому комплексі України, надзвичайно важливим є визначення ролі та місця держави у розвитку та функціонуванні транспортно-логістичної системи, а також здійснення аналізу основних напрямів вдосконалення та покращення механізмів державного регулювання логістики в АПК з урахуванням сучасних напрямів розвитку державної політики в умовах соціально-політичних та економічних змін.

Виклад основного матеріалу. Транспортно-логістична система – це інтегрована сукупність суб'єктів транспортно-логістичної діяльності та об'єктів транспортно-логістичної інфраструктури, що взаємодіють між собою з метою оптимізації руху вантажопотоків «від дверей до дверей» за мінімальних витрат на максимально вигідних умовах

На даний момент законодавче регулювання транспортно-логістичної системи більш ніж потребує розширення та оновлення. До нормативно-правових актів, що стосуються даного питання належать наступні: Господарський кодекс України; Митний кодекс України; Закон України «Про транспортно-експедиторську діяльність» від 01.07.2004 № 1955-IV; Закон України «Про транспорт» від 10.11.1994 № 232/94-ВР; Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959-XII; Закон України «Про транзит вантажів» від 20.10.1999 № 1172-XIV; Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Транспортної стратегії України на період до 2020 року» від 20.10.2010 № 2174-р.; Наказ Міністерства транспорту України та Міністерства освіти України «Про затвердження Типової програми підготовки та підвищення кваліфікації фахівців» від 07.05.1998 № 172/244. Як ми бачимо, про детальну регламентацію транспортно-логістичної діяльності мови не може бути, оскільки дані акти лише побічно, фрагментарно або поверхнево регулюють транспортну логістику [1, с. 111].

Цікавим з точки зору перспективи транспортно-логістичної системи є Транспортна стратегія України на період до 2020 року. Метою Стратегії є визначення концептуальних засад формування та реалізації державної політики щодо забезпечення стабільного та

ефективного функціонування галузі транспорту, створення умов для соціально-економічного розвитку країни, підвищення конкурентоспроможності національної економіки і рівня життя населення. Одним з основних принципів Стратегії є створення мережі логістичних центрів. Стратегією визначена важливість розвитку логістичних систем для залізничного і морського транспорту. До пріоритетів розвитку залізничного транспорту загального користування належить створення мережі взаємопов'язаних логістичних центрів та мультимодальних терміналів у найбільших транспортних вузлах, пунктах пропуску через державний кордон. Пріоритетом розвитку морського транспорту також є підвищення ефективності проведення логістичних операцій у морських портах.

До важливих інструментів державного управління транспортного сектора варто віднести:

- законодавчі та нормативно-правові акти, які регулюють взаємини між суб'єктами транспортного сектора та забезпечують ефективну взаємодію різних видів транспорту на принципах логістики та міжвидової конкуренції;
- загальнодержавні та регіональні програми розвитку видів транспорту та їх взаємодії;
- систему оподаткування транспортної діяльності;
- розробку загальнодержавних і регіональних транспортних балансів, пов'язаних з планами розвитку продуктивних сил.

Пріоритетним напрямом державного регулювання залишається вдосконалення нормативно-правового забезпечення розвитку транспортної системи та ринку транспортних послуг, включаючи створення нормативно-правової бази, регулюючої питання якості транспортних послуг, забезпечення мобілізаційної підготовки транспортних організацій і виконання ними розвитку механізмів державно-приватного партнерства, що забезпечують чіткий законодавчий розподіл прав, відповідальності та ризиків між державою й інвестором, а також визначення пріоритетних сфер цих механізмів на транспорті.

Також вимагає удосконалення система управління діяльності транспортно-дорожнього комплексу, яку з боку органів державної влади на регіональному рівні доцільно було б проводити за такими напрямами:

- контроль дотримання чинного законодавства у транспортній сфері економіки регіону, зокрема, щодо безпечного використання транспорту, охорони навколишнього середовища;
- сприяння залученню вітчизняних та іноземних інвестицій у транспортно-дорожній комплекс області, фінансування транспортних послуг, що надаються соціально незахищеним категоріям населення, а також забезпечення спеціальних потреб державних організацій у транспортному обслуговуванні;
- удосконалення регулювання регіональних ринків транспортних послуг, уникаючи здійснення дискримінаційних заходів як щодо перевізників, так і щодо отримувачів цього виду послуг, забезпечення тарифного регулювання діяльності транспортних організацій" монополістів [2, с. 61].

Як слушно зазначає С.А. Матійко, найважливішою проблемою державного регулювання в цій галузі є технічне й технологічне відставання транспортної системи України в порівнянні з розвиненими країнами. Вона не готова до повсюдного вживання сучасних технологій, насамперед – контейнерних [3, с. 98].

Зростаючий попит на вантажні перевезення стримується нерозвиненістю транспорт-

но”логістичної системи країни. На низькому рівні залишається транспортно”експедиційне обслуговування населення й економіки. У країні відсутнє високошвидкісне залізничне сполучення.

Залишається на низькому рівні інноваційна складова в розвитку парків рухливого складу і технічних засобів транспорту, особливо при здійсненні внутрішніх перевезень. Істотне відставання й по екологічних параметрах роботи транспорту [4, с. 88].

Майже у всіх галузях транспортного комплексу зберігаються тенденції старіння основних фондів і їх неефективного використання. Знос основних виробничих фондів по окремих групах основних засобів досяг 55-70 відсотків і продовжує наростати [2, с. 62].

Висновки. Отже, у підсумку можна зробити висновки, що процес реформування в результаті створює перспективи, підвищує економічну ефективність сектору, істотно впливає на покращення рівня соціального життя населення. Формування регіональної транспортно-логістичної інфраструктури, зокрема в агропромисловому комплексі є одним із першочергових завдань для економіки країни та її поступової інтеграції з національною та міжнародною транспортно-логістичними системами вантажо- та товароруку, що сприяє входженню тієї чи іншої країни у світове товариство в якості рівноправного партнера.

Література

1. Федорук Є.І. Особливості державного регулювання транспортно-логістичної сфери України. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 22. С. 109-114.
2. Дороховський О.М. Проблеми та перспективи розвитку транспортно-логістичної системи України. Економіка и управление. 2012. № 5. С. 60-65.
3. Матійко С.А. Концептуальні підходи до забезпечення механізмів державної промислової політики. Науковий вісник Академії муніципального управління. Сер.: Управління. 2013. Вип. 1. С. 94-102.
4. Ковзель Н.О. Оценка влияния инвестиций на развитие экспорта транспортных услуг Украины Залізничний транспорт України. 2007. № 3. С. 88-89.

БАНЧУК Станіслав, здобувач вищої освіти,
Національний університет цивільного захисту України, м.Черкаси

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ СІТІ-ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ПАСАЖИРСЬКОЮ ТРАНСПОРТНОЮ СИСТЕМОЮ АГЛОМЕРАЦІЇ

Розглянемо логістичні аспекти формування та функціонування безшовних транспортних систем у агломераціях. Пріоритет у безшовних транспортних системах агломерацій повинен надаватися видам транспорту, що відрізняється високим рівнем продуктивності, тобто рейковим видам транспорту. Причиною цього є той факт, що саме рейковий транспорт задовольняє більшу частину попиту на перевезення в основних кореспонденціях пасажирських агломерацій у години пікових навантажень.

Стимулювання використання рейкових видів транспорту забезпечується із застосуванням різних заходів, у тому числі розвитку рейкової транспортної інфраструктури, інтеграції замських залізниць до систем міського транспорту, введення обмежень для

використання інших видів транспорту.

Допоміжні види пасажирського транспорту доповнюють рейковий «каркас» безшовної транспортної системи, забезпечуючи доставку пасажирів до пунктів зупинки міської залізниці або станцій метрополітену. Крім того, маючи на увазі існування ринку транспортних послуг, слід стимулювати розвиток конкуренції між цими видами транспорту, а також продумати їх використання для підтримки рейкового транспорту у годині пікових навантажень (наприклад, шляхом введення дублюючих маршрутів).

Визначальний захід щодо особистого транспорту в безшовній транспортній системі – обмеження та контроль. Він може здійснюватись шляхом введення платних автотрас, платного паркування у перевантажених транспортом районах агломерації (частіше до них належить історичний центр), оплати проїзду до районів з обмеженим розвитком вулично-дорожньої мережі. Такі заходи пояснюються необхідністю підвищення ефективності використання транспортної інфраструктури. Оскільки автомобілі мають найменшу продуктивність, створюють підвищене екологічне навантаження на жителів агломерацій, відрізняються високою ймовірністю потрапляння в дорожньо-транспортні пригоди, їх використання стримується.

У той самий час обмеження використання особистого автотранспорту означає повну відмову від нього. Одна з нових форм інтеграції власних автомобілів в безшовні транспортні системи – їх спільне впровадження. Маються на увазі різні форми короткострокової оренди автомобілів і засобів мікромобільності, так і розвиток спільних поїздок.

Завдання управління безшовною транспортною системою, яка вже сформована – пошук нових, найбільш ефективних за часом та витрат поєднань видів транспорту на наявних маршрутах, а також організація ефективних та швидких пересадок. Це операційне завдання неможливо вирішити без спеціальних знань у галузі сіті-логістики.

У літературі можна зустріти безліч дефініцій сіті-логістики. Однак більшість авторів цих визначень сходяться на тому, що цей порівняно новий напрямок прикладних досліджень націлений на ефективне управління різними потоками на території міст. Об'єктами управління у ній можуть бути транспортні, вантажні, інформаційні, адміністративні і навіть фінансові потоки. Стосовно безшовних транспортних систем агломерацій у рамках цього дослідження об'єктами управління будуть передусім пасажирські та транспортні потоки, а також потоки інформації, що їх супроводжують (наприклад, при використанні технології «Мобільність як послуга»).

Критерієм оптимальності управління зазначеними потоками в сітілогістиці є максимізація ефективності в найширшому сенсі: комерційної та суспільної. В рамках останньої враховується вплив схем доставки на рівень транспортної та екологічної безпеки, якість життя населення, збереження навколишнього середовища та – головне – на досягнення встановлених стратегічних напрямків та цілей розвитку самої агломерації та її людського потенціалу.

Отже, сіті-логістика сприймається як науково-практична діяльність, що є управлінням численними логістичними потоками у місті. Акцент в управлінні робиться на комплексному аналізі наслідків прийняття управлінських рішень з урахуванням їхнього впливу на екологію міста та напрямки його розвитку. Цілі сіті-логістики – забезпечення зростання мобільності міського населення, стійкого функціонування міських транспортних систем, високого рівня комфорту перевезень пасажирів.

Незважаючи на те, що більшість зарубіжних публікацій у галузі сітілогістики присвя-

чується доставці дрібних партій вантажів у містах, багато ідей можуть застосовуватися і при організації та управлінні пасажирськими перевезеннями. Справді, сама ідея формування безшовної транспортної системи передбачає зміну міжвидової конкуренції кооперацією та вибудовування мультимодальних схем пасажирських кореспонденцій (за аналогією з ланцюжками поставок у логістиці), що забезпечують наявність вибору та високу якість транспортного обслуговування.

В умовах еволюції схем розселення і формування постіндустріальної розвиненої агломерації концепція сіті-логістики набуває особливої актуальності, оскільки вона дозволяє вирішити завдання формування та розвитку безшовних транспортних систем в агломераціях.

Особливе місце у сіті-логістиці відводиться сучасним технологіям, насамперед інформаційно-комунікаційним. Активно використовуються методи та засоби імітаційного моделювання для вирішення завдань вибору способу перевезень, потреби у транспортних засобах і навіть встановлення ціни на перевезення. Цифровізація значно впливає і на тактичне, і на оперативне управління рухом транспортних засобів в агломераціях.

Література

1. Бідняк М. Н., Біліченко В. В. Виробничі системи на транспорті: теорія і практика: монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ–Вінниця, 2006. 176 с.
2. Заблудська І. В., Корсакова О. С., Носкова С. А., Хорошилова І. О. Формування територіально-виробничих структур регіону: монографія. Чернігів: Десна Поліграф, 2015. 152 с.

БУГРИМ Єгор, здобувач фахової передвищої освіти, 2 курс
Науковий керівник: **АНДРЕЄВ Віталій**, доктор філософії
Відокремлений структурний підрозділ «Машинобудівний фаховий коледж Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара», м. Дніпро

ВПЛИВ КЛІМАТУ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ

Постановка проблеми. Туризм є однією з галузей економіки, що найшвидше розвиваються, відіграючи ключову роль для багатьох країн і регіонів по всьому світу. Він сприяє створенню нових робочих місць, розвитку культурних зв'язків та приносить дохід підприємствам туристичної галузі та територіальним громадам. Однак варто відзначити, що туризм залежить від кліматоутворюючих факторів. Зміна клімату протягом останніх десятиліть стала однією з основних глобальних загроз для існування людського суспільства. Глобальне потепління, незвичайні погодні явища та інші кліматичні зміни серйозно впливають на екосистеми, природні комплекси, економічне та соціальне життя суспільства.

Виклад основного матеріалу. Глобальна зміна клімату стала однією з найнагальніших екологічних проблем, до вирішення якої прикута увага людства. Її наслідками є небезпечні погодні катаклізми, різкі зміни погоди, паводки, повені, сильні вітри, зливи і дощі, град, посухи, що призводять до значних екологічних та економічних збитків у всьому

світі [2, с. 4].

Дослідженням питань щодо змін клімату та його впливу на туристичну галузь займалися такі вчені, як К. Біла, Т. Володарчик, Є. Волочнюк, О. Морозов, О. Морозова, С. Іванюта, О. Коломієць, О. Малиновська, Л. Якушенко та ін.

Зміна клімату означає будь-яку значну зміну параметрів клімату, яка триває не менше 30 років. Іншими словами, зміна клімату означає значні зміни в температурі, опадах, вітровому режимі і т. д. [1, с. 5].

Розглянемо детально вплив кліматичних змін та їх наслідки щодо туризму:

1. Надмірно теплі температури – підвищення температури повітря може спричинити зменшення попиту на традиційні зимові види відпочинку, зокрема гірськолижні курорти, водночас збільшуючи популярність літнього туризму в інших регіонах світу, наприклад, Іспанія (пляжі Коста-Брави).

2. Ймовірність екстремальних погодних умов – часті урагани, штормові вітри, сильні зливи та інші стихійні явища можуть серйозно впливати на туристичну інфраструктуру, погіршувати безпеку подорожей та знижувати привабливість певних місць для відвідування туристами, наприклад, Карибські острови (урагани Ірма, Марія 2017).

3. Зниження снігового покриву та скорочення льодовиків, для гірськолижних курортів – через підвищення температури в багатьох гірськолижних регіонах зменшується товщина снігу та тануть льодовики, що може призвести до скорочення сезону зимових видів відпочинку та необхідності модернізації інфраструктури курортів, наприклад, Швейцарія (Церматт), Австрія (Шамоні).

4. Збільшення частоти сильних опадів в деяких регіонах – збільшення інтенсивності дощів та паводків може призвести до затоплення туристичних зон, порушення транспортних шляхів та погіршення умов для туристичної активності, таких як екскурсії або відпочинок на природі, наприклад, західна частина Німеччини, а також країни Бенілюксу, 2021 р.

5. Підвищення рівня моря – зростання рівня океанів може серйозно загрожувати прибережним курортам, островам і низько розташованим територіям, викликаючи ерозію берегів, втрату земель та зменшення площі для будівництва туристичної інфраструктури, наприклад, Нідерланди (Амстердам), В'єтнам (Хошимін), Італія (Венеція), Таїланд (Бангкок), Мальдіви (Мале).

6. Зниження кількості опадів і збільшення випаровування в деяких регіонах – дефіцит води внаслідок зменшення кількості опадів та підвищення випаровування може створити труднощі для функціонування туристичних напрямків, особливо в пустельних або напівпустельних зонах, де водні ресурси вже обмежені, наприклад, Іспанія (Андалусія, Коста-Брава).

Адаптація до змін клімату полягає у пристосуванні природних, соціальних та економічних систем до реальних чи передбачуваних змін клімату та їх наслідків. Основні аспекти адаптації туристичної сфери включають:

1. Зміна сезонності – коригування туристичних сезонів для використання нових кліматичних умов (наприклад, розвиток літнього туризму в регіонах, де раніше переважав зимовий туризм).

2. Розвиток інфраструктури – модернізація готелів, курортів та транспортних систем з урахуванням підвищеного рівня моря, екстремальних погодних явищ (ураганів, сильних дощів) та інших наслідків змін клімату.

3. Інформаційна підтримка – навчання туристів і місцевих громад щодо адаптації до змін клімату, екологічного туризму, сталого використання природних ресурсів.

4. Ризик-менеджмент – розробка планів дій у разі екстремальних погодних ситуацій (повені, пожежі, посухи), створення систем попередження та ефективного реагування.

Висновки. Отже, адаптація туристичної сфери до змін клімату полягає в адаптуванні туристичної інфраструктури, послуг та діяльності до нових умов, спричинених змінами клімату. Це включає розробку та впровадження стратегій, що дозволяють зменшити негативний вплив кліматичних змін на туристичний сектор і використовувати нові можливості, які вони можуть створити.

Література

1. Адаптація до зміни клімату. Брошура для тих, хто хоче дізнатись про це більше, а також тих, хто хоче діяти. Карпатський інститут розвитку. Агентство сприяння сталому розвитку Карпатського регіону «ФОРЗА» 2015. 40 с. http://forza.org.ua/sites/default/files/adaptation_climate_change_brochure_ua_screen_final.pdf
2. Зміна клімату : наслідки та заходи адаптації : аналітична доповідь / [С. П. Іванюта, О. О. Коломієць, О. А. Малиновська, Л. М. Якушенко] ; за ред. С. П. Іванюти. Київ : НІСД, 2020. 110 с.

ГЕРАСИМЧУК Назар, здобувач вищої освіти, 4 курс

Науковий керівник: **ЩЕПАНСЬКИЙ Едуард**, д. держ.упр., професор

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації транснаціональні корпорації (ТНК) відіграють ключову роль у розвитку світової економіки, зокрема в індустрії туризму. Індустрія туризму є однією з найбільш динамічних галузей, яка забезпечує значний внесок у ВВП багатьох країн, сприяє створенню робочих місць і стимулює міжкультурний обмін. ТНК, діючи на міжнародному рівні, стають важливими факторами в цьому процесі, контролюючи великі фінансові потоки, ресурси та інфраструктуру, необхідну для туристичної діяльності. Однак активна участь ТНК у туристичній галузі породжує низку суперечливих питань. З одного боку, вони забезпечують доступ до нових технологій, підвищують стандарти обслуговування та сприяють міжнародній інтеграції. З іншого боку, зосередження значних ресурсів у руках ТНК може призводити до зменшення ролі місцевих підприємств, одностороннього розвитку регіонів і негативного впливу на екологію та місцеві спільноти. Проблема полягає у необхідності збалансування позитивного впливу ТНК на розвиток індустрії туризму та мінімізації негативних наслідків їхньої діяльності.

Виклад основного матеріалу. Процеси транснаціоналізації у туристичній індустрії розвиваються дещо інакше, ніж в будь-якій іншій сфері – на ці процеси впливають навіть ті компанії, які безпосередньо не входять у структуру туристичної індустрії. Взаємодія процесів глобалізації та розвитку світового туристичного ринку проявляється у вигляді

ді функціонування ТНК, стратегічних альянсів та глобальних союзів. Вихід компаній на міжнародний рівень обумовлений особливостями туристичних послуг. Ці послуги включають набір різних товарів і сервісів, які турист використовує під час подорожі: у країні походження, транзитних регіонах та країні призначення. Тому процес та значення транснаціоналізації туристичного ринку передбачає розширення міжнародної діяльності компаній, що поступово перетворює їх із національних у транснаціональні корпорації.

Транснаціональна корпорація (ТНК) – це компанія, яка має виробничі або інші підрозділи в різних країнах і здійснює централізоване управління та координацію їхньої діяльності [1, с. 35]. Основною особливістю транснаціональних корпорацій (ТНК) є глобальність їхньої діяльності та здатність адаптуватися до ринків по всьому світу. ТНК сприймають світ як єдиний ринок, розширюючи свою присутність через злиття, поглинання та створення спільних підприємств. За класифікацією ООН, до ТНК належать компанії, що працюють щонайменше у двох країнах, мають централізоване управління та значну частку капіталу в дочірніх підприємствах за кордоном (від 10 % і більше) [2, с. 64]. Далі, якщо брати причини виникнення транснаціональних корпорацій, то неможливо не згадати такі з них:

- ймовірність підвищення конкурентоспроможності компанії через інтеграцію постачальників, науково-дослідних установ, розподільчих та збутових підприємств у свою структуру;
- використання «інтелектуальних активів» (досвід, управлінські навички) не лише в місцях їх створення, але й у глобальному масштабі;
- доступ до ресурсів інших країн (дешевої робочої сили, сировини, фінансів, технологій) завдяки дочірнім підприємствам;
- близькість до закордонних споживачів і переваги у доступі до ринкової інформації;
- продовження життєвого циклу застарілих технологій шляхом їх використання в міжнародних філіях [3, с. 73].

Окрім того, транснаціональні корпорації в туристичній індустрії приймають різні форми, залежно від їхнього впливу на ринок та стратегії розвитку. Однією з найбільш поширених форм є мережі міжнародних готелів, таких як Marriott або Hilton, які володіють численними філіями по всьому світу. Іншою формою є туристичні агентства та оператори, як TEZ, що надають широкий спектр послуг, включаючи тури, перевезення, екскурсії. Існують також корпорації, що спеціалізуються на авіап перевезеннях, наприклад, Lufthansa або Emirates, які активно взаємодіють з готелями та іншими елементами інфраструктури. Разом всі ці форми об'єднуються спільною характеристикою: здатністю працювати в кількох країнах одночасно, забезпечуючи глобальні послуги для туристів і стандартизацію якості, що підкреслює одну з найяскравіших ролей ТНК.

Для ретельного збалансування позитивного впливу ТНК на розвиток індустрії туризму та зменшення негативних наслідків їхньої діяльності, необхідно розглянути переваги та можливі недоліки для материнської країни. Де перевагами виступають: використання економічних відмінностей між країнами через швидкі бізнес-маневри, спрямовані на концентрацію виробництва в регіонах з дешевою сировиною і низькою оплатою праці; отримання вищих прибутків у країнах з низьким рівнем оподаткування; покращення виробничих і збутових стратегій з урахуванням специфіки національних ринків; використання ТНК для збору комерційної, наукової та технологічної інформації за кордоном; лобювання економічних і політичних інтересів на міжнародному

рівні [3, с. 94].

Транснаціональні корпорації стали важливим фактором глобалізації, перетворивши сам туризм та загалом світову економіку на інтегровану міжнародну систему. Однак, функціонування ТНК призводить і до негативних наслідків для країн, де вони працюють, а саме:

- зменшення кількості робочих місць у країні, де базується корпорація;
- менша прозорість фінансової звітності підприємства, що може призвести до ухилення від сплати податків і, як результат, до скорочення надходжень до державного бюджету;
- встановлення монопольних цін, що йдуть всупереч інтересам країни, де розташована материнська компанія, а також країн, де знаходяться філії ТНК [2, с. 81].

Тому для протидії негативному впливу та запобігання монополізації національних економік, країни, де знаходяться філії ТНК, можливими шляхами є посилення та удосконалення національного законодавства з інвестицій у ТНК, а також сприяти розвитку позитивних двосторонніх відносин між державами для регулювання супутніх процесів і захисту національних інтересів.

Висновки. Транснаціональні корпорації (ТНК) стали важливими складовими на глобальному туристичному ринку, їхня діяльність значно впливає на розвиток туристичної індустрії. Однією з головних особливостей ТНК є їхня здатність діяти на світовому рівні, сприймаючи планету як єдиний ринок. Це дозволяє корпораціям швидко розширювати свою присутність через злиття, поглинання та створення спільних підприємств. У туристичній галузі ТНК мають різноманітні форми, такі як мережі готелів, туроператори та авіакомпанії, що дають їм можливість впливати на глобальні тенденції, покращуючи доступ до послуг і стандартизацію на різних ринках. ТНК змінюють ландшафт туристичної індустрії, забезпечуючи економічний ріст, але водночас створюючи нові виклики, зокрема для місцевих підприємств та екології. Тому ТНК у туристичній індустрії відіграє дуже важливу роль.

Література

1. Білоцерківець В.В. та ін. / за ред. Задой А.О. Міжнародна економіка: навч. посібник. Д.: «ДУЕП», 2010. 130 с.
2. Зверяков М.І., Мащевська В.В. Політична економія. Навч. посібник для самостійної роботи студентів ВНЗ. Одеса: Видавництво «Атлант»-2009. 212 с.
3. Базилевич В.Д. Економічна теорія, політекономія: Підручник. К.: "Знання Прес", 2014. 320 с.

ГОНЧАРЕНКО Андрій, здобувач вищої освіти, 2 курс

Науковий керівник: **БОГОСЛАВЕЦЬ Оксана**, к.е.н., доцент кафедри регіоналістики і туризму

Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана, м. Київ

ПЕРСПЕКТИВИ ТИПІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ВЗАЄМОДІЇ (НА ПРИКЛАДІ МІСТА ЖИТОМИР)

Постановка проблеми. Перспективи типізації туристичних дестинацій для підвищення їх взаємодії на прикладі міста Житомира полягають у систематизації туристичних ресурсів та розробці інтегрованих туристичних маршрутів, що сприятиме оптимізації використання місцевих можливостей та збільшенню потоку туристів. Житомир, як обласний центр з багатою історичною та культурною спадщиною, має значний потенціал для розвитку туризму. Однак для максимального ефекту необхідна чітка типізація його туристичних об'єктів за різними напрямками, такими як історичний, культурний, природний та екологічний туризм. Типізація дозволяє класифікувати туристичні об'єкти за певними ознаками, що робить їх більш доступними для цільових груп і забезпечує зручність для планування подорожей.

Виклад основного матеріалу. Основною метою типізації є створення ефективних туристичних маршрутів, що охоплюють різноманітні об'єкти та атракції міста, забезпечуючи туристам багатогранний досвід. Важливою частиною цієї стратегії є формування туристичних кластерів, де об'єкти взаємодіють між собою, надаючи комплексні послуги. Наприклад, історичні пам'ятки можна поєднувати з музеями, природними зонами та готельними комплексами, що створює умови для цілісного і комфортного перебування туристів. У Житомирі це може бути досягнуто завдяки розвитку спеціалізованих маршрутів, що поєднують різні види туризму, такі як пішохідні екскурсії історичними місцями міста, відвідування музеїв, природних парків та садиб. У процесі підвищення взаємодії між туристичними дестинаціями важливу роль відіграє використання сучасних технологій. Розробка мобільних додатків або онлайн-платформ для планування подорожей дозволяє туристам зручно знаходити інформацію про об'єкти, бронювати квитки або обирати послуги. Це сприяє зручності та комфортності для відвідувачів, а також дозволяє збільшити кількість туристичних потоків.

Органи місцевої влади повинні відігравати активну роль у розробці та реалізації стратегії розвитку туризму. Вони можуть ініціювати створення спеціалізованих туристичних програм для різних груп відвідувачів, таких як сім'ї з дітьми, активні мандрівники чи любителі гастрономічного туризму. Також важливим є розвиток маркетингових кампаній, спрямованих на популяризацію туристичних можливостей Житомира, залучення інвесторів та створення сприятливого клімату для розвитку інфраструктури туризму.

Типізація та інтеграція туристичних дестинацій Житомира дозволить не тільки підвищити їх взаємодію, а й значно збільшити привабливість міста як туристичного центру, сприяючи економічному розвитку та покращенню іміджу міста на національному та міжнародному рівнях.

Розвиток туристичних дестинацій Житомира через типізацію також створює передумови для підвищення конкурентоспроможності міста на туристичній карті України. Завдяки впорядкованій класифікації об'єктів та розробленим інтегрованим маршрутам

можна більш ефективно просувати місто серед різних категорій туристів, зокрема через спеціалізовані туристичні агентства, онлайн-платформи та соціальні мережі. Створення комплексних туристичних пакетів, що включають екскурсії, проживання, харчування та розваги, дає змогу залучати більшу кількість туристів та забезпечує сталий потік відвідувачів протягом року.

Завдяки типізації можна зосередити увагу на розвитку найпопулярніших і найбільш значущих для міста об'єктів, що дасть змогу не тільки підвищити їх інвестиційну привабливість, а й налаштувати ефективну взаємодію між різними секторами туристичної індустрії. Це сприятиме поліпшенню якості туристичних послуг і задоволеності відвідувачів. Для прикладу, при створенні історичних і культурних турів можна задіяти готелі та ресторани, що пропонують традиційну житомирську кухню, а також локальні ремесла та сувеніри, що дозволяють глибше пізнати культуру та звичаї регіону.

Перспективи типізації також мають великий потенціал у розвитку екологічного та агротуризму, оскільки Житомирщина відома своїми природними ресурсами та зеленими зонами, які потребують спеціалізованого підходу до їх популяризації. Інтеграція природних об'єктів у загальні туристичні маршрути дозволить не тільки збільшити екологічну свідомість серед туристів, але й забезпечить сталість розвитку таких напрямків, як еко-туризм і сільський туризм.

Незважаючи на всі можливості, для реалізації типізації та інтеграції туристичних дестинацій необхідно враховувати певні виклики. Серед них – недостатній рівень інфраструктури, обмеженість фінансових ресурсів для розвитку, а також відсутність у деяких випадках координації між місцевими підприємцями та органами влади. Тому важливим є також розвиток партнерських відносин між приватним і державним секторами, а також підвищення кваліфікації персоналу в сфері туризму. Це включає навчання гідів, персоналу готелів, а також адміністраторів онлайн-сервісів.

Висновки. Отже, перспектива типізації туристичних дестинацій для підвищення їх взаємодії на прикладі Житомира є важливим етапом на шляху до розвитку сталого туризму. Вона дозволяє створити чітку систему, яка полегшить планування туристичних поїздок, підвищить якість послуг і допоможе місту розвивати своє туристичне обличчя на національному та міжнародному рівнях, сприяючи економічному росту та культурному обміну.

Література

1. Білодід, Ю. С., & Соловйов, С. А. (2015). Туризм: теорія і практика. Київ: Видавництво "Академія".
2. Єрмолаєва, Н. О. (2018). Маркетинг туристичних послуг. Харків: ХНАМГ.
3. Левченко, В. О., & Горбатенко, О. І. (2017). Типізація туристичних дестинацій: проблеми та перспективи розвитку. Вісник Національного університету фізичного виховання і спорту України, 21(3), 48-52.
4. Сіденко, М. М. (2019). Туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. Київ: Державний університет економіки та технологій.

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ МАКРОСИСТЕМАМИ

Постановка проблеми. У розвинених країнах початок ХХІ ст. став періодом інтенсивного розвитку інформаційного суспільства, націленого на перехід до економіки знань. На тлі цього в Україні спостерігається відставання в області освіти і науки, що значно актуалізує необхідність створення ефективної системи публічного управління, що забезпечує перехід до економіки, заснованої на знаннях. Враховуючи масштаби країни, доцільним бачиться створення ефективної системи публічного управління соціально-економічними макросистемами в умовах необхідності переходу до економіки знань.

Виклад основного матеріалу. Соціально-економічна макросистема - це цілісна локалізована в економічному часі і просторі сукупність взаємозв'язаних, взаємозалежних і взаємодіючих соціальних і економічних інститутів і стосунків з приводу виробництва, розподілу, обміну і споживання в суспільстві, що складається з підсистем, які мають загальну специфіку функціонування [2].

Стосовно України, в якості макросистем слід розглядати, на наш погляд, області. Виходячи з цього, під соціально-економічними макросистемами слід розуміти частини території держави, які характеризуються відносною однорідністю соціально-економічних параметрів або просторовою близькістю до одного з центрів, взаємодіють з іншими частинами території держави і, в деяких випадках, мають органи управління або координації, загальні програми і стратегії розвитку державного рівня. Для соціально-економічних макросистем характерне поєднання природно-кліматичної, правової, економічної, соціальної, інформаційної складових, наявність безлічі різноманітних елементів, великого числа складних зв'язків, протікання потоків різних ресурсів (інформаційних, матеріальних, фінансових та ін.). Адже термін «публічне управління» застосовується в різних сферах, таких як економіка, юриспруденція, політологія, соціологія та ін. Це поняття має різні трактування, проте, на наш погляд, стосовно механізму управління доцільно відштовхуватися від наступного визначення: публічне управління - це система, що об'єднує діяльність органів влади усіх рівнів, неурядові організації і забезпечує задоволення і захист інтересів суспільства. Публічне управління характерне для країн, в яких сформовано громадянське суспільство і досягнутий високий рівень соціально-економічного розвитку.

Система публічного управління в Україні є багаторівневою і має складну структуру, та являється базовим елементом при розробці і реалізації соціально-економічної політики. Публічне управління соціально-економічними макросистемами повинно забезпечити точне прогнозування, розробку і реалізацію стратегій, програм і проектів соціально-економічного розвитку в умовах необхідності переходу до економіки знань у рамках інтегрованих державно-приватних утворень. При цьому основною метою функціонування системи публічного управління є підвищення рівня і якості життя населення. [1] Цілями публічного управління є забезпечення ефективного функціонування органів влади усіх рівнів, виконання органами влади своїх функцій в інтересах суспільства, забезпечення соціальної спрямованості держави. Уперше термін «економіка знань» застосував Фриц Махлуп, австрійський і американський учений-економіст. Він ввів це поняття відносно

одного з секторів економіки. Згодом термін отримав поширення і став використовуватися в науковому обороті як позначення типу економіки, заснованої на знаннях. [3] Розвиток сучасного суспільства і необхідність становлення економіки знань роблять безпосередній вплив на процеси вибудовування ефективної системи публічного управління. При цьому основна роль, що відводиться системі публічного управління, полягає в розвитку сучасної ефективної економіки, що забезпечує високий рівень і якість життя населення

Висновки. Це повинно стати новою парадигмою державної політики соціально-економічного розвитку України. Проте подібний підхід вимагає створення певних інституціональних умов, що є першочерговим завданням, яке покликана вирішити держава.

Література

1. Примуш Р. Трансформаційні зміни як доктринальний аспект забезпечення безпеки соціально-економічних систем: міждисциплінарний та управлінський Інвестиції. Практика. Досвід . № 15-16. С. 96-99. Режим доступу: <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/issue/view/22> серпень
2. Цегольник, П. А. Актуальні напрями використання науково-практичних здобутків менеджменту в інституціях державного управління . Вісник УАДУ. 2000. № 3. С. 86
3. Public Administration in Post-Communist Countries: Former Soviet Union, Central and Eastern Europe, and Mongolia / edited by Saltanat Liebert, Stephen E. Condrey, Dmitry Goncharov/ CRC Press, Taylor & Francis Group. 2013. 170 p.

ГОРКУН Максим, здобувач вищої освіти, 3 курс

Науковий керівник: **ПОСТУПНА Олена**, д. держ. упр., професор

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ЗАРОДЖЕННЯ МОТОЦИКЛЕТНОГО ТУРИЗМУ. ПОЯВА ПЕРШИХ МОТОЦИКЛІВ

Постановка проблеми. Останнім часом у світі стають популярними активні види туризму. Одним з них є мотоциклетний туризм, у якому, пересуваючись мотоциклом, можна подорожувати з пізнавальною (пізнання природи, історії та культури різних країн і регіонів) та спортивною метою (змагання у моторалі потребує від учасників заїздів відмінної фізичної підготовки, знань з технічної грамотності та готовності людини до подолання перешкод). Організація сучасних мотоподорожей здійснюється по-різному – як одноденні (походи вихідного дня без ночівлі; походи вихідного дня з ночівлею; походи до природних локацій – річка, озеро, море, ліс та ін.; поїздка до іншого міста / селища) та багатоденні тури (поїздки на святкові дні; поїздки під час відпусток або канікул). У будь-якому разі відмінними рисами мототуризму є здібність за короткий час покривати велику відстань на мотоциклі та проникати у місця, що знаходяться на віддаленні від основних магістралей і громадського транспорту; надзвичайно висока мобільність – здатність пересування по таким рельєфам і місцям, де не проїде автомобіль; низькі транспортні витрати – декілька мототурів на велику відстань можуть покрити вартість самого мотоциклу.

Нещодавно мотоцикл вважався забавою або таким транспортним засобом, який використовували лише для нетривалої поїздки. З розвитком мотоциклетної індустрії та появою надійних мотоциклів розширились і можливості для мототуристів. Тож, розглянемо перший етап зародження мотоциклетного туризму – появу перших мотоциклів як саморухомих транспортних засобів, що оснащені двигуном.

Виклад основного матеріалу. Вважається, що перші самохідні двоколісні машини (велосипеди) у світі з'явилися в 60-х рр. XIX ст. Багато винахідників намагались обладнати велосипед мотором для швидшого й більш легкого пересування. Тоді передовою технологією була парова машина, яка була більш компактною та легкою, що підштовхнула конструкторів до ідеї поставити на велосипед паровий двигун. Це й стало початком зародження мотоциклів.

У 1860-х рр. декілька винахідників з різних країн здійснили спробу встановити на велосипед єдиний тоді автономний двигун – паровий. Так, американський винахідник С. Роупер вмонтував на велосипеді фірми «Хенлон» двоциліндрову парову машину, котел якої з мініатюрною топкою (подрібнене вугілля використовувалось у якості палива) був розміщений між колесами, а димова труба стирчала позаду сідла. В той же час, французький винахідник – інженер Л. Перо спроектував дуже легку одноциліндрову парову машину з ременем подачі, що приводило у рух заднє колесо велосипеда «Мішо». У 1869 р. Л. Перо запатентував свою розробку та зафіксував результат пробігу машини на дистанцію 15 км, швидкість машини – 15 км на годину. Випробування велосипедів із паровими двигунами також зробили француз А. Шалюй у 1870 р., англійці А. Мийк у 1877 р. та Е. Бейтман і Т. Паркнс у 1881 р., американець Л. Коупленд у 1884 р. [2].

У світі немає єдиної думки щодо конкретної дати появи першого мотоцикла. Зокрема, президент антикварного мотоциклетного клубу Америки П. Гаден зазначає, що першою людиною, який продемонстрував перший висококолісний велосипед Star на паровому двигуні був Л. Коупленд. Це відбулось на першому ярмарку округу Марікопа (США) у 1884 р. Л. Коупленд досяг цього результату внаслідок низки проведених ним експериментів із встановлення парового двигуна на велосипед. Наприклад, перша спроба була в 1881 р., коли був встановлений паровий двигун на велосипед Columbia. Проте він виявився занадто громіздким. Саме велосипед Star з паровим двигуном, продемонстрований інженером у 1884 р., увійшов в історію, як мотоцикл Коупленда [4].

Деякі автори починають відрахування часу появи першого мотоцикла з 29 серпня 1885 р. Самохідний транспортний засіб був побудований німецьким інженером, конструктором і підприємцем Г. Даймлером. У цьому році Г. Даймлер разом з другом, конструктором В. Майбахом сконструювали перший двигун внутрішнього згорання, установили його на самохідний транспортний засіб «Reitwagen» та у листопаді 1885 р. запатентували (патент № 36423) свою розробку як «віз для верхової їзди з гасовим двигуном» [3]. Примітно, що Г. Даймлер не підозрював, що винайшов щось принципово нове в саморухомих транспорті, оскільки його головною метою було протестувати встановлений новий двигун. Випробував новий транспорт В. Майбах, проїхавши вздовж річки Некар 3 км, а першу тривалу подорож (12 км) з містечка Канштата до Штутгарта здійснив 17-річний син винахідника Г. Даймлера – Пауль. Він фактично став першим байкером у світі.

Винахід Г. Даймлера виявився унікальним технічним засобом: рама і колеса були зроблені з дерева; коліс було не два, а чотири, і всі вони оббиті залізом замість гуми; під сидінням розташовувався двигун внутрішнього згорання потужністю 0,5 кінських сил,

розкручувався до 600 обертів у хвилину, запускався за допомогою рукоятки приблизно впродовж 1 хв. (запатентовано 16 грудня 1883 р., патент № 28022); вага мотоцикла – 90 кг, швидкість – 12 км/год; в якості палива може використовуватися як бензин, так і газ [1]. Таким чином, Г. Даймлер разом з В. Майбахом створили легкий, компактний двигун внутрішнього згорання для транспортних засобів та, отримавши гарний результат, експериментували з його встановленням на інших транспортних засобах, зокрема: у 1886 р. – перший чотириколісний саморушний екіпаж «Daimler Motorkutsche» («Моторизована карета Даймлера» або автомобіль Даймлера) – на кареті був встановлений двигун внутрішнього згорання (працював на продуктах нафтопереробки) потужністю 1,5 кінських сил та був переданий дружині Г. Даймлера у якості подарунка на день народження (модель не набула подальшого розвитку, але відіграла значну роль у розвитку автомобілебудування) [4]; у 1887 р. – випробування мотору, встановленого на човні (протягом кількох років двигуни для човнів були головною продукцією фірми Г. Даймлера); у 1888 р. – двигун встановлено на повітряну кулю.

На жаль, оригінальний мотоцикл «Reitwagen» не зберігся до нашого часу, він згорів у 1904 р. під час пожежі в майстерні Г. Даймлера. Його репліка виставляється в музеї Mercedes-Benz [5]. Проте конструкція винаходу виявилась такою вдалою, що отримала високу оцінку нащадків, та у подальшому стала прообразом сучасного мотоцикла.

Висновки. Загалом, людина завжди прагне вдосконалити транспортні засоби, які дають їй певну свободу у пересуванні, дозволяють долати велику відстань за доволі короткий час та насолоджуватись природними краєвидами.

Література

1. Всесвітній день мотоциклістів: історія та факти сьогодення / М. Панасенко, Є. Кривицька. UNIVERSE. Молодіжне інтернет-радіо. 18.06.2018. URL : <https://universe.zp.ua/z-sidinnja-motocikla-svit-vigljadaie-jask/> (дата звернення: 22.10.2024).
2. Історія створення мотоциклів. АвтоМотоВело. Сайт про автотехніку. URL: <https://djj626.wixsite.com/avtomotovelomoto-istory> (дата звернення: 24.10.2024).
3. Чотири колеса і 12 км на годину – так виглядав перший мотоцикл. 29 серпня 2017. URL: https://gazeta.ua/articles/science/_cotiri-kolesa-i-12-km-na-godinu-tak-viglyadav-per-shij-motocikl/790235 (дата звернення: 23.10.2024).
4. Ballhausen H., Kleinlümern U. Chronik griffbereit: Die wichtigsten Erfindungen der Menschheit: Geniale Ideen, die die Welt veränderten. Chronik Verlag. Gütersloh; München : Chronik-Verl, 2008. 281 s.
5. Gagan P. Earliest Steam Cycles. URL: <https://www.stanleysteamers.com/gagan.htm> (дата звернення: 22.10.2024).

ДАШКОВ Артур, здобувач третього рівня вищої освіти ступеня доктора філософії
Науковий керівник: **АЖАЖА Марина**, д. держ. упр., професор
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

ТУРИЗМ ЯК ФАКТОР ЗБЕРЕЖЕННЯ І ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Постановка проблеми. Дослідження туризму як фактора збереження та популяризації національної ідентичності є актуальним, оскільки туризм виступає не лише економічним інструментом, а й важливим соціокультурним фактором для збереження унікальності української самобутності як політичної (громадянської) і загальнонаціональної ідентичності громадян України у глобалізованому світі. Туризм є потужним інструментом для: збереження національної ідентичності у культурно-комунікаційному просторі; формування національної самосвідомості; популяризації історичної пам'яті та збереження культурної спадщини; подолання негативних стереотипів між етнічними групами тощо.

Виклад основного матеріалу. В умовах російської агресії туризм в Україні стає важливим засобом збереження, відродження і популяризації національної ідентичності. У Законі України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності» визначено, що «українська національна ідентичність – це стійке усвідомлення особою належності до української нації як самобутньої спільноти, об'єднаної назвою, символами, географічним та етносоціальним походженням, історичною пам'яттю, комплексом духовно-культурних цінностей, зокрема українською мовою і народними традиціями» [1]. Закон України «Про туризм» визначає «загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України» [2]. Туризм відіграє ключову роль у контексті збереження автентичності культурної спадщини; поширення знань про унікальність української мови; мобілізації суспільства; налагодження міжкультурного діалогу і формування позитивного іміджу України у світі. Туризм як фактор формування концептів збереження і популяризації національної ідентичності впливає на наступні процеси:

- формування національної ідентичності через збереження культурної спадщини в умовах війни: охорона історичних об'єктів; збереження пам'яток культури; використання сучасних технологій (3D-сканування, цифрові карти) для збереження даних про пам'ятки, що перебувають під загрозою знищення; розвиток традиційних українських ремесел, які стають символами спротиву та ідентичності;
- глобальний інтерес до української історії, унікальності культури та самобутності традицій серед іноземних туристів; туризм стає інструментом культурної дипломатії («м'якої сили»), коли іноземні туристи знайомляться з українськими цінностями, історією та боротьбою за незалежність і свободу;
- міжнародну підтримку туристичної діяльності (організація заходів популяризації української культури за кордоном для збільшення уваги до української боротьби і збору

допомоги);

- формування національної самосвідомості через внутрішній туризм, який сприяє підвищенню обізнаності громадян про багатство їх історії та культуру, осмисленню громадянами значення національної спадщини;
- туризм об'єднує регіональні ідентичності в єдину національну мозаїку, зберігаючи при цьому унікальність кожної з них;
- популяризація туристичних маршрутів до важливих історичних об'єктів (меморіалів, музеїв, фортець, соборів, археологічних об'єктів тощо) підсилює історичну пам'ять, почуття патріотизму та гордості за країну;
- туристичні заходи щодо відродження традицій, пов'язаних із народними обрядами, святами, ремеслами, допомагають молоді долучитися до культурної спадщини;
- фінансова підтримка культурної спадщини та збереження нематеріальної спадщини допоможе уникнути забуття мови, діалектів та інших проявів культурної самобутності, сформує зацікавленість туристів у місцевих традиціях (пісні, фольклор, танці, обряди, одяг, національна кухня), сприятиме їх відродженню та передачі наступним поколінням;
- туризм стимулює міжкультурний діалог, зміцнює толерантність, сприяє обміну культурним досвідом між туристами та місцевими жителями, що формує взаємну повагу (проведення міжнародних фестивалів, конференцій, спортивних заходів стимулює знайомство з національною культурою);
- туризм стає платформою для демонстрації унікальних національних цінностей та популяризує національну ідентичність через розширення міжнародної впізнаваності (культура країни стає доступною для іноземців, що сприяє поширенню позитивного іміджу країни у світі);
- туризм активно використовує цифрові технології для популяризації української ідентичності (соціальні мережі, блоги, відеоконтент про українську культуру та туристичні маршрути набувають популярності, створені туристами, забезпечують ширше охоплення аудиторії, підкреслюючи автентичність національної культури; віртуальні екскурсії дозволяють ознайомитися з українськими культурними пам'ятками навіть за відсутності фізичного доступу; діджиталізація українських культурних об'єктів з метою їх популяризації серед молоді та міжнародної аудиторії);
- туризм допомагає громадам, залежним від одного сектору економіки (наприклад, сільського господарства), диверсифікувати свої доходи та створює альтернативні джерела фінансування, особливо у кризові періоди;
- успішний розвиток туризму покращує репутацію громади на національному та міжнародному рівнях, що сприяє розвитку партнерств і залученню грантів;
- туризм відкриває можливості для інтеграції громад у світовий туристичний ринок через міжнародні програми, культурні обміни та партнерства.

Висновки. Таким чином, туризм стає важливим інструментом збереження і популяризації національної ідентичності українців, сприяє не лише формуванню патріотизму серед громадян, але й залучає міжнародну підтримку для культурного відродження країни; поєднує сучасні технології активного внутрішнього туризму та культурної дипломатії, що дає змогу Україні не лише зберегти свою ідентичність, а й поширювати її у світі, підкреслюючи свою самобутність і прагнення до свободи.

Література

1. Закон України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2834-20>
2. Закон України «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
3. Домбровська С. М., Помаза-Пономаренко А. Л., Рибальченко Н. П. Туризм і право на нього в контексті гарантування безпеки : монографія. Харків: «Діса плюс», 2022. 272 с. URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/15496/1/Bezpekaturyzm.pdf>.
4. Туризм і рекреація в Україні у воєнний та повоєнний час: збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., 28 червня 2024 р. Полтава : ПДАУ, 2024. 196 с. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/2908/zbirnyktez28062024.pdf>

ДОМБРОВСЬКА Світлана д.держ.упр., професор, Заслужений працівник освіти України
ТАТАРНИКОВА Тетяна, к.ю.н., докторантка
Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ФОРМУВАННЯ БЕЗПЕКИ ТУРИЗМУ

Дослідження концепцій забезпечення безпеки туристичної галузі та місця державної політики в цьому процесі дозволяє стверджувати, що важливим є урахування вимог часу щодо здійснення наукового обґрунтування напрямків подальшого розвитку цих концепцій.

У межах фундаментальної науки варто вказати на важливість урахування таких особливостей безпеки туризму, які відзначаються темпоральною залежністю, а саме:

1) різні типи інцидентів безпеки туризму неоднаково впливають на стан розвитку туристичних регіонів і дестинацій, тому актуальним є збір й аналіз статистичної інформації у цій сфері (коли за короткий проміжок часу трапляються різні типи інцидентів безпеки туризму в певному місці туристичної дестинації, то негативний вплив на туристичний попит є більш значним, ніж коли відбувається один тип інциденту, зважаючи на це, важливим є системний моніторинг такої ситуації на основі достовірних даних);

2) туристичні регіони, які приймають велику кількість туристів, як правило, розвиваються більш стало та відзначаються поширенням проблем безпеки у сфері злочинності;

3) злочинні інциденти в туристичних місцях є тривалими і їх важче викоринити, тоді як ситуації, пов'язані з терором і війною, мають тенденцію до більш коротшої тривалості;

4) міжнародний тероризм є найбільш руйнівним типом короткострокового інциденту безпеки туризму, що впливає на туристичні напрямки;

5) повномасштабні війни є найбільш руйнівними середньо- та довгостроковими інцидентами безпеки туризму, оскільки вони здебільшого включають повне знищення туристичної інфраструктури та природні туристичні ресурси. Наслідки таких інцидентів безпеки на туристичну сферу, промисловість тощо можуть набувати вигляду незворотного збитку та/або вимагати довготривалого відновлення;

6) громадські протистояння та суспільно-політичні конфлікти можуть завдати значної

шкоди місцевому, регіональному чи національному туризму, особливо коли такі протистояння та конфлікти є невід'ємною частиною культурної спадщини та/або туристичного продукту (тобто їхня культура цікавить туристів і забезпечує розвиток національного, регіонального та/або місцевого туристичного продукту).

Крім того, наукового уточнення потребують положення щодо частоти безпекових інцидентів у туристичній сфері, а саме :

1) за рівних умов інциденти безпеки туризму, що відбуваються частіше, матимуть більш інтенсивний, поширений і тривалий вплив на туристичний попит, ніж ті, що виникають рідше. В основному це пов'язано з широким висвітленням ЗМІ ситуації щодо збільшення частоти інцидентів безпеки туризму;

2) поширені та суттєві інциденти безпеки туризму (наприклад, втрата життя та майна) мають більш негативний вплив на туристичний попит, ніж поодинокі та незначні інциденти безпеки туризму.

Окремого наукового обґрунтування вимагають положення щодо суттєвості інцидентів безпеки в туристичній сфері, а саме:

а) туристичні дестинації піддаються неоднаковому впливу інцидентів безпеки туризму;

б) у короткостроковій перспективі, чим серйознішим є інцидент з безпекою туризму, тим сильнішим є його негативний вплив на місцеву туристичну індустрію та туристичний попит загалом. Злочинні дії, що спричиняють масове знищення життя та майна такі, як війна та тероризм, мають більш руйнівний вплив на прибуття туристів, ніж дії, які спричиняють певну втрату життя (тобто вбивство), що, у свою чергу, матиме більш негативний вплив, ніж дії, що спричиняють лише тілесні ушкодження (наприклад, хуліганство). Нарешті, дії, які зумовлюють лише втрати майна можуть чинити незначний вплив на рівень прибуття туристів;

в) непоодинокими є випадки, за яких ЗМІ відображають суттєвість інцидентів з безпекою на туристичних місцях із відхиленням від реалій часу. Як наслідок, потенційні туристи сприймають рівень серйозності цих інцидентів не об'єктивно, відмовляючись від подорожі до «небезпечного туристичного регіону». Однак у деяких випадках ситуація змінюється, і рівень її складності сприймається на місці туристами вище, ніж потенційними мандрівниками. Природа цих відмінностей зумовлена дією низки факторів (рівнем тяжкості інциденту безпеки туризму; тривалістю цього інциденту; його локалізацією по відношенню до характерних туристичних районів; станом відображення в ЗМІ; рівнем охоплення потенційних туристів інформацією ЗМІ).

Таким чином, уточнено нами розглянуто сутність безпеки туристичної галузі як об'єкта державної політики з урахуванням категорії «інтереси». Серед них виокремлені такі, інтереси туристів, інтереси підприємців, інтереси суспільства, інтереси громадянського суспільства, інтереси держави (загальнодержавні та регіональні). Визначено, що підґрунтя повноцінної реалізації зазначених інтересів становить державно-правовий інститут безпеки туризму. Доведено, що він систематизує інтереси всіх зацікавлених суб'єктів туристичної сфери, адже безпека туризму є станом захищеності інтересів учасників туристичних правовідносин. Зважаючи на це, рекомендовано у вітчизняній правовій базі гарантувати не тільки безпеку туристам, а й іншим зацікавленим суб'єктам, які забезпечують сталий розвиток туристичної сфери загалом чи туристичної індустрії зокрема.

Література

1. Алоян Р.Т. Правове регулювання організації та забезпечення безпеки туризму в Україні // Вісник Академії праці і соціальних відносин ФПУ: наук. зб. 2013. № 4. С. 66–72. (Серія: Право та державне управління).
2. Биркович В.І. Державне регулювання сфери туризму на регіональному рівні: дис. ... канд. наук з держ. управління: 25.00.02. Запоріжжя, 2007. 216 с

СРЬОМЕНКО Ганна, здобувачка вищої освіти, 2 курс

Науковий керівник: **БАТИР Юрій**, к.е.н., доцент

Національний університет цивільного захисту України, м.Черкаси

МЕХАНІЗМИ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Постановка проблеми. Визвольна війна України з росією триває вже більше двох років. За цей період на українській землі було вбито та покалічено десятки тисяч людей, багато українських міст зруйновано, а їх мешканці стали біженцями, а де-хто і жертвами військових злочинів.

Події війни показали вражаючу здатність України до опору ворогу, який має найбільшу у світі територію і шосту за обсягами економіку. Важливу роль у цьому відіграють і не малі масштаби нашої країни. Тому ворог хоче їх зменшити, розчленити Україну, відібрати територію, людей і ресурси. Потім ці ресурси обернути проти нас.

Українська економіка відчутно постраждала унаслідок активної фази війни. І нікому не відомо, наскільки ще можуть загостритися нинішні проблеми, допоки держава здобуде омріяну перемогу. Тому, Україна, не дивлячись на війну, повинна бути сильною державою з потужною економікою.

Виклад основного матеріалу. Терористична тактика ведення війни росією, внаслідок якої зруйновано тисячі будинків, об'єктів цивільної та критичної інфраструктури, ставить перед Україною ще одне завдання – потрібно пройти не лише важкий шлях до перемоги, а й шлях післявоєнного відновлення. Шлях України до відродження після руйнівної війни – це не просто гігантський фінансовий тягар, а й унікальна можливість для переходу на екологічно стійкі та цифрові рейки розвитку. Євросоюз, усвідомлюючи нагальну потребу в негайному відновленні та необхідність забезпечити довгострокову сталість, мобілізував колосальні фінансові ресурси й створив спеціальні інвестиційні механізми для підтримки України на шляху до сучасного та стійкого майбутнього.

Масштаби руйнувань, спричинених війною, поставили Україну перед викликом відбудови вартістю в шалені 486 мільярдів доларів США протягом наступного десятиліття. Ця астрономічна сума охоплює термінові ремонти критично важливої інфраструктури, житла й громадських об'єктів, а також ширші зусилля з відновлення економіки країни [2].

Європейський Союз виділив приголомшливу суму допомоги в 98 мільярдів євро, демонструючи комплексний підхід, що включає фінансову підтримку, гуманітарну та військову допомогу. Ці кошти спрямовані не лише на вирішення нагальних проблем, а й на зміцнення довгострокової економічної стабільності та інтеграцію України до європейського простору.

Важливим кроком на шляху до відродження став запуск Інвестиційної рамкової програми для України в рамках ширшого Фонду для України обсягом 50 мільярдів євро.

Ця програма має на меті залучити до 40 мільярдів євро інвестицій, спираючись на початкове фінансування в 9,3 мільярда євро, включно з 7,8 мільярдами євро на кредитні гарантії та 1,51 мільярда євро на змішане фінансування. Серед ключових пріоритетів – стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу, відновлення критичної інфраструктури та сприяння переходу країни до “зеленої” та цифрової економіки.

Сам Український фонд є ключовим елементом підтримки ЄС, який спрямовує величезну суму в 50 мільярдів євро на відбудову та модернізацію України протягом 2024-2027 років. Це не просто фінансові вливання, а й допомога у приведенні України до відповідності стандартам ЄС – вирішального кроку на шляху майбутньої повноцінної інтеграції країни до Євросоюзу. Перший транш у 4,5 мільярда євро вже надійшов, започаткувавши цю безпрецедентну та амбітну програму [1].

Перший глобальний проєкт відновлення Україна презентувала на міжнародній конференції у швейцарському Лугано. План розрахований на десять років та охоплює 15 сфер. Його загальна вартість становить понад 750 млрд доларів. З цієї суми 250-300 млрд розраховують залучити за рахунок партнерських грантів, 200-300 млрд – за рахунок позик або акціонерного капіталу, 250 млрд – за рахунок приватних інвестицій.

План розбито на три етапи. Перший етап – «Стійкість» – передбачає відновлення найважливіших об’єктів критичної інфраструктури до кінця року. Зокрема, йдеться про ремонти котелень, мереж, житла, підтримку малого та середнього бізнесу. Цього року Україна хоче одержати 60-65 млрд доларів.

Наступний етап у 2023-2025 роках передбачає саме відновлення – реалізацію більшості проєктів всього плану, відновлення об’єктів соціальної сфери, будівництво житла. Етап передбачає залучення фінансування у розмірі понад 300 млрд доларів. Заключний етап, який розтягнеться на 2026-2032 роки, це вже модернізація та заходи щодо вступу України до Євросоюзу. На це потрібно понад 400 млрд доларів [3].

Водночас експерти пропонують створити Міжнародну агенцію для відбудови України. Схожі функції виконувала Адміністрація економічної співпраці (Economic Cooperation Administration, ECA), яка адмініструвала План Маршалла для Європи. Ця агенція має бути афілійованою з ЄС, водночас бути автономною у прийнятті рішень та мати чіткі терміни існування. Цей орган буде консультувати Україну під час відновлення і стежити, щоб гроші йшли за призначенням. Тобто така агенція може існувати паралельно з Національною радою, щоб допомагати їй [3].

Висновки. Зараз дуже важливо, щоб відновлення України відбувалося помірковано і прозоро. Для цього їй потрібні неймовірні 750 мільярдів доларів. План відновлення України повинен мати декілька етапів: відновлення економіки, інфраструктури, житлового фонду як під час війни так і після, документування збитків, відновлення економіки після війни, реформування державності та нормативно-правової бази у відповідності до вимог вступу до ЄС, та подальше не просто відновлення економіки в старому вигляді, а модернізація її на основі орієнтації не на сировинне, а на інтелектуальне, цифрове та високотехнологічне виробництво. Тому потрібно, щоб у ці процеси були залучені компетентні експерти і гроші витрачались ефективно.

Ми вистоїмо та переможемо. Відновлення України – має стати ще одним паралельним фронтом для нашої перемоги.

Література

1. Відновлення України під час та після війни: як Україна використовує зелену та цифрову трансформацію для Відбудови: https://lb.ua/blog/oleksandr_romanishyn/611187_vidnovlennya_ukraini_pid_chas_pislya.htm
2. Відбудова України після війни: хто, як і за чії гроші. <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/05/19/687200/>
3. Єврокомісія офіційно запропонувала створити новий механізм для відбудови України: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/05/18/687184/>

ЗАГИНАЙКО Вікторія, здобувачка вищої освіти, 4 курс
Науковий керівник: **ЛЕОНЕНКО Неллі**, д.держ.упр., професор
Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ЕВОЛЮЦІЙНИЙ АНАЛІЗ EVENT-ТУРИЗМУ В АЗІЇ: ВІД ЗАРОДЖЕННЯ ДО СУЧАСНОСТІ

Постановка проблеми. Азія є континентом, де перетинаються давні звичаї та сучасні технології, що робить її ідеальним місцем для розвитку event-туризму. Завдяки унікальним традиціям, сучасним технологіям та масштабним інвестиціям, азійський регіон стає привабливим центром для організації подій міжнародного рівня – від фестивалів та культурних свят до бізнес-конференцій і спортивних заходів. Події відіграють ключову роль у залученні уваги ЗМІ, інвесторів і навіть політичних діячів, підкреслюючи їхнє значення в поєднанні з туристичною привабливістю регіону. Вони слугують важливим стимулом для розвитку туристичної індустрії.

Туризм, загалом, відомий своєю гостинністю, відпочинком і привабливістю для гостей. Але сьогодні організатори та менеджери заходів усвідомили цінність подій, і це розуміння дало початок індустрії event-туризму [1].

Виклад основного матеріалу. Приклади майстерності Азії в організації подій можна простежити задовго до появи документальних свідчень. Фестивалі, ярмарки, перегони та ігри, такі як змагання з м'ячем і верхова їзда, були одними з найперших локальних заходів. Конференції, хоч і сприймаються як сучасні події, беруть свій початок із 400 року до н.е., коли перша буддійська рада зібрала 500 монахів у Раджгирі. Значення цих подій залишило глибокий слід у соціально-культурній структурі Азії, поступово перетворивши регіон на глобальний центр організації заходів.

Перші зміни стали помітними, коли події почали оцінювати за соціокультурними, розважальними та торговельними цінностями, відходячи від базових інстинктів. Події в Азії перетворилися на засіб соціалізації, стимулюючи творчість і масову взаємодію. Для еліт участь у таких заходах стала символом статусу, а для широких верств – розвагою, паломництвом або необхідністю, що підкреслювала ієрархію.

Азійські події поєднували розваги, торгівлю та соціальні зібрання, надаючи вагу як релігійним, так і культурним аспектам, сприяючи соціальній єдності та місцевій торгівлі, а також часто проходили в спеціально відведених місцях. Іноді їхнє місце проведення змінювалося через політичні чи економічні потреби. Також створювалися нові інфра-

структурні об'єкти, зокрема колодязі, торгові майданчики, готелі та місця для відпочинку.

Перехід від місцевого управління до державного фінансування відбувся на таких подіях, як ярмарки Пушкар і Сонпур у султанатській та могольській Індії, Кумбха-ярмарок у британській Індії та китайський фестиваль ліхтарів. Колоніальний уряд Британії підтримував великі ярмарки, забезпечуючи охорону здоров'я, безпеку й інфраструктуру. У середньовіччі події стали комерціалізованими, наприклад, монахи Кумбха-ярмарку стягували податки з відвідувачів. Проте у західній свідомості такі заходи не вважалися організованими до індустріальної епохи [2].

Наприкінці XIX століття азійські події сформували п'ять ключових елементів: доступність, проживання, атракції, активності та зручності, що сприяло розвитку сучасного туризму. Хоча організовані тури ще не набули поширення, початок XX століття позначився боротьбою за ресурси та незалежність. Попри перерви у традиційних подіях, успішне проведення Азійських ігор та Олімпійських ігор демонструє потенціал Азії як центру масштабних заходів.

Аналіз сучасного етапу розвитку event-туризму в Азії дозволяє стверджувати, що половина з десяти найбільш відвідуваних міст світу знаходяться в Азійсько-Тихоокеанському регіоні. Крім того, цей регіон також має найвищі витрати туристів серед основних міст-організаторів подій. Показники витрат відвідувачів свідчать про стабільний розвиток туристичної галузі. Зростання обумовлено стратегіями, спрямованими на розвиток event-туризму, а також чітким плануванням та досягненням довгострокових цілей. Event-туризм дає країнам можливість використати свої конкурентні переваги, створені подіями, що сприяють загальному розвитку туристичної індустрії [3].

Також необхідно акцентувати увагу на технологіях, які відіграють ключову роль у розвитку не тільки азійської, а й глобальної туристичної індустрії. Усі учасники галузі визнали важливість технологій для забезпечення сталого розвитку туризму. Інтеграція технологій в туризм дозволяє компаніям розширювати ринок, використовуючи цифровий маркетинг, і залучати клієнтів із недостатньо освоєних ринків. Крім того, застосування технологій допомагає туристам приймати обґрунтовані рішення, надаючи доступ до необхідної інформації, відгуків про послуги та можливості порівнювати ціни різних варіантів подорожі.

Висновки. Події в Азії, від традиційних фестивалів до сучасних міжнародних заходів, стали важливою складовою туристичної індустрії, яка сприяє розвитку регіональних економік і збільшенню туристичних потоків. Водночас, швидке зростання азійських економік і модернізація інфраструктури створили сприятливі умови для організації та проведення великих подій. Успіх event-туризму в Азії продовжує бути залежним від ефективної стратегії управління подіями, маркетингових кампаній та розвитку інфраструктури. Крім того, зміни в політичному та економічному ландшафті, а також поглиблення інтеграції глобальних та регіональних ринків, сприяють подальшому зростанню значущості цього напрямку для регіону. Таким чином, event-туризм в Азії має величезний потенціал для подальшого розвитку та вдосконалення, пропонуючи безліч можливостей для залучення туристів і стимулювання економічного зростання.

Література

1. ANJUM, Ratan Ghosh & Iffat, 2022. Tourism Events, Festivals and Technology Application in

- Asia: Directions for future research. ideas.repec.org. Online. 2022. Available from: https://ideas.repec.org/h/spr/sprchp/978-981-16-8070-0_23.html
- Hassan, A., & Sharma, A. (Eds.). (2018). *Tourism Events in Asia: Marketing and Development* (1st ed.). Routledge. URL: <https://doi.org/10.4324/9781351105743>
 - MasterCard. (2017). *Asia Pacific destinations index 2017*. Офіційний сайт MasterCard. URL: <https://www.mastercard.com/news/media/0iwkspud/report-mastercard-asia-pacific-destinations-index-2017.pdf>.

ЗАРУБІНА Антоніна, к.геогр.н., доцент

Центральноукраїнський державний університет імені В. Винниченка, м. Кропивницький

СЕМЕНЮК Лариса, к.геогр.н., доцент

Київський Національний університет технологій та дизайну, м. Київ

УКРАЇНСЬКИЙ ВІЙСЬКОВИЙ ТУРИЗМ: УНІКАЛЬНИЙ ДОСВІД І ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ

Постановка проблеми. Військовий туризм – це різновид туризму, метою якого є відвідання місцевості, пов’язаної з військовими та воєнними діями. Більшість українських науковців поділяють військовий туризм на такі підвиди: військово-історичний туризм, зброярський туризм, мілітарі-туризм та воєнний туризм [1]. На сьогодні не існує єдиної думки стосовно того, яке саме поняття є загальнішим – воєнний чи військовий і офіційні визначення для термінів військовий туризм і воєнний туризм використовуються для позначення різних видів активності та можуть варіюватися залежно від контексту, тому у кожного автора свій підхід до інтерпретації та визначення цього виду туризму.

Військовий туризм як вид активного відпочинку є найбільш розвиненим у тих країнах, де збройні сили мають потужну технічну базу, давню історію і, відповідно, досить міцну армію: США, Німеччині, Великій Британії, Китаї, Польщі, Франції, Чехії. Також активно розвивається цей специфічний вид туризму у країнах, які пережили воєнні конфлікти на своїй території та де після занепаду, ними спричиненого, одним із видів відродження став саме військовий туризм – Ізраїль, Хорватія, Боснія і Герцеговина, Чорногорія, Сербія. Є всі шанси для серйозного розвитку цього виду туризму і в Україні, яка має потужну ресурсну базу військового туризму, що представлена об’єктами історико-культурної спадщини княжої доби, козацтва, а також Першої і Другої світових воєн, сучасної російсько-української війни, періоду Українських визвольних змагань 1917–1921 років у вигляді залишків фортець, оборонних валів, пам’ятників полеглим воїнам, місць розстрілів чи боїв, військово-історичних музеїв, відповідних виставок та фестивалів, мілітарі-готелів [2]. Такі об’єкти відіграють важливу історичну роль у збереженні та вшануванні пам’яті загиблих і постраждалих, а також усіх подій, що відбувались на місцях воєнних дій.

В умовах широкомасштабної російсько-української війни потребують з’ясування напрямки оптимізації діяльності сфери туризму України і, особливо, можливості та перспективи розвитку військового туризму.

Виклад основного матеріалу. Досвід європейських країн, які вже давно розвивають і просувають цей напрямок туризму, демонструє, що він користується постійним попитом і може бути досить прибутковим. Хоча це може здаватися цинічним, навіть у контексті

війни існують можливості для заробітку через туристичну діяльність.

SWOT-аналіз, проведений нами, дозволив оцінити перспективи розвитку військового туризму в Україні: Сильні сторони – збережені військові об'єкти, що викликають інтерес у рамках мілітарі-туризму; наявність полігонів, військової техніки та обладнання; можливість залучення досвідчених військових кадрів, які можуть бути корисними в цій сфері. Слабкі сторони – обмежений доступ до деяких об'єктів, навіть тих, що не функціонують; недостатнє технічне та туристичне оснащення таких місць; дефіцит фінансування та інвестицій для розвитку галузі; відсутність необхідної законодавчої бази; висока вартість мілітарі-турів. Можливості: зростання інтересу до мілітарі-туризму серед населення; підтримка цього напрямку з боку колишніх військових і місцевих туристичних компаній; створення спеціалізованих клубів та організацій, що надаватимуть послуги у цій сфері. Загрози: ігнорування програми розвитку військового туризму; відсутність законодавчого регулювання; несприятливі умови податкової політики для малого бізнесу.

На цей час на території нашої країни точиться жорстока війна. Враховуючи теперішню ситуацію в Україні, деякі туроператори (наприклад Wonders & Holidays) пропонують нашим громадянам у якості туристів відвідати військові бази, полігони з підготовки бійців, випробувати воєнну техніку, побувати всередині, покерувати нею, набратися тактичних навичок від інструкторів, навчитися як надавати першу медичну допомогу, користуватися зброєю, постріляти в тирах або на справжніх полігонах. Все це можливо та доступно уже сьогодні [3].

Необхідно зазначити, що вже зараз в Україні працює з десяток туристичних фірм, які возять іноземних туристів, переважно з Європи та США, до нашої країни в межах темного (чорного) туризму. Їхні тури здебільшого зосереджені на Києві та його передмістях (Буча, Ірпінь, Гостомель), де проходили активні бойові дії та зафіксовані злочини російської армії проти цивільних мешканців. Об'єктом відвідин є також Харків, який знаходиться недалеко від лінії фронту. Але українська туристична індустрія вже готується до післявоєнного часу, наприклад, контрактами з туристичними порталами Airbnb та TripAdvisor. Мар'яна Олесків, голова Державного агентства розвитку туризму впевнена: «Війна привернула увагу до України, тепер нашу країну знають принаймні всі» [3]. Вважаємо, що подібні тури мають право на існування, тому що крім фінансової та адреналінової складової мають і значну виховну функцію – зберегти і передати наступним поколінням пам'ять про цю страшну війну.

Висновки. Таким чином, військовий туризм є нестандартним видом туризму, який у перспективі може зацікавити не лише українців, але й міжнародну спільноту. Це підтверджується високим рівнем цікавості інших країн до подій в Україні, виявів мужності нашого народу та його прагнення до свободи. В'їзний туризм швидше відновиться після нашої перемоги, але для того, щоб привернути увагу іноземців до нашої країни, потрібні ефективні міжнародні рекламні кампанії.

Військовий туризм, що включає відвідування місць, пов'язаних із військовими подіями, має значний потенціал розвитку в Україні. На жаль, унаслідок триваючої російсько-української війни кількість таких об'єктів збільшується, що з одного боку відкриває нові можливості для туризму, але з іншого боку, ми завжди пам'ятатимемо, якою ціною було здобуто ці туристичні ресурси.

Література

1. Кляп М.П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму: підручник. К., 2013. 334 с.
2. Батиченко С., Мельник Л., Савков П., Сторубльов, О. (2021). Особливості розвитку військового туризму в Україні. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Військово-спеціальні науки, 48(4(48)), С. 66–69. <https://doi.org/10.17721/1728-2217.2021.48.66-69>
3. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук Л. (2022). Особливості туризму в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство, (41). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>

ЗДОРОВКО Світлана, аспірантка

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ У ТУРИЗМІ

Міжнародний досвід з розробки заходів безпеки туризму досліджується та узагальнюється Всесвітньою туристичною організацією (ЮНВТО). Безпека подорожей декларувалась у Хартії туризму.

Як зазначається в Гаазькій декларації з туризму, «для того, щоб нормально функціонувати і розвиватися, туризм потребує безпеки для мандрівників і відпускників, як національних, так і міжнародних, і для їхньої особистої власності...». Це може бути досягнуто шляхом:

- розроблення та проведення в життя норм безпеки для подорожей та туристичного перебування;
- інформування та освіти громадськості;
- створення конституційних рамок для вирішення проблем, пов'язаних із безпекою туристів, і, зокрема, в екстремальних ситуаціях;
- міжнародного співробітництва на двосторонньому, регіональному, субрегіональному, міжрегіональному та світовому рівнях.

При Виконавчій раді ЮН СОР у 1994 р. створено Комітет з якості туристичного обслуговування, який відповідає за питання безпеки подорожей. У тому ж році ЮН СОР провела обстеження 73 країн світу на тему «Безпека та захист мандрівників, туристів, туристичних об'єктів». З ініціативи ЮН СОР влітку 1995 р. в Естерунді (Швеція) проведено I Міжнародну конференцію з безпеки туризму та зменшення ризиків при подорожах.

Висновки обстеження свідчать: у 71% країн об'єкти та визначні пам'ятки, які відвідують туристи, забезпечуються охороною з боку спеціальної туристської поліції або служби безпеки. На туристичну поліцію покладаються також охорона пам'яток культури, довілля, боротьба з наркотиками, надання інформації туристам та охорона місцевих етнічних груп. Співробітники туристичної поліції у 41% країн навчаються іноземним мовам, у 26% проходять підготовку за спеціальними туристичними дисциплінами, у 37% країн підтримують регулярний зв'язок з туристичними відомствами, фірмами та звичайною поліцією [3].

Міжнародна практика показує, що низка держав видає відповідні рекомендації щодо

відвідин тих чи інших країн та регіонів світу. Безпеку туристів, їх добробут, а також підтримку високої якості обслуговування не можна розглядати у відриві від інших суспільних чи національних інтересів країни, що приймає, та навколишнього середовища в цілому. При розробці та впровадженні норм безпеки для сфери туризму та захисту туристів інтереси тих, хто відвідує та приймає, повинні бути взаємно гармонізовані.

Безпека туристів та захист у галузі туризму пов'язані з великою кількістю правил і постанов, які мають виконуватися не тільки туристичною адміністрацією, а й цілою низкою інших адміністративних органів, що працюють у різних економічних та соціальних секторах (фінанси, охорона здоров'я, охорона навколишнього середовища, розвиток територій, енергетика, зайнятість тощо).

Таким чином, питання забезпечення безпеки у туризмі можна розглядати за такими напрямками:

- особиста безпека туристів та їхнього майна, забезпечення якого є найважливішим завданням національного розвитку туризму та міжнародного співробітництва;
- безпека докiлля у місцях масового перебування туристів, безпека туристських маршрутів та інших туристських об'єктів;
- безпека національних інтересів держав, що приймають.
- Забезпечення безпеки за всіма зазначеними напрямками є найважливішою турботою та першочерговим завданням усіх структур, залучених до туристичної діяльності. Тому забезпечення безпеки у туризмі складається з різних рівнів, які включають [2]:
- туристичні підприємства;
- адміністрації туристичних центрів;
- місцевої влади;
- національних органів з туризму та центральних органів влади держав;
- міжнародних організацій та міждержавних органів.

Кожен із цих рівнів повинен робити свій внесок у забезпечення безпеки у туризмі. Туристичні підприємства, будучи основним елементом системи туризму, зобов'язані в першу чергу піклуватися про безпеку своїх клієнтів. Цілковито неприпустимою є розробка турів у місця ведення бойових дій або прилеглі до них райони, до країн, де спостерігається діяльність терористичних організацій, у місцях, де існує небезпека захворювання на гострі епідемічні захворювання або введено медичний карантин.

Для низки спеціалізованих турів, насамперед у активному туризмі, туристське підприємство має забезпечити належний контроль над станом здоров'я туристів. До таких турів належать альпінізм, спуски гірськими річками, екстремальний туризм, туристичні походи тощо.

При організації поїздок до держав, де існує небезпека захворювання на епідемічні хвороби, туристське підприємство має дотриматися встановленого порядку вакцинації (щеплень) з видачею відповідних медичних сертифікатів. Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) розробила «Вимоги до свідоцтва про щеплення при поїзді за кордон», які є практичним посібником для туристичних підприємств та самих туристів. ВООЗ випускає також «Епідеміологічний щорічник» та рекомендації, покликані зменшити можливість поширення небезпечних інфекцій, у тому числі через туризм. До карантинних захворювань міжнародної значущості належать: чума, віспа, холера, жовта лихоманка. Існують певні медико-санітарні правила, що дозволяють уникнути небезпечних інфекційних захворювань під час подорожі. Ці правила повинні обов'язково видаватися у вигляді

інформаційного листка клієнтам до початку поїздки.

Крім організаційних заходів туристичне підприємство зобов'язане проінформувати туристів про можливі небезпеки в тій чи іншій країні та про порядок дій у разі загрози їх безпеці чи збереженню майна. При виборі транспортних засобів туристська компанія повинна забезпечити безпеку транспортування туристів, надаючи для цього технічно справний транспорт, кваліфікованих водіїв, а у разі пересування колоною забезпечити її супровід дорожньою поліцією. При організації групових турів часто забезпечується супровід групи представником туристського підприємства. Його завдання переважно зводяться до забезпечення повноти виконання передбаченої програми. Разом про те наявність супроводжуючого чи представника туристського підприємства групи має розглядатися також з погляду дотримання вимог безпеки.

Адміністрація туристських центрів зобов'язана забезпечити у своїй діяльності заходи безпеки туристів та відпочиваючих, які у цих центрах. Заходи безпеки повинні бути передбачені на випадок виникнення пожежі, стихійного лиха, масових захворювань і бути достатніми, щоб запобігти або звести до мінімуму наслідки виникнення таких небезпек, аж до екстреної евакуації туристів. Туристичні центри повинні мати систему внутрішньої безпеки, що запобігає посяганню на життя, здоров'я та майно туристів. Крім цього, адміністрація туристичних центрів повинна інформувати туристів про порядок їх дій у разі виникнення небезпеки.

Національні органи з туризму різних держав при розробці та здійсненні політики у сфері туризму повинні виходити з того, що держава перебування туристів є гарантом їхньої особистої безпеки та збереження майна. Забезпечення цих гарантій є одним із першочергових заходів у розвитку туризму в державі. Реалізація цих гарантій здійснюється шляхом ухвалення відповідних законодавчих чи нормативних актів, що регулюють та координують діяльність у цьому напрямі всіх зацікавлених відомств, всього суспільства [1].

Ще одним напрямом забезпечення безпеки в туризмі на національному рівні є захист власних громадян, які виїжджають у туристичні подорожі за кордон. Реалізація цього напрямку здійснюється прийняттям відповідних правових актів, які гарантують громадянам своєї країни захист як на національній території, так і за її межами. Крім правових актів до цього напрямку необхідно віднести міжнародні угоди про правовий та інший захист громадян, які передбачають ухвалення сторонами взаємних гарантій щодо забезпечення безпеки громадян сторін на своїх національних територіях. І, нарешті, у виняткових випадках держави можуть застосовувати спеціальні сили та засоби для порятунку чи евакуації своїх громадян за кордоном.

Туризм не тільки приносить доходи регіону, а й дає його мешканцям підставу пишатися своєю унікальною спадщиною, надає можливість ділитися з туристами. Якщо суспільство це враховуватиме, то зможе створити систему раціонального використання унікальних можливостей для розвитку туризму.

Література

1. Ахмедова О.О. Теоретичні та прикладні засади державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі (вітчизняний та закордонний досвід) // Публічне урядування. 2022. № 2 (30), С. 10-15.
2. Копанчук В.О. Оптимізація як засіб підвищення ефективності механізму забезпечення

національної безпеки України. Вісник Національного університету цивільного захисту України (Серія: Державне управління). 2016. Вип. 2 (5). С. 138–144.

3. Леоненко Н. А. Державний механізм розроблення та реалізації маркетингової стратегії просування національного туристичного продукту . Право та державне управління: збірник наукових праць. Запоріжжя: КПУ, 2019. №4. С. 181-186.

КИРИЧОК Анастасія, здобувачка вищої освіти, 2 курс
Науковий керівник: **ЖУЧЕНКО Валентина**, к.е.н., доцент
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ

ВПЛИВ ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ У СВІТІ НА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Постановка проблеми. Головними чинниками, які впливають на розвиток туристичної сфери є демографічна ситуація, матеріальний і соціальний стан населення, економічна та політична ситуація в країні чи регіоні. Туризм як галузь, що вразлива до зовнішніх та внутрішніх чинників, в разі збройного конфлікту страждає однією з перших. Хоча право на туризм насильно відбирають під час конфліктів, туризм завжди нагадує про важливість діалогу, миру, толерантності та сталого розвитку між країнами.

В країнах безпосередньо залучених до збройного конфлікту соціальні, політичні та економічні інститути зазнають непоправної шкоди, через що туристична сфера занепадає, а в подальшому повільно відновлюється.

Проте туристична сфера страждає не лише в країнах зі збройним конфліктом, що призводить до погіршення туризму всього субрегіону чи регіону залежно від масштабу конфлікту.

Виклад основного матеріалу. Наразі в світі найбільша кількість збройних конфліктів з часів Другої світової війни, 50 країн оцінюються небезпечними за поширенням конфлікту, смертоносності та небезпеки для цивільного населення [1]. Збройні конфлікти в Східній Європі та Близькому Сході спричинили погіршення відновлення туристичної галузі, яка ще не встигла відновитися після Covid-19.

Ізраїльсько-палестинський конфлікт спричинив падіння в туристичній сфері Ізраїлю та стрімке погіршення в сусідніх країнах, як Єгипет та Йорданія. Після атаки Ізраїлем 26 жовтня 2024 року по Ірану, в Єгипті та Йорданії було зафіксовано падіння готельних та авіа бронювань порівняно з попереднім роком. Хоч офіційно Єгипет та Йорданія переконують, що вони безпечні для туристів, та все ж Форин-офіс (Foreign Office) рекомендує бути обачними в великих містах, через можливість розпалу протестів та не наближатися до кордонів Ізраїля, Сирії та Іраку [2].

Ізраїльсько-палестинський конфлікт напряму ніяк не вплинув на Туреччину, проте між Ізраїлем та Туреччиною значно погіршилися відносини. Популярні міста як Стамбул та Анталія вважаються безпечними, проте наближатися до кордону з Сирією та Іраком не рекомендується [2].

Російська збройна агресія проти України створила перешкоди для відновлення туризму в країнах Східної та Центральної Європи, особливо в країнах сусідніх до України та країн-агресорів. Хоча регіон Європа в 2022 році за кількістю прибуттів туристів не вийшов на рівень 2019 року, все ж різниця в відновленні туристичної сфери в Західній

Європі та в Східній відчутна. Доки в таких країнах як Франція, Бельгія та Люксембург на 2022 рік рівень прибуттів туристів відновився на 89-97% порівняно з 2019 роком, країни Східної та Центральної Європи як Польща, Угорщина, Румунія та Німеччина змогли відновитися лише на 63-78% (рис.1).

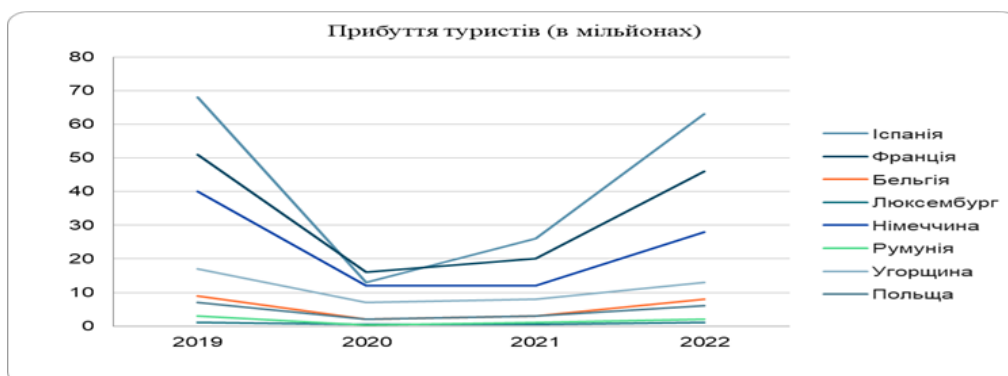


Рис. 1. Динаміка прибуттів туристів у Європі [3]

Авіаційна сфера також була вимушена піти на певні зміни через дані конфлікти, зокрема авіалінії облітають конфліктні території для уникнення повтору трагедії збиття Боїнга 777 біля Донецька в 2014 році. Обхід повітряного простору конфліктних територій та підвищення цін на паливо, яке часто пов'язують з російсько-українською війною, призвело до підвищення цін на квитки в напрямку Азії, Північної Америки чи Європи. Наприклад, рейс з Токіо до Лондона, який прямує на схід через північну частину Тихого океану, Аляску, Канаду і Гренландію, додає 2,4 години польоту і спалює на 20% більше пального.

Часткове чи повне зникнення з авіаринку напрямків що зв'язували європейські країни з Україною, Ізраїлем та росією, негативно позначилося на показниках авіатрафіку. З іншого боку, збільшилася кількість вильотів, пов'язаних із безпековими польотами в регіоні Східної Європи. Збільшення військових рейсів, хоч і дозволило збільшити робочий склад працівників та інвестувати в нове обладнання чи розвиток аеропорту, та також призвело до збільшення правил, суворіших норм та більшої відповідальності [4].

Круїзний туризм Східного Середземномор'я через ізраїльсько-палестинський конфлікт був змушений підлаштовуватися відносно ситуації. Атаки Хамас на Ізраїль 7 жовтня 2023 року призвели до того, що низка компаній скасувала заходи в порти, а останні напади на вантажні судна в Червоному морі на початку 2024 року призвели до того, що круїзні компанії скасували маршрути в цьому регіоні. Компанії, маршрути яких проходили поблизу конфліктного регіону Червоного моря, як Princess Cruises, Seabourn Cruises, Holland America та інші змінили маршрут подорожі, щоб круїзні суди не заходили до портів країн Середнього та Близького Сходу. Marella Cruises, що мав відправитися в подорож 1 листопада країнами Середнього Сходу та Азії, повністю скасували програму. Круїзні компанії були змушені змінювати чи скасовувати заплановані програми, змінювати порти приписки та збільшувати час подорожі від Азії до Європи, через необхідність обпливати Африку. Та постраждали не лише круїзні компанії, через загрозу поширення збройного конфлікту на Середньому Сході, деякі круїзні компанії відмовляються заходити в порти Кіпру, Єгипту, Йорданії та Греції [5].

Висновки. Збройні конфлікти впливають на туристичну галузь та економіку цілого ре-

гіону. Навіть країни, які не страждають від збройного конфлікту напругу, несуть збитки в туристичній сфері, через геополітичну напругу в регіоні, де вони знаходяться. Туристи, які зважають на безпекову ситуацію регіону, відмовляються від подорожей, що призводить до падіння рівня розвитку міжнародного туризму.

Зміни туристичних потоків в регіонах призводять до змін у всьому світі, і хоч туристична галузь мінлива, та все ж такі різкі зміни перешкоджають розвитку туризму в регіонах поблизу збройного конфлікту.

Література

1. Conflict index results: july 2024 – URL: <https://acleddata.com/conflict-index/index-july-2024/> (дата звернення: 02.12.2024).
2. Haslam C., Rowan C. Is it safe to travel to the Middle East right now?. The times. 2024. URL: <https://www.thetimes.com/travel/advice/middle-east-is-it-safe-to-travel-latest-advice-gk05q2c5l?region=global> (дата звернення: 05.12.2024).
3. Global and regional tourism performance. UN Tourism | Bringing the world closer. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (дата звернення: 02.12.2024).
4. Vorotnikov V. How the war in Ukraine is affecting aviation in Eastern Europe. Business airport international. 2024. URL: <https://www.businessairportinternational.com/features/how-the-war-in-ukraine-is-affecting-aviation-in-eastern-europe.html> (дата звернення: 06.12.2024).
5. Edenedo N., Oliver J. Regal princess resumes operations after canceled cruises. Cruise critic. URL: <https://www.cruisecritic.com/news/regal-princess-cruises-canceled-for-repairs> (дата звернення: 07.12.2024).

КОБЧЕНКО Андрій, старший викладач

ФІЛОНЕНКО Максим, здобувач вищої освіти

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку є однією з центральних категорій сучасної економічної теорії та практики. Зміна глобальних економічних умов, посилення конкуренції та прискорення інноваційних процесів висувають нові вимоги до організації та управління діяльністю підприємств, що прагнуть закріпити свої позиції на міжнародному ринку. У цьому контексті актуальним стає пошук ефективних шляхів зміцнення конкурентних переваг, які дозволять забезпечити стійке зростання та адаптацію до умов глобалізованого середовища.

Виклад основного матеріалу. Наукові підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства розглядають її як динамічну характеристику, що відображає здатність підприємства реагувати на зміни зовнішнього середовища, створюючи для споживачів додаткову цінність. Згідно з теорією ресурсної бази підприємства, конкурентоспроможність формується на основі унікальних ресурсів і компетенцій, які важко копіювати кон-

курентам. Таким чином, значну роль відіграють як матеріальні ресурси, так і нематеріальні активи, зокрема знання, репутація та інноваційний потенціал. Емпіричні дослідження свідчать про те, що стійка конкурентоспроможність підприємств залежить від здатності до стратегічного управління змінами [1]. Це стосується як виробничих процесів, так і управлінських підходів, що визначають ефективність використання ресурсів та створення ціннісних пропозицій для споживачів. Зокрема, підприємства, які орієнтуються на технологічні інновації, демонструють вищу адаптивність до умов міжнародної конкуренції. Одним із визначальних напрямів є впровадження інноваційних технологій та розвиток науково-дослідної діяльності [2]. Технологічне оновлення виробництва дозволяє досягти підвищення продуктивності праці, зменшення витрат та підвищення якості продукції. Практика доводить, що підприємства, які систематично інвестують у дослідження й розробки, отримують додаткові переваги на міжнародному ринку через можливість швидкого оновлення продуктового портфеля та впровадження унікальних рішень [3]. Поряд з інноваційним розвитком, важливою умовою конкурентоспроможності є стратегічний маркетинг. Орієнтація на потреби споживачів зовнішніх ринків потребує глибокого аналізу їхніх особливостей, що дозволяє максимально адаптувати продукцію до регіональних вимог. У процесі формування маркетингової стратегії ключову роль відіграють аналіз споживчих трендів, цільових сегментів та конкурентного середовища, що забезпечує підприємству змогу зайняти вигідну нішу на ринку. Досить значний внесок у підвищення конкурентоспроможності відіграє ефективне управління фінансовими ресурсами. Оптимізація витрат, управління валютними ризиками та впровадження сучасних методів фінансування діяльності дозволяють забезпечити стійкість підприємства в умовах коливань глобального ринку. Також підвищенню ефективності фінансової стратегії сприяє диверсифікація джерел фінансування, що дозволяє зменшити залежність від зовнішніх ризиків. Розширення географії присутності підприємства на зовнішніх ринках є одним з ефективних механізмів мінімізації ризиків, пов'язаних із залежністю від одного ринку. У наукових дослідженнях підкреслюється, що диверсифікація ринків збуту дозволяє підприємствам забезпечувати стабільність доходів, особливо у періоди економічних криз чи нестабільності в окремих регіонах [4]. Крім того, важливим є диверсифікація продуктового асортименту, що дозволяє задовольняти різні потреби споживачів і реагувати на зміни їхніх уподобань у різних культурних і регіональних умовах [5].

Висновки. Отже, підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку є результатом цілісної взаємодії інноваційної діяльності, стратегічного маркетингу, ефективного управління ресурсами та розвитку гнучких методів управління. Аналіз свідчить про те, що здатність підприємства створювати унікальні ціннісні пропозиції та швидко адаптуватися до умов глобалізованого середовища є визначальним чинником його успіху. Подальші наукові дослідження мають зосереджуватися на вивченні практичних механізмів реалізації стратегій підвищення конкурентоспроможності, що дозволить українським підприємствам зміцнити позиції на міжнародних ринках.

Література

1. Організаційно-економічні аспекти розвитку підприємницьких структур в Україні та світі: моногр. / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. Гринько. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2022. 400 с.
2. Крупський О. П., Стасюк Ю. М., Волошина А.Р. Стратегічне планування і реалізація

потенціалу інноваційного розвитку підприємства. Ефективна економіка. 2024. № 11. <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.11.83>.

3. Голей Ю. М., Стасюк Ю. М., Крупський О. П. Дослідження світових тенденцій розвитку біотехнологій. Інноваційна економіка. 2022. Вип. 1. С. 12-22. <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2022.1.2>.
4. Підприємництво: сучасні виклики, тренди та трансформації: моногр. / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. Гринько. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2023. 568 с.
5. Паустовський Є. С., Кобченко А. А. Менеджмент як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства. Стратегія економічного розвитку країн в умовах глобалізації : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. молодих учених та студентів, 15–16 берез. 2013 р.: Т. 3: Інвестиції та конкурентоспроможність. Дніпропетровськ: Біла К. О., 2013. С. 93-95. URL: http://confcontact.com/2013_03_15/39_Paustovsky.htm.

КОЗИРА Ігор, викладач кафедри ліквідації надзвичайних ситуацій інституту післядипломної освіти

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності, м. Львів

ВПЛИВ ПОВНОМАСШТАБНОЇ АГРЕСІЇ РФ НА СТАН РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ, ЇЇ НАЦІОНАЛЬНУ ТА ЦИВІЛЬНУ БЕЗПЕКУ

Постановка проблеми. Останні 10 років є випробуванням для України з точки зору збереження її територіальної цілісності, суверенітету та національної безпеки на належному рівні. Згідно із чинним законодавством України її національна безпека включає державну, суспільну й окремо взятої особистості [2; 8]. Крім того, національну безпеку вчені пропонують розглядати з позиції її групування залежно від вектору її забезпечення (економічна, цивільна, громадська, екологічна, інформаційна та ін.) [5; 9]. Отже, набувають актуальності наукові розвідки щодо дослідження особливостей впливу повномасштабної агресії рф на рівень національної безпеки України з позиції окремих важливих складників – цивільного й соціально-економічного, – покликаних забезпечити її «проактивний» і «реактивний» розвиток.

Виклад основного матеріалу. Аналіз даних Державної служби України з надзвичайних ситуацій (далі – ДСНС) [1] дозволив виявити тенденцію до збільшення кількості та частоти надзвичайних ситуацій протягом 2022–2024 рр. через повномасштабну агресію рф. При цьому вона унеможлиблює розвиток туристичної сфери в Україні як перспективного напрямку наповнення державного та місцевого бюджетів за рахунок притоку туристів, якого немає. Крім того, потрібно говорити про важливість здійснення цілеспрямованої роботи в контексті підвищення безпеки туристів.

У довоєнний період (до 2014 р.) щороку в середньому виникало до 180 НС в Україні, з яких до 120 – техногенного характеру (хімічне забруднення довкілля, пожежі, вибухи тощо). До речі, кількість небезпечних речовин і їхніх сполук, що потрапляють в атмосферу, щорічно зростає по всьому світу на 12% [3]. Проте в Україні ці показники останніми роками зашкалюють [4]. Ранжування основних причин виникнення пожеж за абсолютною їх кількістю в державі наведено на рис. 1. З рис. 1 видно, що на 3 місці серед причин

виникнення пожеж за абсолютною кількістю знаходяться «Вибухи, внаслідок бойових дій». Загалом, у 2024 році більше половини пожеж виникло у природних екосистемах і на відкритих територіях, а саме 67 282 пожеж, що складає 63,9 % від загальної їх кількості [1]. Упродовж 2024 року внаслідок пожеж на відкритих територіях загинуло 42 людини та 191 людина отримала травми. У 2023 році загинуло 38 людей і 111 людей отримали травми [там само]. Такі втрати населення та збитки екологічній сфері України не сприяють розвитку туристичної сфери в тих регіонах, які перебувають під постійними ракетно-дроновими обстрілами [6].

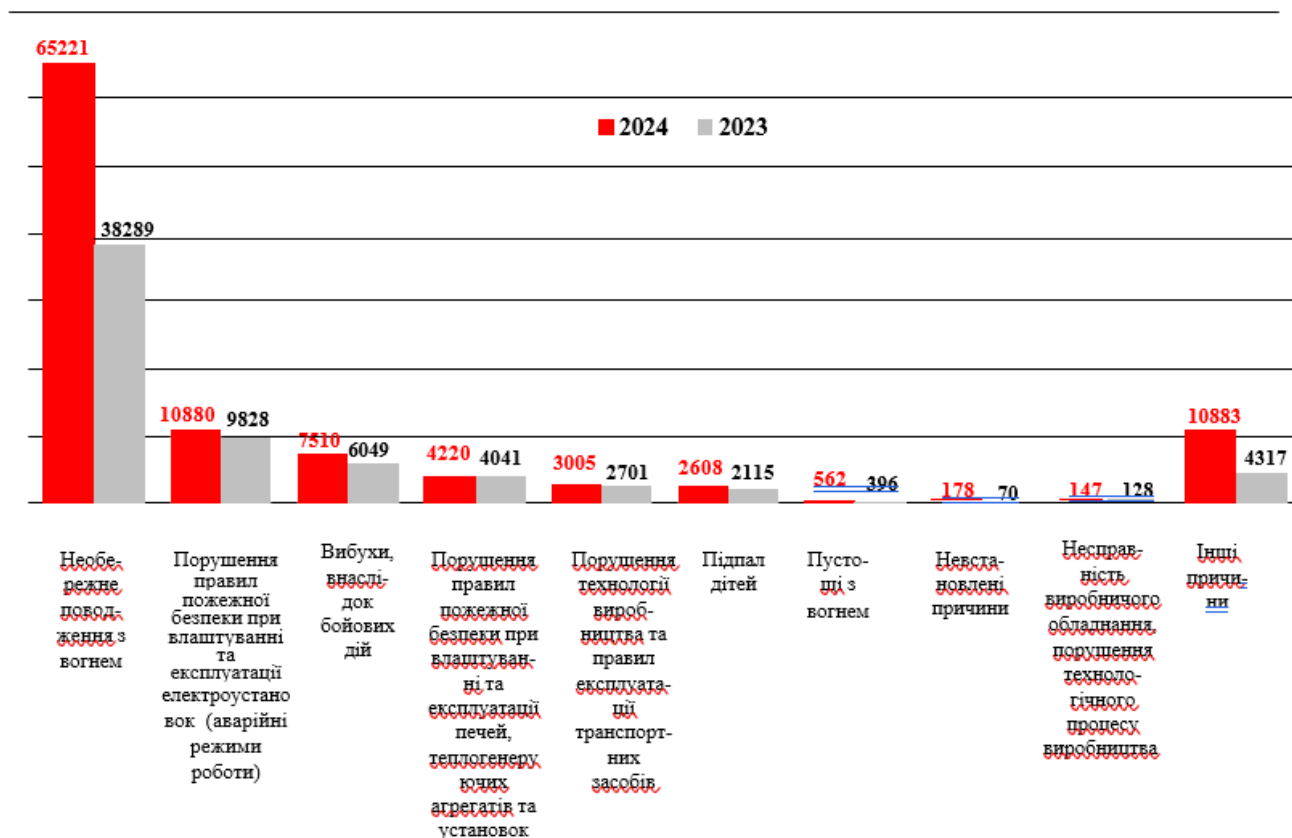


Рис. 1. Ранжування основних причин виникнення пожеж за абсолютною їх кількістю в Україні у 2024 році порівняно з 2023 роком
Джерело: складено на підставі [1]

Щодо ранжування регіонів за кількістю пожеж, то в 2024 р. зростання кількості пожеж в Україні зареєстровано в усіх регіонах, але найбільше в Харківській обл. (+ 112,8 %), Дніпропетровській обл. (у 103%), Полтавській обл. (+95,3 %), Сумській обл. (+84,9 %), Івано-Франківській обл. (+83,1 %), і лише на одну зросла кількість пожеж у Херсонській області [1].

Поки немає офіційної статистики щодо стану в'їзного та виїзного туризму в Україні. Проте Державне агентство розвитку туризму України надало результати соціологічного опитування щодо подорожей нею під час війни (рис. 2.). Згідно з даними онлайн-опиту-

вання половина респондентів жодного разу не відвідували регіони України з туристичною метою з початку повномасштабної агресії РФ, чверть респондентів здійснили 1-2 рази туристичну подорож у регіонах України, лише 12% респондентів відвідали її регіони 3-5 разів і 7,3% опитаних – понад 5 разів [7].

На питання «Що впливає на ваш вибір сезону для подорожей Україною?» респонденти відповіли таким чином: 46,3% – відпустка/канікули; 21,8% – ціни на відпочинок; 21,8% – погодні умови; 14,6% – нічого не впливає; 14,2% – тип відпочинку (морський, гірський тощо); 1,5% – інше [там само].

На питання «Якому виду відпочинку в Україні ви надаєте перевагу зараз?» респонденти відповіли таким чином: 54,0% – піші прогулянки і дослідження міського середовища; 28,4% – культурний туризм (екскурсії до історичних пам'яток і музеїв); 23,1% – відпочинок на пляжі; 22,8% – подієвий туризм (заходи, фестивалі); 21,8% – гастрономічний туризм; 16,2% – активний відпочинок у горах; 11,3% – активний літній відпочинок (катання на сапах, кайтинг, вейкборд); 11,2% – екотуризм і відпочинок в екологічно чистих регіонах; 8,6% – лікувально-оздоровчий; 3,3% – інше [7]. Ми не випадково на рис. 2 винесли окремо кількість відповідей респондентів, які надали перевагу лікувально-оздоровчому туризму й екотуризму. Адже війна РФ проти України зумовлює збільшення кількості осіб з інвалідністю та осіб, які потребують реабілітації фізичного та/або психічного стану [там само].

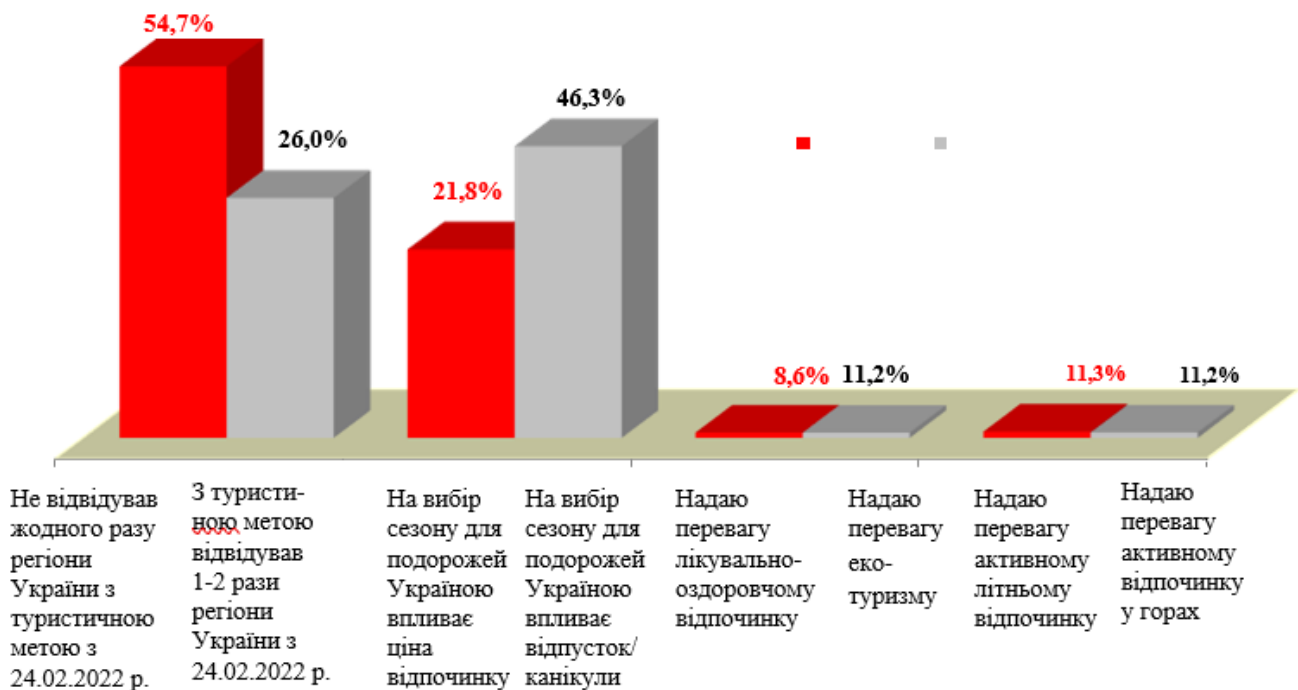


Рис. 2. Результати онлайн-опитування щодо подорожей Україною під час війни.
Джерело: складено на підставі [7]

На питання «Оберіть твердження щодо ставлення до подорожей в Україні під час во-

енного стану, з яким ви найбільше згодні?» респонденти відповіли таким чином: 20,7% – уникаю подорожей через можливу небезпеку; 21,1% – продовжую подорожувати, адже вважаю, що це спосіб підтримати країну економічно; 11,7% – не вважаю доцільним подорожі під час воєнного стану; 23,2% – не подорожую через складне матеріальне становище; 23,4% – ставлення до подорожей не змінилось [7]. Аналіз цих відповідей дає підстави стверджувати, що загалом майже половина респондентів не подорожують через відсутність фінансової можливості, наявність страхів за власне життя та здоров'я або з ідейно-моральних поглядів. До речі, згідно з результатами опитування позитивно налаштованих українців менше чверті. Це засвідчує той факт, що завданням України та її органів влади є формування позитивного ставлення громадян до здійснення туристичних подорожей у середині країни, оскільки туристична сфера відноситься до трійки найбільш перспективних галузей економіки, покликаних забезпечити сталий розвиток [10].

На питання «Які перешкоди або обмеження ви бачите для подорожей в Україні в умовах воєнного стану?» респонденти відповіли таким чином: 57,4% – безпека; 42,2% – фінансові витрати; 24,4% – втрата доступу до морських курортів; 20,9% – логістика доїзду; 9,8% – нестача інформації про функціонування; 8,4% – наявність / стан закладів розміщення (туристичні бази, готелі, хостели); 5,9% – не бачу перешкод; 2,3% – інше [7]. Розгляд відповідей респондентів дозволив наполягати на важливості гарантування права на безпечний відпочинок громадянам і на актуальність для них розвитку транспортної логістики й інформаційного забезпечення, а також покращення стану закладів розміщення, які мають відповідати міжнародним стандартам (безпековим, комфортності тощо). Це у свою чергу дозволить унеможливити появу нових надзвичайних ситуацій.

Висновки. Отже, для того, щоб протистояти деструктивному впливу держави-агресорці на національну безпеку, що включає цивільну, економічну та інші, потрібне вжиття системи публічно-управлінських заходів, що становлять базис функціонування відповідних механізмів. Серед цих заходів можна виокремити такі: удосконалення державної політики в туристичній сфері з метою забезпечення її розвитку в середині країни; визначення й обґрунтування апаратно-програмного комплексу, що може застосовуватися під час моніторингу стану цивільної безпеки та попередження НС; розробка та впровадження мобільних інтерактивних додатків, що надають актуальну інформацію щодо безпечності місцевості для здійснення туристичних подорожей та ін.

Література

1. Аналітична довідка про пожежі та їх наслідки в Україні за 12 місяців 2024 року. URL: <https://dsns.gov.ua/operational-information/nadzvicaini-situaciyi-v-ukrayini-2/dovidka-za-rik>.
2. Домбровська С., Помаза-Пономаренко А., Порока С., Урбанек А. Безпекова політика України в умовах євроінтеграції : монографія. 2023. Х.: НУЦЗУ. 252 с.
3. Помаза-Пономаренко А.Л. Збитки, нанесені бойовими діями об'єктам критичної інфраструктури в Україні: механізми оцінювання та відновлення // Успіхи і досягнення в науці. 2025. Вип. 1 (1). С. 601–61.
4. Помаза-Пономаренко А.Л. Еколого-інноваційні механізми публічного управління у сфері розвитку АПК в Україні // Інвестиції: практика та досвід. 2024. № 24. С. 158–164. URL: <https://nauka.com.ua/index.php/investplan/article/view/5306/5359>.
5. Помаза-Пономаренко А.Л., Батир Ю.Г., Лопатченко І.М. Попередження надзвичайних

- ситуацій у туристичній галузі як засіб захисту права на відпочинок // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності» (22.04.2024 р., м. Хмельницький). С. 108–111.
6. Помаза-Пономаренко А.Л., Тарадуда Д.В. Управлінські підходи до попередження надзвичайних ситуацій на об'єктах критичної інфраструктури та підвищеної небезпеки // Державне управління: удосконалення та розвиток. 2025. № 1. URL: <https://www.nauka.com.ua/index.php/dy/article/view/5502/5557>.
 7. Результати опитування щодо подорожей Україною під час війни. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic>.
 8. Рубан А.В. Національна безпека як об'єкт державного регулювання // Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія : Державне управління. 2018. Вип. 2. С. 58–62.
 9. Рубан А.В. Розвиток державної політики щодо забезпечення національної безпеки. URL: http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/9017/1/Zb%D1%96rnik%20NUCZU_2019_1%20%2810%29_%20NEW-60-64.pdf.
 10. Batyr Yu., Lopatchenko I., Aliieva P., Akhmedova O., Ruban A., Stankevych S., Zelenin Yu., Kanakova A. Environmental protection and public environmental policy in the Ukraine // Ukrainian Journal of Ecology, vol. 11 (2), pp. 346–348.

КОЛІСНІЧЕНКО Наталя, д.держ.упр., професор
Національний університет «Одеська політехніка», м. Одеса

КОНЦЕПЦІЯ «КЛАСТЕР ТУРИСТ»: ЦІЛІ, АРХЕТИПИ, СЕГМЕНТИ, ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ

Постановка проблеми. Концепція «кластер туриста» використовується для групування туристів за певними схожими ознаками (мотивації, інтереси, поведінка або соціально-демографічні характеристики). Кластеризація туристів дозволяє виділити окремі сегменти або групи, які мають схожі потреби та уподобання, що допомагає більш ефективно туристичним організаціям управляти туристичними потоками, а дестинаціям адаптувати свої продукти та послуги.

Виклад основного матеріалу. Концепція «кластер туриста» сприяє появі нових архетипів туристів.

«Архетип туриста» – це узагальнений образ або модель поведінки туриста, яка ґрунтується на певних спільних рисах, мотиваціях та уподобаннях. Можна визначити такі архетипи (кластери) туристів з огляду на спільне ставлення та мотивацію до подорожей:

- туристи, які люблять сонце та пляжі (relaxer). Їхня головна мета – відновити сили, насолоджуючись комфортом та мінімумом активностей. Вони рідко подорожують, економні у своїх витратах, віддають перевагу сонячним і пляжним напрямкам, які широко пропонуються і куди легко дістатися. Вони люблять відпочивати з родиною. Вони надають перевагу прямим рейсам і майже не цікавляться пропозиціями відвідування автентичних захоплюючих місць;

- любителі культури та автентичних місць (cultural tourist). Це активні та високобюджетні туристи, які зазвичай витрачають чималі суми на відпочинок, люблять оглядати

визначні пам'ятки, готові витратити на враження та не погоджуються на типові тривіальні напрямки «для всіх»;

- туристи-стратегі (strategic spenders зі стратегічними витратами). Ці туристи ретельно вибирають місця для витрачання своїх коштів, з враженнями. Вони пильно стежать за своїми витратами. Вони готові пожертвувати деякими зручностями, наприклад безпосадковими рейсами, заради економії коштів.

- тренд-орієнтовані джетсеттери (trend-conscious jet-setters). Золота молодь, яка, не знаючи чим себе зайняти, влаштовує перельоти в інші міста і країни на приватних реактивних літаках (джетях). «Джетсеттери» (термін походить з двох англійських слів «jet» (реактивний літак) і «sitter» (сидіти), і означає людину, яка багато часу проводить в своєму власному літаку. «Trend-conscious jet-setters» стосується групи людей, які є заможними, часто і багато подорожують і добре обізнані або активно залучені в останні тренди (тренди моди, технологій, культури та соціальних рухів). Зазвичай їх асоціюють із гламурним, динамічним стилем життя, який передбачає часті подорожі, почасти до модних або екзотичних місць. Вони часто є прихильниками нововведень та впливають на оточення. Вони часто подорожують, чи то у справах бізнесу, відпочинку або соціальних заходів, і підтримують вишуканий спосіб життя. Архетип «Trend-conscious jet-setters» стосується також людей, які живуть космополітичним, стильним життям і постійно в русі, завжди випереджають тренди в моді, подорожах та культурі. Їх часто вважають впливовими особами в суспільстві;

- економні мандрівники (cost-conscious travelers). Цей сегмент туристів складається переважно з літніх мандрівників, які подорожують рідко і часто повертаються до тих самих місць і заходів. Їх приваблюють вже знайомі місця призначення і невелика вартість поїздки;

- преміум-туристи (premium travelers.) Цей сегмент очікує високоякісних атрибутів під час подорожі. Ці туристи особливо ретельно підбирають житло. Вони частіше, ніж інші туристи, дбають про бренд, престиж, ексклюзивність, дизайн, декор, зручності та екологічність. Подібно до туристів, які стежать за модними тенденціями, цей сегмент туристів почасти підпадає під вплив знаменитостей і впливових людей при виборі напрямків подорожі;

- шукачі пригод (adventurer). Цей сегмент насолоджується активним відпочинком, який дає можливість зустрітися з мандрівниками-однодумцями. Їх мотивують пригоди та фізична активність, знайомство з новими людьми є головною причиною їхніх подорожей. Їх не приваблюють великі групи; натомість вони віддають перевагу туризму у малих групах. Цей сегмент цінує віддаленість, конфіденційність і стабільність.

Зазначені архетипи (кластери, сегменти) туристів виражають їхнє спільне ставлення та мотивацію до подорожі. Численні дослідження доповнюють і розширюють цю кластеризацію. Зокрема, М.Дерек запропонувала кластеризацію туристів, які відвідують природоорієнтовану дестинацію, визначила їхні соціальні, економічні та просторові відмінності та ідентифікувала шість кластерів: рибалки-парусники, непарусні рибалки, велосипедисти, рибалки, туристи, які займаються водними видами рекреації, та пасивні туристи [1]. Сучасний напрямок «віртуальні туристи» досліджували і виявили чотири окремі кластери віртуальних туристів з точки зору візуальної повноти та візуального сприйняття: візуальні пасиви, допитливі сканери, сфокусовані спостерігачі та комплексні туристи (намагаються охопити дестинації по максимуму) [2].

Напрямами їхніх подорожей можна вважати такі архетипи туризму:

Сезонно перевантажені напрямки, які поєднують високу концентрацію відвідувачів із обмеженими можливостями управління потоком туристів. Тому політика врегулювання зазначеної проблеми спрямована на опрацювання (розширення) інструментів для управління відвідувачами, нарощування досвіду як місцевих жителів, так і туристів.

Дедалі більш обмежена кількість відвідувачів популярних напрямків туризму. В управлінні цим напрямком спостерігаються ознаки напруженої інфраструктури внаслідок обмеженого управління туристичними потоками.

Активно керовані напрямки з високою концентрацією відвідувачів і надійними потоками управління туристами. Постійний моніторинг та інновації допомагають містам-прикладам ефективно управляти пропускнуою туристичною здатністю.

Напрямки зі збалансованою місткістю туристів. Міста-дестинації приймають відносно меншу кількість відвідувачів, впровадили складні системи управління туристичними потоками. Ці міста можуть зосередитися на збільшенні кількості відвідувачів, одночасно активно відстежуючи вплив цього зростання.

Висновки. Концепція «кластер турист» набуває все більшого поширення в науковій літературі та практиці. Вона орієнтована на вивчення об'єднань туристів у певні групи або сегменти і пов'язана з класифікацією туристів за різними ознаками. Концепція сприяє діяльності суб'єктів туристичної сфери (органів публічного управління та туристичних компаній) у наданні більш якісних послуг, аналізі потоків туристів у певних регіонах, організації більш зручних й ефективних подорожей.

Література

1. Derek M. Clustering nature-based tourists by activity. Social, economic and spatial dimensions. *Tourism Management*. Volume 75. December 2019. P. 509-521.
2. Liu B., Moyle B., Kralj A., Li Y. Towards a typology of virtual tourists: Efficacy of visual patterns and attentional cues. *Tourism Management*. Volume 105. December 2024. p. 104943.

КОРЕЦЬ Вероніка, здобувачка вищої освіти, 5 курс
Науковий керівник: **ПОСТУПНА Олена**, д.держ.упр., професор
Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНИЙ КУРС ТА ПРАВОВІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ЧЕСЬКІЙ РЕСПУБЛІЦІ

Постановка проблеми. До 90-х рр. ХХ ст. зовнішня політика в галузі туризму Чехії була орієнтована переважним чином на обслуговування туристів з країн пострадянського простору. Однак, після «оксамитової революції» (повалення комуністичного режиму в Чехословаччині в 1989 р.) країна переорієнтувала свій туристичний ринок на туристів із західних країн. Хоча й на початку 2000-х рр. у Чехію із західних країн (Німеччини, Австрії, Великобританії Ізраїлю, США та ін.) приїжджало менше туристів, ніж у попередні роки, втім, за оцінками експертів вони витрачали більше грошей унаслідок збільшення тривалості перебування у країні, що давало можливість не тільки поповнювати бюджет валю-

тою, але й відбувалось її щорічне зростання. Суттєве валютне поповнення вплинуло на проведення подальшої політики урядом країни щодо розвитку туризму. Після цього вирішальними показниками розвитку сектору туризму в Чехії стали не кількість туристів, а доходи від туризму та орієнтація на більш багатих, платоспроможних туристів.

Виклад основного матеріалу. Можливості покращити свою конкурентоспроможність на ринку туристичної індустрії у Чехії з'явилися після вступу країни до ЄС у травні 2004 р. Хоча сам процес євроінтеграції був досить тривалим – уряд країни подав заявку на вступ до ЄС у 1996 р. Одним з актуальних питань тоді постало питання швидкого й ефективного наближення до принципів, норм і стандартів, прийнятих у ЄС, зокрема і в галузі туризму [1]. Після отримання членства, уряд Чехії зобов'язався підтримувати політику ЄС, що сприяє в тому числі й розвитку туризму, зокрема, в частині: європейського бюджету – можливість отримувати інвестиції, проєкти й програми від ЄС; прийняття єдиної європейської валюти – євро – полегшало розрахунок з країнами співтовариства у межах монетарної політики ЄС, наблизило країну до виконання нею критеріїв конвергенції (зближення), зокрема Маастрихтських критеріїв; свободи пересування людей – розширення переліку країн ЄС, до яких чехи можуть в'їжджати на їхні ринки праці; у 2007 р. Чехія увійшла до Шенгенської зони (угода щодо здійснення міжнародних подорожей), тим самим було знято прикордонний контроль з інших країн ЄС.

До світової економічної кризи 2008-2011 рр. у Чехії збільшилась частка в'їзного туризму. Це були громадяни більш заможних країн світу – США, Канада, країни Західної Європи. Проте, як і більшість країн, під час економічної кризи Чехія зазнала значних збитків у секторі туризму та відтоку в'їзних туристів. Це змусило уряд країни розробити систему стабілізаційних заходів у туризмі та переорієнтації на середнього споживача туристичних послуг – незаможні країни Східної Європи. З 2010 р. чеський туристичний сектор намагався завоювати своїх прихильників серед азійських країн (Китаю, Японії, країн Близького і Середнього Сходу). Проте, однією з проблем цього напрямку і досі є нестача кваліфікованих гідів-перекладачів (це особливо актуально в умовах розширення географії іноземних туристів з країн Азії). Останнім часом іноземні туристи скаржаться на низьку якість їх обслуговування, незадоволені вони й безпековими гарантіями щодо перебування їх у країні. Наприклад, спостерігаються часті відмови страхових компаній щодо повного погашення й виплати страховок у разі виникнення проблемних ситуацій з іноземними туристами [2].

Ставлення керівництва Чеської Республіки до законів у секторі туризму є особливим. Правовий статус цього сектору в країні не регулюється законом або скоріше не створена система організації туризму, яка б визначала компетенції, обов'язки суб'єктів туристичної індустрії та забезпечувала розвиток туризму.

На законодавчому рівні регулюється лише підприємництво в секторі туризму. Так, законом № 159/1999, що визначає деякі умови підприємницької діяльності та провадження окремих видів діяльності у сфері туризму, коригуються умови підприємців у сфері туризму, визначається зміст основної діяльності гірської служби та її виконання, екскурсійна діяльність та її здійснення та ін. Також цим законом були внесені зміни до закону про торгівлю, Цивільного кодексу. Зокрема, в останньому був замінений договір подорожі на договір туру, за яким турагенство зобов'язувалось надати тур, а замовник зобов'язувався сплатити обумовлену вартість.

Важливим документом, що регулює захист споживачів, є Директива Ради 90/314/ЄЕС

про пакетні подорожі, пакетні відпустки та пакетні тури. Цей документ стосується лише турів, ані усіх туристичних послуг. У документі визначаються основні поняття, положення про вартість та її зміни, обов'язки організатора й продавця туру, основні вимоги договору, гарантії неплатоспроможності клієнта. Підходи до виконання цієї Директиви є досить різними в ЄС. Однією з причин її прийняття є створення внутрішнього ринку ЄС. Цей документ дозволив споживачам користуватись порівняльними умовами при покупці турів до країн-членів ЄС, а турпідприємства могли пропонувати свої послуги до всіх країн – учасників європейського співтовариства. У 2015 р. була затверджена нова Директива (ЄС) 2015/2302 про пакетні подорожі та пов'язані з ними організації подорожей.

Права пасажирів транспортних підприємств, які здійснюють подорожі з туристичною метою, регулюються міжнародними та регіональними конвенціями. На рівні ЄС розробляються та затверджуються правила для окремих видів транспорту, які використовуються в усіх країнах-членах. Наприклад, Регламент Європейського парламенту і Ради (ЄС) № 261/2004 регулює права пасажирів у разі відміни чи затримки рейсів, відмови у посадці чи зміни класу тощо. У випадку автобусного транспорту – це Регламент 181/2011 – документ, що визначає права пасажирів у цьому виді транспорту та охоплює нерегулярні та міжміські регулярні рейси, гарантує пасажирам право на недискримінаційні умови перевезення, компенсацію і допомогу у випадку смерті, втрати або пошкодження багажу в результаті нещасних випадків, інформацію у випадку відміни або затримки рейсу тощо. Права й обов'язки пасажирів залізничного транспорту визначаються Регламентом № 1371/2007. У документі вказується, яку інформацію має надавати перевізник пасажирам до та під час поїздки, перелічені обов'язки перевізника по відношенню до інвалідів та осіб з обмеженими можливостями, вимоги пасажирів у випадку отримання ними травм або у разі смерті. Крім того, у Регламенті є положення щодо прав пасажирів у разі затримки чи відміни потягу, компенсації за проїзд.

Висновки. У цілому, можна зазначити, що регулювання туристичної галузі у Чехії базується на європейських директивах. Національне законодавство в галузі туризму, як і у ряді країн членів ЄС, тією чи іншою мірою інкорпоровано в цивільні кодекси та закони про захист прав споживачів. Правовий захист туристів у Чехії поширюється переважним чином на масовий організований туризм, проте в країні переважають індивідуальні поїздки, які організовані самим туристом. Чеська Республіка затвердила Концепцію державної туристичної політики на період 2014 – 2020 рр. Цей середньостроковий стратегічний документ базується на потенціалі розвитку туризму в країні та визначає перспективні напрями, зокрема наміри покращити захист прав споживачів і встановити правила для роботи суб'єктів туropolерейтингу.

Література

1. Ключівський Ю. Вивчаємо досвід Чехії у розбудові інформаційно-інституційних підвалин сприяння туризму. Карпатія. Цивілізаційний поступ. 2013. № 1. С. 50-55.
2. Патічук В. О., Міщенко О. В., Ціпошук С. А. Чехія як один з лідерів міжнародного туризму у Східній Європі. The VIII-th International scientific and practical conference «Modern problems in science», November 09-12, 2020. Prague, Czech Republic. С. 194-199.

ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНО – ЧИСТОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В умовах поглиблення інтеграційних процесів і глобалізації світового господарства важливе значення в питаннях розвитку економіки та добробуту держави відіграє сфера послуг, де особливе місце займає туристична галузь. Слід відмітити, що тенденція невинного зростання туристичної сфери спостерігається в усіх країнах світу, і Україна, як частина світової спільноти не є винятком. Розвиток туристичної сфери, яку доцільно розглядати через призму її багатогалузевого характеру і тісного факторного зв'язку практично з усіма сферами життєдіяльності, дозволяє використовувати її в якості дієвого інструменту стимулювання соціально-економічного зростання на національному і регіональному рівнях.

Сфера туризму та курортів стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки.

Оскільки зазначена сфера пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави [1].

Соціальне значення туризму для життя суспільства полягає у відновленні психофізіологічних ресурсів суспільства і працездатності людини; раціональному використанні вільного часу; створенні робочих місць і забезпеченні зайнятості населення; впливі на культуру місцевих жителів; забезпеченні доходів власників і працівників, зайнятих на підприємствах; екологічної безпеки туризму, спрямованості його на підтримку і відновлення навколишнього середовища. Крім відновлення психічних і фізичних сил, туризм включає розваги, що забезпечують зміни характеру виду діяльності і навколишніх умов, активне пізнання нових явищ природи, культури та ін.

Також туризм впливає і на сімейну структуру: в силу фінансової незалежності працюючих змінюються відносини між батьками і дітьми, а також положення жінок в сім'ї. Туризм – одна з найбільш трудомістких галузей економіки, тому його розвиток сприяє зменшенню безробіття. Він не тільки створює робочі місця, але й виступає рушійною силою реалізації економічного та соціального потенціалу та сталого розвитку держави. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей (World Travel & Tourism Council, WTTC) туристична сфера безпосередньо забезпечує вдвічі більше робочих місць ніж фінансова сфера, та в п'ять разів більше ніж створює хімічна промисловість. За оцінкою WTTC в туристичній галузі працює більше людей, ніж в обробній та гірничодобувній промисловості, банківській сфері, автомобільній та хімічній промисловості, а також в сфері банківських послуг. Світова практика показує, що туристична індустрія повертає додаткові трудові ресурси з інших регіонів, збільшуючи тим самим населення даної місцевості.

Туризм справляє прямий і непрямий вплив на підвищення рівня життя населення. Послуги туризму, в порівнянні з роботою в інших галузях, найчастіше добре оплачуються, тому робота в цій сфері має високий попит. Прямий виражається в збільшенні доходів

туристичних фірм, поліпшенні добробуту їх працівників. У пікові (високі) сезони з'являється можливість збільшити дохід людям інших професій. Непрямий вплив зводиться до розвитку інфраструктури рекреації і туризму, а також до формування широкої мережі сервісних служб, орієнтованої не тільки на приїжджих туристів, а й місцеве населення.

Тобто, соціокультурне значення туризму проявляється через дві взаємопов'язані сторони. З одного боку, соціальна складова туризму полягає в тому, що за допомогою її реалізується право громадян на відпочинок, на ознайомлення і використання в різних цілях історичних, культурних, розважальних та інших об'єктів туристського інтересу за межами регіону, в своїй країні, або за кордоном. У зв'язку з цим можна говорити про важливість ролі туризму в духовному і фізичному оздоровленні нації і в формуванні гармонійно розвиненої особистості. З іншого боку, в'їзний і внутрішній туристські потоки забезпечують зайнятість місцевого населення і розвиток дестинацій в цілому, що в свою чергу забезпечує нові додаткові робочі місця [2].

Проблема забруднення та знищення навколишнього середовища є надзвичайно актуальною, зокрема й в контексті туристичної діяльності, яка є однією з найпопулярніших та наймасовіших форм взаємодії людини і природи. Погіршення екологічної ситуації в світі, катастрофічне зменшення екологічно чистих зон для життя і відпочинку, привернення уваги широких кіл світової громадськості до екологічних проблем з боку численних екологічних служб та міжнародних громадських організацій, посилення негативних аспектів впливу масового туризму на навколишнє середовище та історико-культурні туристичні ресурси обумовили актуалізацію екологічного контексту у формуванні сучасного значення туризму, адже його роль у гармонізації взаємодії суспільства з природою є беззаперечною. Отже, постає необхідність формування нової філософії туризму, де було б враховано особливості цієї комунікації.

Література

1. Мармуль Л.О. Організаційно-економічний механізм функціонування туристично-рекреаційних підприємств: моногр. К.: ННЦ "Ін-т аграр. екон.", 2006. 180 с. , с. 6
2. Мельниченко О.А., Шведун В.О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.

КРЮКОВ Олексій, д.держ.упр., професор

ШЕВЧУК Сергій, ад'юнкт

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ВПЛИВ ЕКОЛОГІЧНИХ ФАКТОРІВ НА ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Постановка проблеми. Екологічна криза та пов'язані з нею соціальні проблеми породжують реальну загрозу національній безпеці. Питання включення екологічної безпеки до системи загальної концепції національної безпеки держави вирішується дуже непросто. Національна та екологічна безпека за своєю суттю можуть як збігатися, так і суперечити одна одній. У рамках національної безпеки держава гарантує суспільству за-

хист від екологічних ризиків, тим самим можна говорити про те, що екологічна безпека є складовою національною.

Національна безпека розглядається як сфера докладання спільних зусиль військової та зовнішньої політики і як бажана умова її розвитку і забезпечується насамперед американською військовою перевагою над будь-якою іноземною державою чи групою держав, сприятливою позицією в міжнародних відносинах, а також обороноздатністю.

Виклад основного матеріалу. Як правило національна безпека стосується обмеженої території, а екологічна безпека – феномен, що часто виходить за рамки державних кордонів. Інакше кажучи, еко-безпека є частиною національної безпеки. Вона має базуватися на цілісному підході забезпечення прав та інтересів не лише держави та суспільства, а й особистості в рамках демократизації всієї сфери суспільних відносин, спрямованих на збереження довкілля.

Але для цього необхідно виходити з пріоритету екологічної безпеки прийнятих указів, законів, нормативних актів, ухвал усіх рівнів державної влади та управління, включаючи місцеве самоврядування, організацій, відомств тощо. Це дозволить всю господарську діяльність суб'єктів громадського управління України направити шляхом екологізації економіки, управління, соціальної сфери.

На наш погляд, визначення поняття «екологічна безпека» знаходиться в еволюційній стадії, наявні формулювання нестійкі, постійно модифікуються в напрямку деталізації та конкретизації ознак, у повному обсязі не визначено складових всього комплексу екологічних загроз, простежуються слабкі міжпредметні, наукові зв'язки.

З урахуванням наведеного пропонуємо використовувати таке визначення екологічної безпеки – це прийнятний на даному етапі соціально-економічного розвитку ступінь захищеності життєво важливих інтересів особистості, суспільства, держави, світової спільноти від наслідків і загроз, зумовлених негативними змінами (деградацією) навколишнього середовища, що виникають у результаті антропогенного та природного впливу на неї

З огляду на це національну безпеку в екологічній сфері в контексті національної безпеки можна розглядати як стан захищеності, що забезпечується в процесі взаємодії суспільства та природи:

- навколишнього середовища (природних об'єктів) від загроз змін її природних фізичних, хімічних та біологічних властивостей внаслідок негативних впливів при здійсненні техногенної діяльності;

- життєво важливих інтересів особистості, суспільства, держави, навколишнього середовища від загроз з боку природних об'єктів, природні властивості яких змінені або шляхом забруднення та засмічення внаслідок техногенної діяльності, або навмисно шляхом екологічних диверсій, екологічної експансії, чи внаслідок природних явищ та стихійних лих;

- життєво важливих інтересів особистості, суспільства та держави від загрози не забезпеченістю природними ресурсами, обумовленої знищенням, псуванням, виснаженням природних об'єктів унаслідок техногенної діяльності.

На наш погляд, екологічна криза та пов'язані з нею соціальні проблеми породжують реальну загрозу національній безпеці. Питання включення екологічної безпеки до системи загальної концепції національної безпеки держави вирішується дуже непросто.

Національна та екологічна безпека за своєю суттю можуть як збігатися, так і супере-

чити одна одній. У рамках національної безпеки держава гарантує суспільству захист від екологічних ризиків, що дозволяє говорити про те, що екологічна безпека є складовою національної.

У сучасних умовах можна говорити про процеси екологізації політики, тобто ситуації, коли екологічні проблеми, піднімаючись на політичний рівень, стають складовою політико-управлінського процесу. У цьому контексті екологічну безпеку слід розглядати у взаємозв'язку з політико-управлінською складовою розвитку держави.

Екологічна модернізація в усьому світі веде не лише до збереження природи. Вона вигідна тим, хто створює екотехнології. Це у свою чергу залежить від формування моделі глобальної економічної системи

Висновки. Прагнення світової спільноти вирішити проблеми екологічної безпеки зумовлює необхідність зміни ролі держави в політичній системі у ході реалізації концепції сталого розвитку. На рівні національних і наддержавних інститутів це означає спрямування їх діяльності на забезпечення балансу між економічними потребами та можливостями біосфери.

Для України екологічні проблеми у зв'язку з набуттям ними політичного контексту (війна, що йде в Україні) порушують питання про ефективність діючих національних пріоритетів у зв'язку з неможливістю забезпечення необхідного рівня безпеки в країні.

Література

1. Захист критичної інфраструктури в умовах надзвичайних ситуацій : монографія / С. І. Азаров, В. Л. Сидоренко, С. А. Єременко, А. В. Прусський, А. М. Демків ; за заг. ред. П. Б. Волянського. Київ, 2021. 375 с.
2. Кодекс цивільного захисту України : Закон України від 02.10.2012 р. № 5403-VI. Відомості Верховної Ради України. 2013. № 34-35. Ст. 458.
3. Омаров А. Е. Екологічна безпека держави в умовах глобалізаційних викликів сучасності: державно-управлінський аспект : монографія / за наук. ред. О. І. Крюкова. Харків : ПромАрт, 2018. 288 с.

ЛИТВИНОВ Андрій, здобувач наукового ступеня доктора філософії з публічного управління та адміністрування
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків

ТИПОЛОГІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО КЛАСТЕРУ

Постановка проблеми. Соціальний кластер, з точки зору науки публічного управління та адміністрування і системного аналізу, слід розглядати, як складну систему з великою кількістю структурних елементів, що взаємодіють між собою. Втім, слід розуміти, що ця система, як будь-яка інша, не може існувати самостійно, без контакту (зав'язків, взаємодії) із зовнішнім середовищем. Зазвичай, соціальний кластер є складовою економіки певної території (місцевої, регіональної, національної) та взаємодіє з іншими суб'єктами цієї економіки. Відтак, соціальний кластер слід розглядати одночасно і як структурний елемент більш великої системи – місцевої, регіональної, національної, глобальної, у якій

здійснюється зовнішня взаємодія, і як самостійну цілісну систему, спрямовану на надання соціальних послуг населенню. Враховуючи такий підхід, вважаємо доцільним розглянути соціальний кластер як об'єкт системного аналізу, оскільки це дозволить визначити його побудову (елементи, зв'язки, організацію, структуру, складність, відкритість), виявити субстанцію (походження, природу, масштаби, детермінацію), проаналізувати функціонування (мету, результат, ефективність) й розвиток (активність, швидкість, вектор (траєкторію), відтворення, адаптивність) та побудувати типову модель соціального кластеру, у якій відображається інституціональна побудова соціального партнерства [1].

Виклад основного матеріалу. Щодо побудови кластерів, то слід зауважити, що всі кластерні утворення мають різноманітну структуру й складність. До того ж, вони утворені в різних сферах життєдіяльності суспільства, звідси й існування великої кількості їх видів і типів. Це спричиняє непорозуміння не тільки у практичній діяльності, а й в науковій площині. Відсутність єдності думок щодо типологізації кластерів серед науковців перешкоджає належному опису кластерних утворень та розробці відповідної типової моделі.

Зарубіжні науковці, розглядаючи питання класифікації/типологізації кластерів, здебільшого використовують галузевий підхід (визначення сфер економічної діяльності, врахування внутрішнього потенціалу території, її зовнішніх зав'язків) та вважають, що він має стати підґрунтям для розробки стратегії кластеризації. В основу такого підходу частіше покладають класифікацію галузей, запропоновану М. Портером, який виділяє: місцеві – вироблення товарів і послуг для їх споживання в першу чергу на внутрішньому ринку (роздрібна торгівля, комунальні послуги, будівельні роботи тощо); ресурсозалежні – підприємства розміщені на місцях залягання корисних копалин, що конкурують з іншими підприємства на різних рівнях – національному, міжнародному; торгівельні – нересурсозалежні галузі, продукція яких може продаватись в інші регіони країни й за кордон [5]. За типом взаємозв'язків М. Портер пропонує розрізняти вертикальні (галузі зв'язані між собою відносинами «покупці-продавці») та горизонтальні кластери (можуть ділити між собою спільні ринки продуктів, використовувати схожі технології, професійну робочу силу та ін.) [4]. В основу іншого підходу покладено внутрішню природу кластера та пропонується виділяти два їх види – індустріальний (промисловий) та інтелектуальний (пов'язаний з наявністю інтелектуального капіталу, що стимулює інноваційну активність) [3].

Аналіз класифікаційних підходів до виділення різних видів кластерів, що зустрічаються в науковій літературі, дозволяє запропонувати їх систематизацію за такими ознаками: з територіальною прив'язкою, що враховує географічну складову, – позапросторові (індустріальні, національні) та просторові кластери (локальні, регіональні, транскордонні, міжнародні); за неоднорідністю «ядра» кластера – індустріальні (групування учасників навколо промислової компанії чи кількох промислових підприємств, де кінцевим продуктом є промислові товари), інтелектуальні (учасники групуються навколо науково-дослідних організацій, університетів, кінцевий продукт – нові технології, об'єкти інтелектуальної власності), сервісні (учасники групуються навколо «ядра», що складається з великих торгових, фінансових та інших непромислових організацій, кінцева продукція – виробничі й невиробничі послуги); за стадіями розвитку – зародковий (новий, початковий), зростаючий, зрілий (кластер, що розвивається; працюючий, робочий, стабілізуючий), кластер, що згортається (спадний); за ступенем законності – явні (реальні, хибні) та наявні (не виявлені); за ступенем розвитку – латентний, потенційний, стійкий, сильний;

за типами зав'язків – зв'язаний (А), нова промислова зона (В), інноваційне середовище (С), сусідський (D); за національними особливостями – японський, італійський, фінський, північноамериканський, індійсько-китайський; за масштабом (залежно від рівня прибутковості від експорту, кількості зайнятих осіб або учасників кластеру) – великі, середні, малі (невеликі) тощо. В основу всіх цих підходів покладено певні ознаки / критерії, за якими можна ідентифікувати кластери.

Більшість українських учених також використовують саме такий підхід – за певними ознаками, що є й правда цілком виправдано. Зокрема, О. Фарат пропонує таку класифікацію кластерів: за рівнем функціонування економічної системи – регіональний, загальнодержавний (галузевий), міжнародний; за шириною галузевою міжорганізаційної кооперації – галузевий, регіонально-галузевий, міжгалузевий, регіонально-міжгалузевий; за можливістю поступального інтеграційного об'єднання – горизонтальний, вертикальний; залежно від кінцевих повноцінних кластерних ефектів – трансформаційний (реорганізація існуючого кластеру), елімінаційний (розпад існуючого кластеру); залежно від можливостей гнучкості реагування на флуктуації попиту – диверсифікаційний (кластер, у якому в однаковій мірі розвинуті організаційно та технологічно незалежні між собою виробництва продукції різного споживчого призначення), конверсійний (кластер з гнучкою системою виробничої переорієнтації на випуск інноваційної або принципово нової продукції, не пов'язаною з попередньою спеціалізацією кластера) [2].

Висновки. У цілому, здійснений аналіз класифікаційних підходів, які зустрічаються у науковій літературі, дає підстави для таких тверджень: по-перше, кількість класифікаційних ознак, за якими виділяють вчені різні види кластерів, є доволі велика; по-друге, змістовне наповнення класифікаційних ознак є доволі широким, не завжди точним, а іноді суперечливим стосовно одного й того ж самого виду кластеру; по-третє, вчені зазвичай аналізують вже існуючі в практичній діяльності кластерні утворення, які досягли певного економічного чи іншого ефекту, поза межами дослідження часто залишаються ознаки, що позначають можливості трансформування, модернізації кластеру, перспектив його розвитку.

Література

1. Бульба В. Г., Поступна О. В., Литвинов А. О. Переваги соціально орієнтованої кластеризації в забезпеченні продуктивної зайнятості як важливого фактору забезпечення національної безпеки країни. Наукові інновації та передові технології: журнал. (Серія «Управління та адміністрування», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»). Київ, 2024. № 7 (35). С. 61–75.
2. Фарат О. В. Сутність та види розвитку інноваційних кластерів. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. Херсон, 2014. Вип. 9., Ч. 7. С. 70.
3. Carvaja C. A., Watanabe C. Lessons from Japan's Clustering Behavior Engines of the Emerging Economies in Asia. Dynamics of Manufacturing Sectors in Japan. Japan: Tokyo Institute of Technology, 2004. 269 p.
4. Porter M. E. The Competitive Advantage of Nations / Republished with a new introduction, 1998. New York: Free Press, 1990. 875 p.
5. Porter M. E. The Economic Performance of Regions. Regional Studies. August / October, 2003. Vol. 37 (6&7). P. 549-578.

ЛІСОВИЙ Віталій, здобувач вищої освіти, 4 курс
Науковий керівник: **ХИТРА Олена**, к.е.н., доцент
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

ЗМІСТ, СПЕЦИФІЧНІ РИСИ І БАЗОВІ ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Постановка проблеми. Актуальними питаннями сьогодення є розробка та оцінювання моделей розвитку сфери туризму в системі державного і регіонального економічного розвитку, розробка економічної політики різних категорій туристичних підприємств, визначення цілей їхньої діяльності і стратегії розвитку, оцінювання потенційних можливостей і наявних ресурсів [1, с. 74]. Важливу роль у цьому контексті відіграє забезпечення ефективності функціонування туристичної дестинації, яка виступає, з одного боку, суб'єктом ринкових відносин, а з іншого – об'єктом управління в туризмі [2, с. 94].

Виклад основного матеріалу. Як об'єкт управління, туристична дестинація підпорядкована загальним законам організації, механізмам і методам управління. У цій системі традиційно можна виокремити керуючу і керовану підсистеми, діяльність яких розгортається у площині, окресленій, з одного боку, орієнтирами державної політики і стратегій регіонального розвитку (у контексті задоволення суспільних потреб у послугах туризму й рекреації), а з іншого – тенденціями розвитку кон'юнктури туристичного ринку.

Керуючу підсистему формує організація з менеджменту дестинації (Destination Management Organization), яка є стратегічним лідером і координатором розвитку туристичної дестинації за рахунок зміцнення партнерства і співробітництва усіх зацікавлених сторін (суб'єктів туристичної індустрії, органів влади, закладів освіти і науки, громадянського суспільства) [3, с. 85].

З огляду на масштабність керованої підсистеми, процес управління дестинацією охоплює низку логічно взаємопов'язаних кроків [4, с. 120] (рис. 1).

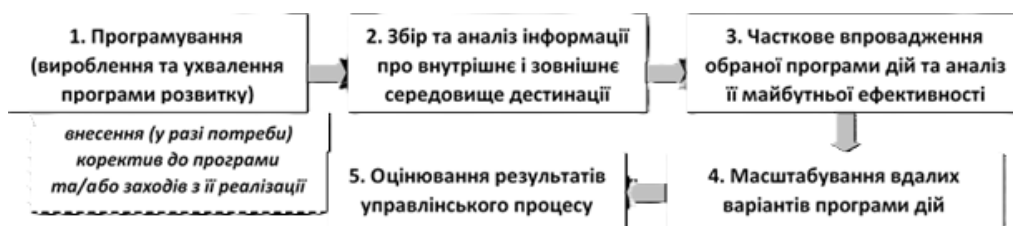


Рис. 1. Послідовність дій в управлінні туристичною дестинацією

Певна специфіка менеджменту туристичної дестинації (рис. 2) визначає характер виконуваних управлінських функцій у цій сфері (рис. 3). Менеджмент туристичної дестинації ґрунтується на функціях саморегуляції і самоврядування, які базуються на єдності процесів територіальної самоорганізації природи, населення і господарства. Важливу роль відіграє функція планування і прогнозування, пов'язана з дослідженням комплексу регіональних особливостей природи, населення, господарства і закономірностей їх про-

сторової організації. Функція координації орієнтована на узгодження дій з управління підсистемами туристичної дестинації, враховуючи циклічність регіонального розвитку, параметри виробничо-технологічних ритмів і, звісно ж, чинників сезонності (природних ритмів).

Функція «організація» пов'язана з обґрунтуванням раціональних форм поділу управлінської праці, моделей організаційної структури управління, регламентуванням операцій, закріпленням (у т. ч. на законодавчому рівні) повноважень і відповідальності різних органів управління тощо.

Функція регулювання пов'язана з формуванням управлінських впливів (розпоряджень, команд) щодо профілактики й усунення будь-яких відхилень і неузгодженостей у цілеспрямованому розвитку туристичної дестинації.

Важливою є функція моніторингу та аналізу: моніторинг пов'язаний із забезпеченням безперервного виявлення та оцінювання перешкод для стабільного розвитку туристичної дестинації з позицій поставлених цілей і завдань управління; функція аналізу орієнтована на врахування своєрідності природних і соціально-економічних умов дестинації [3, с. 80–81].

Безумовно, не обійтися без функції контролю, яка забезпечує зворотний зв'язок і сигналізує про найменші відхилення від заданого стратегічного курсу. Також не слід нехтувати функцією мотивування суб'єктів дестинації до активної участі у розвитку її туристичного потенціалу.

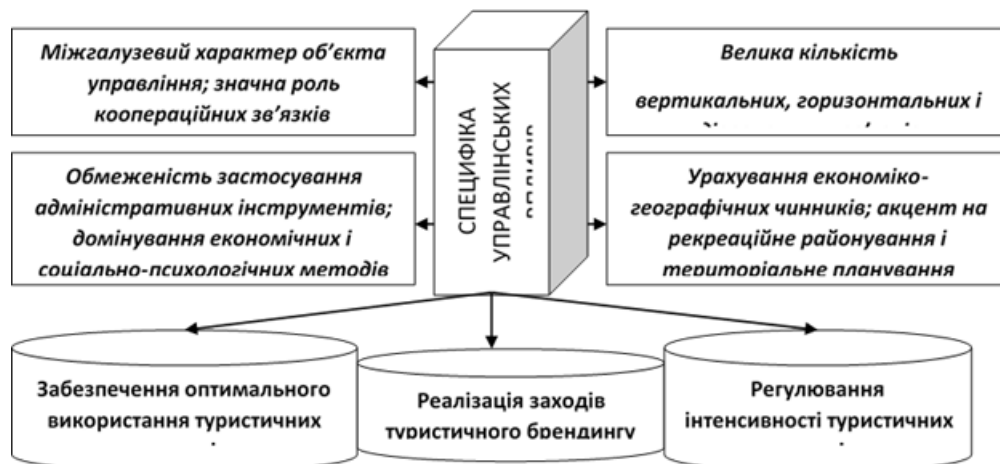


Рис.

Рис 2. Специфіка менеджменту туристичних дестинацій
Джерело: розроблено автором з використанням [4, с. 117]

Перелічені функції націлені, перш за все, на вивчення ресурсів території, яка має туристичний потенціал, та спрямування зусиль усіх стейкхолдерів на забезпечення конкурентоспроможності туристичної дестинації. Важливою є спрямованість управлінських впливів на створення впізнаваного туристичного бренду, організацію рекламних кампаній, розвиток інфраструктури, ініціювання культурних подій на певній території [5, с. 514].

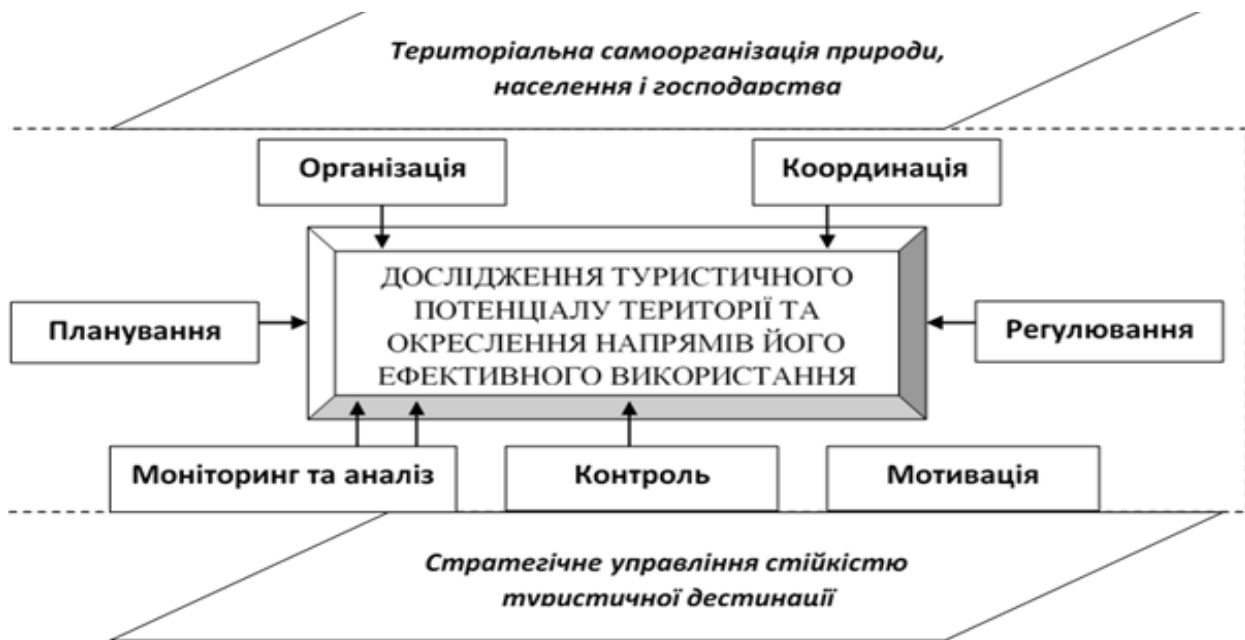


Рис. 3. Основні функції управління туристичною дестинацією

Висновки. Таким чином, специфіка менеджменту туристичних дестинацій обумовлюється тим, що у його системі провідну роль відіграють заходи туристичного брендингу для підтримки атрактивності і конкурентних переваг, удосконалення засобів маркетингу гостинності, впровадження специфічних прийомів управління туристичними враженнями.

Література

1. Драгомирова Є.С., Николаєва Д.С. Імплементация способів управління розвитком регіональних українських територій як туристських дестинацій. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. 2020. Т. 31 (70). № 2. С. 74–78.
2. Кучерява Г.О. Туристична дестинація як об'єкт управління в туризмі. Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія «Історія, економіка, філософія». 2023. Вип. 28. С. 93–102.
3. Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: ПП «ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
4. Наумова О., Кудряшов Є. Життєвий цикл туристичних дестинацій в контексті управління розвитком. Вчені записки Університету «КРОК». 2023. № 4 (72). С. 111–122.
5. Паньків Н.М. Інформаційний ресурс в туризмі. Грааль науки. 2024. № 42. С. 511–516. URL: <https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/article/view/2666/2693> (дата звернення: 12.11.2024).

КЛЮЧОВІ ЗАСАДИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Готельне господарство є важливим сегментом сфери гостинності, що впливає на економічний розвиток регіонів України. Його ефективне функціонування сприяє залученню інвестицій, створенню нових робочих місць та підвищенню якості туристичних послуг. В умовах сучасних викликів, таких як всесвітня пандемія, повномасштабна російсько-українська війна, економічна та політична нестабільність, дослідження регіонального розвитку готельного господарства набуває особливої актуальності.

Виклад основного матеріалу. Готельне господарство є однією з основних складових соціально-економічного розвитку регіонів. Воно є ключовим елементом індустрії гостинності та виконує системоутворюючу та інфраструктурну функції [1]. Загальновизнаним є той факт, що готельне господарство стає невід'ємним елементом регіональної інфраструктури, виступаючи показником облаштованості соціального простору в рамках міста, культурно-ділових об'єктів, виробництва [2].

Розвиток готельного господарства створює значні економічні вигоди для регіонів, серед яких необхідно відмітити:

- зростання зайнятості – відкриття нових готелів та об'єктів туристичної інфраструктури забезпечує створення робочих місць у сфері обслуговування, будівництва, логістики тощо;
- залучення інвестицій – розширення готельного сектору сприяє залученню внутрішніх і зовнішніх інвесторів, що позитивно впливає на місцеву економіку;
- збільшення податкових надходжень – розвиток готельного бізнесу генерує додаткові доходи до місцевих бюджетів через сплату податків та туристичних зборів;
- підтримка локального бізнесу – готелі активно взаємодіють із місцевими виробниками, ресторанами, транспортними компаніями, що стимулює розвиток малого та середнього бізнесу в регіонах;
- розвиток супутніх галузей – готельний бізнес тісно пов'язаний із транспортом, гастрономією, розвагами та культурними заходами, що сприяє загальному економічному зростанню регіону.

Наявні виклики в умовах трансформаційного періоду, зумовлені економічними, соціальними та військовими змінами, негативно вплинули загалом на всю туристичну сферу України, та, зокрема, обумовили незворотні зміни в розвитку готельного господарства.

За офіційною інформацією з початку війни в Україні зруйновано або пошкоджено понад 12 готелів загальним номерним фондом у 982 номери, які розташовувалися на територіях, близьких до бойових дій або на яких безпосередньо точилися бойові дії. Це такі міста як Харків, Чернігів, Херсон, Запоріжжя, Миколаїв, Київська область та інші [3].

Регіональний розвиток готельного господарства в Україні на сучасному етапі відбувається нерівномірно, що пояснюється закриттям туристичних напрямків у зонах бойових дій та на окупованих територіях, міграційними процесами та зміні у структурі попиту,

низькою платоспроможністю населення, кадровим дефіцитом, втратою іноземних туристів, недостатньою підтримкою готельного бізнесу державою та іншими чинниками.

Проте, навіть за таких умов, кількість готелів (+9,1%), мотелів (+10,7%) та хостелів (+28,7%) демонструє зростання. Відновлення відбувається завдяки зростанню внутрішнього туризму, за рахунок тимчасово переміщених осіб та релокантів, часткового повернення іноземних відвідувачів, серед яких урядові делегації, представники міжнародних компаній та волонтерських організацій.

Станом на середину 2024 року завантаженість номерного фонду в Україні стабілізувалася в межах 34–38%, тоді як у популярних туристичних регіонах, таких як Львівська, Івано-Франківська та Закарпатська області, цей показник досягає 60–70%. Це наближає рівень завантаженості до показників провідних туристичних центрів світу[4].

Висновки. Туристична галузь України демонструє не лише стійкість до викликів, а й прагнення до якісного зростання, що закладає основи для післявоєнного відродження та посилення позицій на світовому туристичному ринку. Регіональний розвиток готельного господарства в Україні залежить від комплексного підходу, що включає вдосконалення інфраструктури, залучення інвестицій, впровадження інновацій та впровадження дієвих механізмів державної політики. Розвиток внутрішнього туризму та адаптація до нових реалій, зокрема вирішення інфраструктурних, кадрових та безпекових проблем можуть стати ключем до успішного функціонування готельного господарства.

Література

1. Матвійчук Л.Ю., Лепкий М.І., Молнар-Бабіля Д.І. Регіональний аналіз розвитку готельного господарства в Україні. Економіка та суспільство: електр. фах. ж-л. Вип. 31. 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/738>
2. Ткаченко А.М., Лелі Ю.Г. Проблеми та перспективи розвитку готельного бізнесу в умовах сьогодення. Причорноморські економічні студії. Серія: Економіка та управління підприємствами. Вип.12-1. 2016. С.185-188.
3. Огляд готельного ринку України 2024. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/rezulytati-issledovaniya-obzor-gostinichnogo-rinka-ukraini-2024/>
4. Державне агентство розвитку туризму України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/>

МАРУСЕЙ Тетяна, к.е.н., доцент

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, м.Кам'янець-Подільський

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Постановка проблеми. В останні десятиліття туризм переживав процеси розширення та диверсифікації, перетворюючись в один з найбільш швидкозростаючих секторів економіки в світі, що являє собою проблему з точки зору нераціонального використання ресурсів, деградації природної та культурної спадщини, а також негативних соціальних

наслідків. Неабияку роль відіграла пандемія Covid-19 та воєнні дії в нашій державі. Це обумовлює необхідність зміни парадигми розвитку сфери туризму в бік раціонального та відповідального використання рекреаційно-туристичних ресурсів з дотриманням принципів сталого розвитку, так як сталий розвиток – це загальна концепція стосовно необхідності встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному та здоровому довкіллі.

Виклад основного матеріалу. Цілі сталого розвитку, які ще називають «Глобальними цілями», представлені у Резолюції A/70/L.1 «Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року», прийнятій Генеральною Асамблеєю ООН 18 вересня на 70 сесії 2015 року – це загальний заклик до дій, спрямованих на ліквідацію бідності, захист планети і забезпечення миру та процвітання для всіх людей у світі. Перераховані 17 Цілей «Порядку денного» є розширенням Цілей розвитку тисячоліття, які охоплюють нові сфери, такі як кліматичні зміни, економічна нерівність, інновації, стале споживання, мир і справедливість. Цілі є взаємопов'язаними та успіх в одній із цілей є вирішенням питань, що пов'язані з іншими цілями. У «Порядку денному у сфері сталого розвитку до 2030 року» серед Глобальних цілей передбачено цілі, що безпосередньо стосуються розвитку туризму і культури, як на світовому рівні так і державному. А саме цілі 8, 9, 11 [3].

«Ціль 8. Сприяння безперервному, всеохоплюючому і сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх.

8.9 До 2030 року розробити та реалізувати політику сприяння розвитку сталого туризму, який забезпечує створення робочих місць і сприяє розвитку місцевої культури та виробництву місцевої продукції.

Ціль 9. Створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям.

9.1 Розвивати якісну, надійну, стійку та сталу інфраструктуру, включаючи регіональну та транскордонну інфраструктуру, з метою підтримки економічного розвитку та добробуту людей, приділяючи особливу увагу забезпеченню недорогого і рівноправного доступу для всіх.

Ціль 11. Забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості й екологічної стійкості міст і населених пунктів.

11.2 До 2030 року забезпечити всім людям можливість користуватися безпечними, недорогими, доступними та сталими транспортними системами, підвищити безпеку дорожнього руху, зокрема шляхом розвитку громадського транспорту, приділяючи особливу увагу потребам тих, хто перебуває в уразливому становищі, жінок, дітей, осіб з інвалідністю та літніх людей.

11.4 Активізувати зусилля із захисту і збереження світової культурної та природної спадщини».

Перераховані цілі забезпечення сталого розвитку сфери туризму передбачають розвиток місцевої культури та виробництва місцевої продукції, забезпечення надійної та якісної регіональної та транскордонної інфраструктури [5].

Основними напрямками сталого розвитку туризму України у післявоєнний період мають стати: забезпечення державної підтримки розвитку туризму як важливої галузі економіки країни; розробка та реалізація регіональних програм розвитку туризму в кон-

тексті сталого зростання; підвищенні рівня національної свідомості та ідентичності українського народу шляхом збереження автентичної матеріальної структури нерухомої культурної спадщини та створення національних культурних атракцій; комплексний розвиток та ефективне використання туристичного потенціалу країни в контексті реалізації Цілей сталого розвитку; диверсифікація туристичних послуг, підвищення їх якості та конкурентоспроможності з позиції збереження та розвитку національної ідентичності, культурної спадщини, культурних цінностей та національна пам'яті; розбудова, покращення та вдосконалення туристичної інфраструктури після війни; популяризація цікавих туристичних об'єктів в країні та за її межами; залучення інвестицій в розвиток туристичної галузі, реконструкцію та розбудову туристичних об'єктів шляхом створення сприятливого інвестиційного клімату; надання податкових пільг для новостворених малих туристичних підприємств; вдосконалення системи наукового забезпечення та якісної підготовки туристичних кадрів; гармонізація законодавства у сфері туризму з європейським та світовим, дотримання міжнародних стандартів якості туристичних послуг; гарантування безпеки споживачів туристичних послуг та захист їхніх прав; використання досвіду держав, що займають провідні позиції на ринку туристичних послуг, та їх адаптації до національних особливостей України; участь в міжнародних програмах розвитку туризму; використання сучасних інформаційних технологій для ефективного розвитку туристичної сфери[1,2].

Висновки. Отже, розвиток сталого туризму є одним із пріоритетних напрямів соціально-економічного та культурного розвитку країни. У подальшому необхідно приділити достатньої уваги щодо розроблення і здійснення заходів, спрямованих на розвиток сталого туризму, створення конкурентоспроможного на національному та міжнародному ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби, впровадження заходів щодо створення та розвитку матеріально-технічної бази й сучасної інфраструктури туризму, сприятливих умов для залучення інвестицій, ефективного використання природного, історико-культурного й туристично-рекреаційного потенціалу.

Література

1. Моца А., Шевчук С., Серета Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. 2022. № 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-3>
2. Філюк С. М. Вплив кризових процесів на туристично-рекреаційний потенціал України: ретроспективний аналіз туристичних даних 2014–2022 рр. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична. 2022. Випуск 34. С. 296-305. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7220110>
3. Цілі сталого розвитку. Програма розвитку ООН в Україні. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals.html>.
4. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/pras/249826501>.
5. Цілі сталого розвитку: Україна. Портал Сталий розвиток для України. URL: <http://www.sd4ua.org/v-ukrayini-prezentuvaly-natsionalnu-dopovid-tsili-stalogo-rozvytku-ukrayina/>.

ВПЛИВ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА СТАН НАВКОЛИШНЬОГО ПРИРОДНОГО СЕРЕДОВИЩА

Постановка проблеми. Розвиток туризму, виступаючи важливим інструментом економічного зростання, створює значний вплив на довкілля. З одного боку, туризм сприяє популяризації природоохоронних територій, стимулює розвиток екологічних ініціатив і формує усвідомлення важливості збереження природи серед населення. З іншого боку, інтенсивне туристичне навантаження призводить до низки негативних наслідків: деградації природних ландшафтів, забруднення водних та ґрунтових ресурсів, збільшення кількості відходів, парникових викидів через активне використання транспорту, зниження біорізноманіття тощо.

Особливо гостро проблема постає на територіях, що не мають розвиненої інфраструктури для управління туристичними потоками, і там, де відсутні стратегії сталого розвитку туризму. У зв'язку з цим виникає потреба в комплексному підході до планування та регулювання туристичної діяльності з урахуванням екологічних аспектів. Це передбачає баланс між економічними вигодами від туризму та екологічними ризиками, забезпечення раціонального використання ресурсів і впровадження принципів сталого розвитку, що дозволить мінімізувати негативний вплив на довкілля.

Виклад основного матеріалу. Розвиток туризму є багатограним явищем, що впливає на різні аспекти життя суспільства, включаючи довкілля. Туризм, особливо масовий, може мати значний негативний вплив на навколишнє природне середовище. Серед ключових екологічних викликів, пов'язаних із туризмом, виділяють деградацію природних ресурсів, забруднення навколишнього середовища, зниження біорізноманіття, кліматичні зміни через парникові викиди та інтенсивне використання транспорту.

Одним із найбільш помітних аспектів є вплив туризму на природні ресурси. Інтенсивне використання води, енергії та інших ресурсів для обслуговування туристів призводить до виснаження місцевих екосистем. Наприклад, готельна інфраструктура часто споживає великі обсяги води, що створює дефіцит для місцевого населення і аграрного сектору. В результаті інтенсивного будівництва туристичної інфраструктури (готелів, доріг, аеропортів тощо) відбувається деградація, виснаження земельних та лісових ресурсів, скорочується кількість видів рослин і тварин. Такі деструктивні процеси нерідко стають причиною руйнування самих природних об'єктів у курортних, лікувально-оздоровчих, рекреаційних зонах та територіях [1, 2].

Інтенсивний розвиток туристичної індустрії призводить до збільшення викидів парникових газів. Науковцями встановлено, що з 2009 по 2013 рік глобальний вуглецевий слід туризму зріс з 3,9 до 4,5 GtCO₂e, що в чотири рази перевищує попередні оцінки, і становить близько 8% від загальних викидів парникових газів у світі. Основними чинниками цього є транспорт, покупки та харчування. Більшість цього вуглецевого сліду походить з країн з високим рівнем доходу. Швидке зростання попиту на туризм фактично перевищує темпи декарбонізації технологій, пов'язаних з туризмом. Вчені прогнозують, що через високу вуглецеву інтенсивність і постійне зростання туризм становитиме дедалі

більший відсоток у глобальних викидах парникових газів [3]. Важливу роль у зменшенні вуглецевого сліду туризму може відіграти популяризація свідомого, відповідального туризму, котрий передбачає мінімізацію шкоди навколишньому природному середовищу та підтримку місцевих громад.

Забруднення природних об'єктів, зокрема водних ресурсів, є ще одним значущим наслідком розвитку туризму. Необережне поводження з відходами туристами та підприємствами галузі створює екологічні ризики. Особливо гостро це відчувається у місцях із великою концентрацією туристів, таких як пляжі, національні парки та історичні пам'ятки. Забруднення пластиком іншими відходами негативно впливає на флору і фауну, ставлячи під загрозу екологічну рівновагу екосистем. Проблема забруднення пластиком загострюється і має пряму залежність від темпів розвитку туризму у світі. За даними WWF (Всесвітній фонд дикої природи) у 2018 році, самим популярним морським напрямком для туристів у світі був Середземноморський регіон, котрий відвідало понад 220 мільйонів туристів. Організація вказує на той факт, що під час туристичного сезону ці 220 мільйонів осіб призвели до збільшення кількості пластикових відходів приблизно на 40% всього за три місяці. Унікальна геологічна структура Середземного моря, зокрема його майже замкнута система та специфічне розташування, перетворює цей водний простір на свого роду «пластикову пастку» з максимально високою концентрацією мікропластику в природному середовищі [4].

Зважаючи на ці виклики, особливого значення набувають принципи сталого розвитку, що спрямовані на мінімізацію негативного впливу туризму на довкілля та забезпечення збереження природних ресурсів для майбутніх поколінь. Це передбачає впровадження екологічно безпечних технологій у туристичну інфраструктуру, раціональне використання природних ресурсів, а також підвищення обізнаності туристів і місцевих громад щодо необхідності дбайливого ставлення до навколишнього середовища. Поряд з зазначеними чинниками необхідно також змінювати підходи до оцінки ефективності екологічної політики в туристичних дестинаціях. Ефективність природоохоронної політики в популярних туристичних дестинаціях залежить від постійної адаптації та вдосконалення стратегій, котрі б відповідали динаміці розвитку туристичної галузі та імперативам раціонального природокористування [5].

Розуміння складних питань впливу розвитку туризму на довкілля дає поштовх для розробки підходів, спрямованих на популяризацію екотуризму. Екотуризм являє собою свідому стратегію взаємодії з природним середовищем, що передбачає комплексний підхід до захисту та збереження екологічних систем усіма учасниками туристичної діяльності.

Висновки. Розвиток туризму, хоча й приносить значні економічні та соціальні вигоди, створює серйозні екологічні виклики, котрі необхідно враховувати на всіх етапах планування туристичної діяльності. Забруднення довкілля, виснаження природних ресурсів, зростання викидів парникових газів та накопичення пластикових відходів є ключовими проблемами, що потребують негайного вирішення. Для подолання викликів слід впроваджувати принципи сталого розвитку, популяризувати екотуризм, підвищувати екологічну обізнаність туристів і підприємців, удосконалювати природоохоронну політику в туристичних дестинаціях. Лише завдяки комплексному підходу, спрямованому на гармонійне поєднання економічних і екологічних цілей, можливо забезпечити довгострокове збереження екосистем та сталий розвиток туристичної галузі.

Література

1. Юхновська Ю.О. Вплив розвитку туристичної галузі на навколишнє середовище. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2021. №1-2 (3-4). С. 25-33. DOI: 10.24025/2708-4949.1-2(3-4).2021.241467 (дата звернення: 10.12.2024).
2. Пригара О. Екологічні проблеми туризму та шляхи їх вирішення. Актуальні питання гуманітарних наук. 2014. Випуск №8. С. 404-408.
3. Lenzen M., Sun Y. Y., Faturay F., Ting Y. P., Geschke A., Malik A. The carbon footprint of global tourism // Nature Climate Change. 2018. Vol. 8, No. 6. P. 522–528. DOI: 10.1038/s41558-018-0141-x. (дата звернення: 10.12.2024).
4. Rosian Charity. Tourism and plastic pollution., Available online: URL: <https://rosian.org/posts/tourism-and-plastic-pollution>, (дата звернення: 15.12.2024)
5. Effectiveness of Environmental Policy in Popular Tourist Destinations. Smyrnov, I., Mykolaiets, A., Lutsiv, N., Merchanskyi, V., Kovalenko, O. Environment and Ecology Research, 2024, 12(1), pp. 10–18. DOI: 10.13189/eer.2024.120102 (дата звернення: 10.12.2024).

ПЕЛИПЕНКО Олег, здобувач вищої освіти, 2 курс
Науковий керівник: **БАТИР Юрій**, к.е.н., доцент
Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ ЯК МЕХАНІЗМ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Управління розвитком туризму характеризується сукупністю цілей, завдань, механізмів, які рештою визначають його тактику й стратегію. Крім цього воно ґрунтується на врахуванні природних умов, ресурсного забезпечення, розвиненості транспортної інфраструктури, соціальних факторів (умов життя людей, рівня культури, зайнятості населення), економічних факторів, пов'язаних зі створенням основи для розвитку туризму (стабільних валютно-фінансових, зовнішньоекономічних відносин), екологічних факторів, які можуть обмежувати, або, навпаки, створювати пріоритети розвитку туризму в регіоні. До умов слід відносити також широкий спектр інших зовнішніх і внутрішніх чинників, що мають різний але чутливий рівень впливу на туристичну сферу. Управління регіональним розвитком туристичної сфери регіону не може існувати без врахування реально існуючих економічних, екологічних, правових, гуманітарних та інших обмежень.

Виклад основного матеріалу. В Розпорядженні Кабінету Міністрів від 16 березня 2017 р. № 168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [1] визначено, що туризм повинен стати одним з джерел поповнення державного та місцевих бюджетів, тому необхідно визначити проблеми роботи туристичної галузі та розглянути основні напрями по їх вирішенню.

В роботі туристичної галузі можна виділити наступні проблеми, що стримують її розвиток. Серед них:

- відсутність розгалуженої системи інформаційно-рекламного забезпечення діяльності галузі та туристичних представництв за кордоном;

- відсутність цивілізованих умов перетину кордону та несприятливий візовий режим для іноземних туристів;
- податкове законодавство, що не сприяє вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму та санаторно-курортний комплекс;
- різновідомча підпорядкованість туризму та санаторно-курортного комплексу;
- недоліки в системі регіонального управління [2];
- проблема тіньової економіки;
- необхідність передання частини повноважень органам місцевого самоврядування.

Для удосконалення рекреаційно-туристичної діяльності велике значення має інформація про навколишнє середовище, яке включає демографічні, науково-технічні, політико-правові, соціально-культурні, природні та економічні фактори. До того ж усі фактори макро- та мікросередовища взаємопов'язані і взаємообумовлені. Тому всі дані повинні бути зосереджені у відповідних інформаційних центрах, об'єднаних в єдину інформаційну систему [3]. Ця система повинна бути повна, зрозуміла у використанні та загальнодоступна.

Державна податкова система має суттєвий вплив на соціально-економічну ефективність рекреаційно-туристичної діяльності, тому головним завданням держави є усунення бар'єрів для розвитку туристичної сфери шляхом прийняття Податкового кодексу та проведення виваженої податкової політики з метою підтримки та захисту суб'єктів рекреаційно-туристичної діяльності.

Проблеми, що пов'язані з податковим законодавством України, перш за все, стосуються сплати податку на додану вартість, земельного податку, готельного та курортного зборів [4].

Не відпрацьовано механізм заохочувального оподаткування інформаційно-рекламної діяльності, стимулювання інвестицій у туристичну галузь. Визначення туризму як пріоритетного напрямку розвитку регіону не підкріплено сприятливими умовами, які б створювалися з боку органів влади.

Оптимізація оподаткування рекреаційно-туристичної діяльності сприятиме підвищенню дохідної частини бюджетів всіх рівнів: державного, регіональних, місцевих та підприємств-суб'єктів рекреаційно-туристичної діяльності. Туристична галузь має прямий та опосередкований вплив на підприємства економіки регіону, стимулює розвиток малого та середнього підприємництва, таких секторів економіки, як транспорт, будівництво, торгівля, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку [5]. Розвиток та створення нових підприємств сприятиме наповненню бюджетів усіх рівнів та розбудові регіону в цілому.

Назріла необхідність надати відповідні повноваження органам місцевого самоврядування щодо розвитку туризму в регіонах. Це сприятиме оздоровленню економіки в регіонах, соціальному захисту його населення та поліпшенню ситуації в туризмі загалом. Першочерговим має бути поетапне передання місцевим органам влади прав на ліцензування туристичної діяльності, сертифікацію підприємств готельного господарства та пунктів харчування, а також повноважень щодо відповідного контролю. Основу такого механізму складає фінансово-економічне регулювання розвитку туристичної сфери, яке має здійснюватися через:

- механізм платежів за використання природних рекреаційних ресурсів;
- ефективну податкову політику;

- систему місцевих зборів (курортний рекреаційний збір, податок на приватний житловий фонд, який використовується в рекреаційних цілях, тощо);
- механізм ціноутворення на рекреаційно-туристичні послуги;
- інноваційно-інвестиційну політику і кредитування [3].

Висновки. Основним конкурентом туристичної галузі на ринку потенціальних споживачів послуг є гральний бізнес. Все, що пов'язано з гральним бізнесом турбує громадськість. Хоча гральний бізнес є легальним і достатньо прибутковим для місцевих бюджетів, тим не менш, всі розуміють, що найбільшу шкоду він завдає сімейним бюджетам і розтліваючи діє на підростаюче покоління. Альтернативою є туристична галузь, яка через можливість дізнатися про історію нашого краю та країни, традиції та віросповідання інших народів, сприяє розумінню як навколишньої дійсності, так й інших культур та світів, що є важливим фактором розвитку самої людини та налагодження зв'язків.

Література

1. Розпорядження Кабінету Міністрів від 16 березня 2017 р. № 168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року». <https://www.kmu.gov.ua/pras/249826501>
2. Стеченко. Державне регулювання економіки. www.referatik.com.ua/manual/ukr/2/33/
3. Коваленко О. Вирішили погратися із законом, та не врахували наслідків. НалогИнформ. 2008. – №42
4. Бураковський І., Науменко Д. Гральний бізнес в Україні: потрібна ефективна система регулювання. Дзеркало тижня. 2008. № 36. www.dt.ua
5. Постанова КМУ “Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки” (від 29.04.2002 № 583) www.zakon.rada.gov.ua

ПОСТУПНА Олена, д. держ. упр., професор

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ГРОМАДСЬКА СПІЛКА «НАЦІОНАЛЬНА ТУРИСТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ УКРАЇНИ» ЯК ОСОБЛИВА ІНСТИТУЦІЙНА ФОРМА ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ТУРИЗМІ

Постановка проблеми. Більшість країн світу, які мають туристичний потенціал, створюють на національному рівні туристичні організації, які мають схожі завдання – дослідження туристичного ринку, проведення ефективної маркетингової політики, створення позитивного іміджу країни / регіону / території. Факторами, що впливають на доцільність створення таких організацій, є: готовність учасників туристичного ринку до співробітництва; вироблення чітких індикаторів успішності; проведення постійного моніторингу діяльності туристичних організацій.

Юридичні форми національних туристичних організацій зазвичай є різними – асоціації, об'єднання, спілки, товариства, установи, підприємства тощо. Тож на світовому рівні вироблені певні рекомендації щодо їх створення. Зокрема, організація має бути юридичною особою з державними і приватними учасниками та фінансуванням за рахунок

державних і приватних коштів; її основне завдання – розвиток і просування країни як туристичного бренду; має надавати рекомендації щодо заходів створення сприятливого бізнес клімату на туристичному ринку для центральних і місцевих органів влади, які формують й реалізують державну політику в секторі туризму; має здійснювати дослідження туристичного ринку, забезпечувати національну та міжнародну кон'юнктуру; розробляти й створювати рекламні кампанії та маркетингові заходи у секторі туризму; виступати зав'язуючою ланкою між приватним і державним сектором [1]. У такому разі, національна туристична організація має бути спеціалізованою організацією, яка має об'єднати юридичних осіб публічного і приватного права та функціонувати на принципах державно-приватного партнерства.

Виклад основного матеріалу. Початком створення національної туристичної організації в Україні можна вважати 2017 р. – рік, коли було схвалено «Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року». Одним з показників реалізації цього документу було визначено «забезпечення діяльності інституту саморегульвних організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації та відповідних регіональних туристичних організацій)» [4].

Як юридична особа, Громадська спілка «Національна туристична організація України» (далі – ГС «НТОУ»), була зареєстрована у квітні 2019 р. Спілка є добровільним договірним неприбутковим об'єднанням юридичних і фізичних осіб. Організація не є господарським товариством чи підприємством, діє за галузевим принципом організації на основі спільності інтересів для реалізації мети і завдань, визначених статутом, затвердженим у новій редакції в 2022 р. Зокрема, визначено, що метою діяльності організації є всебічний розвиток сектору туризму України, розвиток мережі регіональних і локальних організацій з маркетингу дестинацій (DMO) та впровадження комплексних систем сталого розвитку туризму. Стратегічними напрямками діяльності організації визначено: «нетворкінг – консолідація суб'єктів бізнесу та органів влади; маркетинг – створення та просування національного туристичного продукту; знання – створення і підтримка систем знань, навчання і професійної підготовки; якість – розвиток систем якості, аудиту та сертифікації в туристичній галузі; статистика – оцінка розвитку та впливу туристичної галузі на національну економіку; дипломатія – вирішення питань культурного обміну та гуманітарної допомоги» [5].

З 2017 р. функціонує веб-сторінка ГС «НТОУ», на якій представлено інформацію про організацію (місію і завдання; структуру і членство; команду і експертів; внутрішні реєстри та реквізити НТОУ), контакти та корисну інформацію: новини, анонси, події; зворотній зв'язок; стратегічні документи; бібліотека; архів минулих заходів та політика конфіденційності [2].

В ГС «НТОУ» встановлені категорії та спеціальні статуси для дійсних учасників організації. Зокрема, встановлюються такі категорії з правом голосу, як дійсні індивідуальні (для фізичних осіб) і дійсні колективні (для юридичних осіб), а також без права голосу – асоційовані індивідуальні (для фізичних осіб) та асоційовані колективні (для юридичних осіб). Спеціальними статусами є STRATEGIC (Стратегічний партнер), GOLD (Золотий партнер), PLATINUM (Платиновий партнер), PTO (Регіональна туристична організація), ЛТО (Локальна туристична організація) та ГТО (Галузева туристична організація). Реєстр ГС «НТОУ» на сьогодні складається з 98 учасників за 5 категоріями: 1) дійсні учасники (12 організацій); 2) асоційовані учасники (30 учасників); 3) учасники мережі знань (41 заклад

вищої освіти, з них 2 тимчасово недоступні – у Донецьку та Мелітополі); 4) учасники мережі туристичних міст і регіонів (11 установ); 5) регіональні центри навчання RapidSkills (4 установи). Для учасників організації встановлено різні види внесків – вступний, членський, цільовий, добровільний. Розміри внесків структуруються за категоріями участі та спеціальних статусів партнерства.

На веб-сторінці ГС «НТОУ» у доступній формі подано статистичні й аналітичні дані та дослідження з розвитку туризму в Україні. Зокрема, одним з інноваційних форматів аналізу і подання статистичної інформації є «Туристичний барометр України». До розробки методології та електронних дашбордів, збору, аналізу та оцінки даних долучились експерти й фахівці з органів влади та туристичного й супутнього бізнесу. Однак, слід відмітити, що дані на сайті представлені не завжди актуальні, здебільшого дані надані до 2022 р. та не за всіма показниками (іноді показники за 2014 чи 2019 рр.), що не дає можливості надати об'єктивну оцінку розвитку національної галузі туризму та проаналізувати особливості її сучасного стану.

Висновки. В цілому, можна стверджувати, що створення ГС «НТОУ» є потужним кроком уперед у розвитку національного туризму. Ця організація виступає особливою інституційною формою державно-приватного партнерства, яке сприяє сталому розвитку туристичної індустрії та об'єднує зусилля всіх її учасників. Учасники ГС «НТОУ» беруть активну участь у заходах і подіях різного рівня – бізнес форумах, конференціях, семінарах, засіданнях, діалогах, виставках тощо; презентують свої напрацювання – національні стандарти, методичні рекомендації, аналітичні звіти, методики та ін.; формують інтерактивну платформу взаємодії зацікавлених сторін у розвитку туризму.

Література

1. На шляху до національної туристичної організації України. Правовий аналіз шляхів впровадження національної туристичної організації в Україні / ТОВ «Академія туризму та готельного сервісу», В. Недзведська. Київ, 2013. URL : <https://nto.ua/assets/files/ntou-book-strategic-giz-ntoroadmap.pdf> (дата звернення: 20.10.2024).
2. Національна туристична організація України : офіційний веб-ресурс ГС «НТОУ». URL : <https://nto.ua/> (дата звернення: 20.10.2024).
3. Осіпчук А. С. Національна туристична організація України як фасилітатор сталого розвитку туристичної галузі та економічного зростання. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2022. № 6. С. 33-40. URL : <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1192/1124> (дата звернення: 20.10.2024).
4. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 20.10.2024).
5. Статут Громадської спілки «Національна туристична організація України» (ЄДРПОУ 42964010). Нова редакція : затверджено протоколом № Пр33/006/20062022 від 20 червня 2022 р. Київ, 2022. 24 с. URL : <https://nto.ua/assets/files/ntou-doc-statute.pdf> (дата звернення: 20.10.2024).

ПОСТУПНА Олена, д.держ.упр., професор
БУРМА Андрій, здобувач вищої освіти, 3 курс
Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ

Постановка проблеми. Медичний туризм стає досить популярним напрямком туристичної галузі. Його головна мета полягає в організації лікування медичного туриста в межах рідної країни чи за кордоном. Від звичного туризму він відрізняється тим, що відпочинок за кордоном поєднується з медичними послугами, які готові надати провідні світові центри і клініки.

Для українців медичний туризм – новітній напрям, який з'явився відносно недавно, незважаючи на те, що в світі він активно розвивається та вже давно набув популярності [5]. Сьогодні для українців доступні будь-які клініки і медичні установи Європи, Ізраїлю та Америки, де вони можуть пройти якісне лікування із застосуванням сучасних технологій і методик. Завдяки медичному туризму, будь-який пацієнт може звернутися за допомогою до фахівців зі світовим ім'ям і досвідом.

Виклад основного матеріалу. Медичний туризм – не нове явище. З давніх часів люди вирушали у подорож з метою отримання кваліфікованої медичної допомоги. І, дійсно, є підтвержені документальні факти, що у II-I ст. до н. е. паломники з Греції вирушали у святилище Асклепії в Епідаврї (стародавнє місто, сучасний район Пелопоннесу) до теплих ванн, щоб зцілитися. Вчені з Кембриджського університету вважають, що стародавні суспільства свідому увагу приділяли потребам інвалідів та витрачали значні ресурси, щоб зробити простори більш доступними для широкого спектру різних людей. Вони дійшли до такого висновку в результаті дослідження архітектурних форм у давньогрецьких храмах (раніше вважались жертвними вівтарями), які схожі на пандуси – це прояв дбання про людей з обмеженими можливостями. Дослідження останків людей на цвинтарях Стародавньої Греції свідчать про те, що людей з інвалідністю лише в Амфіполі було до 60 % – це переважно люди, які страждали остеопорозом. Навіть, є докази того, що один з олімпійських богів – Гефест – кульгав [3]. Були й інші святі й цілющі міста та течії зцілення у давні часи – Святилище Зевса в Олімпії, храм у Дельфах, пізніше – храми Середньовічної Азії, йога та аюрведична медицина в Індії та ін.

Через деякий час храми поступились місцем лікарням. Однією з найкрупніших у світі лікарень вважається Мансурі, відкритою у палацу в Каїрі у 1248 р. В ній налічувалось 8 тис. місць, було професійне медичне обладнання, чоловічі й жіночі відділення, лікарі різної спеціалізації, адміністративний апарат і нижча ланка медичного персоналу, а також були бібліотека, склади, каплиця та ін.

У лікарнях стали популяризувати цілющі властивості природних джерел, наприклад, у Японії – мінеральні джерела «Онсен» військовими використовувались як джерела для лікування ран та полегшення болю; у Європі в період Ренесансу відкривались бальнеологічні курорти – Карлсбад (нині Карлови-Вари) у Чехії, Баден-Баден у Німеччині, Баден у Швейцарії, Ніцца у Франції, Монте-Карло в Монако та ін. Тоді закладались основи для спа-культури. Починаючи з XIX ст. з курортів стали привозити бутильовану мінеральну воду. Найбільш престижними курортами тоді були Лівадія, Місхор, Алупка, Гурзуф, Боржомі та ін. Однак, дозволити собі подорожі з медичною чи оздоровчою метою могли

лише знатні та заможні люди.

Наприкінці XIX ст. з розвитком фармакології мода на оздоровчий туризм, у якому використовували природні ресурси для лікування, поступово витіснялась зі світового ринку. Цінність цілющих властивостей природних ресурсів знову стала популяризуватись у середині XX ст. Тоді й виникла така наука, як курортологія – «розділ медицини, що вивчає лікувальні властивості природних чинників, механізмів їхньої дії на організм людини та соціально-курортних установ» [1]. Сьогодні наука курортологія включає два розділи – бальнеологію й кліматотерапію та тісно пов'язана з гідротерапією, фізіотерапією, кліматологією, гігієною, фізіологією та ін. Серед основних курортних об'єктів є санаторно-курортні заклади, у яких надають послуги лікування, профілактики, реабілітації з використанням природно-лікувальних ресурсів, фізіотерапевтичних методів, дієтотерапії, лікувальної фізкультури тощо.

Вважається, що з 80-х рр. XX ст. розпочався бурхливий розвиток медичного туризму у світі. Тоді в США відкрилось перше турагенство SpaFinder, яке спеціалізувалось на реалізації лікувально-оздоровчих турів. Після цього термін «спа» стали використовувати в усьому світі як метод фізіотерапії, що пов'язаний із водою (водолікування, бальнеотерапія, таласотерапія та ін.). Сьогодні на спа-курортах пропонують лікування морськими й мінеральними водами, солями й водоростями, лікувальними грязями й цілющими рослинами. В останні три десятиліття відбувається бурхливий процес формування індустрії медичного туризму у світі. Як справедливо зазначає В. Баєв, зростання вартості отримання медичних послуг у розвинених країнах стимулює попит на якісне лікування за низькими цінами. В умовах жорсткої конкуренції на ринку туристичної індустрії це може дати новий поштовх для ведення ефективного бізнесу українськими туристичними підприємствами [2].

Причинами стрімкого розвитку виїзного медичного туризму є: рівень необхідного медичного напрямку за кордоном є вищим, ніж у рідній країні; не доступність необхідних медичних процедур, медпрепаратів чи лікарів-спеціалістів з потрібним досвідом; необхідність в отриманні іншої медичної думки щодо хвороби, особливо, коли діагноз є спірним чи не допомагає призначений протокол лікування; бажання пацієнта отримати високий рівень комфорту й сервісу у закордонних лікарнях [4].

Висновки. Отже, ідея здійснення подорожей з метою оздоровлення та зцілення виникла ще до нашої ери. З розвитком цивілізації змінювались підходи у лікуванні людей, розвивалась медицина як науковий напрям. Процес лікування й оздоровлення людей змінювався протягом всього історичного періоду – від цілющих святилищ, храмів, лікарень до будівництва санаторно-курортних закладів, спеціалізованих на цілющих природних ресурсах. Сучасний медичний туризм як окрема економічна галузь регулюється на міжнародному й національному рівнях. Кожна країна розроблює правила в'їзду, перебування та ціноутворення медичних турів, вимоги до якості сервісних та медичних послуг.

Література

1. Бабов К. Д., Золотарьова Т. А., Єжов В. В. Курортологія. Енциклопедія Сучасної України / Редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. Київ : Ін-т енцикл. дослідж. НАН України, 2016. URL : <https://esu.com.ua/article-52032>.
2. Баєв В. В. Сучасні тенденції розвитку медичного туризму в Україні. Агросвіт. 2015. № 7. С. 35.

3. Вчені знайшли пандуси в Давньогрецькому святилищі. Дзеркало тижня. 21 липня 2020 р. URL : <https://zn.ua/ukr/TECHNOLOGIES/vcheni-znajshli-pandusi-v-davnohretskomu-sv-jatilishche.html>.
4. Medical Tourism Patient Survey. MedicalTourism.com. URL : <https://www.medicaltourism.com/>.
5. Stryzhak O., Akhmedova O., Postupna O., Shchepanskiy E., Tiurina D. National Brand, Tourism and Human Development: Analysis of the Relationship and Distribution. Journal of Distribution Science. Korea: Korea Distribution Science Association, 2021. Vol. 19, Is. 12. P. 37-41. URL : <http://koreascience.or.kr/article/JAKO202135154064594.page>.

РЕКА Вікторія, здобувачка вищої освіти, 4 курс

Науковий керівник: **КОВАЛЕНКО Олександр**, к.пед.н., доцент

Сумський національний аграрний університет, м. Суми

ПЕРСПЕКТИВНІ ПОСЛУГИ ТУРИСТСЬКОГО КОНЯРСТВА СУМЩИНИ

Постановка проблеми. Сьогодні кіннозаводство втрачає популярність через збитковість виробництва, що призвело до закриття багатьох кінних заводів у країні. У зв'язку з цим виникла потреба у пошуку альтернативних способів використання коней – дозвілєве конярство: кінний спорт та кінний туризм. Рентабельність кінних клубів одна з найвищих, кінний туризм із кожним днем завойовує все більше шанувальників, кількість прихильників та любителів кінних прогулянок збільшується, зростає кількість людей, закоханих у коней та у кінний бізнес. Кінний туризм та кінний спорт стали чудовим засобом фізичного розвитку та вдосконалення людини, засобом розваги та спортивних досягнень у класичних та нетрадиційних видах кінного спорту. Саме тому по всій країні з кожним роком виникають нові кінноспортивні клуби та комплекси, кінно-туристичні та клуби любителів коней, різні школи верхової їзди та поні-клуби з великою різноманітністю послуг. Сотні людей почали придбання спортивних, скакових та прогулянкових коней у особисте володіння. Деякі з приватних шкіл стали включати верхову їзду та елементи кінного туризму до своїх програм.

Виклад основного матеріалу. Кінний туризм є одним із напрямків активного відпочинку. У свою чергу, він має ряд спільних рис з екологічним туризмом, оскільки часто передбачає відмову від культури комфорту, використання дружнього до природи транспорту. Таким чином, кінний туризм – це природно-орієнтований вид туризму, який визначає освоєння природного та культурного ландшафту в рамках організації туристично-рекреаційного простору [1].

Основними послугами туристських кінних клубів та кінноспортивних шкіл є навчання верхової їзди та прогулянки на конях. Ними проводяться індивідуальні та групові заняття, пропонуються послуги катання у загородженому майданчику для дітей та недосвідчених вершників або виїзд на природу у супроводі інструктора. На додаток у деяких туристських кінних клубах організуються фото-сесії, романтичні кінні прогулянки для двох із пікніком на природі або вечерею у кафе. Для груп відвідувачів проводяться екскурсії територією кінного клубу з катанням на конях у підводі. Додатково організуються тематичні екскурсії із проведенням ігрових чи святкових програм [2].

Після закриття у Сумській області декількох приватних кінних баз у регіоні особливо актуальною стала проблема утримання коней. Тому на сьогоднішній день на Сумщині існує стійкий попит на послугу нагляду за кіньми приватних коневласників. Для них надаються такі послуги: повний пансіон (повністю оплачуваний догляд за конем, при необхідності додатково оплачуються послуги ветеринара, коваля, тренера-берейтора) та оренда денника (догляд за конем частково або повністю здійснюється самим власником, або клубом, але компенсацію за право використовувати коня у своїх послугах).

Не тільки якість послуг, але й більша їхня різноманітність може зробити туристській кінний клуб привабливішим для клієнтів. Для розвитку туристського конярства Сумського регіону нами запропоновано перспективні послуги, які популярні у кінних клубах інших регіонів.

Кінний цирк та кінний театр. Кінний цирк – найстаріший вид циркового мистецтва, в якому більшість номерів пов'язані із показом дресированих коней та наїзництва. Кінно-циркове представлення включає дресирування на волі, вищу школу верхової їзди, вольтижування, джигітовку, всі види акробатики, танців, балансування на коні, мімічні сцени, комічні сценки за участю коней, пантоміми, в які включаються епізоди із конями. Кінний театр поєднує у собі драматичне, циркове, хореографічне, спортивне мистецтво.

У туристських кінних клубах II категорії кінно-циркові та театральні вистави можуть проводитися серед спортсменів-початківців та співробітників клубу як показові виступи, святкові шоу-програми або змагання. Учасники таких виступів щиро захоплюються творчим процесом, демонструючи свої навички верхової їзди. Змагання у формі циркових уявлень підстьобнуть їх працювати над собою і прагнути більшого, а також послужать додатковою рекламою клубу, так як зацікавлять глядачів та залучать нових клієнтів.

Уявлення можуть бути яскравішими та прибутковішими, якщо проводити їх у манежі, обладнаному глядацькими трибунами, що цілком можуть собі дозволити кінні клуби I категорії. Учасниками вистав можуть бути не лише співробітники кінного клубу та спортсмени, а й приватні коневласники, а також інші кінні клуби та школи [2].

Участь у акціях і зйомці рекламних роликів є одним з найцікавіших джерел доходу. Послуга є яскравою та незвичайною для Сумського регіону, але вже має успіх у деяких великих містах. Здебільшого промоакції проводяться спонсорами під час змагань, показових виступів, шоу-програм, коли на території клубу є велика кількість відвідувачів. Кінні клуби можуть також пропонувати коней в оренду для зйомок рекламних роликів фірм і тому подібне. Для розвитку цієї послуги потрібна лише додаткова реклама у засобах масової інформації.

Фітнес на конях. Фітнес – це оздоровчий підхід, який допомагає коригувати форму тіла й вагу, забезпечуючи тривалий ефект. Він поєднує фізичні вправи з грамотно складеною дієтою. Поліпшення фізичного здоров'я є кінцевою метою практики йоги. Обидві ці послуги мають великий попит у нашій державі останнім часом [3].

За кордоном фітнес та йогу з успіхом проводять на конях, розроблено системи вправ, надруковано безліч спеціальної літератури. У нашій країні ця послуга ще не набула поширення. Для розвитку послуги потрібно розробити комплекс спеціальних вправ і використовувати в ній спокійних, навчених до руху на корді коней. З екіпування найкраще використовувати гурту. У дозвільних кінних клубах II категорії заняття проводитимуться індивідуально. У кінних клубах I категорії за наявності або обладнання на території круглого манежу – «бочки» – можна буде відкрити фітнес-групу. Декілька коней будуть

спокійно рухатися під керівництвом одного тренера, при цьому клієнтам не потрібно відволікатися на управління тваринами і можна сконцентруватися на вправах.

Висновки. Підсумовуючи усе зазначене вище можна зробити наступні висновки про те, що для більшої привабливості туристських кінних клубів Сумщини нами запропоновані нові перспективні послуги, які користуються популярністю в багатьох інших регіонах України та за кордоном: показові виступи у формі кінно-циркових та театральних вистав, участь у акціях, заняття фітнесом та йогою на конях.

Література

1. Колонтай С. М., Чернявська В. А. Кінний туризм як перспективний напрямок соціально-економічного розвитку регіону. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції Публічне управління для сталого розвитку: виклики та перспективи на національному та місцевому рівнях, 27-28-травня 2021 р. Маріуполь-Київ : ПП Халіков Р. Р., 2021. С.104-105.
2. Шмаренкова Н. Класифікація видів кінноспортивних клубів: підходи та характеристики. Молодь та олімпійський рух : збірник тез доповідей XIV Міжнародної конференції молодих вчених, 19 травня 2021 року. Київ, 2021. С. 51-52.
3. Стецюк О. Розвиток інфраструктури кінного туризму в Україні. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності. 2020. №1. С. 282-285.

СЕМІЛЕТОВ Олександр, PhD, старший науковий співробітник науково-дослідної лабораторії з дослідження проблем управління у сфері цивільного захисту ННІ цивільного захисту

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ПСИХОЛОГІЧНА РЕАБІЛІТАЦІЯ ЧЕРЕЗ РЕКРЕАЦІЙНІ ПРОГРАМИ: РОЛЬ ТУРИЗМУ В ПІДТРИМЦІ НАСЕЛЕННЯ ПІД ЧАС ТА ПІСЛЯ ВІЙНИ

Постановка проблеми. Війна завжди є важким випробуванням для психічного та фізичного здоров'я населення. Вона спричиняє глибокі масові психологічні травми, а саме вплив: втрати, стресу, динамічний розвиток воєнних дій а також соціальна дезорієнтація. Всі ці умови суттєво впливають та відіграють важливу роль, зокрема туризм, як засіб психологічної реабілітації та підтримки постраждалих. Слід розглядати Туристичні програми, які фокусуються на відновленні здоров'я та їх інтеграція в соціумі, дозволяє сприяти психоемоційному оздоровленню громадян та збільшення комфортності життя населення, так і пост конфліктних впливів.

Виклад основного матеріалу. Під час війни населення стикається з різними фізичними та психологічними травмами, що включають посттравматичний стресовий розлад (ПТСР), посилену тривожність, депресію, дискомфорт та ізоляцію. Крім того, вимушені переселенці, змушені залишати свої домівки, часто відчувають глибоку втрату та розгубленість. Слід зауважити що ще до початку повномасштабного вторгнення Росії багато Українців мало низку психологічних проблем, таких як післявоєнний синдром, синдром втрати та травми покинутості. Зауважимо що рекреаційні програми, зокрема туризм і

рекреація, надають можливість для відновлення психічного стану через розслаблення, соціалізацію та нові враження. Вони сприяють відновленню відчуття нормальності, відволікають від стресу та стимулюють вироблення позитивних емоцій: такі напрями туристичних подорожей як Екологічний туризм, культурні екскурсії та інші активні види відпочинку позитивно впливають на психологічно-емоційну складову та стан здоров'я громадян що також допомагають людям відновити втрачений зв'язок із природою та власним «я», що має терапевтичний ефект.

Розглядаючи ефективно впровадження програм психологічної реабілітації через туризм необхідні кваліфіковані фахівці з управління туристичними проектами та готельно-ресторанною діяльністю. Вони повинні розуміти потреби постраждалих та вміти створювати безпечно-підтримуючи комфортне середовище для відвідувачів. Слід зауважити що плідна праця із іншими фахівцями а саме: Терапевтами та реабілітологами, або зокрема психотерапевтами, фізіотерапевтами та арт-терапевтами, дозволяє адаптувати туристичні маршрути до специфічних психологічних та фізичних потреб учасників. Практично доведено що існує потреба в інтеграції спеціальних курсів у навчальні програми для підготовки кадрів у сфері туризму, готельно-ресторанної справи та реабілітації що дозволяє використати підхід клієнто орієнтованості. Також підготовка повинна включати знання з психології, травмотерапії, управлінням кризовими ситуаціями або спеціальної підготовки: верхолазної, дайверської, рятувальної, спортивного-орієнтування тощо .

Одним із ключових викликів який починає набувати актуальність є відсутність системної державної підтримки для організації туристичних та рекреаційних програм для постраждалих від війни. Це стосується як фінансування, так загальної підтримки з боку всіх державних органів .

Багато людей, які постраждали від конфліктів, не усвідомлюють потенціал Туристичної галузі як засобу реабілітації. Що спричиняє низький рівень інформування громадськості про можливості таких програм та є значною перепорою для їх поширення. Люди, які пережили травматичні події, часто не готові до участі в соціальних активностях, таких як туризм. Це пов'язано з їх психологічним станом, страхами та тривожністю. Для підвищення ефективності рекреаційних програм необхідно впроваджувати комплексний підхід, який буде поєднувати психологічну підтримку та рекреацію. Також рекреаційний комплекс можна доповнити сеансами групової терапії або заняттями з арт-терапії, спрямованими на емоційне відновлення.

Висновки. Психологічна реабілітація через туризм та рекреаційні програми є потужним інструментом відновлення населення після війни. Впровадження системних підходів, державної підтримки та підготовки кваліфікованих кадрів допоможе зробити ці програми більш ефективними та доступними. Туризм може стати важливою частиною відновлення психічного та емоційного стану нації в періоди кризи та після них. Ототожуючи вище наведено зауважимо що необхідність розробляти програми з урахуванням специфічних потреб та клієнтоорієнтованість до різних груп постраждалих: Дозволить поєднувати відпочинок та оздоровлення з професійною реабілітаційною допомогою.

Завдяки Глобалізації та розвитку сучасних технології, наприклад віртуальна реальність, дозволить використані для створення цифрових реабілітаційних програм. Такі технології дозволять допомогти людям, які не мають можливості здійснити виїзд на відпочинок, та отримати психологічну підтримку та позитивні емоції через віртуальні тури.

Залучення державної підтримки та діалог із державою дозволить розробити унікаль-

ні державні програми для підтримки та фінансування рекреаційних проєктів, спрямованих на психологічну реабілітацію постраждалих. Плідна співпраця між державними органами та стейкхолдерами туристичних компаній та готельних мереж, дозволить розробити ефективні програми психологічної реабілітації. Застосувати інформаційні компанії та збільшити обізнаність громадськості щодо особливості туристичних та рекреаційних програм, дозволить орієнтуватись громадянам для більш комфортної психологічної реабілітації.

Література

1. Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи. Навчальний посібник. Том 3. – Київ, 2018. – 236 с.
2. Порхун Т. Психологічне відновлення людей необхідне, щоб спрацювало й інфраструктурне відновлення країни, – психологиня Марта Пивоваренко – socsprava.com.ua. URL: <https://socsprava.com.ua/psychologichne-vidnovlennya-lyudej-neobhidne-shhob-spraczuvalo-j-infrastrukturne-vidnovlennya-krayiny-psyhologynya-marta-pyvovarenko/> (дата звернення: 11.11.2024).
3. Свеженцева І. “Бийся, тікай або завмри” – як життя в умовах війни впливає на психоемоційну стабільність людини. Суспільні новини. URL: https://suspilne.media/238315-bijsa-tikaj-abo-zavmri-ak-zitta-v-umovah-vijni-vplivae-na-psihoemocijnu-stabilnist-ludini/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 18.10.2024).
4. Lopushynskiy I., Filippova V., Kushniriuk V. Формування психологічної стійкості (резильєнтності) внутрішньо переміщених осіб як основи їхньої психологічної безпеки в умовах війни. *Coordinates of public administration*. 2024. № 1. С. 267–289. URL: <https://doi.org/10.62664/cpa.2024.01.12> (дата звернення: 10.11.2024).

СКЛЯРОВА Анастасія, здобувачка вищої освіти, 4 курс

Науковий керівник: **ЛЕОНЕНКО Неллі**, д.держ.упр., професор

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ОСНОВНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

Постановка проблеми. Круїзний туризм є однією з найдинамічніших форм туристичної діяльності, яка поєднує розваги, комфорт та можливість відвідування кількох країн за одну подорож. У сучасному світі ця галузь демонструє високі темпи розвитку, адаптуючись до нових викликів і вподобань споживачів. Аналіз основних аспектів розвитку круїзного туризму дозволяє визначити його перспективи, ключові тренди та бар'єри.

До пандемії COVID-19 круїзний туризм демонстрував стабільне зростання: щороку кількість туристів збільшувалась на 4-6%. Станом на 2019 рік у світі налічувалось понад 29 млн. круїзних туристів. Після пандемії індустрія поступово відновлюється, адаптуючи маршрути та формати обслуговування до нових умов.

Виклад основного матеріалу. Круїзний туризм поєднує рекреаційні, спортивні, лікувально-оздоровчі та пізнавальні складові, що підтверджує його капіталомісткість і трудомісткість. Основні рекреаційні ресурси круїзного туризму включають моря, озера, річ-

ки й канали. До основних видів круїзного туризму відносять: морський круїз – подорож по круговому маршруту з відвідуванням внутрішніх районів країн; річковий круїз – мандрівка внутрішніми водними шляхами (річками, озерами, каналами) [1].

Найбільш розвиненими регіонами круїзного туризму є:

Карибський басейн (майже 40% світового ринку);

- Середземноморський регіон;
- Аляска;
- Азійсько-Тихоокеанський регіон, де попит активно зростає.

За останні роки великої популярності набули круїзні маршрути до Антарктиди, Північного полюса та екзотичних островів Океанії, що сприяє їх диверсифікації. Круїзи “крижаними” морями проводяться протягом року: влітку мандрівки спрямовані до Арктики, а взимку – до Антарктиди. Деякі круїзні компанії також пропонують навколосвітні подорожі тривалістю понад 120–140 днів. Останнім часом широке розповсюдження набули поромні круїзи як більш економічний та короткостроковий вид морських подорожей [2].

Основними круїзними портами світу є Майамі (США), Акапулько (Мексика), Генуя (Італія), Сінгапур, Марсель (Франція), Дубай (ОАЕ), Ванкувер (Канада) та Гонолулу (Гаваї). В Україні головним центром круїзного туризму є Одеса.

Річковий круїзний туризм найбільш розвинутий у країнах Європи, таких як Франція, Німеччина, Румунія, Угорщина, Італія. До основних круїзних річок належать Сена, Луара, Ельба, Рейн, Дунай, Янцзи, Амазонка, Ніл, Міссісіпі та Міссурі. Особливо популярними є маршрути по Луарі, Рейну, Роні, Сені та Ельбі. Європейські річкові круїзні судна, як правило, відносяться до преміум-класу. [4].

Водні подорожі мають низку переваг перед наземними: високий рівень комфорту, можливість перевозити понад 1000 осіб, варіативність туристичних програм (екскурсійний, діловий, освітній туризм, шопінг, паломництво тощо), повний відпочинок та забезпечення життєвих потреб. Серед недоліків необхідно виокремити невелику швидкість пересування, обмежену мобільність, відчуття “замкнутого простору”, схильність деяких пасажирів до морської хвороби, а також високі тарифи в окремих випадках.

Головними мотивами для вибору водних подорожей є бажання відпочити на воді, побачити нові міста, відвідати музеї, монастирі, церкви та інші пам'ятки. Вважається, що відпочинок на воді є корисним для здоров'я, адже повільне плавання знімає стрес, а свіже повітря сприяє оздоровленню [5].

Ключовими трендами розвитку круїзного туризму є:

- універсалізація послуг: впровадження «розумних» кают із цифровими асистентами; розширення спектру розваг (аквапарки, театри, конференц-зали та навчальні центри);
- зростання популярності мега-лайнєрів: одночасне розміщення до 6-8 тис. пасажирів на суднах нового покоління; створення окремих зон для різних категорій туристів (сімейні, молодіжні, VIP-зони);
- організація тематичних круїзів: подорожі, присвячені історичним подіям чи культурним фестивалям, для поціновувачів мистецтва, гастрономії, екстремального туризму;
- пропозиція експедиційного туризму: круїзи в маловідомі місця, зокрема до Полярних регіонів, які передбачають екоорієнтовані підходи та мінімальне втручання в природу.

Висновки. Отже, круїзний туризм є перспективним напрямом світової туристичної індустрії, який продовжує розвиватися завдяки інноваціям, диверсифікації маршрутів і зростанню попиту. Круїзна індустрія справляє позитивний вплив на глобальну економі-

ку, а саме: створює робочі місця в портах, суднобудуванні, туризмі та сфері послуг, стимулює модернізацію портів, створення нових логістичних маршрутів і зон відпочинку.

Література

1. Кучерява Г. О. Круїзний туризм як перспективна галузь індустрії подорожей. Інноваційна парадигма розвитку економіки, фінансів, обліку та права: зб. тез доп. міжн. наук.-практ. конф. Полтава: ЦФЕНД, 2021. С. 32 – 33.
2. Сутність та особливості туризму як виду дозвілля та відпочинку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://books.google.com.ua/books>
3. Круїзні порти Карибського басейну. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://inflatcruises.com/ua/news/view/kruizni-porty-karybskoho-baseinu>
4. Марценюк Л. В. Розробка класифікації туристичних подорожей з використанням різних видів транспорту. Економіка та держава. 2016. № 4. С. 21–27.

СОБОЛЬ Роман, к.держ.упр, доцент, ННІ «Інститут державного управління»
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м.Харків

СОБОЛЬ Марія, здобувачка вищої освіти, 3 курс
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м.Київ

ПУБЛІЧНА ПОЛІТИКА У ГАЛУЗІ СТРАХУВАННЯ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГІБРИДНИХ ЗАГРОЗ

Постановка проблеми. Актуальність питання публічної політики у галузі страхування туризму в умовах гібридних загроз полягає у значному впливі цих загроз на стабільність туристичної галузі та забезпечення її розвитку. Гібридні загрози, до яких відносяться не лише традиційні військові чи економічні загрози, а й кібератаки, дезінформація, зміни клімату та інші фактори, ставлять нові виклики для туристичної індустрії. У таких умовах важливо розробити ефективні стратегії публічної політики, які враховують нові ризики, що виникають на тлі глобалізації та інтеграції економік.

Виклад основного матеріалу. Основними аспектами розвитку публічної політики у галузі страхування туризму в умовах гібридних загроз є: захист прав споживачів туристичних послуг. Гібридні загрози можуть привести до порушення нормальної роботи туристичних компаній, що негативно впливає на права туристів. Публічна політика повинна забезпечити компенсації або інші механізми захисту клієнтів у випадку виникнення надзвичайних ситуацій; створення умов для стабільного розвитку галузі [1]. Страхування є важливим елементом забезпечення стабільності туристичних компаній [2].

У випадку гібридних загроз необхідно адаптувати страхові механізми до нових умов [3]. Наприклад, удосконалення страхових полісів для покриття ризиків, пов'язаних з кібератаками чи природними катастрофами; забезпечення кібербезпеки та захисту даних. Гібридні загрози, такі як кібератаки та інформаційні війни, стають реальністю для туристичних компаній. Це вимагає розробки відповідної політики, яка б включала заходи для забезпечення безпеки даних клієнтів і підвищення рівня захисту інформації, що передається через онлайн-платформи; адаптація до змін клімату та природних катастроф [3].

Туризм є дуже чутливим до змін клімату. Гібридні загрози можуть включати й природні катастрофи (повені, урагани), які ставлять під загрозу туристичну інфраструктуру. Політика страхування повинна забезпечити покриття ризиків, пов'язаних з цими змінами; сприяння розвитку міжнародного співробітництва [4]. У умовах глобалізації важливим є забезпечення міжнародної співпраці в галузі страхування.

Туристичні компанії, що працюють на міжнародному рівні, мають бути застраховані від транскордонних загроз [2]. Політика в цій сфері повинна сприяти укладанню міжнародних угод, які забезпечать захист туристів незалежно від країни їхнього походження чи перебування; створення ефективної правової бази. У відповідь на нові виклики, необхідно оновити законодавчу базу в сфері страхування туризму, щоб вона могла адекватно реагувати на нові форми загроз. Це включає розвиток нормативно-правових актів, що регулюють діяльність туристичних агентств, операторів, а також страхових компаній [3].

Вдосконалення публічної політики в галузі страхування туризму в умовах гібридних загроз є важливою складовою забезпечення сталого розвитку туристичної індустрії та її стійкості до сучасних викликів. Гібридні загрози, які поєднують військові конфлікти, кіберзагрози, інформаційні атаки, економічні санкції та інші форми нестабільності, вимагають нових підходів у формуванні та регулюванні політики в цій сфері. Ось деякі можливі напрями вдосконалення:

1. Розвиток нових страхових продуктів для туристів:

індивідуалізація страховки: Враховуючи специфіку гібридних загроз, страховки можуть бути адаптовані під конкретні ризики, як-от терористичні акти, кіберзагрози, пандемії, політична нестабільність тощо;

покриття кіберризиків: Враховуючи зростання кіберзагроз, особливо для туристичних компаній і їхніх клієнтів (наприклад, крадіжка особистих даних або злом сайтів), необхідно розробити страхові продукти, що охоплюють такі ризики.

2. Інтеграція страхування в національні системи безпеки:

співпраця між державними органами і страховими компаніями: Необхідно розробити механізми для координації дій між державними структурами та страховими компаніями для ефективного реагування на надзвичайні ситуації, які можуть виникнути в умовах гібридних загроз;

управління ризиками та прогнозування: Створення інструментів для системного моніторингу та прогнозування ризиків, пов'язаних із гібридними загрозами, і впровадження їх у страхові моделі для оперативного реагування на нові виклики;

3. Поліпшення інформаційної підтримки та комунікаційної політики:

покращення інформування туристів: Створення інформативних платформ для туристів, що надають актуальну інформацію про безпеку подорожей, а також про страхові продукти, які можуть допомогти у разі виникнення надзвичайних ситуацій;

міжнародна співпраця в обміні інформацією: У рамках міжнародного співробітництва можна створювати платформи для обміну даними між страховими компаніями та державами, що дозволить швидко реагувати на нові загрози.

4. Розвиток цифрових технологій в страхуванні:

використання блокчейн-технологій: Впровадження технології блокчейн для підвищення прозорості операцій, спрощення процесу виплати компенсацій та забезпечення достовірності даних щодо ризиків.

інтелектуальні алгоритми для оцінки ризиків: Використання штучного інтелекту та ве-

ликих даних для оцінки та прогнозування потенційних загроз для туристичної індустрії, що допоможе точніше формулювати страхові тарифи та умови.

5. Правове забезпечення та регулювання:

адаптація законодавства: Внесення змін до законодавчих актів, що регулюють страхування, з урахуванням нових викликів і ризиків, пов'язаних з гібридними загрозами. Зокрема, потрібно розглядати питання регулювання страховок для туристичних компаній та забезпечення безпеки клієнтів у таких умовах.

міжнародна стандартизація: Запровадження міжнародних стандартів в галузі страхування туризму, які б враховували специфіку гібридних загроз і забезпечували б єдині вимоги до страховиків у різних країнах.

6. Підвищення стійкості туристичних компаній.

страхування для бізнесу: Вдосконалення програм страхування для туристичних компаній, які мають важливе значення для розвитку туризму в умовах економічної нестабільності та гібридних загроз.

підтримка малого та середнього бізнесу: Розробка спеціальних страхових програм для малого та середнього туристичного бізнесу, що дозволить їм зберегти стійкість у разі виникнення кризових ситуацій.

7. Просвітницька діяльність:

підвищення обізнаності туристів і бізнесу: залучення туристичних компаній та туристів до регулярних тренінгів і семінарів з безпеки в умовах гібридних загроз, щоб вони могли обирати відповідні страхові продукти і адекватно реагувати на кризові ситуації.

Усі ці напрямки сприятимуть створенню більш адаптивної, стійкої та ефективної системи страхування туризму, здатної реагувати на нові загрози та забезпечувати захист туристів і туристичного бізнесу в умовах постійно мінливих ризиків.

Висновки: Отже, публічна політика у галузі страхування туризму в умовах гібридних загроз є надзвичайно важливою для забезпечення безпеки туристичних послуг та стабільності галузі. Адаптація механізмів страхування до нових реалій, а також розвиток нормативної бази та міжнародної співпраці здатні забезпечити належний захист туристів та компаній, що працюють у сфері туризму. Важливо, щоб публічна влада оперативно реагувала на нові виклики та розробляла стратегії, які мінімізують ризики, що виникають у умовах нестабільності та невизначеності.

Література

1. Указ Президента України "Про введення воєнного стану" № 64/2022 від 24 лютого 2022 року / URL: <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397>
2. Туризм і страхування. документ n0050697-06, поточна редакція – Прийняття від 03.07.2006 / URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>
3. Закон України "Про правовий статус воєнного стану" / URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text>
4. Закон України "Про страхування" / URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80#top>

ПСИХОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ ПОКРАЩЕННЯ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я УКРАЇНЦІВ

Постановка проблеми. Виклики воєнного часу обумовлюють зміни у всіх сферах життя. Діяльність туристичної галузі сьогодні – це не лише підтримка бюджету країни, вона також виступає в ролі ефективної психологічної реабілітації. Через постійний стрес та перебування у стані напруження і страху у українців погіршилось ментальне (психічне) здоров'я. Серед рекомендацій спеціалістів щодо його підтримки та відновлення переважають поради активного способу життя. Так, туристичні подорожі допомагають на деякий час переорієнтуватися, відпочити фізично та психоемоційно. Найкращу результативність виявляє психологічний туризм («Psy-туризм»), що є поєднанням фізичної рекреації та психологічної допомоги, які забезпечують соціальну та психологічну підтримку під час туристичного відпочинку.

Виклад основного матеріалу. В Україні психологічний туризм є відносно новим напрямом. Його розвиток розпочався з 2014 року, коли виникла необхідність у відновленні не лише фізичного, але і психологічного стану учасників АТО [1, с.3]. Такий вид туризму передбачає відкриття нових знань в першу чергу про самого себе. Метою психологічного туризму є досягнення внутрішньої цілісності і гармонії людини (розуміння і прийняття людиною себе, усвідомлення своїх фізичних і особистісних можливостей, поліпшення контактів із зовнішнім світом) за допомогою психологічного супроводження клієнта-туриста і використання відновлювальних ресурсів середовища. На сьогоднішній день «Psy-туризм» являє собою спеціально розроблену технологію для відновлення і підтримки психічного здоров'я людини в сучасних умовах [2, с.12].

В Україні проблема ментального здоров'я набуває особливої актуальності у зв'язку з повномасштабною війною. Війна стає випробуванням як для психіки кожної людини. Негативний вплив війни та її наслідки не можуть не відбиватися на ментальному здоров'ї населення. Так, гострий та хронічний стрес, психотравма, горе та втрати (рідних та близьких, матеріальні та інші) не тільки впливають на психіку людини, а й нерідко можуть порушувати і ментальне здоров'я, що може проявлятися у депресивних та тривожних розладах, формуванні ПТСР, когнітивних та психотичних розладах тощо.

Під ментальним здоров'ям розуміють психічне здоров'я, що передбачає будь-який рівень розумового, емоційного благополуччя або відсутність психічного розладу. Сьогодні розроблено широкий спектр рекомендацій українцям для підтримання їх психічного здоров'я. Наприклад, допомога з боку держави, громадських організацій, інших ініціатив роблять доступними: психоосвіту (отримання нових корисних психологічних знань), соціальні проєкти та програми (наприклад, Всеукраїнська програма ментального здоров'я «Ти, як?»); психологічне консультування, психологічну, психосоціальну, психотерапевтичну, медикаментозну допомогу. Серед шляхів самопомоги, що впливають на ментальне здоров'я особистості, варто назвати такі: дотримання розпорядку дня; достатній сон; повноцінне харчування; спілкування з близькими та рідними; регулярна фізична активність; піклуватися про інших; отримання нових корисних психологічних знань; психологічна допомога (навчитись відчувати стан свого тіла, тілесне напруження, розуміти його

зв'язок з емоціями та вмiти його знімати) тощо [3, с.208-210]. Натомість, психологічний туризм дозволяє реалізувати більшість із запропонованих рекомендацій для покращення ментального здоров'я. Основною його метою є набуття внутрішньої гармонії і психологічної цілісності, прийняття себе, наповнення життя свідомістю, гармонізація відносин зі світом за допомогою спеціально організованої психологічної допомоги, тренінгів та занять. Серед форм психологічного туризму варто зазначити: похід разом з психологом і провідником; закордонна поїздка, яка передбачає можливість проходження яких-небудь тренінгів; екотуризм, який дає можливість людині пізнати світ, що оточує його, і набути корисних психологічних навичок. У більшості випадків еко-туристи мешкають в наметах в лоні природи; поїздка у велике місто, що супроводжується цікавими екскурсіями і тренінгами (цивілізований туризм) [4].

В Законі України «Про туризм» в ст.4, де перераховані організаційні форми та види туризму, «психологічний туризм» – відсутній [5], проте, перспективність його розвитку в Україні не викликає сумнівів і оновлення законодавчо-нормативної бази є на часі.

Висновки. Психологічний туризм передбачає об'єднання туризму з психологічною роботою через психотехнології, соціально-психологічні тренінги, психотерапію і консультування, які дозволяють підтримати та покращити ментальне здоров'я українців. Туристи можуть «втекти» від повсякденності та стресу – знайти нові виміри життя, новий досвід, унікальні чи нестандартні ситуації на шляху досягнення внутрішньої цілісності і гармонії.

Література

1. Туризм як засіб корекції психоемоційного стану учасників АТО. URL: <https://efaidnbmnnnibpcajpcgglefindmkaj/https://knute.edu.ua/file/MjlxNw==/7b5590f55477bc3a88cdeb9e00622f7f.pdf>
2. Гритчук Г.В. «Psy-туризм» як комплекс психології та туризму//ΛΟΓΟΣ. Мистецтво наукової думки. № 4 (червень). 2019. С.12- 15.
3. Ткачишина О.Р. Проблема ментального здоров'я в Україні: психологічний аналіз// Габітус. Вип. 53. 2023. С.207-211.
4. Держагентство з розвитку туризму України визначило напрямки розвитку туризму в умовах воєнного стану. URL: <https://ucci.org.ua/press-center/ucci-news/derzhagentstvo-z-rozvitku-turizmu-ukrayini-viznachilo-napriamki-rozvitku-turizmu-v-umovakh-voienno-go-stanu>
5. Закон України «Про туризм»// Відомості Верховної Ради України від 01.08.1995. № 31. ст. 241.

ТКАЧЕНКО Жанна, здобувачка вищої освіти, 4 курс
Науковий керівник: **КОВАЛЕНКО Олександр**, к.пед.н., доцент
Сумський національний аграрний університет, м. Суми

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Постановка проблеми. Сьогодні найбільш життєздатними підприємствами туристичного бізнесу є ті, які орієнтовані на потреби клієнта. Однак, проблеми конкурентоспро-

можності туристичного бізнесу при формуванні туристичного продукту з урахуванням споживчих переваг недооцінені, а на практиці майже не застосовуються. У зв'язку з цим найбільш гостро стоїть розробка та обґрунтування пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу та орієнтації його на клієнта.

Основою конкурентоспроможності туристичного бізнесу, на наш погляд, є якість послуг, що пропонуються туристичними фірмами. Тому, вважаємо за доцільне дати коротку характеристику якості товарів та послуг загалом, визначити її сутність та методи управління.

Виклад основного матеріалу. Якість туристичного продукту визначається як сукупність характеристик туристичних послуг і процесів обслуговування, що спрямовані на задоволення визначених і очікуваних потреб туристів. Вона оцінюється через рівень наданих послуг і загальну культуру обслуговування [1].

Дослідження туристичної послуги дозволило виявити та систематизувати такі обов'язкові умови якісного турпродукту:

- безпека здоров'я й життя туриста;
- повна гарантія щодо надання усіх необхідних послуг згідно програми перебування туриста;
- збереження особистого майна туриста;
- охорона навколишнього середовища.

На якість туристичного обслуговування впливають такі фактори, як природно-кліматичні умови, культурно-історична спадщина, психологічні особливості та унікальні потреби туристів, рівень культури праці й поведінки персоналу, а також імідж компанії.

У той же час, якість обслуговування значною мірою залежить від [2]:

- політики у галузі туризму;
- рівня необхідних вкладень капіталу у розвиток туристичної інфраструктури;
- компетенція та професіоналізм персоналу туристичного підприємства;
- гнучкість системи керування.

Важливим показником якості туристичного підприємства є повна гарантія безпеки і, звісно ж, надання усіх оплачених послуг. Система показників ринку туристських послуг комплексно відбиває стан і рівень розвитку туристичної індустрії і спирається на наступні принципи її побудови [3, с. 24]:

- по-перше, система показників, на відміну від довільного переліку показників, передбачає, що всі показники взаємопов'язані, взаємообумовлені та орієнтовані на досягнення поставленої мети дослідження;
- по-друге, система будується на єдиних методологічних принципах, що забезпечує їхню сумісність;
- по-третє, система показників, досить компактна, передбачає можливість доповнення та розширення показниками підсистем.

Пропонується розбити цю систему на 4 основні блоки відповідно до основних вимог, що пред'являються до туристичного продукту, які забезпечують його конкурентоспроможність.

Перший блок, який характеризує безпеку життя та здоров'я туристів, на наш погляд, має включати показники рівня безробіття та злочинності у регіоні. Саме це цікавить туристів насамперед, адже навіть найнижча ціна туристичної путівки не приверне уваги, якщо об'єктом подорожі буде якийсь регіон світу, наприклад, після воєнних дій, де дуже

високий рівень безробіття і як наслідок спостерігається зростання злочинності. Останнім часом якість обслуговування транспортними компаніями набуває все більшої важливості. Рівень професіоналізму льотчиків та кількість здійснених ними перельотів, імідж авіаперевізників та кількість суден, що перебувають у їхній власності, регулярність перельотів та їх спрямованість, можливість страхування майна та життя пасажирів, також істотно впливає на формування якості пропонованого туристичного продукту.

Другим блоком показників якості туристичного продукту є обслуговування підприємств розміщення туристів, який повинен враховувати кількість готелів у регіоні, їх місткість, «зорянність» тощо. Все це також якісно характеризує туристичний продукт, і зумовлює безпеку життя та здоров'я туриста. Якість готельного обслуговування також впливає і на збереження майна, яке виступає об'єктом дослідження другого блоку показників. Якісним гарантом збереження майна та життя туриста може виступати й імідж обслуговуючих транспортно-перевізних компаній, підприємств громадського харчування, розважального комплексу тощо.

Третій блок показників якості туристичного продукту покликаний оцінити гарантії послуг, що надаються, відповідно до реалізованого туру. На наш погляд, найбільш значущими показниками є рівень кваліфікації та професіоналізму персоналу підприємств індустрії туризму, імідж та рейтинг цих компаній, їхня орієнтованість на вимоги споживачів, рейтинг їхніх партнерів у сферах ресторанного та готельного бізнесу, а також їх перевізників тощо.

Щодо четвертого блоку, тут зауважимо, що на сьогодні все більшу увагу громадськості привертає до себе стан екології землі. Це зумовило формування такої вимоги туристів, як екологічність регіону, що відвідується, і як наслідок четвертого блоку показників. Чистота повітря альпійських лук, прозорість води прибережної зони, збереження «невинної» природи, є суттєвими позиціями при придбанні туру. Таким чином, при формуванні якості туристичного продукту необхідно враховувати рівень викиду шкідливих речовин, рівень забруднення ландшафту, ступінь обмелювання водойм, геомагнітні умови і таке інше.

На наш погляд, у кожному блоці кількість показників може нескінченно зростати, залежно від спрямованості туристичної послуги, її цілей та завдань, проте оцінити всі можливі показники якості туристичного продукту неможливо, оскільки вони формуються індивідуально. Тому запропонована система показників якості є лише вихідною, і доповнюється та вдосконалюється для кожного туристичного продукту й туриста окремо.

Висновки. Підсумовуючи усе зазначене вище можна зробити наступні висновки про те, що в умовах жорсткої конкуренції на ринку туристичних послуг найважливішим критерієм залучення клієнта став показник якості туристичного продукту. Якість туристичного продукту визначається як сукупність характеристик туристичних послуг і процесів обслуговування, що спрямовані на задоволення визначених і очікуваних потреб туристів. Вона оцінюється через рівень наданих послуг і загальну культуру обслуговування.

Література

1. Кирилов Ю. Є., Грановська В. Г., Алещенко Л. О. Формування конкурентних переваг суб'єктів туристичної галузі. Економіка АПК. 2020. №5. С. 45.
2. Полковниченко С. О., Мурай А. О. Оцінка конкурентоспроможності України на європейському ринку туристичних послуг. Ефективна економіка. 2018. №12. URL:

<http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6789> (дата звернення: 10.12.2024).

3. Шляхи забезпечення конкурентоспроможності туристичного бізнесу в умовах глобалізації: монографія / авторський колектив; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. І. О. Бочана. Львів : Галицька Видавнича Спілка, 2020. 236 с.

ТКАЧЕНКО Крістіна, здобувачка вищої освіти, 2 курс

Науковий керівник: **БАТИР Юрій**, к.е.н., доцент

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕГІОНАЛЬНОГО ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Розробка ефективних програм розвитку територій сьогодні потребує нових підходів та інструментів стратегічного планування. Саме інструментарій бенчмаркінгу, пов'язаний із пошуком і впровадженням найкращих практик регіонального управління та місцевого самоврядування стосовно розвитку області (міста) дає можливість ефективніше вирішувати проблеми та встановлювати пріоритети розвитку. Досягнення високого рівня життя населення та сталого розвитку регіону – це найважливіші пріоритети громади. Особливої актуальності набуває інструментарій бенчмаркінгу в діяльності об'єднаних територіальних громад, де активна громада для реалізації своїх проектів переймає досвід та напрацьовану практику, а інколи і фінансову допомогу міжнародних інституцій. Бенчмаркінг – це засіб для вдосконалення діяльності та практики кращої якості з використанням найкращого досвіду в конкретній сфері [2].

Виклад основного матеріалу. Основний зміст та мета бенчмаркінгу полягає в ідентифікації відмінностей із порівнюваним аналогом (еталоном), визначення причин цих відмінностей та виявлення можливостей щодо вдосконалення об'єктів бенчмаркінгу. Сьогодні, дедалі частіше органи влади використовують бенчмаркінг у національному та муніципальному управлінні, намагаючись збільшити ефективність використання бюджетних ресурсів та підвищити якість надання послуг населенню. Бенчмаркінг є саме тією управлінською технологією, що дозволяє адаптувати передові практики у сфері державного управління до місцевих умов. Для цього, звісно, необхідним є детальне вивчення як міжнародного досвіду, так і вітчизняних управлінських практик найуспішніших регіонів.

Завдяки регіональному бенчмаркінгу можна об'єктивно оцінювати результати соціально-економічного розвитку регіонів. Порівняльний аналіз територіальних одиниць дозволяє оцінити їх конкурентну позицію, виявити досягнення та недоліки, коригувати пріоритети. В умовах посилення процесів глобалізації бенчмаркінг регіонів стає більш актуальним з огляду на посилення конкуренції як на національному, так і на світовому ринках. Бенчмаркінг забезпечує порівняння результатів та процесів діяльності й виявлення слабких місць або переваг; запозичення передового досвіду й мінімізацію ризиків; виявлення передових тенденцій; розширення інформаційної бази для визначення пріоритетів стратегічної діяльності регіонів [3].

Бенчмаркінг у публічному управлінні – це комплекс дій для порівняльного аналізу показників розвитку територій, встановлення та оцінювання основних факторів, що впливають на ефективність управлінських рішень, з метою виявлення резервів підвищення

рівня економічного і соціального розвитку територій.

Бенчмаркінг є одним з основних видів оцінки ефективності роботи регіональної виконавчої влади та органів місцевого самоврядування. Він охоплює як оцінку результатів діяльності, так і оцінку самих процесів.

Стратегічний бенчмаркінг території фокусується на забезпеченні відповідності стратегії розвитку території визначальним чинникам успіху в конкурентних умовах діяльності та спрямований на підтримку довготривалої конкурентноспроможності території, ґрунтується також на використанні її конкурентних переваг та інноваційних можливостей взаємодії із зовнішнім середовищем. Натомість операційний бенчмаркінг території спрямований на забезпечення найкращих можливостей досягнення встановлених стратегічних цілей на основі використання передового досвіду розв'язання стратегічних проблем на аналогічних територіях [1].

Сьогодні в країнах Європи і США особливої популярності набув бенчмаркінг міст, який, залежно від конкурентності відносин між об'єктами порівняння, може бути конкурентним бенчмаркінгом або бенчмаркінгом співробітництва.

Основною ознакою конкурентного бенчмаркінгу міст є відсутність співробітництва і взаємодопомоги між містами-учасниками бенчмаркінгу, тому що вони конкурують у життєвоважливих питаннях і не хочуть ділитися інформацією, розповідати про секрети їхнього успіху.

Бенчмаркінг співробітництва міст передбачає, що міста взаємодіють на основі співробітництва і реалізують спільні бенчмаркінгові проекти, здобуваючи спільний досвід. Бенчмаркінгова інформація є доступною для всіх учасників. Це дає змогу заощаджувати час, фінансові чи матеріальні ресурси.

Реалізація процесу бенчмаркінгу передбачає вирішення конкретних завдань, які можна згрупувати у фази: фаза 1 – створення системи бенчмаркінгу (передбачає визначення об'єкта та формування системи бенчмаркінгу, вибір конкурентів або аналогів для порівняння та збір даних); фаза 2 – визначення і здійснення етапів аналізу (внаслідок зіставлення результатів об'єкта бенчмаркінгу з результатами відібраних для порівняння аналогів або конкурентів визначаються його слабкі місця та з'ясовуються причини їх виникнення); фаза 3 – визначення і реалізація дій з упровадження результатів бенчмаркінгу (полягає в розробленні планів розвитку та прийнятті обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на усунення слабких місць, виявлених внаслідок бенчмаркінгу). Після того як послідовно були проведені фази підготовки, аналізу та впровадження результатів, доцільно періодично переглядати зміст складових процесу бенчмаркінгу з метою їх постійного вдосконалення, а також оновлювати дані та результати аналізу, що мають бути підґрунтям для нових управлінських рішень. [4].

Висновки. Інструментарій бенчмаркінгу необхідно розглядати як сучасну управлінську технологію, що допомагає покращити економічні показники розвитку регіону, підвищити ефективність муніципального та державного управління, оскільки інформація, яка була зібрана в процесі бенчмаркінгу, дозволяє ухвалювати обґрунтовані та оптимальні управлінські рішення. Використання інструментарію бенчмаркінгу дає змогу визначити стратегії та найкращі практики, які допомогли іншим регіонам досягти високих показників розвитку у конкретних сферах.

Важливою перевагою бенчмаркінгу є його сприяння громадському контролю за динамікою змін у соціально-економічному поступі регіону та за досягненням задекларованих

органами влади цілей і завдань розвитку. Інформація, зібрана в процесі бенчмаркінгу, може бути основою для подальших рекомендацій щодо розроблення і впровадження стратегії, а також може використовуватися для економічного планування й прогнозування розвитку міста або області.

Література

1. Прогнозування розвитку територій. Бенчмаркінг: навч. посіб. Бліщук К. М., Крупник А. С., Матвіїшин Є. Г. та ін. Київ: К.І.С. 2014. 120 с.
2. Трубнік Т. Є. Бенчмаркінг конкурентних переваг регіональних господарств м. Києва та Київської області. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 21. С. 68–73.
3. Кирич Н., Шведа Н. Дослідження моделей бенчмаркінгу [Електронний ресурс]. Соціально-економічні проблеми і держава. 2013. Вип. 1 (8). С. 286–296. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13knbdmb.pdf>
4. Лафлер Б. Бенчмаркінг: ефективність українських міст і областей. Проект «Розбудова спроможності до економічно обґрунтованого планування розвитку областей і міст України». Київ, 2012. 44 с.

ХИТРА Олена, к.е.н., доцент

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

ІНФОРМАЦІЙНИЙ БАЗИС МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Постановка проблеми. Управління туризмом в Україні у контексті трансформаційних змін, забезпечення сталого розвитку і перспектив післявоєнного відновлення галузі потребує нових поглядів на зміст менеджменту туристичних дестинацій. Туристична дестинація виступає специфічним комплексним об'єктом інтегрованого управління, ефективне функціонування якого дає змогу не лише отримувати позитивні економічні й соціальні ефекти, а й зберігати та примножувати наявні туристичні ресурси [1, с. 76], у т. ч. за умови ефективного управління туристичною інформацією.

Виклад основного матеріалу. Управління дестинаціями – це процес, який має на меті сполучення елементів системи (якою, власне, є дестинація) в межах окремої географічної території і з дотриманням обраної стратегії [2, с. 119]. В такому управлінні проявляється ієрархічність (поєднання регулюючих впливів макро-, мезо- й мікрорівнів), комбінуються технології публічного управління і менеджменту бізнес-структур, взаємодоповнюються економічні, адміністративні і соціально-психологічні методи управління, поєднуються традиційні економічні ресурси зі складовими туристичного потенціалу території. Отже, для ефективного управління туристичною дестинацією доцільно застосовувати системний підхід з виділенням керуючої і керованої підсистем, урахуванням тісної взаємодії суб'єктів управління, наявної інфраструктури, туристичних атракцій, туристичних продуктів, споживачів та надавачів послуг [3].

Трактування туристичної дестинації як системи з великою кількістю складових і зв'язків між ними дозволяє зрозуміти, який комплекс управлінських заходів варто застосову-

вати суб'єктам управління (як державним, так і недержавним структурам), скеровуючи різноспрямовані потоки туристичної інформації. Застосовувані для цього інформаційні технології безпосередньо впливають на ефективність управління суб'єктами туристичного бізнесу, якість обслуговування споживачів, оперативність створення та реалізації нових туристичних послуг [4, с. 111]. Інформаційні потоки формують мережу зв'язків між розробниками і продавцями туристичного продукту, надавачами і споживачами туристичних послуг, створюючи умови для ефективного туристичного брендингу та управління туристичними враженнями відвідувачів відповідної дестинації.

Принципи управління туристичною дестинацією ґрунтуються на положеннях проектного менеджменту, які, у свою чергу, мають чіткий інформаційно-комунікаційний базис (рис. 1).



Рис. 1. Інформаційний контекст реалізації принципів управління туристичною дестинацією

Джерело: складено і доповнено автором з використанням [1, с. 79]

По-перше, цільова орієнтація туристичної дестинації можлива виключно за умови поінформованості про загальностратегічні цілі та досягнення односпрямованості у цілях окремих груп стейкхолдерів.

Другим принципом є системність, що дозволяє виокремити низку підсистем та елементів, спроектувати взаємозв'язки між ними. На практиці простежується чітка структуризація проєкту "туристична дестинація" і здійснюється розробка комплексу організаційно-економічних, законодавчих, політичних, техніко-технологічних та інших заходів, практичне втілення яких неможливе без належного інформаційного забезпечення. Загалом, туристична інформація, згенерована в рамках дестинації або залучена з зовнішнього середовища, поряд з фінансовими ресурсами, є аналогом негативної ентропії, сприяючи упорядкуванню системи і, відтак, підвищенню її конкурентоспроможності.

Принцип ресурсної забезпеченості означає, що усі заходи в рамках менеджменту туристичних дестинацій повинні бути укомплектовані різними видами ресурсів. Інформаційний ресурс певною мірою виконує системоформуючу роль, забезпечуючи належний рівень інформаційної місткості системи, її стійкість стосовно флуктуаційних коливань. Особливу увагу в цьому контексті слід приділити встановленню релевантності тієї інфор-

мації, яка використовується для обґрунтування управлінських рішень.

Принцип пріоритетності означає, що під час розробки й реалізації проєкту перевага надається першочерговим завданням, виходячи з загальної концепції стратегічного розвитку. За нашим переконанням, цим принципом варто послуговуватись, визначаючи ступінь важливості комунікацій і роботи з інформаційними даними.

Підсумковим принципом є комплексність, яка передбачає спільне використання різних форм і методів управління [1, с. 79]. Крім того, бажаним є досягнення ефекту синергії від поєднання різних джерел інформації.

Висновки. Зміст управлінських заходів формується таким чином, щоб оптимально реалізовувати маркетингову політику і рекламні кампанії, забезпечувати раціональне використання туристичних ресурсів, регулювати інтенсивність туристичних потоків, координувати дії суб'єктів управління і, зрештою, скеровувати стратегічний розвиток туристичної дестинації [2, с. 117]. Тобто, важливе значення має моніторинг середовища туристичної дестинації (зокрема, з метою відстежування динаміки її життєвого циклу під впливом великої кількості внутрішніх і зовнішніх чинників) та виконання аналітичної функції задля ухвалення та реалізації ефективних управлінських рішень.

В сучасних умовах широке застосування цифрових технологій сприяє оптимізації управлінських процесів завдяки доступності на різних рівнях, можливості зберігати значний масив інформації на відповідних носіях і керувати дистанційно. Завдяки застосуванню у туристичній діяльності цифрових технологій можуть відбуватися докорінні зміни інформаційних, методичних, технологічних складових управлінських, маркетингових і виробничих процесів, а це, у свою чергу, сприятиме досягненню більш високого рівня результативності управління туристичними дестинаціями [5, с. 37].

Література

1. Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: ПП "ТД Едельвейс і К", 2017. 322 с.
2. Наумова О., Кудряшов Є. Життєвий цикл туристичних дестинацій в контексті управління розвитком. Вчені записки Університету "КРОК". 2023. № 4 (72). С. 111–122.
3. Gazoni J.L., Machado da Silva E.A. System Dynamics framework for tourism development management. Taylor & Francis Journals. Current Issues in Tourism. 2022. vol. 25 (15), pp. 2457–2478. URL: <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1970117> (дата звернення: 12.11.2024).
4. Гапоненко Г.І., Шульга Н.В. Сучасні тенденції та перспективи впровадження інформаційних технологій в туристичній галузі України. Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія "Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм". 2020. Вип. 11. С. 111–120.
5. Петренко С.М. Аналіз інформаційного розвитку підприємств в сфері туризму. Інновації та технології в сфері послуг та харчування. 2023. № 4 (10). С. 32–42. URL: <https://www.journals.chdtu.ck.ua/index.php/itsf/article/view/100/86> (дата звернення: 12.11.2024).

ЦИБУЛЬСЬКА Інна, здобувач вищої освіти, 1 курс
Науковий керівник: **ЧИЖ Ольга**, к.геогр.н, доцент
Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського,
м. Вінниця

РОЗВИТОК МУЗЕЙНОЇ СПРАВИ І МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Одним із важливих завдань українського суспільства в умовах непростих сучасних процесів у його середовищі виступає охорона культурної та природної спадщини. Помітна роль тут належить музеям. Виконання покладених на них функцій, зокрема популяризація власних зібрань, здійснюється за допомогою залучення означених закладів до туристичної інфраструктури, що має значний вплив на формування туристичної привабливості країни. Тож дослідження музеїв, їхня роль для Держави та освітнього процесу досі не втрачає актуальності й навіть знаходиться на новому, сучасному етапі розвитку.

Історія музейної галузі України починається з часів Київської Русі, коли заможна еліта, зокрема дворяни, колекціонували старожитності, ювелірні вироби, образотворче мистецтво та інші цінні предмети. Ця тенденція не обмежувалася князями; бояри, військові та представники духовенства також збирали власні колекції. Храми Київської Русі функціонували як сховища та музеї, були центрами тогочасної культури та освіти. Ці установи проводили важливі церемонії, вели літописи, перекладали книги і навіть засновували школи. Основу їх зібрань склали колекції цінних документів, безцінних дарів, ікон, золотого і срібного обрядового посуду [1]. Києво-Печерська Лавра, церква Софії Київської та кілька інших церков і колегіумів у таких містах, як Чернігів, Острог, Луцьк, Львів, Шумськ, Галич та Іскоростень, були домом для різноманітних виняткових скарбів, у тому числі відомої бібліотеки ім. Ярослава Мудрого, які в Давній Русі вважалися унікальними цінностями. На превеликий жаль, більшість скарбів не збереглись до наших часів. Сьогодні залишки стародавніх колекцій можна побачити лише в кількох місцях, зокрема в музеях Києво-Печерської Лаври, Історичному музеї Києва, Археологічному музеї Одеси та в деяких інших регіональних установах. Колекціонування в цей період відіграло важливу роль у розвитку музейної індустрії. Це сприяло збереженню та накопиченню в конкретних місцях цінних артефактів, які слугували свідченням історичного розвитку суспільства. Багато з цих скарбів і старовинних артефактів з України та Криму потрапили до приватних колекцій польсько-литовської держави. Згодом ці колекції стали основою для створення музейних експозицій. Прототипи сучасних музеїв почали з'являтися лише в другій половині XV століття, а також у XVI і XVII століттях. Заможні люди призначали спеціальні місця для розміщення, запису та експонування реліквій, коштовностей і старожитностей, закладаючи таким чином основу для майбутніх музейних починань. Внаслідок цього територія України, яка на той час перебувала під юрисдикцією кількох імперських держав, не мала власної мережі музейних установ аж до початку XIX ст.

Лише у XIX ст. на території сучасної України почали виникати музейні заклади різного профілю. Найбільш інтенсивно цей процес проходив в місті, а також у Причорномор'ї, що почало інтенсивно освоюватися і заселятися та переживати час економічного піднесення. Так у 1834-1840 рр. утворився цілий ряд природничих та історичних музеїв при Імператорському університеті Святого князя Володимира (нині – Київський національний університет імені Тараса Шевченка), а також археологічні музеї в Миколаєві (1806 р.),

Феодосії (1811 р.), Одесі (1825 р.), Керчі (1826 р.). У зв'язку із значним економічним розвитком України, виникає цілий ряд сільськогосподарських та промислових виставок, частина яких згодом також набула музейного статусу (в Одесі та інших південних містах). Зростало зацікавлення вітчизняною культурою та історією, що посприяло створенню великих художніх та історичних музеїв. У 1806 р. першим був створений Миколаївський музей – в основі збірки були випадкові знахідки античних пам'яток на узбережжях Чорного моря, яка належала Чорноморському гідрографічному депо. [1].

У першій половині XIX ст. на території України виникають університетські музеї. В 1807 р. завдяки його клопотанню В. Н. Каразіна було відкрито ряд музеїв при Харківському університеті – Археологічний, Зоологічний, Мінералогічний, Музей образотворчих мистецтв. Музеї при Київському університеті було створено в 1834-1837 рр. завдяки його першому ректорові, визначному вченому М. О. Максимовичу. Там зберігалися цінні колекції пам'яток з історії Київської Русі.

Більш інтенсивніше розвивається музейна справа в Україні, у другій половині XIX ст. Цьому посприяло загальне економічне й культурне піднесення в країні у пореформений період, пов'язане із прискореним розвитком капіталізму. Тоді було відкрито ряд історичних музеїв. Розвитку музейної справи в Україні значною мірою сприяла діяльність передових учених, наукових і мистецьких товариств та ентузіастів. Наприкінці XIX – на початку XX ст. відкривається ряд природничих і художніх музеїв. Це музей мистецтв при Харківському університеті, Феодосійська картинна галерея, створена І. К. Айвазовським, Одеська міська картинна галерея, Катеринославський художній музей. Також виникають музеї при губернських архівних комісіях, земствах, наукових товариствах і окремих установах [1]. Львів, місто на заході України, був головним музейним центром. У 1874 р. було створено Музей художньої промисловості, а в 1895 р. – Музей етнографії. Обидва музеї відіграли вирішальну роль у документуванні, збереженні та популяризації виняткових зразків народного мистецтва, а також декоративного та функціонального мистецтва. І.Я. Франко, Леся Українка, К. В. Квітка, В. М. Гнатюк та ін. Завдяки їхній підтримці інвентар музею зріс до великої колекції килимів, простирадл, рушників, дерев'яного та скляного посуду.

У другій половині XIX – на початку XX століття в Україні також відбувався розвиток природознавчих музеїв. На 1872 р. припадає заснування Палеонтологічного музею Одеського університету, до якого увійшли палеонтологічні матеріали, зібрані у Бессарабії та на території Одеського повіту (викопні молюски, ссавці тощо), інші колекції. Музей став одним з найбільших природничих музеїв країни. У 1899 році відкрито Таврійський природничо-науковий музей у Сімферополі, який зібрав цінні зоологічні й ботанічні колекції. У його фондах налічувалося більше як 100 тис. предметів [3].

Отже, в період XIX – початку XX ст. музейна діяльність в Україні набула бурхливого розвитку. Створювались численні музеї природознавчого, історико-культурного, мистецького профілю, виникали музеї-садиби видатних постатей українського краю, картинні галереї, виставки. Щодо теорії музейної справи, то вона у цей період була ще в зародковому стані. Лише в деяких провідних музеях закладалися основи охоронної, облікової і наукової роботи (історичні музеї у Києві, Одесі, Львові), і тільки у найбільших з них практикувалося проведення екскурсій. У більшості музеїв освітня робота ще не провадилася.

Література

1. Любіцева О. О., Шпарага Т. І. Музейний туризм: навчальний посібник. – К., 2021. – 150 с.
2. Ключко Ю. М. Діяльність музеїв у контексті розвитку культурного туризму. ІХ культурологічні читання пам'яті В. Подкопаєва: зб. матеріалів Міжнар. наук. – практ. конф. «Концептуальні проблеми розвитку української культури у світлі підготовки і проведення 2012 р. як року культури та відродження музеїв в Україні», Київ, 2–3 черв. 2011 р. Київ, 2011. С. 73–76.
3. Маньковська Р. В. Музейництво в Україні. НАН України; Інститут історії України. – К., 2000. – 140 с.

ЦИКІН Дмитро, здобувач третього рівня вищої освіти ступеня доктора філософії
Науковий керівник: **АЖАЖА Марина**, д. держ. упр., професор
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

ТУРИЗМОЛОГІЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Постановка проблеми. Актуальність дослідження туризмології для розвитку територіальних громад в Україні сьогодні є надзвичайно важливою при формуванні механізмів та інструментів соціально-економічного та культурного прогресу, максимального використання туристичного потенціалу територій, оскільки туризм може стати ключовим фактором економічного розвитку, соціальної стабільності та культурної ідентичності місцевих громад.

Науковці Торяник В.М., Сардак С.Е. Джинджоян В.В. стверджують, що «туризм – це могутній засіб «освоєння світу», а філософсько-антропологічна функція туризму представлена в туризмології концентрується на досвіді сприйняття світу. Ідея туризму ґрунтується на активному ставленні до світу, його осмисленні, пізнанні і засвоєнні. Справжній туризм, який ґрунтується на власному сприйнятті іншої культури, істотно відрізняється від віртуального, «телевізійного» туризму, коли людині демонструють заздалегідь відібрані артефакти культурних пам'яток» [1]. На думку Домбровської С.М., Помаза-Пономаренко А.Л., Рибальченко Н.П., «туризм має позитивний соціально-культурний вплив на розвиток територіальних громад, оскільки підвищується життєвий рівень населення за рахунок покращення роботи окремих служб і об'єктів; зберігається культурна спадщина та розвивається пізнавальний туризм; є підтримка різних об'єктів культури; посилюється і відроджуються почуття гордості населення за свою культуру; забезпечуються можливості для міжкультурних обмінів між корінним населенням і туристами» [2].

Виклад основного матеріалу. Термінологічна складова поняття «туризмологія» для розвитку територіальних громад є концептуально-концентрованим відображенням сутності явища «туризм» і формує теоретичну, методологічну та практичну бази знань про закономірності свого об'єкту (логосу), подібні до ключових аспектів:

- аналіз туристичного потенціалу територій (оцінка ландшафтів, клімату, природоохоронних зон, водних ресурсів для розвитку екотуризму; ідентифікація історичних пам'яток, архітектурних об'єктів, традицій, ремесел, фестивалів, які можуть стати основою

туристичних продуктів; дослідження стану транспортної, комунікаційної та туристичної інфраструктури для обслуговування туристів);

- планування і стратегічний розвиток туризму: розробка оптимальних стратегій інтеграції туризму в економіку громад; проектування екскурсійних маршрутів і зон відпочинку для залучення туристів; дослідження способів формування унікального іміджу громади на туристичному ринку;
- економічний вплив туризму (моніторинг і оцінка економічних вигод від туристичної діяльності, включаючи робочі місця та податкові надходження; дослідження можливостей для розвитку малого (мікро-) та середнього бізнесу у сфері гостинності («hospitality»), харчування, транспорту та ремесел; залучення внутрішніх та іноземних інвестицій у туристичну інфраструктуру;
- соціокультурний вплив туризму: інтеграція місцевого населення до туристичних ініціатив; збереження культурної спадщини: традицій, мови, фольклору, ремесел; соціальна згуртованість у формуванні локальної ідентичності та зміцненні соціальних зв'язків;
- екологічні аспекти: вивчення сталого розвитку та розробка заходів для зменшення негативних екологічних наслідків; дослідження можливостей для розвитку екотуризму, орієнтованого на збереження природи; моніторинг та ресурсоефективність раціонального використання природних ресурсів;
- маркетинг і просування (promotion) для популяризації громади як туристичної дестинації: дослідження потреб і вподобань цільової аудиторії (туристів, населення, стейкхолдерів) для створення привабливих туристичних продуктів територіальної громади; розробка стратегій залучення як внутрішніх, так і міжнародних туристів; використання сучасних технологій цифрового маркетингу (використання платформ соціальних мереж; публікація цікавого контенту – відео, фото, статей, опитувань – для підвищення залучення користувачів; інфлюенс-маркетинг; SEO (Search Engine Optimization); PPC (Pay-Per-Click); Email Marketing; мобільний маркетинг; віртуальні тури (створення 360-градусних турів або VR-екскурсій для демонстрації продуктів чи послуг), надання можливості користувачам взаємодіяти з продуктами через AR-додатки смартфонів; використання платформ (HubSpot, Salesforce) для автоматизації процесів продажу і взаємодії з клієнтами; інтеграція чат-ботів для автоматичної відповіді на запити клієнтів через сайти органів місцевого самоврядування; залучення клієнтів до інноваційних проєктів NFT на основі цифрових активів);
- моніторинг та оцінка економічних, екологічних і соціальних наслідків туристичної діяльності територіальних громад: діагностика динаміки розвитку змін у туристичному потоці, рівні доходів і задоволення потреб місцевого населення; ідентифікація можливих проблем (перенасичення туристами, збільшення відходів, деградація довкілля, екологічне забруднення) та розробка шляхів їх вирішення;
- інноваційні формати туризму та цифровізація щодо використання цифрових інструментів для управління туристичними потоками для розвитку територіальних громад, які сприяють ефективнішому управлінню ресурсами, підвищенню якості обслуговування туристів та розвитку економічного потенціалу регіонів (наприклад, геоінформаційні системи GIS-технологій дозволяють у реальному часі відстежувати потоки туристів, їх маршрути та зони найбільшого скупчення; інтеграція GIS-даних допомагає громадам аналізувати використання туристичних об'єктів і планувати розвиток транспортної мережі, зон відпочинку тощо; запобігають перенасиченню локацій і перена-

правляють потоки до менш популярних місць; використання пристроїв Інтернету речей (IoT) допоможе забезпечити контроль за споживанням ресурсів, наприклад, води або електроенергії в туристичних зонах; розробити додатки навігації (цифрові гід) індивідуальних (самостійних, унікальних) маршрутів для екскурсій, які пропонують туристам враховуючи їх інтереси, стан погоди або завантаженість об'єктів; CRM-системи дозволяють громадам вести базу даних туристів, відстежувати їх запити та надавати персоналізовані пропозиції для різних категорій відвідувачів; використання блокчейну для безпечних фінансових транзакцій, пов'язаних із бронюванням або покупками туристичних послуг; smart-контракти автоматизації угод між туристами та постачальниками послуг якісного сервісу завдяки персоналізації (наприклад, оренда транспорту чи проживання).

Висновки. Таким чином, туризмологія забезпечує науково-методологічно-практичну основу економічного розвитку територіальних громад, враховуючи оптимальне використання ресурсів громади; сприяє формуванню сталих територіальних громад, які здатні зберігати та розвивати свої ресурси, одночасно отримуючи економічну вигоду; створює нові можливості для інтеграції у світовий туристичний ринок. Туризмологія акцентує увагу на закономірностях розвитку туризму, механізмах реалізації ефективного планування, управління та розвитку туристичної діяльності, враховуючи потреби громад і сучасні виклики, що допомагає громадам не лише зростати економічно, а й зберігати свою унікальність, підвищувати якість життя мешканців та розширювати зв'язки зі світом.

Література

1. Туризмологія: підручник. За загальною редакцією доктора юридичних наук, професора В.О. Негодченка Дніпро: ДГУ, 2022. 306 с. URL: <http://surl.li/bupofw>
2. Домбровська С. М., Помаза-Пономаренко А. Л., Рибальченко Н. П. Туризм і право на нього в контексті гарантування безпеки : монографія. Харків: «Діса плюс», 2022. 272 с. URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/15496/1/Bezpekaturyzm.pdf>.

ЦИМБАЛ Денис, здобувач вищої освіти, 2 курс

Науковий керівник: **КРУПСЬКИЙ Олександр**, канд. психол. наук, доцент
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро

ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується стрімким впровадженням інноваційних технологій у всі сфери діяльності підприємств, особливо у контексті їхньої міжнародної активності [1]. Штучний інтелект (ШІ) як елемент четвертої промислової революції докорінно змінює підходи до організації управління, забезпечуючи автоматизацію, аналітику та прийняття рішень на основі великих масивів даних.

Виклад основного матеріалу. У наукових дослідженнях штучний інтелект розглядається як здатність автоматизованих систем виконувати функції, що традиційно потребують

людського інтелекту: аналіз даних, прогнозування, прийняття рішень і комунікація [2]. Використання ШІ у міжнародній діяльності підприємств є результатом злиття інноваційних технологій та управлінських моделей, які орієнтовані на швидке реагування на зміни зовнішнього середовища. Зокрема, машинне навчання, нейромережі, системи обробки природної мови (NLP) та аналітичні інструменти створюють умови для ефективного управління складними процесами, які є невід'ємними у зовнішньоекономічній діяльності.

Організація управління міжнародною діяльністю передбачає координацію таких ключових напрямів як логістика, фінансове планування, маркетинг та стратегічний аналіз ринків. Штучний інтелект дозволяє інтегрувати ці елементи у єдину систему, що забезпечує точність прогнозів, ефективність операцій і оптимізацію витрат. Наукові дослідження підтверджують, що ШІ є не лише інструментом автоматизації, а й засобом створення інтелектуальної системи управління, яка здатна функціонувати у реальному часі, здійснюючи аналіз величезних обсягів інформації.

Однією з найважливіших функцій управління міжнародною діяльністю підприємства є прогнозування та аналітика зовнішніх ринків. Системи ШІ на основі алгоритмів машинного навчання здатні аналізувати поточні ринкові тренди, виявляти закономірності та будувати прогнози щодо попиту, поведінки споживачів і конкурентної активності. Це дозволяє підприємствам приймати обґрунтовані стратегічні рішення щодо виходу на нові ринки, оптимізації цінової політики та формування ефективних маркетингових стратегій.

Крім того, значну роль відіграє автоматизація логістичних процесів у міжнародній діяльності. Завдяки впровадженню ШІ відбувається оптимізація ланцюгів постачання шляхом зниження витрат, мінімізації часу на доставку та підвищення прозорості процесів. Використання інтелектуальних систем моніторингу дозволяє підприємствам у реальному часі відслідковувати рух товарів, прогнозувати затримки та швидко реагувати на зміни умов поставок.

Організація управління міжнародною діяльністю підприємства за допомогою штучного інтелекту відкриває широкі можливості для підвищення ефективності прийняття рішень і оптимізації бізнес-процесів. Впровадження GPT-чатів у маркетингову діяльність дозволяє автоматизувати комунікації, аналізувати ринкові дані та забезпечувати персоналізований підхід до клієнтів, що є важливим фактором успіху на міжнародних ринках [3].

Крім того, ефективне управління ризиками, які виникають у процесі міжнародної діяльності, є важливим аспектом, на який може впливати штучний інтелект. Використання сучасних методів управління ризиками сприяє зниженню невизначеності та забезпеченню стабільності функціонування організації в умовах динамічного ринкового середовища [4].

Інтеграція штучного інтелекту в управлінські процеси міжнародної діяльності дозволяє не лише зменшити ризики, але й значно покращити конкурентні позиції підприємства на світових ринках завдяки швидшій адаптації до змін і більш точним стратегічним рішенням.

Впровадження штучного інтелекту у міжнародну діяльність створює значні переваги для підприємств, зокрема підвищення швидкості прийняття управлінських рішень, зниження операційних витрат та підвищення конкурентоспроможності на глобальному рівні. Підприємства, які застосовують ШІ, демонструють вищу адаптивність до динамічних

умов ринку, що є ключовим фактором успіху в умовах глобалізації.

Однак у процесі впровадження ШІ виникають певні виклики, серед яких слід виділити високу вартість технологічної трансформації, необхідність у кваліфікованих фахівцях та ризики, пов'язані із захистом даних. Важливо підкреслити, що ефективне застосування ШІ вимагає стратегічного підходу до впровадження та постійного контролю за функціонуванням систем.

Висновки. Отже, штучний інтелект забезпечує нові можливості для прогнозування ринкових умов, оптимізації логістики, фінансового менеджменту та комунікацій, що дозволяє підприємствам досягати стійких конкурентних переваг. Попри наявні виклики, впровадження ШІ стає необхідністю для підприємств, що прагнуть успішно інтегруватися у міжнародну економіку та забезпечити довгостроковий розвиток у мінливих умовах глобалізованого світу.

Література

1. Економічні детермінанти та конкурентні стратегії розвитку сучасних бізнес-структур : моногр. / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. Гринько. Дніпро: Видавець Біла К. О., 2024. – 424 с.
2. Vivek R., Krupskiy O. P. EI & AI In Leadership and How It Can Affect Future Leaders. European Journal of Management Issues. 2024. Iss. 32(3). P. 174-182. <https://doi.org/10.15421/192415>.
3. Krupskiy O. P., Vorobiova V., Stasiuk Yu. Prospects of using GPT chat in marketing. Time Description of Economic Reforms. 2023. Vol. 3. P. 89–97. <https://doi.org/10.32620/cher.2023.3.11>.
4. Holomozenko V., Stasiuk Y. Risk in management decisions of the modern organization and methods of management of this risk. Challenges and Issues of Modern Science. 2024. Vol. 2. P. 377-381. <https://cims.fti.dp.ua/j/article/view/151>.

ШАЛАМОВА Діана, здобувачка вищої освіти, 2 курс

Науковий керівник: **БАТИР Юрій**, к.е.н., доцент

Національний університет цивільного захисту України, м.Черкаси

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ГАЛУЗЗЮ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Індустрія туризму сьогодні є однією з найбільших високоприбуткових і найбільш динамічних галузей економіки, на частку якої припадає 10% світового валового національного продукту. За даними Всесвітньої туристичної організації, щорічно подорожує більше 800 млн. чоловік. Туризм є одним з найважливіших секторів економіки в Європі, частка якого становить 55% світового ринку туризму.

У більшості країн світу державна туристична політика впроваджується безпосередньо через центральні органи виконавчої влади, національні туристичні організації, інші інститути, а також опосередковано за допомогою правових важелів підтримки туристичної інфраструктури та міжнародної політики. Туристична політика має характерні риси загальної політики держави. Разом із тим існують і деякі специфічні фактори, що вплива-

ють на її формування: природні умови країни, розвиненість транспортної індустрії, соціальні фактори (умови життя людей, система відпусток); фактори, пов'язані зі створенням економічної основи для розвитку туризму (стабільні валютно-фінансові, зовнішньоекономічні відносини); правові фактори [3, с. 119].

Виклад основного матеріалу. Отже, державне регулювання розвитку туристичної галузі є одним з механізмів реалізації політики держави в галузі туризму. Вироблення стратегії розвитку туристичної галузі й створення умов для її ефективного впровадження є складним завданням. Для успішного його вирішення, запобігання політичним помилкам та прорахункам доцільно скористатися досвідом зарубіжних країн. Аналізуючи роль держави в організації та розвитку туристичної діяльності в різних країнах світу, виділяють три типи моделей державної участі в регулюванні цієї важливої складової національної економіки.

Перша модель припускає відсутність центральної державної туристичної адміністрації, всі питання вирішуються на місцях на засадах та принципах ринкової "самоорганізації". Урядові органи використовують таку модель у тих випадках, коли туризм національній економіці взагалі не дуже потрібний, або коли суб'єкти туристичного ринку здатні вирішувати свої проблеми без державної участі. Подібну модель управління індустрією туризму прийнято в США після того, як в 1997 р. була ліквідована державна структура U.S. Travel Tourism Administration (USTTA), що відповідала за розвиток туризму в країні.

Друга модель передбачає наявність сильного й авторитетного центрального органу – міністерства, що контролює діяльність усіх підприємств туристичної галузі в країні. Для її реалізації потрібні відповідні умови, а саме: значні фінансові вкладення в туристичну індустрію, зокрема в рекламну й маркетингову діяльність, інвестування туристичну інфраструктуру тощо. Подібна модель організації управління туристичною індустрією діє в Єгипті, Мексиці, Тунісі, Туреччині та в інших країнах, для яких туризм є одним з основних джерел валютних надходжень до бюджету.

Третя модель переважає в розвинених європейських державах. У країнах, де використовується така модель, питання розвитку туристичної діяльності вирішуються в "надрах" певного багатогалузевого міністерства на рівні відповідного галузевого підрозділу. При цьому підрозділ даного міністерства, що відповідає за розвиток туризму в країні, здійснює свою діяльність у двох напрямках: вирішує або регламентує загальні питання державного регулювання (розробка нормативно-правової бази, координація діяльності регіональної представницької й виконавчої влади, міжнародне співробітництво на міждержавному рівні, збирання й обробка статистичної інформації тощо) та спрямовує й координує маркетингову діяльність (участь у виставках і міжнародних об'єднаннях) [3, с.43]. Слід зауважити, що центральна державна туристична адміністрація в розвинених європейських країнах працює в тісній взаємодії з місцевою владою й приватним бізнесом. Така схема роботи виявилася досить продуктивною з погляду знаходження форм конструктивного співробітництва й взаємодії адміністративних органів різних рівнів державного та регіонального управління, а також для залучення фінансових коштів приватного сектора. Наслідком такої політики стала поява змішаних за формою (державно-приватних) інститутів у сфері регулювання туристичної діяльності.

В Указі Президента України "Про Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2020 року" туризм повинен стати одним з джерел поповнення державного та місцевих бюджетів, тому необхідно визначити проблеми роботи туристичної галузі та розглянути основні

напрями по їх вирішенню. Тому виникає об'єктивна необхідність об'єднання всіляких за призначенням туристичних послуг у єдиний комплекс з метою задоволення потреб туристів, які взаємодіють між собою та створюють якісний туристичний продукт для міжнародного та внутрішнього туризму [2].

В роботі туристичної галузі можна виділити наступні проблеми, що стримують її розвиток: 1) відсутність розгалуженої системи інформаційно-рекламного забезпечення діяльності галузі та туристичних представництв за кордоном; 2) відсутність цивілізованих умов перетину кордону та несприятливий візовий режим для іноземних туристів; 3) податкове законодавство, що не сприяє вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму та санаторно-курортний комплекс; 4) різновідомча підпорядкованість туризму та санаторно-курортного комплексу; 5) недоліки в системі регіонального управління; 6) проблема тіньової економіки; 7) необхідність передання частини повноважень органам місцевого самоврядування [1, с. 90].

Пріоритетним видом туризму для України залишається іноземний (в'їзний) як вагомий чинник поповнення валютними надходженнями державної скарбниці та створення додаткових робочих місць. Нині Україна має понад 4,5 тис. закладів розміщення туристів і відпочиваючих на 620 тис. місць, але вони потребують модернізації та реконструкції відповідно до міжнародних стандартів. Крім того, підтримання в належному стані потребують і рекреаційні зони, пам'ятки культури та архітектури України, нині об'єкти туристичних чи екскурсійних послуг. Але поряд з цим у нас є суттєвий недолік, який пов'язаний з низьким рівнем обслуговування, зумовлений загальною кваліфікацією працівників області. На сьогодні в Україні практично відсутня відповідна система в галузі туризму для підготовки і перепідготовки кадрів, а також чіткі та адекватні світовим стандартам кваліфікаційні вимоги. В нашій державі також поступово виникають відповідні навчальні заклади, але вони роблять лише перші кроки в цьому напрямку, не маючи відповідного досвіду [4 с. 49].

Висновки. За масштабами міжнародного туризму та формою органів туристичної галузі для України найбільш прийнятна саме третя модель управління. Однак для ефективного функціонування даної моделі доцільно отримати необхідне державне фінансування (щонайменше, часткове) для участі країни у формуванні й просуванні національного туристичного продукту, здійснення маркетингових досліджень, рекламно-інформаційної діяльності організації та проведення міжнародних туристичних виставок, конференцій семінарів, розвитку туристичної інфраструктури тощо.

Література

1. Бакурова А.В., Діденко А.В. Основні проблеми туристичної галузі. Матеріали I Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції "Проблеми формування нової економіки XXI століття". Львів, 2011. С.89-94.
2. Бурак Д.І. Особливості функціонування системи туристичного бізнесу. Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами – Луцьк: Вісник Луцького НТУ. 2016. Ч.3. С.82-84.
3. Домбровська С.Н. Білотіл О.М., Помаза-Пономаренко А.Л. Державне регулювання туристичної галузі України: монографія.. Х.: НУЦЗУ. 2016. 196с.
4. Пілюшенко В.Л., Адамов Б.І., Шкрабак І.В. Управління інноваційно-інвестиційним розвитком території: монографія. Донецьк: ВІК, ДонДУУ. 2007. 317 с.

ЯРЕМЕНКО Олег, здобувач вищої освіти, 2 курс
Науковий керівник: **БАТИР Юрій**, к.е.н., доцент
Національний університет цивільного захисту України, м.Черкаси

РОЗВИТОК КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Постановка проблеми. Характерною особливістю кінця ХХ – початку ХІ сторіччя є неуплиний розвиток туризму – найбільш демократичної та інтернаціональної галузі суспільної діяльності. Суттєвим поштовхом до цього була Перша всесвітня конференція “Туризм як впливова сила збереження миру” (1988 р. Ванкувер), де вперше проголошено призов до розповсюдження та пропаганди туризму як гаранта миру і безпеки, яка впливає на людей різних країн, їх економіку, культурну спадщину, традиції, релігію і ремесла.

Індустрія туризму сьогодні є однією з найбільших високоприбуткових і найбільш динамічних галузей економіки, у якій зайнято понад 130 млн. осіб, тобто кожен шістнадцятий працівник у світі. На частку туризму припадає 10% світового валового національного продукту, 11% міжнародних інвестицій. У світі туристична індустрія вважається однією з найприбутковіших галузей і з кожним роком її вплив на економіку посилюється. Туризм є одним з найважливіших секторів економіки в Європі. Так 55% світового ринку туризму припадає на європейські країни. Туризм складає 5,5% ВВП ЄС (від 3 до 8% в окремих державах). За оцінками Всесвітньої туристичної організації частка культурного туризму до 2020 р. складатиме 25% від загальних показників світового туризму. Тому протягом багатьох років туризм розглядався як галузь, яка стимулює місцеву економіку, що підвищує добробут і впливає на якість і рівень життя населення країни. Проте, планований прибуток виявляється нижчим від очікуваного, а витік капіталу з конкретних країн і перебільшення позитивних сторін часто не відповідають передбачуваним економічним перевагам туристичної індустрії [1].

Виклад основного матеріалу. Науковці різних країн світу і високопосадовці ООН неодноразово підкреслювали важливість використання потенціалу туризму для досягнення цілей соціального і економічного розвитку, що відомі як Цілі розвитку тисячоліття (ЦРТ), і сприяння досягненню сталого розвитку суспільства. Наприклад, шляхом поліпшення базової інфраструктури і всебічного залучення місцевих громад туризм може сприяти зниженню рівня бідності, – першої з восьми ЦРТ. Надання можливості залучення таких зовнішніх джерел доходів та справедливому їх розподілі всередині громади в туристично-привабливій місцевості у першу чергу сприятиме покращенню якості життя місцевого населення [2].

Під час Генеральної асамблеї ЮНВТО 10 жовтня 2011 р. в м. Кенджу (Республіка Корея) близько 70 міністрів з усіх регіонів світу погодились на стимулювання такої політики в сфері туризму, яка була б направлена на досягнення ЦРТ до 2015 р. Паралельно з цим, було підкреслено здатність туризму сприяти побудові «більш безпечного, справедливого, «зеленого» і процвітаючого світу для всіх» [3].

У європейських країнах депресивні регіони розглядають культурну спадщину і культурний туризм як джерело розвитку. Інтеграція окремих пам'яток культурної спадщини в туристичну мережу стимулює затвердженню окремих програм реставрації, відкриття нових музеїв, ресторанів з традиційною кухнею, обладнання місцевими жителями гостьо-

вих кімнат для туристів. Для європейських країн є характерним рекламування власної культурної спадщини по телебаченню і радіо, стимулювання зацікавленості, проведення маркетингових досліджень різних цільових груп, використання новітніх технологій, зокрема надання можливості віртуального знайомства з пам'ятками культури.

Принципами сучасної туристичної політики європейських країн є децентралізація, делегування повноважень органам місцевого самоврядування, підтримка місцевих ініціатив, розвиток усіх форм туризму, всебічна співпраця державного та приватного секторів.

Україна має значний потенціал для розвитку в'їзного і внутрішнього культурного туризму. На державному обліку в Україні перебуває понад 130 тис. пам'яток, серед яких: 57206 – пам'ятки археології (418 з яких національного значення), 51364 – пам'ятки історії (147 – національного значення), 5926 – пам'ятки монументального мистецтва (45 – національного значення), 16293 – пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні (3541 – національного значення). Функціонує 61 історико-культурний заповідник, 13 з яких мають статус національних. До Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО включено: Софійський собор з архітектурним ансамблем, Києво-Печерську лавру в м. Києві, історичний центр м. Львова. Проте, 70% об'єктів культурної спадщини перебуває в незадовільному стані, при цьому кожний десятий об'єкт в аварійному, та потребує проведення робіт з реставрації або реконструкції, облаштування для туристичних відвідувань [4].

В Україні є приклади великих проектів культурного туризму і місць історичної, культурної пам'яті, до яких відноситься Національний історико-культурний заповідник "Гетьманська столиця", Культурно-мистецький та музейний комплекс "Мистецький Арсенал", Національний заповідник "Хортиця", Державна національно-культурна програма "Золота підкова Черкащини". Проте в Україні не в повній мірі використовується історико-культурна спадщина для формування спільної ідентичності, консолідації громадян різних регіонів, формування позитивного іміджу держави.

Розвиток культурного туризму в Україні повинен розглядатися як невід'ємний елемент стратегії розвитку культури регіону. Рівень активності місцевого населення в споживанні культурних благ, в тому числі, пов'язаних з туристичною активністю, є важливим фактором, що визначає туристичну привабливість місцевості. Ефективний менеджмент в сфері культурного туризму має сприяти зростанню споживання культурних благ не тільки серед туристів, але і серед місцевих жителів. Саме мешканці міста формують враження від культури і самобутності міста, створюють його атмосферу. Зростання зацікавленості місцевого населення в споживанні культурних благ, є необхідною умовою розвитку всієї інфраструктури культурного туризму. Одним з інструментів стимулювання розвитку культурного туризму в Україні і формування загальнонаціональної ідентичності можуть стати державні програми: Програма розвитку краєзнавства на період до 2025 року, Стратегія розвитку туризму і курортів на 2016-2020 роки та власні програми обласних, районних та міських державних адміністрацій. Проте, у довгострокових програмах і стратегіях не надається належної уваги розвитку культурного туризму як чинника сталого регіонального розвитку через відродження пам'яток історії та культури, традиційної народної культури, народних промислів та ремесел.

Висновки. Культурний туризм слід розвивати в Україні як складову використання національної культурної спадщини та розглядати як один з основних засобів пізнання власної країни, формування гордості за її культурні надбання та розвитку міжнародно-

го співробітництва із застосуванням досвіду підтримки культурного туризму в європейських країнах в цілому.

Туризм в Україні може і повинен стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку та оздоровлення, засобом ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням українського народу і держави.

Література

1. Барна М.Ю. Концептуальні підходи до розвитку культурного туризму / М.Ю. Барна // Матеріали наукової конференції "Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції" (м. Львів, 11-12 травня 2017 р.). Львів: ЛТЕУ. 2017. С.62-64.
2. Воропаєва О.В. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, "Економічні проблеми сталого розвитку" (м. Суми, 3-5 квітня 2012 р.). Суми: СумДУ. 2012. Т.3. С.40-41.
3. Девятнадцатая сессия Кёнджу (Респ. Корея) (8-14 окт. 2011 г.) Пункт 10 с) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/a19_10_c_hr_situation_of_the_org_ref_doc_r.pdf
4. Кузьмук О. Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності / О. Кузьмук [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/kuzmuk.htm.

Секція 2

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

АЛДОШИНА Марія, к.е.н., доцент

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків

МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ СУЧАСНОГО ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ НАПРЯМКІВ

Постановка проблеми. За останні роки відновлення після пандемії світова туристична індустрія зазнала значних змін. Але ці зміни дозволили отримати новий погляд на туристичні інтереси споживачів і створювати більш креативні, гнучкі та цілеспрямовані маркетингові кампанії, у галузі яка продовжує розвиватися. Туристи шукають напрямки, які пропонують певні цінності, а інклюзивність і стійкість стають обов'язковими елементами переваги для дестинацій. Якщо узагальнити сутність маркетингової діяльності щодо просування туристичних напрямків то це дістатися до потрібної аудиторії в потрібний момент, у потрібний час із правильним повідомленням. Поведінка туристів, потреби, мотивація та фактори впливу можуть значно відрізнятись залежно від географії, вікової групи та особистих уподобань. Також вони є досить нестійкими, особливо коли існують постійні виклики у галузі. Ось чому вкрай важливо надати унікальний погляд на туристичні пропозиції, які має дестинація, щоб виділити її з-поміж інших. Одним з найефективніших способів є занурення туриста у напрямок перед бронюванням за допомогою інноваційних креативних рекламних рішень.

Виклад основного матеріалу. Серед основних напрямів ефективних рекламних кампаній визначають: креативний відео контент, який допомагає зануритись в атмосферу подорожі ще до її початку та передати основні ціннісні аспекти дестинації в онлайн форматі; захоплюючий контент через створення простих, лаконічних і в одно час елегантних, ефектних та сучасних преміум-цільових сторінок з яскравими зображеннями та потужним сторителінгом, створеними для глибшого дослідження; соціальні медіа є найважливішим каналом натхнення для подорожей покоління Z і другим за значимістю каналом впливу для міленіалів, 87% мандрівників цих груп використовують соціальні мережі як початкове джерело пошуку напряму подорожі. Також потрібно зазначити зростання покоління Z як значної демографічної групи споживчого сегменту у світовому туризмі. Оскільки люди проводять так багато часу в соціальних мережах, спеціальні рішення для просування у цих каналах можуть допомогти встановити комунікаційний зв'язок із певними цільовими аудиторіями [1]. Ще одним актуальним напрямом формування лояльного сприйняття рекламних кампаній серед споживачів туристичних послуг є нативна реклама. Вона дозволяє демонструвати свій бренд за допомогою контекстно релевантних, незаважаючих оголошень, які плавно інтегруються у контент сайту. Оскільки нативна реклама вплетена в подорож мандрівника, вона дає кращі результати. Ці емпіричні оголошення дозволяють демонструвати кілька функцій і зображень в одному місці [2].

Природні формати покращують взаємодію з користувачем. Сучасна реклама, не означає, що вона має бути навязливою чи агресивною. Такий формат реклами дозволяє визначати ефективні нативні місця розташування, які гармоніюють із зовнішнім виглядом

веб-сайту. Метою нативної реклами є покращення загальної взаємодії з користувачем за допомогою націлених місць розташування, які відповідають потребам відвідувачів.

Маркетингові бюджети в умовах кризових зрушень можуть залишатися досі обмеженими. Крос-маркетинг це варіант маркетингової стратегії який дозволяє взаємодоповнюючим брендам об'єднатися в колективну рекламну діяльність, яка зменшить загальні маркетингові витрати. Комплексність туристичної послуги та залучення суб'єктів різних сфер діяльності дає змогу об'єднувати зусилля готельних та авіа компаній, ресторанних та екскурсійних послуг. Також крос-маркетинг може відбуватися в рамках одного економічного або туристичного регіону підсилюючи попит на певні напрямки.

Події також продовжують стимулювати попит на подорожі. Мандрівники готуються відвідати великі події у 2025 році та вже бронюють певні напрямки. Рекламні стратегії регіонів мають корелюватись із датами подій. Налаштування рекламного контенту, наприклад, може підкреслювати близькість вашого помешкання до місця проведення заходу, доступні варіанти транспорту чи спеціальні групові тарифи для власників квитків, щоб збільшити кількість бронювань від відвідувачів заходу [3].

Експериментальні (дослідницькі) подорожі також є однією з тенденцій, що розвивається в туристичному секторі. Все більше туристів шукають справжніх, захоплюючих вражень, які пропонують глибший зв'язок із напрямками, які вони відвідують. Основним мотиваційним чинником є бажання дослідити культуру, зануритися в місцевий спосіб життя, кухню, історію та традиції. Створюючи маркетинговий контент і нативну рекламу для даного виду туризму, потрібно продемонструвати захоплюючі враження, які очікують туриста, а не просто визначати фізичні атрибути та характеристики місця призначення.

Зосереджуючись на враженнях, які може надати місце призначення, маркетологи створюють глибший емоційний зв'язок зі своєю аудиторією та продають не просто напрямок, а незабутні враження.

Прикладом вдалого просування дослідницьких подорожей є компанія Airbnb. Вона пропонує низку унікальних вражень таких як, поїздка на повітряній кулі в пустелях Марракеша, навчання приготування автентичної єгипетської їжі з єгипетським кухарем у Каїрі або участь у традиційній японській чайній церемонії.

Висвітлюючи цей досвід через свої маркетингові кампанії та нативну рекламу, Airbnb успішно задіяв зростаючу тенденцію дослідницьких подорожей [2].

Актуальною залишається тенденція просування DESTINAЦІЙ висвітлених у популярних серіалах та фільмах. До якої доєдналися тревел-блогери з великою You Tube аудиторією. Щоб скористатися цією тенденцією, турагенти можуть створювати цікавий контент де мандрівники відчують себе частиною своєї улюбленої історії. Автентичність має бути рушійною силою цих маркетингових стратегій, дозволяючи мандрівникам долучитися до історії своїх улюблених героїв.

Висновки. У динамічному світі цифрового маркетингу інструменти залучення аудиторії ненав'язливим способом стають все більш популярними та різноманітними. Особливо для маркетингу туристичної галузі це ефективний спосіб гармонійно та природньо вбудовувати повідомлення бренду в існуючий контент цифрових каналів комунікації, таким чином досягаючи ефективного балансу між інформацією та просуванням. Метою сучасного туристичного маркетингу є не факт продажу продукту, а залучення споживачів у воронку за допомогою розглянутих вище інструментів просування на різних етапах, які надихають, викликають зацікавленість аудиторії, спонукаючи її самостійно досліджува-

ти туристичні напрямки чи події.

Література

1. Destination marketing: Expedia Group URL : <https://advertising.expedia.com/getting-started/advertisers/destination-marketing/> (дата звернення: 11.12.2024).
2. How to Promote Your Travel Business Through Native Ads / Jairene Cruz-Eusebio October 17, 2023 URL: <https://www.brax.io/blog/how-to-promote-your-travel-business-through-native-ads-with-examples> (дата звернення: 11.12.2024).
3. Top traveler trends and motivations for 2025: Expedia Group URL: <https://go2.advertising.expedia.com/unpack-25-travel-trends-2025> (дата звернення: 11.12.2024).

БОНДАРЕНКО Вікторія, здобувач вищої освіти, 3 курс
Науковий керівник: **ТЮРІНА Діна**, канд. пед. наук, доцент
Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

SWOT-АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Розвиток інклюзивного туризму в Україні є важливим і актуальним завданням, що базується на кількох ключових аспектах. Світова спільнота дедалі більше приділяє увагу питанням доступності та інклюзії. Інклюзивний туризм перестає бути лише тенденцією, перетворюючись на необхідність сучасного суспільства. Він відповідає запитам на створення комфортних умов для людей із різними потребами, сприяючи формуванню рівних можливостей для всіх.

Розвиток інклюзивного туризму відображає соціально відповідальний підхід бізнесу та держави. Створення доступного середовища для туристів із обмеженими можливостями є вагомим кроком до формування більш справедливого суспільства, де кожна людина має рівні шанси на участь у соціальному та культурному житті.

Інклюзивний туризм відкриває нові можливості для розвитку туристичної галузі. Люди з інвалідністю та їхні супутники формують значний сегмент споживачів, які прагнуть подорожувати. Забезпечення доступності туристичних об'єктів і послуг дозволяє залучати ширшу аудиторію, збільшувати туристичні потоки та відкривати нові ринки. Розвиток інклюзивного туризму сприяє підвищенню репутації України на міжнародній арені. Це демонструє дотримання прав людини та готовність країни створювати комфортні умови для всіх категорій туристів. Такий підхід зміцнює імідж України як прогресивної держави, відкритої для інновацій і співпраці.

Поточна ситуація, зокрема війна, значно підвищує потребу в реабілітації та соціальній адаптації людей, які постраждали. Інклюзивний туризм може стати дієвим інструментом відновлення, сприяючи реабілітації ветеранів, людей із травмами та інших категорій населення, які потребують спеціалізованих умов.

Виклад основного матеріалу. Розвиток інклюзивного туризму в Україні є важливим напрямом, що поєднує соціальні, економічні та іміджеві вигоди, водночас відповідаючи сучасним викликам та потребам суспільства.

Для оцінки потенціалу розвитку інклюзивного туризму в Україні, використовуємо ма-

трицю SWOT-аналізу, яка відображає інтенсивність прояву кожного чинника з подальшим встановленням взаємовпливу.

Таблиця - SWOT-аналіз розвитку інклюзивного туризму в Україні

Сильні сторони — Strengths	Слабкі сторони — Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> · Багатий культурно-історичний потенціал: Україна має велику кількість історичних пам'яток, природних зон, що можуть бути адаптовані для потреб людей з інвалідністю. · Зростання свідомості про інклюзивність: суспільство стає все більш толерантним і відкритим до потреб людей з особливими потребами. · Державна підтримка: держава декларує курс на створення безбар'єрного середовища, що сприяє розвитку інклюзивного туризму. · Розвиток інфраструктури: хоча темпи розвитку недостатні, але спостерігається тенденція до облаштування об'єктів туристичної інфраструктури з урахуванням потреб людей з інвалідністю. · Розвиток громадських організацій: існує ряд громадських організацій, які активно займаються питаннями інклюзії та підтримують розвиток інклюзивного туризму. 	<ul style="list-style-type: none"> • Недостатня доступність інфраструктури: багато туристичних об'єктів та транспортних засобів не адаптовані для людей з інвалідністю. · Низький рівень обізнаності серед туроператорів та готелів: не всі туристичні компанії готові надавати послуги людям з особливими потребами. · Відсутність стандартів доступності: немає єдиних державних стандартів доступності, що ускладнює процес адаптації об'єктів. · Стереотипи та дискримінація: у суспільстві все ще існують стереотипи щодо людей з інвалідністю, що може ускладнювати їхню подорож. · Недостатність кваліфікованого персоналу: бракує спеціалістів, які можуть забезпечити якісний сервіс для людей з інвалідністю.
Можливості — Opportunities	Загрози — Threats
<ul style="list-style-type: none"> · Розвиток технологій: сучасні технології (мобільні додатки, системи навігації) можуть значно полегшити подорожі для людей з інвалідністю. · Зростання попиту: все більше людей з інвалідністю бажають подорожувати, що створює нові ринки. · Міжнародний досвід: Україна може перейняти досвід країн, які вже мають розвинену індустрію інклюзивного туризму. · Партнерство з бізнесом: співпраця з бізнесом може сприяти фінансуванню проектів з адаптації туристичних об'єктів. · Просування інклюзивного туризму: активна промоція інклюзивного туризму може залучити більше туристів. 	<ul style="list-style-type: none"> · Економічна криза: економічні труднощі можуть уповільнити розвиток інклюзивного туризму. · Політична нестабільність: політичні зміни можуть призвести до зміни пріоритетів у розвитку туризму. · Конкуренція з іншими країнами: інші країни активно розвивають інклюзивний туризм, що створює додаткову конкуренцію. · Пандемії та інші надзвичайні ситуації: глобальні кризи можуть негативно вплинути на розвиток туризму в цілому.

SWOT-аналіз забезпечує всебічну оцінку ситуації, враховуючи внутрішні (сильні та слабкі сторони) і зовнішні (можливості та загрози) фактори. Він допомагає визначити пріоритети розвитку, зосередитися на перспективних ініціативах і ефективно використовувати ресурси. Результати аналізу стають основою стратегічного планування, дозволяючи зміцнювати переваги, використовувати можливості та мінімізувати ризики. Це сприяє стабільному розвитку інклюзивного туризму.

Висновки. Отже, SWOT-аналіз є дієвим інструментом для оцінки поточної ситуації, ідентифікації викликів та можливостей, а також розробки стратегії розвитку інклюзивного туризму в Україні. Його застосування дозволяє приймати обґрунтовані рішення та спрямовувати зусилля на досягнення довгострокових цілей.

Розвиток інклюзивного туризму в Україні має значний потенціал, однак для його реалізації необхідно подолати низку викликів. Серед пріоритетних завдань – створення безбар'єрного середовища, підвищення рівня обізнаності серед населення та професіоналів галузі, а також залучення інвестицій у проєкти доступного туризму. Лише комплексний підхід дозволить максимально ефективно використати можливості цього сегмента та сприятиме його сталому розвитку.

Література

1. Бугіль С. Я. Розвиток інклюзивного туризму в Україні як засобу соціальної реабілітації людей з обмеженими можливостями. URL: <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/341/9419/19649-1?inline=1>

БОЧАРОВ Євген, здобувач вищої освіти, 3 курс
Науковий керівник: **ТЮРИНА Діна**, канд. пед. наук, доцент
Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ВПЛИВ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ НА МІЖНАРОДНІ АВІАПЕРЕВЕЗЕННЯ В ЄВРОПІ

Постановка проблеми. Російсько-українська війна спричинила значні зміни у сфері міжнародних авіаперевезень у Європі. Військові дії, закриття повітряного простору та санкції вплинули на авіаційну інфраструктуру, маршрути перевезень і економіку галузі. Ці зміни стали викликом для авіакомпаній, пасажирів і вантажоперевізників, змусивши їх адаптуватися до нових умов.

Виклад основного матеріалу. Для всебічного розуміння впливу російсько-української війни на міжнародні авіаперевезення в Європі необхідно проаналізувати такі ключові аспекти, як закриття повітряного простору та його наслідки, економічний вплив на авіакомпанії, зміни у вантажних перевезеннях і вплив на пасажирські сполучення.

Однією з основних проблем стало закриття повітряного простору України через військові дії. З 24 лютого 2022 року, з початком повномасштабного вторгнення росії, Україна припинила обслуговування цивільної авіації через високий ризик для безпеки польотів. Це спричинило перенаправлення маршрутів європейських авіакомпаній та суттєво вплинуло на міжнародні авіаперевезення. Крім того, санкції європейських країн, які закрили свої аеропорти для російських літаків, викликали відповідну заборону з боку росії для європейських авіаперевізників.

Ще одним важливим викликом для авіакомпаній стало зростання тривалості маршрутів. Через закриття російського повітряного простору рейси до Азії, зокрема до Японії, Китаю чи Південної Кореї, тепер здійснюються через Центральну Азію. Це призводить до збільшення тривалості польотів на кілька годин, зростання витрат на паливо та підви-

щення експлуатаційних витрат.

Не менш важливим питанням залишається закриття ключових українських аеропортів, таких як Бориспіль, Львів чи Одеса, що спричинило значне скорочення доступних маршрутів у регіоні. Це негативно вплинуло на туристичні потоки та міжнародні вантажні перевезення, створивши додаткові виклики для авіаційної галузі.

Закриття повітряного простору України не лише змінило маршрути міжнародних авіаперевезень, але й суттєво вплинуло на фінансову стабільність авіакомпаній, що зіткнулися з новими викликами.

Зростання витрат стало лише одним із численних економічних викликів, які постали перед авіакомпаніями внаслідок змін у геополітичній ситуації. Крім додаткових витрат на пальне та технічне обслуговування, авіаперевізники зіткнулися зі зменшенням авіаційного трафіку.

Через невизначеність та ризики багато рейсів до країн Східної Європи було скасовано, що негативно вплинуло на прибутковість авіакомпаній. На додачу до цього, лізингова криза загострила фінансову ситуацію, створивши труднощі для російських авіаперевізників та європейських лізингодавців, які втратили доступ до своїх активів.

Зміни в авіаційній галузі вплинули не лише на економіку авіакомпаній, а й суттєво трансформували туристичні потоки, транспортні уподобання мандрівників та загальну структуру туристичного ринку.

Закриття повітряного простору у Східній Європі призвело до значних змін у туристичних маршрутах. Туристи, які раніше вилітали з Києва, Львова чи Одеси, тепер звертають увагу на інші європейські міста, такі як Варшава, Прага чи Будапешт. Це спричинило перерозподіл туристичних потоків із Східної до Центральної Європи, змінюючи географію популярних напрямків.

Крім того, зростання вартості авіаквитків через збільшення витрат авіакомпаній зменшило доступність авіаподорожей. Як наслідок, багато мандрівників почали надавати перевагу альтернативним видам транспорту, таким як залізничний чи автобусний. Наприклад, подорожчання рейсів з Європи до Азії через перенаправлення маршрутів змусило туристів обирати коротші поїздки в межах Європи, що підвищило популярність залізничного сполучення, особливо на коротких дистанціях.

Водночас зміни в авіаційній галузі, спричинені війною, мали значний вплив не лише на пасажирські перевезення, але й на логістику вантажів, що особливо позначилося на міжнародних ланцюгах постачання.

Зміни в авіаційній галузі значно вплинули на вантажні перевезення, змушуючи європейські авіавантажні компанії адаптувати свої маршрути до нових умов. Обхід закритого російського повітряного простору призвів до збільшення тривалості маршрутів, особливо до Азії, що позначилося на строках доставки товарів та підвищенні вартості перевезень.

Зростання витрат на пальне та подовження маршрутів спричинили підвищення тарифів на авіавантажні перевезення, створюючи додаткові труднощі для бізнесу та логістики. Це ускладнило ведення міжнародної торгівлі, зокрема для компаній, які покладаються на швидкість авіадоставок.

Додатково, санкції, накладені на російські вантажні авіакомпанії, виключили їх із міжнародного ринку. Це призвело до дефіциту транспортних потужностей у деяких регіонах, що ускладнило логістичні процеси та підвищило навантаження на інших перевізників.

Висновки. Російсько-українська війна радикально трансформувала міжнародну авіаційну галузь у Європі. Попри негативні наслідки для економіки авіакомпаній і туристичних потоків, ці виклики стали стимулом для впровадження інновацій, розвитку сталих технологій і перегляду логістичних підходів. У перспективі перебудова галузі може сприяти її більшій гнучкості, екологічності та стабільності.

Література

1. Висоцька М. П. Глобальні тренди розвитку авіаперевезень. Економіка та суспільство. 2024. Випуск 62 / 2024. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-60> (дата звернення: 11.11.2024).

БУРМА Андрій, здобувач вищої освіти, 3 курс

Науковий керівник: **ПОСТУПНА Олена**, д. держ. упр., професор

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

СУТНІСТЬ, ВИДИ ТА НАЙБІЛЬШ ПОПУЛЯРНІ ТУРИСТИЧНІ ПОДОРОЖІ З МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ

Постановка проблеми. Медичний туризм як один із нових сегментів індустрії туризму у світі лише формується, тож його сутність у науковому середовищі ще немає усталеної позиції. Серед термінів зустрічається лікувально-оздоровчий, санаторно-оздоровчий, санаторно-лікувальний, медичний, медичний лікувально-оздоровчий туризм. Відсутність чіткого формулювання терміну «медичний туризм», в тому числі в правових документах, спричиняє деякі складнощі, пов'язані з розкриттям його сутності, визначення функцій, ознак, специфіки та окреслення комплексу надаваних послуг, переліку необхідної інфраструктури та ємності бази розміщення подорожуючих [5]. У багатьох країнах, навіть, спостерігається плутанина з приводу визначення статусу людей, які вирушають у подорож з медичними цілями, – їх називають туристами, пацієнтами, хворими, відпочиваючими, рекреантами тощо. В деяких країнах туристів поділяють на особливі категорії: звичайний, лікувальний чи медичний турист; звичайний чи відпочиваючий пацієнт.

Виклад основного матеріалу. Щодо визначення сутності медичного туризму, то на рівні міжнародних організацій його трактують, як вид туристичної діяльності, що передбачає застосування доказової медицини, лікувальних ресурсів і медичних послуг з можливим поєднанням дозвілля й розваг; відокремлюють два напрями – медичний туризм, тобто подорожі з метою оздоровлення, косметичних та інших процедур, та медична подорож – подорож з метою отримання лікування [4].

В українській науковій літературі існують різні підходи до визначення терміну «медичний туризм» – одні його ототожнюють з лікувально-оздоровчим туризмом, другі – зі спа-лікувальним, треті – з профілактичним (велнес-туризмом), четверті – з пологовим тощо. Часто медичний туризм ще називають клінічним медичним туризмом, оскільки турист приїжджає за медичною допомогою до багато- чи вузькопрофільних клінік, лікарень, медичних центрів. Є ті, що розглядають медичний туризм як новий сегмент соціально-економічної сфери, розвиток якого обумовлений глобалізаційними процесами та

вимагає своєрідного підходу, що враховує різноманітні мотиви проведення лікування, оздоровлення. Деякі автори вважають, що медичний туризм суттєво відрізняється від лікувального саме клінічним втручанням. Більшість дослідників під медичним туризмом розуміють вид господарської діяльності, що спрямована на надання послуг із діагностики, лікування та профілактики захворювань причому, як в рідній країні, так і за межами країни проживання.

Оскільки й досі у наукових дослідженнях та правових актах немає чіткого тлумачення дефініції «медичний туризм», то, враховуючи різні підходи до визначення її сутності, пропонуємо розглядати цей вид туризму, як окремий вид економічної діяльності, який характеризується наданням споживачу одночасно туристичних і медичних послуг.

На жаль, немає чіткості й у визначенні видів медичного туризму. В науковій літературі існують різні класифікаційні підходи, здебільшого за певними ознаками, зокрема, за DESTИНАЦІЯМИ – основними зонами концентрації потоків медичних туристів; за видами та організаційними формами; за видом захворювання чи необхідною медичною допомогою (направлення); за рівнем легальності здійснення медичних процедур тощо. На міжнародному рівні в медичному туризмі виділяють 4 основні групи: 1) діагностування – для визначення точного діагнозу захворювання; 2) лікування – здійснюється за різними медичними напрямками; 3) реабілітація – використовують традиційні методи відновлення (метод Бобат, Войта-терапія та ін.) та експериментальні методики; 4) профілактика – частіше для проходження чек-ап обстеження – комплексна діагностика організму, дозволяє виявити схильність до захворювання або саму хворобу на ранніх етапах [1]. У професійному середовищі виділяють ще одну групу медичного туризму – естетичну медицину, до якої відносять оздоровчі та косметичні процедури, пластичну хірургію та бариатрію (зниження ваги хірургічним способом), пересадку волосся, косметичну стоматологію.

Варто відмітити, що клініки медичного туризму розміщені по всьому світу, а спрямованість їхньої діяльності залежить від розвитку охорони здоров'я в даній країні, використанням інноваційних методів і методик, підходів до лікування, наявним сучасним високотехнологічним медичним обладнанням, доступністю ліків. Серед популярних напрямків медичного туризму є: Ізраїль – використовують прогресивні медичні технології в онкології та кардіології, а також найбільш затребувані напрямки: гематологія, нейрохірургія, неврологія, гінекологія, діагностика та чек-ап; Німеччина – висока якість медичних послуг, сучасно обладнані клініки; напрямки – онкологія, кардіологія / кардіохірургія, неврологія / нейрохірургія, діагностика; Туреччина – напрямки: онкологія, онкогематологія та пересадка кісткового мозку, нейрохірургія, стоматологія, пересадка волосся та пластичні операції, лікування безпліддя; Південна Корея – косметичні й пластичні операції, а також онкологія, нейрохірургія, чек-ап; Австрія, Чехія, Швейцарія, Угорщина – широка мережа бальнеологічних курортів; Таїланд – пропонуються СПА програми, стоматологічне лікування; Індія, Індонезія – пропонуються програми йоги, аюрверди, традиційної азійської медицини; США, Канада – сучасні оздоровчі програми [3].

Основними напрямками медичного туризму в Україні є репродуктивна медицина, стоматологія, офтальмологія, кардіологія, естетична медицина та косметологія, пластична хірургія, санаторно-курортне лікування, лікувально стовбуровими клітками, в тому числі можливість використання банку пуповинної крові [2]. Україна багата на природні лікувальні ресурси, що застосовуються у санаторному лікуванні хворих з патологією опор-

но-рухового апарату. Крім того, в Україні під час подорожі в рамках медичного туризму є можливість поєднувати лікування / зміцнення здоров'я із відвідуванням місцевих туристичних об'єктів на будь-який смак (природні, культурно-історичні, археологічні, архітектурні та ін.), знайомством з традиціями української культури й кухні.

Висновки. Зі збільшенням у світі потоку пацієнтів прискорився розвиток медичного туризму, який, як новий сегмент соціально-економічної сфери, торкається не тільки промисловості охорони здоров'я, але й галузі туризму. У свою чергу, сам медичний туризм породжує нову концепцію сучасної галузі охорони здоров'я. Не маючи можливості вирішити медичну проблему у своїй країні, турист обирає країну, лікаря та клініку, де йому можуть запропонувати найбільш сучасне та своєчасне обстеження, діагностування та лікування.

Література

1. Медичний туризм: популярні напрямки / В. Стенка, А. Честнейша. Bookimed. URL : <https://ua.bookimed.com/article/medicinskij-turizm/>.
2. Медичний туризм в Києві і Україні. Українська асоціація медичного туризму. URL : <https://uamt.com.ua/UA/lechenie-uk/lechenie-za-rubezhom-uk.html>.
3. Medical Tourism Patient Survey. MedicalTourism.com. URL : <https://www.medicaltourism.com/>.
4. Outbreak of suspected fungal meningitis associated with surgical procedures performed under spinal anaesthesia – the United States of America and Mexico. World Health Organization. URL : <https://www.who.int/emergencies/disease-outbreak-news/item/2023-DON470>.
5. Stryzhak O., Akhmedova O., Postupna O., Shchepanskiy E., Tiurina D. National Brand, Tourism and Human Development: Analysis of the Relationship and Distribution. Journal of Distribution Science. Korea: Korea Distribution Science Association, 2021. Vol. 19, Is. 12. P. 37-41. URL : <http://koreascience.or.kr/article/JAKO202135154064594.page>.

ДІЩУК Михайло, здобувач вищої освіти, 4 курс

Науковий керівник: **ТЮРИНА Діна**, канд. пед. наук, доцент

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БАЙКПАКІНГУ: НАВІГАЦІЯ, СПОРЯДЖЕННЯ, МОБІЛЬНІ ДОДАТКИ

Постановка проблеми. Байкпакінг, або велосипедний туризм з ночівлею, переживає справжній розквіт завдяки розвитку технологій. Сучасні гаджети та програмне забезпечення значно спрощують планування маршрутів, забезпечують безпеку подорожей і роблять байкпакінг більш доступним для широкого кола ентузіастів.

Виклад основного матеріалу. Велосипедні туристи традиційно використовували паперові карти, які не залежать від батареї чи сигналу. Однак вони потребують навичок орієнтування та не завжди відповідають сучасним вимогам. Сьогодні GPS-навігатори та мобільні додатки спрощують навігацію, дозволяючи точно визначати місцезнаходження, планувати маршрути й відстежувати шлях, роблячи подорожі комфортнішими й без-

печнішими.

GPS-навігатори – це компактні пристрої розроблені спеціально для активного відпочинку. Вони оснащені великим екраном, який зручний для використання у дорозі. GPS-навігатори дозволяють: завантажувати детальні топографічні карти; створювати власні маршрути відповідно до потреб туриста; відстежувати статистику подорожі, включаючи швидкість, висоту та пройдену відстань.

Мобільні додатки в смартфонах з GPS та спеціальними додатками можуть стати альтернативою окремим пристроям. Серед їхніх переваг: широкий функціонал, що дозволяє будувати маршрути, стежити за зміною рельєфу та навіть контролювати життєві показники; можливість завантаження офлайн-карт, що важливо для місцевостей без покриття мережі; зручність використання, адже телефон завжди під рукою.

Таким чином, у байкпакінгу важливо обирати інструмент навігації, який відповідає конкретним потребам та умовам подорожі. Традиційні карти надають базову інформацію, тоді як сучасні технології пропонують розширені можливості для більшої свободи та впевненості на маршруті.

Окрім того, мобільні додатки стали незамінними помічниками для байкпакерів. Вони суттєво полегшують життя велосипедистам, відкриваючи нові можливості для планування та організації подорожей. Від навігації до бронювання місць для ночівлі – функціонал додатків охоплює всі ключові аспекти байкпакінгу. Завдяки цим технологіям туристи можуть зосередитися на головному – насолоді від подорожі.

Планування маршруту та орієнтація на місцевості – основні завдання для будь-якого велосипедиста. Популярні додатки, такі як Google Maps, Maps.me та OSMAnd, надають зручні інструменти для будівництва велосипедних маршрутів. Вони дозволяють: відстежувати своє місцезнаходження в реальному часі; завантажувати офлайн-карти для подорожей у місцевостях без покриття мобільної мережі; знаходити цікаві місця, зупинки чи кафе вздовж маршруту.

Знайти місце для відпочинку тепер можна за кілька кліків за допомогою додатків для пошуку ночівлі. Такі сервіси, як Booking.com та Hostelworld, пропонують широкий вибір варіантів розміщення – від кемпінгів до хостелів і готелів. Завдяки цим платформам байкпакери можуть: заздалегідь бронювати місце ночівлі; переглядати відгуки та фотографії; обирати оптимальні варіанти за ціною та зручністю.

Додатки, орієнтовані на велосипедистів, такі як Strava та Komoot, перетворюють подорожі на соціальний досвід. Вони допомагають: ділитися власними маршрутами з іншими учасниками спільноти; аналізувати прогрес завдяки детальній статистиці; знаходити одноподумців, обговорювати маршрути та отримувати корисні поради.

Мобільні додатки стали важливим елементом сучасного байкпакінгу. Вони не лише спрощують планування, а й роблять подорожі більш безпечними, комфортними та цікавими. Завдяки таким технологіям велосипедисти можуть насолоджуватися дорогою, не переймаючись організаційними питаннями.

Окрім мобільних додатків, сучасні технології активно впроваджуються й у розробку спеціального спорядження для байкпакінгу. Інноваційні пристрої та аксесуари допомагають велосипедистам зробити свої подорожі не лише комфортнішими, але й безпечнішими. Розгляньмо ключові елементи такого спорядження.

По-перше, це інтегровані світлодіодні фари, які зібрали в собі найкраще з двох світів: яскраве світло і тривалий час роботи. Сучасні моделі часто оснащуються датчиками

освітленості, які автоматично регулюють яскравість світла.

По-друге, велокомп'ютери. Ці пристрої дозволяють відстежувати швидкість, відстань, пульс, каденс і багато інших параметрів. Деякі моделі інтегруються з GPS-навігаторами і дозволяють будувати профілі висот і аналізувати дані про поїздку.

По-третє, сонячні зарядні пристрої: Для підзарядки гаджетів у дорозі можна використовувати портативні сонячні панелі. Вони дозволяють заряджати смартфони, GPS-навігатори і інші пристрої прямо під час поїздки.

Висновки. Сучасні технології зробили байкпакінг комфортнішим, безпечнішим і доступнішим. GPS-навігатори, мобільні додатки та інноваційне спорядження не лише спрощують організацію подорожей, а й розширюють можливості велосипедистів.

Література

1. Редько В.Є., Росошик Ю.С. Міжнародний досвід популяризації велосипедного туризму. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2020. Випуск 50. С.15-21.

ІВАНЧУК Світлана, к.е.н., доцент

СТЕПАНЮК Олександр, здобувач вищої освіти

Національний транспортний університет, м. Київ

НАУКОВІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Екологічний туризм є значущим сектором Всесвітньої туристської індустрії (12-30% світового туристського потоку) [1]. Дослідження Європейською федерацією зеленого туризму показують, що середній щорічний темп розвитку сегменту сільського туризму (без урахування екскурсійної діяльності) протягом останніх 10-15 років склав 10-15%, що набагато вище, ніж темп приросту європейського туризму загалом (4-5%) [2].

У сегменті зеленого туризму зосереджено до 20% місць розміщення. Тому Україна прагне посісти чільне місце в європейському та світовому туристському співтоваристві в сфері зеленого туризму. Важливість зеленого туризму як одного з перспективних видів діяльності підкреслюють багато вчених і практиків. Вирішення низки проблем розвитку сільської місцевості (відтік молоді в міста, зниження зайнятості, низькі доходи сільського населення тощо) фахівці пов'язують з диверсифікацією сільської економіки. Одним з перспективних напрямів є туристська діяльність, яка за порівняно низьких витрат дає змогу вирішувати комплекс завдань соціально-економічного розвитку села.

Екологічний туризм, як важлива складова сталого розвитку, стикається з численними викликами та проблемами[3].

По-перше, зростаючий інтерес до екологічного туризму призводить до збільшення навантаження на природні ресурси, що може загрожувати екосистемам.

По-друге, недостатня інфраструктура та відсутність належних умов для розвитку екологічного туризму в Україні обмежують можливості для залучення туристів.

По-третє, існує потреба в підвищенні екологічної свідомості як серед туристів, так і серед місцевого населення, що є важливим аспектом для успішного розвитку цього сегмента.

Фактори що впливають на розвиток економічних систем наведемо в таблиці.

Таблиця – Фактори впливу на екологічний туризм в світі

Фактори	Характеристика впливу
Зростаючий інтерес до сталого туризму	У сучасному світі все більше людей усвідомлюють важливість збереження навколишнього середовища та обирають екологічно чисті види відпочинку. Це створює попит на екологічний туризм.
Необхідність збереження природних ресурсів	В Україні є багатий природний потенціал, який потребує захисту. Розвиток екологічного туризму може стати ефективним інструментом для збереження природних територій і біорізноманіття.
Економічний розвиток регіонів	Екологічний туризм може сприяти економічному розвитку сільських і віддалених регіонів, створюючи нові робочі місця та джерела доходу для місцевих громад.
Вивчення світового досвіду	Аналіз міжнародних практик у сфері екологічного туризму дозволяє виявити ефективні стратегії та підходи, які можуть бути адаптовані до українських умов.
Необхідність наукових досліджень	Для успішного розвитку екологічного туризму потрібні наукові дослідження, які допоможуть визначити ключові аспекти його формування та розвитку, а також впровадження інноваційних рішень.

Джерело: сформовано авторами

Війна в Україні, яка розпочалася в 2014 році і загострилася з 2022 року, має значний вплив на всі аспекти життя країни, включаючи екологічний туризм. Це явище викликане не лише безпосередніми наслідками конфлікту, але й змінами в суспільно-економічній ситуації. Розглянемо основні аспекти впливу війни на екологічний туризм в Україні.

Війна призвела до зниження туристичної привабливості України, оскільки багато міжнародних туристів уникали поїздок до регіонів, які перебувають у зоні конфлікту. Це негативно вплинуло на розвиток екологічного туризму, оскільки багато природних заповідників і національних парків, які могли б бути популярними серед туристів, стали менш доступними.

Конфлікт може призводити до пошкодження природних ресурсів через військові дії. Наприклад, забруднення води в ріках і водоймах може відбуватися через використання небезпечних матеріалів або відходів військових дій. Це може негативно вплинути на екосистеми та зменшити їх привабливість для екологічного туризму.

Війна призвела до зменшення інвестицій у туристичну інфраструктуру, що ускладнює розвиток екологічного туризму. Багато проектів, спрямованих на покращення інфраструктури для туристів (гостинці, інформаційні центри, екологічні стежки), були заморожені або скасовані.

В умовах війни акцент може зміщуватися з розвитку екологічного туризму на інші форми туризму, такі як патріотичний або історичний туризм. Це може призвести до зменшення уваги до екологічних аспектів і сталого розвитку.

На іншій стороні, війна може підвищити усвідомленість населення щодо важливості збереження навколишнього середовища та екологічного туризму. В умовах кризи люди можуть більше цінувати природу та її ресурси, що може стимулювати розвиток екологіч-

ного туризму після закінчення конфлікту.

Висновки. Отже, війна в Україні має значний негативний вплив на екологічний туризм, знижуючи його привабливість і обмежуючи можливості для розвитку. Проте після закінчення конфлікту існує потенціал для відновлення та розвитку цього сегмента завдяки підвищенню усвідомленості про важливість охорони навколишнього середовища та сталого використання природних ресурсів.

Таким чином, дослідження наукових засад розвитку екологічного туризму в Україні та світі є надзвичайно актуальним і потребує комплексного підходу. Це включає аналіз проблем, що перешкоджають розвитку, вивчення світового досвіду та розробку рекомендацій для впровадження ефективних стратегій у цій галузі. Результати таких досліджень можуть суттєво сприяти формуванню конкурентоспроможного екологічного туристичного продукту в Україні.

Література

1. Туристичний бізнес: виклики та можливості розвитку : зб. наук. ст. студ. заоч. форми навч. Ч. 1 / відп. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. – 138 с.
2. Белікова М.В., Прусс В.Л. Сучасні трансформації світової сфери туризму. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 6 (17) 2018. С.21. https://www.eastern-europe-ebm.in.ua/journal/17_2018/17_2018.pdf
3. Реалії та перспективи еколого-освітньої роботи в парадигмі стійкого розвитку : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (5 жовтня 2022 р.). Селезівка : Поліський природний заповідник, 2022. – 163 с

КАЛЬКО Андрій, д.геогр.н., професор

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

КОВАЛЬЧУК Сергій, к. с.-г. н.

ВСП «Рівненський технічний фаховий коледж НУВГП», м. Рівне

ЛИХАЧ Анастасія, здобувач вищої освіти

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

ЗАКЛАДИ РОЗМІЩЕННЯ ТУРУ «ЗВЯГЕЛЬ: МІСТО ІСТОРІЇ»

Постановка проблеми. Актуальність мілітарного туризму, що охоплює відвідування історичних місць битв, військових меморіалів, музеїв, участь у реконструкціях битв і військових фестивалях, полягає в його значному потенціалі для розвитку туристичної галузі, збереження культурної спадщини і знанні громадян про важливі історичні події. Одним із міст, яке має значний потенціал для розвитку мілітарного туризму в Україні, є Звягель [1].

Даній темі, з огляду на тривалу і трагічну для нас війну росії проти України, присвячуються праці О. Любіцевої, Д. Каднічанського, В. Кіптенко, В. Кушнарєва, О. Поліщук, Г. Заячківської, І. Винниченко І. та ін.

Виклад основного матеріалу. Місто Звягель у Житомирській області має свою унікальну історію та культурну спадщину, які впливають на формування мілітарного туризму в

регіоні. Звягель традиційно був важливим воєнним центром, а перші писемні згадки про нього датуються XVI ст. У XVI-XVII ст. місто належало Волинському воєводству Польської корони, а у 1793 р. Звягель разом з іншими територіями Волині був анексований Російською імперією в результаті другого поділу Речі Посполитої і став центром Волинської губернії, змінивши назву на Новоград-Волинський [2].

Однак через відсутність достатніх будівель для губернських установ і нестачу коштів на їх будівництво, місто залишилося повітовим. Після російсько-французької війни 1812 р. територія України стала базою для 1 та 2 царських армій, значні військові формування розташувалися на Волині [3], а Новоград-Волинський став одним із центрів декабристського руху, після поразки повстання якого багатьох членів було вислано до Сибіру [2].

Протягом II Світової війни місто було в епіцентрі значних військових дій і страждало від окупації. Не зважаючи на запеклу оборону, 7 липня 1941 р. воно було захоплене нацистськими військами. Протягом липня-вересня 1941 р. окупаційні сили знищили майже 6 тисяч мешканців, головним чином євреїв. 3 січня 1944 р. радянські війська знову увійшли до міста [2].

Основною метою туристичного маршруту є висвітлення потенціалу мілітарного туризму Звягеля. Програма туру складається з трьох днів (табл. 1).

Таблиця 1 – Програма туру «Звягель: місто історії»

Час	Суть програми		
1 день		2 день	
10:00-11:30	Екскурсія «Історія Звягельського замку». Спуск у підземелля. Підйом на замок з можливістю VR-огляду замку у його початковому вигляді.	9:00-10:00	Сніданок.
12:00-13:00	Обідня перерва.	10:30-12:00	Екскурсія автобусом по м. Звягель. Огляд пам'яток.
13:10-14:30	Екскурсія будинком Мезенцева. Прогулянка дендропарком.	12:10-13:10	Колишня в'язниця. Огляд залишків будівлі та прилеглих територій. Програма гіда «Історія створення та реконструкції в'язниці». Огляд особистих справ в'язнів.
14:50-17:30	Залізничний міст (Віадук). Підйом на залізничний міст. Прогулянка мальовничими краєвидами поблизу гранітних скель. Перегляд фільму під відкритим небом.	13:10-14:30	Обід.
17:40-17:55	Доїзд до готелю.	14:40-15:30	Екскурсія до гарматного напівкапоніра та бронеконпака. Спуск у підземелля. Історія експлуатації та використання споруд під час війни
18:00	Заселення до готелю.	15:30-16:00	Від'їзд автобусом до с. Гульськ.
3 19.00	Вільний час	16:00-17:30	Гульська міна. Екскурсія «Лінія оборони Сталіна». Огляд підземних приміщень групи дотів «Гульська міна».

		17:30-18:00	Повернення до готелю
		З 18.10	Вільний час
3 день			
9:00-10:00	Сніданок	11:20-13:00	Музей родини Косачів. Ознайомлення з творчістю Олени Пчілки та Лесі Українки. Виставка колекції прижиттєвих видань (XIX–XX ст.). Участь у тематичних заходах, концерт класичної музики, презентації книг та виставки.
10:10-11:10	Краєзнавчий музей. 5 експозиційних залів, де представлені розділи геології, етнографії, археології, середньовіччя та окремий розділ присвячений періоду II Світової війни.	13:10-14:00	Обід у ресторані
		14:10	Закінчення туру. Прощання з туристами.

Тур розпочинається з візиту до Звягельського замку, однієї з найстаріших фортифікаційних споруд міста.

Перший день туру завершується відвіданням Моста-Віадук, однієї з найвеличніших інженерних споруд. Міст, побудований у XIX ст., став важливим транспортним вузлом і стратегічним об'єктом під час багатьох воєн.

Особливості: прогулянка по мосту з розповіддю про його історію та значення; відвідання місцевого музею, де зберігаються експонати, пов'язані з мостом за різних епох; панорамний огляд міста з мосту, що дозволяє побачити найважливіші історичні місця Звягеля.

Після відвідання пам'яток туристи мають можливість заселитися до готелю для відпочинку. Обраний готель є найкращим, знаходиться за межами міста та має гарну, озеленену територію (табл. 2).

Таблиця 2 – Заклад для розміщення учасників туру «Звягель: місто історії»

Адреса	Готель	Тип номера	Вартість на добу	місць
м. Звягель, вул. Корецьке шосе, 13	Готельно-ресторанний комплекс «Тополя»	Стандарт Два одномісних ліжка	550 грн.	2
		Напівлюкс Двомісне ліжко	1150 грн.	1

Другий день туру починається з автобусної екскурсії містом Звягель, яка дає можливість оглянути найважливіші історичні та культурні пам'ятки міста. Після завершення екскурсії туристи можуть відпочити в місцевому ресторані на вибір, обговорити побачене та поділитися враженнями.

Висновки. Отож, для успішного просування туру «Звягель: місто історії» доцільною є розробка комплексної маркетингової стратегії, яка включатиме в себе використання сучасних засобів комунікації, співпрацю з туристичними агентствами та інфлюенсерами, участь у туристичних заходах.

Література

1. Калько А. Д., Коротун С. І., Скорина Т. М., Раковський К. С., Лихач А. О. Заклади харчування та розміщення мілітарного туру «Звягель: місто історії». Індустрія гостинності: стан, тенденції та тренди розвитку: матеріали II Всеукр. наук.-практ. конференції «» (17 жовтня 2024 р.). Вінниця: ВТЕІ ДТЕУ, 2024. С. 238-245.
2. Віртуальний музей міста Звягель (Новоград-Волинський). [Електронний ресурс] : [Сайт]. URL: <https://zwiahel.info/> (дата звернення 24.02.2024).
3. Місто. Новоград.City. [Електронний ресурс] : [Сайт]. URL: <https://novograd.city/articles/events> (дата звернення 25.02.2024).

КІЩЕНКО Аміна, здобувачка вищої освіти, 1 курс,
Науковий керівник: **ПОГУДА Наталія**, д. е. н., доцент
Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Постановка проблеми. Сучасний готельно-ресторанний бізнес є одним з найбільш динамічних і прибуткових сегментів індустрії гостинності. Завдяки процесам глобалізації та розвитку туризму попит на послуги готелів і ресторанів постійно зростає, що сприяє економічному прогресу та створенню нових робочих місць. Однак, разом із позитивними ефектами, ця галузь також викликає низку проблем для суспільства та навколишнього середовища. Серед основних викликів варто зазначити надмірне використання природних ресурсів, накопичення значної кількості відходів та недостатню увагу до екологічних аспектів діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Зростаюча обізнаність споживачів щодо соціальних і екологічних питань підвищує їхні вимоги до соціальної відповідальності компаній.

Постановка проблеми полягає в тому, що багато підприємств готельно-ресторанної сфери орієнтовані лише на отримання прибутку, нехтуючи соціальними й екологічними аспектами своєї діяльності. Такі підходи можуть призвести до зниження довіри з боку споживачів, негативного впливу на навколишнє середовище та створення напружених соціальних умов серед працівників. Вирішення цієї проблеми потребує впровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу, що охоплює комплекс заходів, спрямованих на сталий розвиток, етичне управління та підтримку соціальних ініціатив.

Виклад основного матеріалу. Соціальна відповідальність у готельно-ресторанному бізнесі є важливим елементом взаємодії з усіма стейкхолдерами. Серед найбільш вагомих учасників варто виокремити клієнтів, які очікують від готельних і ресторанних закладів не тільки високоякісні послуги, але й етичне ставлення до довкілля та соціальних питань. Соціально відповідальні компанії, які дотримуються етичних стандартів, можуть залучити лояльних клієнтів, які підтримують сталий розвиток; співробітники, для яких важливо забезпечити належні умови праці, гідну оплату, а також сприяти розвитку професійних навичок працівників; постачальники, від взаємодії із якими можна досягти зменшення екологічного впливу і забезпечити бізнес продуктами та послугами, що відповідають високим стандартам і принципам сталого розвитку; інвестори та суспільство

(бізнес повинен брати на себе відповідальність за вплив на довкілля і на соціальні процеси в регіоні).

Найбільш поширеними напрямками соціальної відповідальності, які реалізується підприємствами готельно-ресторанного бізнесу доцільно розглянути:

Екологічна відповідальність, де готельно-ресторанний бізнес споживає значні ресурси, такі як вода, електроенергія, харчові продукти. Тому, важливо знижувати негативний вплив на довкілля. Готелі та ресторани впроваджують та можуть підтримувати наступні екологічні ініціативи:

- використання енергоефективних технологій (LED-освітлення, інтелектуальні системи освітлення та датчики руху, сонячні панелі та інші відновлювані джерела енергії);
- сортування та переробка сміття;
- зменшення використання одноразового пластику;
- використання локальних та органічних продуктів для приготування страв.

За даними дослідження Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), готелі, які впроваджують еко-програми, не тільки знижують витрати, але й підвищують лояльність клієнтів [1].

Розвиток персоналу, оскільки соціальна відповідальність включає забезпечення належних умов праці для співробітників. Важливо дотримуватися трудового законодавства, створювати комфортні умови та надавати можливості для навчання і розвитку. Це може включати як справедливу оплату праці та дотримання стандартів безпеки, так і регулярні тренінги для підвищення кваліфікації та програми підтримки здоров'я та добробуту працівників.

Готельні мережі, такі як Marriott International, впроваджують ініціативи для розвитку персоналу та забезпечують рівні можливості незалежно від гендерної чи національної приналежності [2].

Залучення та підтримка місцевої громади, що включає:

- підтримку місцевих підприємців та постачальників;
- участь у благодійних ініціативах та соціальних проектах;
- організацію освітніх програм та стажувань для місцевої молоді.

Наприклад, мережа готелів Hilton активно підтримує локальні громади через ініціативу Travel with Purpose, яка спрямована на створення 1 мільйона можливостей для місцевих жителів до 2030 року [3].

Відповідальність перед клієнтами, де надання якісних послуг та турбота про клієнтів є ключовими аспектами соціальної відповідальності. Це включає:

- дотримання стандартів якості та безпеки харчових продуктів;
- створення інклюзивного середовища для всіх гостей, включно з людьми з особливими потребами;
- впровадження політик прозорості та захисту персональних даних клієнтів.

Незважаючи на очевидні переваги, впровадження соціальної відповідальності має свої виклики, до найбільш вагомих належать:

- фінансові витрати;
- нестача знань і навичок, оскільки не всі підприємці обізнані з принципами соціальної відповідальності;
- необхідність довгострокового планування, так як ефект від соціальних ініціатив проявляється не відразу, що може бути складно для малого бізнесу, до якого належить

значна частина підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Однак, у довгостроковій перспективі соціально відповідальний бізнес отримує переваги у вигляді позитивного іміджу, лояльності клієнтів та підвищеної ефективності.

Соціальна відповідальність у готельно-ресторанному бізнесі є не лише важливим аспектом сучасного управління, а й стратегічним інструментом для досягнення сталого розвитку та конкурентоспроможності. Упровадження соціально відповідальних практик дозволяє підприємствам забезпечити баланс між отриманням прибутку та створенням позитивного впливу на суспільство й довкілля.

Висновки. Таким чином, соціальна відповідальність у готельно-ресторанному бізнесі – це не лише модний тренд, а необхідна умова для успішного й стійкого розвитку в сучасному світі. Компанії, які впроваджують соціально відповідальні практики, отримують численні переваги, такі як підвищення репутації, лояльність клієнтів, оптимізація витрат та позитивний вплив на навколишнє середовище та суспільство загалом. Майбутнє готельно-ресторанної індустрії залежить від здатності підприємств поєднувати прибутковість із відповідальністю перед людьми та планетою.

Література

1. World Tourism Organization. Sustainable Development of Tourism. URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development> (дата звернення: 11.12.2024).
2. Marriott International. Environmental, Social & Governance Global Progress. URL: <https://serve360.marriott.com/wp-content/uploads/2024/07/2024ESGProgress.pdf> (дата звернення: 11.12.2024).
3. Hilton. Travel with Purpose 2023 Report. URL: <https://esg.hilton.com/wp-content/uploads/sites/4/2024/05/2023-Travel-with-Purpose-Report-ADA-final.pdf> (дата звернення: 11.12.2024).

КРУПСЬКИЙ Олександр, к. психол. н., доцент

СТАСЮК Юлія, старший викладач

Дніпровський національний університет ім. Олесь Гончара, м. Дніпро

ПСИХОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК НОВИЙ ТРЕНД У РЕКРЕАЦІЙНІЙ ІНДУСТРІЇ

У сучасному світі зростає популярність туризму, орієнтованого на психологічне «відтворення» особистості, що поєднує відпочинок, психотерапію та саморозвиток. Зростаючий попит на подорожі, які забезпечують емоційно значущі та трансформуючі досвіди, вимагає розширення розуміння психологічних аспектів туризму, таких як зниження стресу, самопізнання, соціальна взаємодія та культурне збагачення. Це актуалізує потребу у вивченні механізмів впливу туризму на гармонізацію внутрішнього стану особистості та її взаємин із навколишнім світом.

Водночас туризм загалом, зокрема й психологічний туризм, має як позитивний вплив на особистість, так і створює виклики для довкілля, зокрема ризики для збереження культурних та природних ресурсів [4]. Використання таких методів, як ландшафтна терапія, фототерапія, анімалотерапія чи відвідування «місць сили», вимагає більш глибокого

аналізу їхньої ефективності та впливу на громади і природу. Психологічний туризм – це «особливий інноваційний вид туризму, що доповнює традиційний турпродукт професійним психологічним супроводом і дозволяє забезпечити не тільки фізичне відновлення організму людини, але й відновлення та / або розвиток її психологічних ресурсів» [2, С. 170].

Психологічний туризм є перспективним напрямом розвитку рекреаційної індустрії, який інтегрує елементи психотерапії, саморозвитку та культурного пізнання. Він спрямований на задоволення зростаючого запиту суспільства на відпочинок, що виходить за межі традиційного. Це складна комплексна діяльність, яка допомагає особистості відновити психоемоційний баланс, поглибити самопізнання та знайти гармонію із собою і навколишнім світом. Важливим аспектом є поєднання внутрішньої роботи з вивченням культурного середовища, що сприяє формуванню нового світогляду. У програму психологічного туризму доцільно включати такі елементи як медитація, консультації з психологами, навчання, відвідування історичних «місць сили» [1].

Однією з ключових складових програм психологічного туризму є медитація. Ця практика допомагає зменшити рівень стресу, гармонізувати емоційний стан і покращити якість взаємодії із соціальним та природним середовищем. Медитація особливо ефективна у поєднанні з природними ландшафтами, що створюють умови для емоційного розвантаження та поглибленого самоспостереження. Завдяки цьому учасники турів отримують не лише естетичне задоволення, а й інструменти для внутрішнього перезавантаження. Цей елемент є одним із найбільш затребуваних у програмах, орієнтованих на емоційний і духовний розвиток, але потрібно не забувати про консультації із відповідними спеціалістами.

Культурно-пізнавальні аспекти подорожей є невіддільною частиною психологічного туризму. Занурення у традиції, історію та культуру відвідуваної місцевості дає можливість учасникам переосмислити власний досвід у контексті нового середовища. Це не лише збагачує світогляд, а й сприяє формуванню відкритості до різноманіття світу. У таких подорожах людина глибше усвідомлює власні цінності, отримуючи натхнення для подальшого саморозвитку [5]. Відвідування історичних і природних «місць сили» є ще одним потужним інструментом для гармонізації внутрішнього стану. Ці місця мають особливу енергетику, яка сприяє зосередженню, самозаглибленню та відновленню духовної рівноваги. Вони стають простором, де учасники можуть позбутися внутрішньої напруги та знайти джерела нової енергії. Саме відчуття зв'язку з природою й історією часто стає трансформуючим досвідом для учасників таких програм.

Загалом, психологічний туризм є багатовимірним феноменом, який є перспективним не лише для покращення психічного здоров'я, але й для розвитку нових форм взаємодії між людиною, природою та суспільством [1]. Психологічний туризм базується на дослідженні природних та культурних аспектів середовища та включає різноманітні методи. Наприклад, фототерапія включає піші прогулянки та роботу з фотокамерою для розв'язання психологічних проблем. Евдемотерапія допомагає досягти єдності і гармонії душі, духа та тіла, використовуючи природні та духовні місця, природу та історичні об'єкти, а також різні практики [3]. Враховуючи це психологічний туризм стає цікавим і корисним способом покращити своє фізичне і психічне здоров'я, а також розкрити власний потенціал і збагатити своє життя новими досвідами і відкриттями. Існує кілька ключових психологічних аспектів туризму:

1. Втеча на відпочинок – туризм надає можливість розслабитися, відпочити від роботи або змінити обстановку. Така втеча може зумовити зменшення стресу та покращення психічного добробуту.

2. Пошукова активність – туристи часто шукають нових вражень, культури та середовища, які можуть стимулювати цікавість і бажання пригод, що забезпечує особистісне зростання та розширення світогляду.

3. Культурне збагачення – знайомство з різними культурами, традиціями та способами життя може збагатити інтелектуально та емоційно.

4. Соціальний зв'язок – подорож із родиною чи друзями або навіть знайомство з новими людьми під час подорожі підвищує ймовірність зміцнити соціальні зв'язки та формування soft skills.

5. Самопізнання – вихід із зони комфорту, подолання труднощів і адаптація до нових умов підвищують впевненість у собі та стійкість. Мандрівники часто дізнаються більше про себе та свої здібності під час своїх подорожей.

6. Відновлення добробуту – контакт із природою, активний відпочинок і безтурботне середовище можуть відновити психічне здоров'я та благополуччя.

7. Сенсорна стимуляція – подорожі залучають усі органи чуття, від видовищ і звуків нових місць до смаку місцевої кухні. Сенсорна стимуляція може створити когнітивні зв'язки з пунктом призначення.

8. Виклики та стійкість – психологічний тур не завжди минає без труднощів, і робота з несподіваними ситуаціями чи незнайомими обставинами може перевірити адаптивність мандрівника і сформувані нові навички вирішення проблем. Подолання цих проблем може зумовити підвищення впевненості в собі та стійкості.

9. Сталість і відповідальність – зростання обізнаності про збереження навколишнього середовища та культури призвело до більш відповідальних і стійких форм туризму. Туристи все більше усвідомлюють свій вплив на навколишнє середовище та місцеві громади, що може призвести до почуття відповідальності та прийняття етичних рішень.

Таким чином, туризм має багатогранний психологічний аспекти, що охоплює мотивацію та досвід мандрівників, а також його вплив на напрямки та громади, які вони відвідують. Розуміння цих психологічних аспектів може допомогти як туристам, так і індустрії туризму просувати повноцінні подорожі.

Література

1. Крупський О. П., Шевяков О. В., Ярошкевич О. М. Психологія туризму : навч. посіб. – Дніпро, 2015. – 194 с.
2. Подмаркова И. П. Анализ опыта и перспектив развития психологического туризма в Украине. Вісник ДІТБ. 2013. № 17. С. 168-173.
3. Chen C.-C., Petrick J. F. Health and Wellness Benefits of Travel Experiences. *Journal of Travel Research*. 2013. Vol. 52(6). P. 709–719.
4. Dzyad O. V. et al. On the issue of sustainable development of tourism in the Black Sea countries. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. 2020. Vol. 29(3). P. 471-482. DOI: <https://doi.org/10.15421/112042>.
5. Sardak, S., Krupskyi, O., Dzhyndzhoian, V., Sardak, M., Naboka Y. Development of historical and cultural tourist destinations. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. 2020. Vol. 29(2). P. 406–414. DOI: <https://doi.org/10.15421/112036>.

ЛАГУТІНА Мирослава, здобувачка вищої освіти, 2 курс
Науковий керівник: **СУЩЕНКО Олена**, д.е.н., професор
Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ

РОЗВИТОК ГОТЕЛІВ ФОРМАТУ «ВСЕ ВКЛЮЧЕНО»

Постановка проблеми. Розвиток готелів формату «все включено» стикається з низкою викликів, що впливають на ефективність цієї бізнес-моделі. Попри популярність серед туристів, які цінують зручність і прогнозовані витрати, існують проблеми, що потребують вирішення.

Цей формат вимагає значних інвестицій для забезпечення безперервної роботи ключових складових, як-от харчування, розваги та додаткові послуги (басейни, тренажерні зали, анімація). Для надання широкого спектра послуг готелі змушені утримувати великий штат персоналу й кілька закладів харчування, що збільшує операційні витрати. Це особливо складно для готелів із малим номерним фондом або в періоди низького сезону, коли дохід від гостей не завжди покриває витрати.

Також готелі «все включено» сильно залежать від масового туризму та сезонності. У низький сезон модель стає менш рентабельною, оскільки постійні витрати на підтримання інфраструктури залишаються високими незалежно від рівня заповненості.

Виклад основного матеріалу. Система «все включено» залишається привабливою для туристів завдяки своїй зручності, оскільки вона мінімізує організаційні зусилля, пов'язані з трансфером, харчуванням та розвагами. Як правило, цей формат передбачає триразове харчування у вигляді шведського столу, однак у багатьох випадках він не охоплює перекуси або напої в барі. У готелях категорії 4-5 зірок до базового пакета можуть додаватися додаткові послуги, такі як пляжне спорядження, шезлонги, парасольки тощо.

Проте умови «все включено» можуть варіюватися в залежності від готелю та країни. У деяких випадках у вартість можуть бути включені послуги, такі як бари, екстремальні види спорту або СПА-процедури. Для уникнення непорозумінь і забезпечення отримання бажаного рівня сервісу туристам рекомендується заздалегідь уточнювати всі деталі в обраному готелі [1].

В Україні формат «все включено» поки що не здобув значної популярності, як це сталося на курортах Туреччини та Єгипту, де він став звичним стандартом. Однак ця тенденція поступово набирає обертів. Експерти зазначають, що готелі на морському узбережжі можуть змінювати формат роботи залежно від сезону: влітку вони функціонують як класичні курортні комплекси, а взимку трансформуються на оздоровчі центри.

Деякі готелі вже запровадили цілорічний режим роботи на узбережжі Чорного та Азовського морів, активно інвестуючи в розвиток своєї інфраструктури. В зимовий період вони приваблюють гостей теплими критими басейнами та різноманітними оздоровчими послугами – такими як водні процедури, масажі та детокс-програми. Важливо зазначити, що триразове харчування у вигляді шведського столу не варто плутати з форматом «все включено», який передбачає набагато ширший набір послуг.

Для ефективного впровадження формату «все включено» готелі повинні мати великий номерний фонд і кілька ресторанів. Наприклад, турецькі та єгипетські готелі можуть одночасно розмістити від 500 до 2000 гостей, що дозволяє їм ефективно працювати за схемою «all inclusive». Натомість українські готелі, з меншим номерним фондом – скажі-

мо, 30 номерів, які можуть вмістити до 80 гостей – стикаються з проблемами в економічній доцільності такого формату. У цьому випадку вартість триразового харчування та повного пакету послуг (пляж, басейн, аквапарк, дитяча кімната, мінібар, анімація, спортзал тощо) може виявитися занадто високою для українського туриста. Наприклад, за номер вартістю 1500 грн, додаткові витрати на харчування та послуги можуть збільшити денний тариф ще на 700-1000 грн. [2].

Щороку у світі здійснюється понад 100 мільйонів бізнес-подорожей, проте їх розподіл є нерівномірним [3]. Значна частина таких поїздок припадає на Європу, де поширені різні форми ділового туризму: відрядження, участь у конгресах, виставках та ярмарках, а також інсентив-тури. У цьому контексті формат «все включено» стає важливим інструментом, що підвищує ефективність і привабливість бізнес-поїздок. Готелі, що працюють за моделлю «all inclusive», пропонують не лише проживання та харчування, а й комплексні послуги: оренду конференц-залів, організацію банкетів, SPA-процедури та розваги. Такий формат суттєво полегшує організацію корпоративних заходів, оскільки всі потреби учасників покриваються єдиним пакетом. Для інсентив-турів, спрямованих на мотивацію співробітників, це створює додаткові переваги: скорочуються організаційні витрати, а працівники отримують збалансований відпочинок і можливість для командоутворення [3].

Формат «все включено» постійно розвивається, і з'являються нові ідеї, що пропонують свіжий підхід до класичної концепції. Оригінальний варіант цього формату нещодавно був анонсований у турецькій Анталії. Готелі планують інтегрувати систему «все включено» з місцевими ресторанами, що дозволить туристам виходити за межі готелю та відвідувати міські заклади харчування, при цьому залишаючи витрати на готелі. Перший приклад такої інновації продемонстрував готель Sunprime C-Lounge в Аланії, який розпочав співпрацю з рестораном Mini Mutfak у центрі міста. Гості, що відпочивають за системою «все включено» в Sunprime C-Lounge, отримують ваучери, які дозволяють їм безкоштовно харчуватися в цьому ресторані. Вартість харчування покриває готель. Туристи можуть обрати один із трьох видів меню, що пропонує страви анатолійської кухні, до 20:00. Ця модель дає туристам можливість ознайомитися з місцевою культурою та кухнею, водночас не порушуючи звичний комфорт формату «все включено». Такий підхід може стати популярним, оскільки він стимулює гостей виходити за межі готелю, досліджуючи місцеві особливості, і водночас зберігає переваги системи all inclusive.

Висновки. Таким чином, формат «все включено» залишається привабливим для багатьох туристів завдяки своїй зручності, але для його успішного впровадження важливо враховувати специфіку ринку, запити гостей та можливості готелів. Після закінчення війни в Україні цей формат продовжить покращуватися та вдосконалюватися, зосереджуючись на безпеці, здоров'ї, інтеграції локальної культури й екологічних практик. Гнучкі пакети послуг, орієнтація на внутрішній туризм і програми для ветеранів та військових сприятимуть підвищенню його привабливості й відповідності новим реаліям. Така еволюція дозволить забезпечити високий рівень задоволеності гостей та зміцнити конкурентоспроможність українського туристичного сектору.

Література

1. О.А. Сущенко, О.О. Ахмедова, І.О. Єрмаков «Вплив репутації на безпеку підприємств ресторанного господарства» Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні

- науки, 2023, вип. 10 (43) <https://economics.kntu.kr.ua/archive/43.html>
2. Дишкантюк О.В. Система послуг «all inclusive» в аспекті економіки вражень та перспективи її впровадження в Україні. «Економіка харчової промисловості», том 11, Випуск 3/2019, URL: <http://surl.li/dtbvkk>.
 3. Масюк Ю., Гамкало М., Білоус С. Розвиток інсентів-туризму у світі «Географія, економіка і туризм», 2020 р., 240 с. URL: <http://surl.li/mpvfbg>.

МАСЛОВА Олена, здобувачка вищої освіти, 4 курс
Науковий керівник: **ТЮРІНА Діна.**, канд. пед. наук, доцент
Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ВПЛИВ ВІЙНИ НА РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ У ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Постановка проблеми. Війна в Україні, розпочата Російською Федерацією у 2014 році, глибоко вплинула на всі сфери життя, включаючи туризм. Екологічний туризм, що вважався одним із найперспективніших напрямків, також зазнав суттєвих змін через бойові дії, економічну нестабільність та руйнування інфраструктури.

Виклад основного матеріалу. Війна завдала серйозного удару по екологічному туризму. Значне зниження попиту на туристичні послуги стало наслідком окупації територій, небезпеки для життя туристів та загальної економічної нестабільності. Особливо сильно постраждали східні регіони України, де багато туристичних об'єктів були пошкоджені або зруйновані.

Екологічні проблеми, спричинені війною, також негативно вплинули на туристичну привабливість. Забруднення довкілля, руйнування природних ландшафтів і порушення екосистем зробили багато унікальних локацій менш привабливими для відвідувачів. Постійна небезпека нових обстрілів і загроза ескалації конфлікту лише поглибили ці труднощі, відлякуючи туристів.

До війни екологічний туризм у Харківській області був активно розвинений. Наприклад, екоферма «Пані Юпітер» у селі Хотімля пропонувала відвідувачам екскурсії, під час яких гості могли ознайомитися з процесом виробництва молочної продукції та скуштувати різні сорти сирів. Після семимісячної окупації ферма відновила свою діяльність, проте через прифронтове розташування стикається з такими проблемами, як обстріли, відключення електроенергії та нестача кадрів, що унеможлиблює організацію екскурсій. Розплідник екзотичних рослин «ExoticEdem», також розташований у Хотомлі, до війни приймав туристів, пропонуючи екскурсії, де можна було побачити понад 50 видів тропічних і субтропічних рослин. Однак через безпекові ризики його діяльність у цьому напрямку наразі зупинена.

Попри складнощі, деякі екоферми в Україні продовжують працювати. Наприклад, козяча ферма «Щаслива Підкова» в селі Кочетівка організовує екскурсії, під час яких відвідувачі можуть спілкуватися з козами, навчатися сироварінню та дегустувати продукцію. Ці екоферми не лише демонструють процеси виробництва екологічно чистої продукції, але й активно залучають відвідувачів до участі в різноманітних заходах, сприяючи популяризації екологічного туризму в Україні.

Після завершення війни екологічний туризм в Україні має значний потенціал для відродження. Ключовим напрямком стане відновлення пошкодженої інфраструктури, що потребує залучення інвестицій для реконструкції існуючих об'єктів і створення нових. Очікується також розвиток нових форм екотуризму, таких як агротуризм, екотуризм у містах та програми для дітей. Міжнародна співпраця відіграватиме важливу роль у цьому процесі. Залучення ресурсів і досвіду іноземних організацій сприятиме реалізації інноваційних проєктів та інтеграції українського екотуризму в міжнародну індустрію.

Висновки. Війна в Україні суттєво вплинула на розвиток екологічного туризму, створивши низку викликів, зокрема руйнування інфраструктури, зниження попиту та екологічні проблеми. Водночас українські екофермери демонструють стійкість і здатність адаптуватися до складних умов. Після завершення війни екологічний туризм має перспективи для відновлення та зростання, що вимагатиме розв'язання проблем у сферах економіки, екології та безпеки.

Література

1. Паньків Н., Скрипник М. Екологічний туризм як пріоритетний напрямок сталого розвитку туризму в Україні: виклики сьогодення. Вісник Хмельницького національного університету. 2022, № 4. С. 229-240.

МІРОШИНА Ангеліна, здобувачка вищої освіти, 2 курс
Науковий керівник: **АХМЕДОВА Олена**, д.держ.упр., доцент
Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНИМИ ПОСЛУГАМИ

Постановка проблеми. Організація та управління готельними послугами є важливими аспектами успішної діяльності будь-якого готельного підприємства. У сучасних умовах глобалізації та розвитку технологій, управління готелем стає дедалі складнішим процесом, який вимагає високого рівня професіоналізму, адаптивності та інноваційного підходу. Основна проблема полягає в тому, що готелі стикаються з низкою викликів, які потребують гнучкого та ефективного управління для задоволення потреб клієнтів, підтримання конкурентоспроможності та забезпечення стійкого розвитку бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Сучасна індустрія гостинності стає все більш складною та конкурентоспроможною, що вимагає від готелів ефективних стратегій управління та організації своїх послуг. Одним із ключових аспектів організації готельних послуг є використання сучасних систем управління готелем (PMS). Ці системи забезпечують автоматизацію процесів, таких як бронювання, реєстрація, управління номерами та фінансовий облік. Вони не лише знижують ризик помилок, а й прискорюють обслуговування, що в свою чергу підвищує загальну ефективність роботи готелю. Сучасні PMS можуть інтегруватися з іншими технологіями, такими як системи управління відносинами з клієнтами (CRM), що дозволяє покращити персоналізацію обслуговування [1].

Персоналізація послуг є ще одним важливим аспектом, який визначає успіх готелю. Сучасні гості очікують високого рівня персоналізації, тому готелі повинні використовувати

вати дані про попередні перебування та уподобання клієнтів для створення унікального досвіду. Це може включати спеціальні пропозиції, персоналізовані пакети послуг або адаптацію умов проживання відповідно до побажань гостей. Використання аналітики даних і штучного інтелекту значно полегшує цей процес, дозволяючи готелям задовольняти очікування клієнтів.

Управління персоналом є критично важливим елементом організації готельних послуг. Персонал повинен бути добре навчений, щоб надавати високоякісне обслуговування та відповідати на запити гостей. Регулярне навчання та розвиток навичок співробітників грають ключову роль у формуванні позитивного іміджу готелю. Сильна команда співробітників, здатна оперативно реагувати на запити, є запорукою успіху в індустрії гостинності.

Ефективна комунікація між різними відділами готелю також є важливим аспектом. Системи обміну інформацією, такі як внутрішні чат-платформи або управлінські програми, допомагають співробітникам координувати свої дії та реагувати на запити гостей швидше. Внутрішня координація процесів дозволяє запобігти помилкам і забезпечити безперебійність роботи готелю [2].

Маркетинг і залучення клієнтів становлять ще один ключовий аспект управління готельними послугами. Готелі повинні розробляти та впроваджувати ефективні маркетингові стратегії, включаючи використання соціальних мереж, онлайн-реклами, програм лояльності та співпраці з туристичними агентствами. Активна присутність у цифровому середовищі допомагає створити позитивний імідж та залучити нових клієнтів.

Однак, разом із ключовими аспектами організації готельних послуг, існують і численні виклики. У таблиці наведено основні виклики, з якими стикаються готелі в умовах сучасного ринку [3].

Таблиця - Сучасні виклики для готелів в умовах сучасного ринку

Виклики	Зміст
Зміна споживчих очікувань	Гості стають більш вимогливими, очікуючи високого рівня персоналізації та швидкого обслуговування.
Конкуренція з альтернативними варіантами	Поява платформ для онлайн-бронювання, таких як Airbnb, змушує готелі адаптувати свої стратегії.
Швидкий технологічний прогрес	Готелі повинні постійно впроваджувати нові технології для підтримки конкурентоспроможності.
Проблеми з управлінням внутрішніми процесами	Недостатня координація може призвести до зниження якості обслуговування.
Високі витрати на інвестиції в технології	Впровадження нових технологій може стати фінансовим навантаженням, особливо для малих готелів.

Джерело: побудовано автором на основі [2; 3]

Впровадження нових технологій може стати фінансовим навантаженням, особливо для малих готелів. Важливо, щоб готельні підприємства ретельно оцінювали свої можливості та обирали технології, які найкраще відповідають їхнім потребам та фінансовим ресурсам. Збалансований підхід до впровадження інновацій, що поєднує сучасні технології з традиційними методами обслуговування, може стати ключем до успішного управління готельними послугами. Тільки в такому випадку готелі зможуть не лише вижити в

умовах жорсткої конкуренції, але й досягти довгострокового успіху, забезпечуючи своїм клієнтам високий рівень сервісу і задоволення.

Висновки. Організація та управління готельними послугами є ключовими елементами успішності готельних підприємств у сучасному конкурентному середовищі. Зростаюча складність індустрії гостинності вимагає від управлінців гнучкості та готовності до впровадження інновацій, що суттєво покращують обслуговування.

Системи управління готелем та сучасні технології сприяють автоматизації процесів, підвищуючи ефективність та зменшуючи ймовірність помилок. Персоналізація послуг стала важливим трендом, адже клієнти прагнуть індивідуального підходу. Якість обслуговування залежить від підготовленості персоналу та внутрішньої комунікації.

Проте готелі стикаються з серйозними викликами, такими як конкуренція з альтернативними формами проживання та швидкий технологічний прогрес, які вимагають постійної адаптації стратегій. Високі витрати на впровадження нових технологій можуть бути фінансовим навантаженням, особливо для малих готелів.

Таким чином, успішне управління готельними послугами вимагає балансу між технологічними інноваціями та традиційним обслуговуванням. Готелі, що зможуть адаптуватися до нових умов і поєднати сучасні технології з людським фактором, зможуть не лише вижити, а й стати лідерами у сфері гостинності, забезпечуючи високий рівень сервісу та задоволення клієнтів.

Література

1. World Travel & Tourism Council (WTTC) : website. URL: <https://wttc.org/research/economic-impact>.
2. О.О. Ахмедова, І.О. Єрмаков Особливості формування державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі та готельно-ресторанного бізнесу. Науковий вісник : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2024. № 9 (322), 2024 С.100-111
3. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2- вид. перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 472 с.

НАЙДИЧ Ангеліна, здобувачка вищої освіти, 5 курс
Науковий керівник: **СОЛОГУБ Юрій**, к.геогр.н., доцент
Національний університет харчових технологій, м. Київ

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Сільський зелений туризм в Україні є перспективним напрямом, здатним забезпечити сталий розвиток сільських територій, сприяти збереженню культурної спадщини та створювати нові джерела доходів для місцевого населення. Однак, його потенціал використовується недостатньо через низку проблем, таких як слабка інфраструктура, відсутність державної підтримки, низький рівень маркетингу та недостатня обізнаність населення про переваги цього виду туризму.

Виклад основного матеріалу. Сільський зелений туризм сьогодні вважається одним із

найперспективніших напрямів у розвитку туристичної індустрії. Українські села мають унікальну історико-архітектурну спадщину, багату культуру, самобутній побут, мальовничі природні ландшафти та значний лікувально-рекреаційний потенціал, що створює всі необхідні умови для розвитку сільського зеленого туризму.

За даними UNWTO [1] сільський зелений туризм займає лідируючі позиції за популярністю та швидкістю розвитку у світі. Він знайшов свою нішу на ринку туристичних послуг відповідно до концепції сталого розвитку туризму.

Сільський зелений туризм – це форма туризму, яка передбачає відвідування сільської місцевості для відпочинку, ознайомлення з природою, традиціями, культурою та способом життя сільських громад [2]. Для України, де значна частина території є сільськими регіонами з унікальними природними ландшафтами та багатою культурною спадщиною, цей напрямок є важливим інструментом розвитку як туристичної галузі, так і сільського господарства.

Незважаючи на значний потенціал, сільський зелений туризм в Україні поки що розвинений недостатньо і не використовується в повній мірі як джерело соціально-економічного розвитку. Хоча країна має унікальні природні, культурні та історичні ресурси, які можуть стати основою для цього виду туризму, реальна ситуація свідчить про низький рівень його організації та популяризації.

Активний розвиток сільського зеленого туризму спостерігається лише в окремих регіонах, таких як Карпати, Полісся, Поділля та Одещина. У цих місцевостях туристів приваблюють мальовничі природні ландшафти, унікальна етнокультура, автентична кухня, а також рекреаційні можливості. Водночас у багатьох інших регіонах сільський туризм залишається малорозвиненим.

Основні проблеми розвитку сільського зеленого туризму представлено на рисунку.

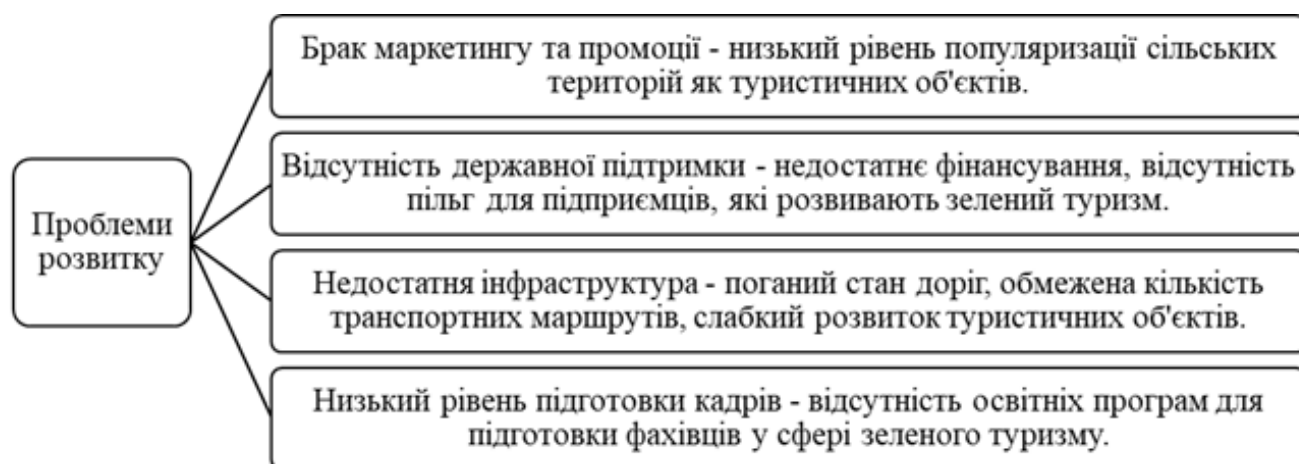


Рис. Проблеми розвитку сільського зеленого туризму в Україні

Для подолання існуючих проблем у розвитку сільського зеленого туризму в Україні необхідно вжити цілу низку комплексних заходів. Перш за все, слід покращити інфраструктуру сільських територій, зокрема доріг і транспортного сполучення, а також роз-

вивати туристичні об'єкти, такі як культурні центри та зони відпочинку, що підвищить комфорт для туристів.

Держава повинна впроваджувати фінансову підтримку для підприємців, що займаються зеленим туризмом, через гранти, пільгові кредити та податкові пільги, а також розробити чітку стратегію розвитку цієї галузі. Важливим кроком є також активна промоція сільських територій через рекламні кампанії, розвиток онлайн-платформ для бронювання послуг та просування у соціальних мережах.

Для забезпечення якості послуг необхідно створити освітні програми та курси для підготовки кадрів у галузі зеленого туризму, а також проводити тренінги для діючих підприємців. Крім того, важливо забезпечити координацію між місцевою владою, підприємцями та туристичними агентствами для ефективного розвитку туристичних маршрутів і спільних заходів. Не менш важливою є охорона культурної та природної спадщини, що стане основою для створення унікальних туристичних продуктів. Потрібно підтримувати традиції, розвивати екологічні маршрути та організовувати заходи, що сприяють збереженню навколишнього середовища [3]. Залучення інвестицій у розвиток сільського зеленого туризму має бути забезпечено через державне фінансування стартапів і створення привабливих умов для приватних інвесторів, що дозволить створити нові робочі місця та підвищити рівень життя в сільських регіонах, що зробить сільський зелений туризм важливою складовою економіки країни.

Таким чином, комплексне впровадження цих заходів дозволить ефективно подолати існуючі проблеми, стимулювати розвиток сільського зеленого туризму та забезпечити його внесок у сталий розвиток сільських регіонів України.

Висновки. Україна має значний потенціал для розвитку сільського зеленого туризму завдяки своїм природним багатствам, історико-культурній спадщині та самобутності сільських регіонів. Унікальні ландшафти Карпат, Поділля, Полісся та інших регіонів, багаті природні ресурси, чисте повітря та тиша сільської місцевості створюють ідеальні умови для залучення туристів, які прагнуть відпочинку на природі. Наявність старовинних ремесел, традиційної кухні та автентичного побуту робить сільський туризм привабливим не лише для внутрішніх, а й для іноземних мандрівників, які шукають унікальний досвід.

Для реалізації цього потенціалу необхідно спрямувати зусилля на покращення умов розвитку галузі. Зокрема, важливим є розбудова транспортної та туристичної інфраструктури, що забезпечить комфортний доступ до сільських територій і високий рівень сервісу.

Інвестиції в модернізацію доріг, створення екологічних стежок, облаштування місць для проживання та дозвілля сприятимуть зростанню інтересу до сільського туризму. Також варто розвивати освітні та промоційні програми, щоб підвищити обізнаність про туристичний потенціал сільських регіонів і забезпечити високий рівень підготовки кадрів у цій сфері.

Література

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: www.unwto.org (дата звернення: 04.12.2024).
2. Логоша Р., Прилуцький А., Підлубний В. Сільський зелений туризм як напрям розвитку підприємництва на селі. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. №. 11 (17).
3. Тищук І. В., Ільїна О. В. Стратегія розвитку сільського зеленого туризму в Україні.

НОВИЦЬКА Анастасія, здобувачка вищої освіти, 3 курс
Науковий керівник: **ПОСТУПНА Олена**, д. держ. упр., професор
Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

РОЗРОБКА ТУРИСТИЧНОГО ТУРУ «ЕКСТРЕМАЛЬНИЙ ВІКЕНД НА КОМПАНІЮ»: МЕТОДИКО-ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Постановка проблеми. XXI століття створює нові умови та тренди розвитку світової цивілізації, які відзначаються постійними змінами, динамічністю та сучасними викликами. Однією з таких тенденцій є зростання популярності екстремальних видів дозвілля серед різних вікових та соціальних груп.

Екстремальний туризм дозволяє випробувати свої можливості, отримати максимум адреналіну, що відрізняє його від інших видів туризму. Останнім часом екстремальний туризм набуває все більшої популярності та викликає значний суспільний інтерес. Оскільки цей вид туризму не потребує значних капіталовкладень, що дозволяє значно розширити пакет послуг для активного відпочинку, тож попит на нього на світовому ринку туристичних послуг поступово зростає.

Виклад основного матеріалу. Україна, навіть пропри війну, що триває вже більше 10 років, має унікальні природні й історико-культурні локації, які приваблюють туристів з усього світу, у тому числі й любителів екстремального туризму. Вважаємо, що більш безпечними для відвідування туристами є локації, що розташовані на Західній Україні. Ці локації доступні й для іноземців, і для внутрішніх туристів, які на вихідні полюбують подорожувати, а також для тих, хто потребує фізичного й психологічного розвантаження (переключення), зокрема за допомогою екстремальних турів. Тож, пропонуємо розроблений нами туристичний тур «Екстремальний вікенд на компанію», розрахований на три дні та дві ночі, на невелику компанію – до 4 осіб. Сезонність принципового значення немає.

Пункт збору групи для проведення туру пропонується м. Львів, яке має добру логістику. Пункт прибуття – м. Дубно, яке є центром Дубенського району Рівненської області. Воно має багату історію, мальовничу природу і цікаві можливості для активного відпочинку. Головними локаціями туру є Дубенський замок, річка Іква, Тараканівський форт, печери Млинки та Національний природний парк «Кременецькі гори».

Стисло опишемо переваги кожної локації. Почнемо з Дубенського замку. Це один з найстаріших замків України, збудований у 1492 р. Він входить до 7 чудес України. Замок ніколи не був узятий штурмом, має унікальні фортифікаційну споруду та музейні експонати. Є єдиним в країні двобастіонним замком. На цій локації туристам пропонуються незабутні екскурсії та квести, в тому числі є можливість віртуальної екскурсії. Зокрема, нічна екскурсія у замку визнана найкращою в Україні. Також пропонуються цікаві виставки: «Історія тортур і покарань», «Каземати», «Ой роде наш красний...», «Скарби наші духовні», «Королівство кривих дзеркал», «Карбонова історія» тощо [1].

Дубно розташовано на річці Іква, яка є другою локацією туру. Вважається, що води

цієї річки за тисячоліття існування людини забрали в своїх обіймах незліченну кількість фактів, подій, людських доль – про безпрецедентну мужність і боягузливого зрадництва, великих перемог і нищівних поразок, народження великих імперій та краху всіх надій. Течія річки є швидкісною, під час повені вода піднімається до 3 м над літнім рівнем, що робить її сплавною в місцях між загатами [5]. Річка ідеально підходить для рафтингу, що додає екстриму і дозволяє насолодитися мальовничими краєвидами.

Третя локація – Тараканівський форт або Нова Дубенська фортеця – пам'ятка фортифікаційного мистецтва XIX ст., що розташована на околиці с. Тараканів Рівненської області, але зараз спустошена й покинута. Форт ще називають місто привидів – ходять чутки про те, що ночами по форту бродять привиди австрійських солдатів, які загинули на околицях форту, а також кажуть про те, що у фортеці бували випадки зникнення людей, які не повернулись з форту у другій половині XX ст. Контури форту нагадують ромб, до системи оборони входили глибокий рів і земляні вали, укріплені опорною стіною з фігурною кладкою. Цитадель із зовнішнім світом з'єднувалась двома мостами та підземними тунелями. По периметру фортеці розташовані 105 двоярусних казематів з орнаментованим фризом та пілястрами. Ці каземати призначались для проживання нижчого особового складу гарнізону (в період військових дій у них могли вміститись до 800 осіб). Центральною спорудою комплексу є офіцерський корпус, у якому розташовувався штаб коменданта форту, житлові та господарські приміщення для роти артилерії. Однак, офіцерський корпус і каземати збереглись лише частково. На території форту знаходиться розгалужена мережа підземних ходів, що приховані від сторонніх очей, та колодязі-пастки. Офіційно об'єкт закритий для відвідування, але невгомних туристів вабить інтерес до незвіданого, то ж вони приїжджають до нього поодиноці щоб потрапити на територію форту-привиду [4].

Щоб подивитися наступні локації група туристів має переміститися до Тернопільської області. Тут пропонується відвідати одну з найбільших горизонтальних печер України «Млинки» та Національний природний парк «Кременецькі гори». Вважається, що мільйони років тому на місці печери знаходилось стародавнє море, яке ретельно вимило підводне каміння. Після висихання на території моря з'явилась печера, що відома своїми довгими й заплутаними ходами. Її відкриття відбулось в середині XX ст. і донині відкриті для туристів лише деякі її ходи, нові коридори прокладаються за допомогою вибухів. Коридори печери звиваються, її ходи заплутані. У печері зустрічаються вертикальні підйоми-колодязі. Вражають своєю красою зали печери, зокрема: зал «Казка» усіяний кристалами-сталактитами (зала); зал «Кажана», на стелі якого розташований бурштиновий силует, що нагадує кажана; у залі «Рогатка» є розкішний замок з глини, збудований спелеологами (туристам дозволяється долучитись до мистецтва) [2]. Все це, з одного боку, приваблює туристів, а з іншого – нагадує про небезпеку чарівної печери, її лабіринтів і пасток.

Національний природний парк «Кременецькі гори», його природа і рельєф місцевості є сприятливими для активного відпочинку: скелелазіння, піших походів, кінних і велосипедних маршрутів (розроблено чотири веломаршрути протяжністю від 20 до 90 км), а також спостереження за дикою природою, зокрема розроблено 10 еколого-туристичних маршрутів [3]. В перспективі можна розвивати парапланеризм, гірськолижний спорт, альпінізм.

Висновки. Загалом варто зазначити, що триденний екстремальний тур наповнить ту-

ристів новими враженнями й незабутніми спогадами про історико-культурні та природні об'єкти, що знаходяться у Західній Україні, та які мають цікаву історію і є джерелом захоплюючих екстремальних подорожей. Додатковим бонусом для екстремалів є відвідування туристичних локацій, що пов'язані з відчуттям адреналіну, – унікальна печера, таємнича фортеця, дивовижний парк і бурхлива річка.

Література

1. Дубенський замок. Запрошує Вас у світ таємниць та легенд. Державний історико-культурний заповідник Дубно. URL: <https://zamokdubno.com.ua/> (дата звернення: 08.10.2024).
2. Печера Млинки. FUNTIME. URL : <https://funtime.com.ua/nature/mlynky> (дата звернення: 09.10.2024).
3. Рекреаційно-туристична. Національний природний парк «Кременецькі гори». URL: <https://kremngory.in.ua/> (дата звернення: 09.10.2024).
4. Тараканівський форт – місто привидів. ТОВ «Відвідай». URL: <https://vidviday.ua/blog/tarakanivskyj-fort-misto-pryvudiv/> (дата звернення: 08.10.2024).
5. Шовчко В. Річка Іква. Пам'яткі України. URL: <https://zabytki.in.ua/uk/1743/richka-ikva> (дата звернення: 09.10.2024).

НЯМЕЩУК Ганна, д-р. екон. наук, професор

ОСІПОВ Ілля, здобувач вищої освіти

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна, м.Дніпро

ОРГАНІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ

Постановка проблеми. Еволюція цифрового суспільства, яка включає перехід до meta-всесвіту, створює фундаментальні передумови для трансформації бізнесу, впливаючи на всі його аспекти – від стратегічного планування до операційної діяльності [1]. Meta-всесвіт стає не лише новим цифровим середовищем, але й платформою для глобальної інтеграції бізнесу, що розширює межі традиційних підходів до ведення міжнародної діяльності. Така еволюція відображає соціально-технічні та економіко-правові виклики, які потребують переосмислення бізнес-моделей для їхньої адаптації до глобальних цифрових стандартів і змін у поведінці споживачів [2].

Українські компанії, враховуючи ці тенденції, мають унікальну можливість інтегрувати інноваційні цифрові рішення, зокрема інструменти штучного інтелекту, автоматизації та великих даних, у свої бізнес-процеси. Це дозволяє не лише підвищити ефективність операцій, але й забезпечити адаптивність до умов постійно змінюваного цифрового середовища.

Виклад основного матеріалу. Організація бізнес-процесів українських компаній, що здійснюють міжнародну діяльність, охоплює стратегічний, операційний та фінансовий виміри. На етапі стратегічного планування важливу роль відіграє визначення потенційних ринків, формування цілей міжнародної діяльності та вибір ефективної моделі вихо-

ду на зовнішні ринки. Водночас у процесі організації операційної діяльності ключовими завданнями є забезпечення відповідності виробничих та логістичних процесів міжнародним вимогам та впровадження інноваційних рішень для підвищення ефективності логістики, управління ланцюгами постачання та контролю якості продукції.

Дослідження сучасних викликів показують, що основними бар'єрами для організації ефективних бізнес-процесів українських компаній є нестабільність економічного середовища, регуляторні відмінності між країнами та недостатня адаптація до глобальних конкурентних умов. Визначено, що вихід на міжнародні ринки супроводжується необхідністю підвищення кваліфікації персоналу, особливо в аспектах управління зовнішньоекономічною діяльністю та знання міжнародного законодавства. Для подолання цих викликів доцільним є впровадження стратегій, орієнтованих на цифровізацію бізнес-процесів, розвиток людського капіталу та міжнародне партнерство.

Ефективна організація бізнес-процесів міжнародної діяльності українських компаній у сучасних умовах вимагає врахування багатьох чинників, зокрема, управління кадрами та інноваційного підходу до професійного розвитку працівників. Під час воєнного часу критерії ефективності кадрового менеджменту стають особливо актуальними, оскільки адаптація до викликів кризового середовища забезпечує стійкість та продуктивність компаній [3]. Крім того, інноваційне освітнє середовище сприяє професійному становленню фахівців, що є ключовим для підготовки кадрів, здатних ефективно впроваджувати міжнародні стандарти у бізнес-процеси [4]. Таким чином, успіх українських компаній на міжнародних ринках значною мірою залежить від якості кадрового менеджменту та здатності інтегрувати інновації в освітню і практичну підготовку фахівців.

Інтеграція принципів соціальної відповідальності може слугувати важливим фактором їхньої конкурентоспроможності на глобальному ринку. Досвід світових фармацевтичних компаній демонструє, що впровадження соціально відповідальних практик сприяє зміцненню репутації, довіри споживачів та сталому розвитку бізнесу [5]. Українські компанії, орієнтуючись на цей досвід, можуть покращити власні бізнес-процеси через використання стратегій, які поєднують комерційні інтереси із суспільною користю. Це стає особливо актуальним у контексті глобальних викликів та підвищених вимог до корпоративної етики на міжнародних ринках.

Формування мультикультурної компетентності, що забезпечує ефективну комунікацію з іноземними партнерами та клієнтами, також є доволі важливим аспектом. Успішні українські компанії активно впроваджують програми навчання іноземним мовам та управлінню культурними відмінностями, що сприяє мінімізації непорозумінь у міжнародному співробітництві.

Висновки. Таким чином, організація бізнес-процесів міжнародної діяльності українських компаній є складним, проте необхідним елементом їх розвитку в умовах глобалізації. Дослідження свідчать, що ключовими чинниками успіху є стратегічне планування, впровадження інноваційних рішень та адаптація до вимог міжнародних ринків. Подолання викликів та реалізація сучасних стратегій дозволять українським компаніям забезпечити стійке зростання та підвищити їх конкурентоспроможність на світовому ринку.

Література

1. Нямецук Г. В. Еволюція цифрового суспільства: перехід до meta-всесвіту. Економіко-правові та соціально-технічні напрями еволюції цифрового суспільства. 2022. № 2. С.

222-224.

2. Ніколаєв М., Чернявська Т. (2021). Алгоритм формування адаптивного механізму управління реалізацією стратегії підприємства у цифровому бізнес-середовищі. *European Journal of Management Issues*. 2021. Вип. 29(3). С. 142-150. <https://doi.org/10.15421/192114>.
3. Нямецук Г., Черкасов Я. Критерії ефективності кадрового менеджменту підприємства: реалії воєнного часу. *Challenges and Issues of Modern Science*. 2024. Т.2. С. 399-404. <https://cims.fti.dp.ua/j/article/view/175>.
4. Теорія і практика професійного становлення фахівця в інноваційному освітньому середовищі: монографія [Електронне видання] / кол. авт; за заг. ред. проф. Н.П. Волкової, О.О. Лаврентьєвої. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2023. 498 с.
5. Карпюк З., Крупський О., Стасюк Ю. Перспективи розвитку соціальної відповідальності на основі досвіду світових фармацевтичних компаній. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2023. № 1 (69). С. 136-151.

ОЛІЙНИК Валентина, здобувачка вищої освіти, 4 курс
Науковий керівник: **ТЮРИНА Діна**, канд. пед. наук, доцент
Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЛОКАЦІЙ ВСЕСВІТУ ГАРРІ ПОТТЕРА

Постановка проблеми. Сучасний туризм є одним із найдинамічніших секторів економіки, де постійно виникають нові форми взаємодії мандрівників з культурними, історичними та розважальними локаціями. Подієвий туризм, що передбачає участь туристів у тематичних подіях, став важливим інструментом для залучення відвідувачів до певних місць. Особливу популярність він набув у контексті локалізацій, пов'язаних із відомими культурними феноменами, серед яких всесвіт Гаррі Поттера займає особливе місце.

Локації, пов'язані з Гаррі Поттером, перетворилися на значущі туристичні магніти, де подієвий туризм виступає каталізатором їх популяризації.

Виклад основного матеріалу. Подієвий туризм – це форма туризму, що орієнтована на події різного масштабу, які приваблюють відвідувачів до конкретних місць. До таких подій належать фестивалі, тематичні дні, прем'єри фільмів, костюмовані шоу тощо. У випадку локацій, пов'язаних із Гаррі Поттером, подієвий туризм базується на поєднанні розважального, освітнього та культурного контекстів.

Ця форма туризму не тільки стимулює зростання туристичних потоків, а й сприяє розвитку регіональної економіки, створюючи нові робочі місця, підтримуючи місцевий бізнес та розвиваючи інфраструктуру.

Культурний статус всесвіту Гаррі Поттера забезпечив популярність місць, які були задіяні у створенні фільмів, а також тих, що мають символічне значення для фанатів. Серед найвідоміших локацій:

Warner Bros. Studio Tour London – The Making of Harry Potter: інтерактивна студія в Лондоні, яка пропонує відвідувачам занурення у процес створення фільмів.

Вокзал Кінгс-Кросс (Platform 9¾): популярна точка серед туристів, де можна сфотогра-

фуватися зі знаменитим візком для валіз.

Замок Алнвік: реальна локація, яка “зіграла роль” Гогвортса в перших двох фільмах.

The Wizarding World of Harry Potter: тематичні парки в Орландо, Голлівуді та Японії, які відтворюють атмосферу магічного світу.

Ці локації стали базою для подієвого туризму, пропонуючи тематичні фестивалі, екскурсії, інтерактивні шоу та інші події, які приваблюють мільйони туристів щороку.

Успіх подієвого туризму значною мірою залежить від здатності створювати для відвідувачів унікальні та незабутні враження. Локації, пов'язані зі всесвітом Гаррі Поттера, пропонують широкий спектр заходів, які роблять подорожі захопливими та інтерактивними. Серед них – костюмовані фестивалі та квести, де туристи можуть перевтілитися в улюблених персонажів, брати участь у тематичних подіях і виконувати завдання у стилі магічного світу.

Популярністю користуються також музичні концерти, на яких симфонічні оркестри виконують саундтреки до фільмів, створюючи унікальну атмосферу для фанатів і меломанів. Тематичні екскурсії додають інтерактивності: гіді чи актори у костюмах персонажів проводять тури, занурюючи відвідувачів у світ магії.

Крім того, локації часто пропонують освітні програми, такі як майстер-класи зі створення декорацій, костюмів або навчання “магічним” дисциплінам, як-от гербологія чи зіллеваріння, що дозволяє відвідувачам глибше зануритися у світ Гаррі Поттера.

Подієвий туризм відіграє ключову роль у збільшенні популярності локацій. Він сприяє розширенню цільової аудиторії, залучаючи не тільки фанатів франшизи, але й ширше коло відвідувачів, зацікавлених у незвичайних подорожах. Завдяки тематичним подіям ці місця стають центрами тяжіння для туристів, стимулюючи місцеву економіку.

Окрім економічних вигод, подієвий туризм підтримує збереження культурної спадщини та сприяє розвитку інфраструктури. Наприклад, завдяки великій кількості туристів, відвідуваність замку Алнвік зросла на 120% за останнє десятиліття, а інвестиції у його збереження перевищили 10 мільйонів фунтів стерлінгів.

Незважаючи на успіх, подієвий туризм стикається з низкою викликів, які впливають на його розвиток. Однією з основних проблем є збереження локацій: великий потік відвідувачів може створювати значне екологічне та культурне навантаження, що загрожує унікальності цих місць. Ще одним викликом є конкуренція з іншими культурними феноменами. Розвиток туристичних об'єктів, пов'язаних із популярними франшизами, знижує ексклюзивність і унікальність певних локацій, змушуючи їх шукати нові способи залучення відвідувачів. Також варто відзначити вплив сезонності. Для багатьох локацій подієвий туризм обмежений конкретними періодами року, що ускладнює стабільне отримання доходів і потребує пошуку рішень для продовження туристичного сезону.

Для подальшого розвитку подієвого туризму в локаціях Гаррі Поттера важливо впроваджувати сучасні технології, зокрема віртуальну та доповнену реальність, що дозволить збільшити охоплення аудиторії. Також перспективним напрямком є розробка мобільних додатків для інтерактивних екскурсій і залучення відвідувачів до онлайн-подій.

Висновки. Подієвий туризм є потужним інструментом для популяризації локацій, пов'язаних із всесвітом Гаррі Поттера. Завдяки інтерактивним заходам, фестивалям та освітнім програмам ці місця стали центрами тяжіння для туристів з усього світу. Однак для забезпечення сталого розвитку необхідно враховувати виклики, зокрема збереження культурної спадщини та екології, а також впроваджувати інноваційні підходи. Розви-

ток подієвого туризму не лише підтримує економіку регіонів, але й сприяє культурній інтеграції та створює незабутні враження для відвідувачів.

ПОГОСЯН Леон, здобувач вищої освіти, 4 курс

Науковий керівник: **ТЮРІНА Діна**, канд. пед. наук, доцент

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

АНАЛІЗ ЕВОЛЮЦІЇ ГІРСЬКОЛИЖНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ВІД ЗАРОДЖЕННЯ ДО СУЧАСНОСТІ

Постановка проблеми. Гірськолижний туризм є важливою складовою туристичної індустрії України, яка об'єднує спортивний, оздоровчий та рекреаційний аспекти. Завдяки своєму географічному розташуванню, природним ресурсам та кліматичним умовам, Україна має всі передумови для розвитку цього виду туризму.

Виклад основного матеріалу. Гірськолижний туризм в Україні почав формуватися в середині ХХ століття, коли Карпати стали об'єктом уваги туристів і спортсменів. Перша гірськолижна база була створена в 1950-х роках у Славському (Львівська область), де функціонували початкові лижні траси й підйомники. Славське стало центром гірськолижного спорту, зокрема для проведення національних змагань.

У радянський період розвиток гірськолижного туризму був організований через туристичні бази профспілок і спортивних товариств. Популярність гірськолижного відпочинку зростала серед різних соціальних груп завдяки доступності та організованості туристичних послуг.

Після здобуття Україною незалежності в 1991 році гірськолижний туризм зіткнувся з низкою економічних і структурних викликів. Старі радянські бази поступово втрачали свою популярність через недостатнє фінансування та застарілу інфраструктуру. Водночас приватні інвестори почали вкладати кошти у створення нових гірськолижних курортів із сучасними підходами до організації відпочинку.

Одним із найбільших проєктів став курорт «Буковель», заснований у 2000-х роках. Буковель швидко перетворився на один із провідних гірськолижних курортів Східної Європи завдяки сучасній інфраструктурі, високоякісним трасам та сервісу, орієнтованому на міжнародного туриста. На сьогодні гірськолижний туризм в Україні зосереджений у кількох ключових регіонах, кожен із яких має свої особливості та переваги.

Перш за все, це Карпати, які охоплюють території Івано-Франківської, Львівської та Закарпатської областей. Тут розташовані найпопулярніші курорти країни, серед яких Буковель, Славське та Драгобрат.

Цей регіон вирізняється розвиненою інфраструктурою, мальовничими природними пейзажами та відносною доступністю для туристів. Карпати є основним осередком гірськолижного туризму в Україні, привертаючи увагу як внутрішніх, так і іноземних відвідувачів.

Іншим регіоном є Поділля та Подільські Товтри, які пропонують менш популярні, але цікаві курорти для початківців і сімейного відпочинку. Цей регіон є гарною альтернативою для тих, хто шукає спокійний відпочинок далеко від великих туристичних потоків.

Таким чином, кожен із цих регіонів робить свій внесок у розвиток гірськолижного туризму в Україні, пропонуючи різноманітні можливості для активного зимового відпочинку. Гірськолижний туризм в Україні орієнтований як на внутрішнього туриста, так і на гостей з сусідніх країн. За останні роки інфраструктура суттєво вдосконалилася, включаючи будівництво сучасних підйомників, трас різної складності та готельних комплексів.

Попри значний прогрес, гірськолижний туризм в Україні стикається з рядом викликів. Одним із головних є нестача інвестицій у регіони, окрім великих курортів, що призводить до недооцінення багатьох перспективних місць через обмежене фінансування. Водночас неконтрольоване будівництво туристичної інфраструктури створює екологічні ризики, які можуть завдати шкоди унікальній екосистемі Карпат. Ще однією серйозною проблемою є кліматичні зміни, які через потепління ставлять під загрозу тривалість зимового сезону, скорочуючи кількість снігових днів.

Розвиток гірськолижного туризму в Україні має кілька ключових напрямків. Інвестори активно працюють над розширенням інфраструктури, вкладаючи кошти в будівництво нових курортів, модернізацію підйомників і трас, а також впроваджуючи системи штучного засніження, що дозволяє подовжити сезон. У той же час дедалі більше уваги приділяється екологічній стійкості: запроваджуються ініціативи, спрямовані на мінімізацію впливу туристичних об'єктів на природу Карпат.

Зростання внутрішнього туризму, що стало наслідком економічної кризи та пандемії COVID-19, стимулювало українців обирати місцеві курорти, що значно підвищило попит на гірськолижні послуги в країні. Крім того, цифровізація послуг зробила відпочинок зручнішим: онлайн-сервіси для бронювання проживання, купівлі абонементів на підйомники та оренди спорядження значно спрощують організацію поїздок. Завдяки доступним цінам і високій якості обслуговування Україна також стає дедалі популярнішою серед туристів із Європи, що сприяє зростанню її міжнародної привабливості.

Війна в Україні стала серйозним викликом для розвитку гірськолижних курортів, адже бойові дії вплинули на безпеку регіонів, зменшили кількість туристів та обмежили можливості для інвестицій. Водночас, у західних регіонах країни, віддалених від зони конфлікту, спостерігається зростання інтересу до гірськолижного туризму, оскільки ці території стали місцем релокації багатьох українців. Це створює нові виклики і можливості для інвесторів, які можуть сприяти розвитку інфраструктури, підтримуючи економіку регіону та адаптуючись до змінених умов.

Висновки. Гірськолижний туризм в Україні пройшов значний шлях розвитку – від невеликих баз радянського періоду до сучасних курортів міжнародного рівня. На сьогодні цей вид туризму є важливим сегментом туристичної індустрії країни, що стимулює економічне зростання регіонів та популяризує Україну на міжнародному рівні.

Майбутнє гірськолижного туризму в Україні залежить від здатності вирішити екологічні та інфраструктурні виклики, забезпечити сталий розвиток і залучити нові інвестиції. Розширення внутрішнього ринку, використання цифрових технологій і вдосконалення сервісу можуть стати ключовими драйверами подальшого успіху цієї галузі.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АВІАКОМПАНІЙ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Постановка проблеми. Соціально-економічні аспекти функціонування авіакомпаній України в умовах війни та невизначеності є одними з найскладніших викликів, з якими зіштовхнувся авіаційний сектор країни. Спочатку пандемія із суттєвими обмеженнями, надалі війна в країні із повним закриттям повітряного простору для пасажирських авіаперевезень, спричинила значні економічні, соціальні та інфраструктурні зміни, що поставило під загрозу стабільність та розвиток авіаційної галузі. Невизначеність для пасажирських авіаперевезень – це фактори та обставини, які можуть впливати на стабільність і прогнозованість цього ринку, роблячи його більш складним для планування та управління, а подальший розвиток є неможливим для передбачення через дію сукупності невизначених факторів. Наявність бойових дій, порушення авіаційної інфраструктури, економічні та політичні ризики, обмеження міжнародних перевезень, зміна споживчого попиту та невизначеність щодо подальших подій вимагають від авіакомпаній гнучкості у прийнятті рішень і швидкого реагування на зміни ситуації.

Виклад основного матеріалу. Для забезпечення безпеки та ефективності авіаперевезень необхідно постійно адаптуватися до нових умов, а також розробляти стратегії для мінімізації наслідків цієї глобальної кризи. Аналізуючи ринок пасажирських авіаперевезень в Україні до початку пандемії, а саме у 2019 р., кількість українських авіаперевізників, які здійснювали польотні програми налічувала 29 учасників, де у 2020 р. за даними Державної авіаційної служби України [1], їх кількість скоротилася до 26, де під негативним впливом подій як для усіх сфер економіки, у тому числі й авіаційної, у 2021 році авіаперельоти здійснювали уже 16 авіакомпаній України [2]. На початку війни (за результатами 2021 року) основними українськими авіаперевізниками на ринку пасажирських перевезень були Міжнародні авіалінії України (Ukraine International Airlines), Sky Up, Роза вітрів (Windrose), Azur Air, Bees Airline [3].

Війна відобразилася як на скороченні польотних програм, так і для значної кількості підприємств – припиненням їх функціонування. За даними YouControl, де було оцінено фінансові результати діяльності авіакомпаній протягом 2021 – 9 місяців 2023 рр., найбільш ефективною українською авіакомпанією була Sky Up, виручка якої зросла на 56% відносно показників 2022 року [4]. Роза вітрів у 2022 р. мала від'ємні показники виручки – скорочення на 83% відносно 2021 р., але за 3 квартали 2023 року спостерігалось зростання на 24%. Bees Airline за результатами 2022 року та 9 місяців 2023 року мала суттєве падіння доходів – 83% та 95% відповідно [4]. Варто зазначити, що попри війну деякі гравці змінили бізнес-модель, що дозволило їм не лише функціонувати, але завдяки стратегічному плануванню, розширювати можливості. Для прикладу авіакомпанією Sky Up у 2024 році було підписано договори понад з 20 іноземними операторами щодо постачань літаків, екіпажів, надання послуг страхування та здійснення технічного обслуговування, а також отримано відповідні дозволи на перевезення пасажирів Європейського Союзу [5].

Серед основних наслідків, спричинених війною та невизначеністю, можна виділити

наступні такі групи, як:

1. Економічні, до яких належать:

- зниження попиту на авіап перевезення, оскільки через обмеження на пересування, закриття аеропортів та зниження економічної активності внутрішнє і міжнародне авіасполучення значно скоротилося, що призвело до зниження доходів авіакомпаній та загострення фінансових проблем у галузі;
- зростання витрат та скорочення доходів, так як війна вимагає додаткових витрат на забезпечення безпеки пасажирів, перевезення гуманітарних вантажів, а також на відновлення інфраструктури та ремонт літаків, які можуть бути пошкоджені внаслідок бойових дій або обстрілів, а також зростання вартості палива та інших ресурсів;
- руйнування інфраструктури.

2. Соціальні наслідки:

- скорочення зайнятості, де авіакомпанії змушені скорочувати чисельність працівників або переводити їх на неповний робочий день через фінансові труднощі та скорочення кількості рейсів, як наслідок, це може призвести до соціальної напруги та зростання безробіття серед працівників авіаційного сектору;
- війна створює небезпеку для працівників авіакомпаній, зокрема пілотів, бортпровідників та технічного персоналу. Постійні стресові ситуації, необхідність працювати в умовах підвищеного ризику та невизначеності негативно впливають на психоемоційний стан співробітників;
- через ескалацію конфлікту та обмеження на пересування багато людей вимушено обирають інші способи подорожей або взагалі відмовляються від подорожей;
- зменшення довіри до безпечності перевезень.

Покращення ситуації авіакомпаній України в умовах післявоєнного відновлення вимагає комплексного підходу, який включає державну підтримку, адаптацію стратегій авіаперевізників та інноваційні рішення, де впровадження цифрових платформ для продажу квитків та оптимізації маршрутів може допомогти знизити витрати та підвищити ефективність операцій авіакомпаній. Також варто інвестувати в модернізацію авіаційних технологій та автоматизацію процесів, що дозволить значно знизити витрати та підвищити ефективність роботи авіакомпаній. Розвиток регіональних аеропортів суттєво допоможе зменшити навантаження на центральні аеропорти та зробить внутрішні авіап перевезення доступнішими для населення. Доцільно також зосередитися у подальшому і на інтеграції авіап перевезень з іншими видами транспорту – залізницею, автобусами, що зробить пасажирські перевезення більш зручними та економічно ефективними. Таке об'єднання дозволить створити єдину транспортну мережу та зменшити витрати на перевезення.

Висновки. Отже, функціонування авіакомпаній України в умовах війни та невизначеності – це не лише виклики, але й можливості для інновацій та розвитку. Якщо всі зацікавлені сторони об'єднують зусилля, українська авіація має всі шанси відновити свою конкурентоспроможність і зайняти своє місце серед лідерів глобального авіаційного ринку у майбутньому. Завдяки державній підтримці, адаптації до нових реалій і впровадженню інновацій українські авіап перевізники мають потенціал для відновлення і розвитку у післявоєнний період. Крім того, це вимагатиме від авіакомпаній гнучкості та готовності адаптуватися до умов, що швидко змінюються, включаючи інвестиції у новітні види авіаційного транспорту, покращення інфраструктури та послуг, орієнтацію на потреби місцевих і міжнародних клієнтів, а також активний розвиток внутрішніх перевезень.

Література

1. Звіт про діяльність Державної авіаційної служби України за 2020 рік. Державна авіаційна служба України. URL: <http://surl.li/hsnzem> (дата звернення: 11.12.2024).
2. Звіт про діяльність Державної авіаційної служби України за 2021 рік. Державна авіаційна служба України. URL: <http://surl.li/fzkuss> (дата звернення: 11.12.2024).
3. Бриль Р. П'ятірка українських авіакомпаній за кількістю рейсів у 2021 році. LIGA.net. URL: <http://surl.li/qudsbl> (дата звернення: 12.12.2024).
4. Ukrainian Iron Birds: what happened to passenger airlines during the war. YouControl. URL: <http://surl.li/bnpyaf> (дата звернення: 12.12.2024).
5. Тиравський В. Найбільша авіакомпанія України продовжує літати, незважаючи на війну. Foreign Ukraine. URL: <http://surl.li/dfhqla> (дата звернення: 12.12.2024).

ПОДПІСНОВ Денис, асистент

Національний транспортний університет, м. Київ

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ СТРАХУВАННЯ ТУРИСТІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПОВОЄННОГО ПЕРІОДУ

Постановка проблеми. Воєнний стан та військові конфлікти в Україні значно змінили ландшафт туристичного страхування. Відповідно, зросли ризики, які повинні покривати страхові компанії, а також виникла необхідність у додаткових механізмах захисту туристів. Розглядаються проблемні аспекти страхування туристів в умовах воєнного стану та післявоєнного періоду, а також наведено пропозиції щодо вдосконалення системи туристичного страхування.

Виклад основного матеріалу. Страхування в туризмі розглядають як систему фінансово-економічних відносин між страховими компаніями, суб'єктами туристичної діяльності та туристами з приводу задоволення інтересів і потреб кожного з них [1, с. 276]. Туристичне страхування відіграє роль своєрідного гаранта на міжнародній арені шляхом забезпечення відшкодування матеріальної та моральної шкоди застрахованим особам, зменшення нещасних випадків та смертності туристів, стимулювання здійснення превентивних заходів настання страхових випадків, підвищення безпеки туристичної діяльності [2, с. 25].

Під час повномасштабної війни ринок туристичного страхування в Україні зіткнувся з численними викликами, які суттєво вплинули на його роботу та стабільність. Лише 5% компаній стабільно продовжували свою діяльність, переважно це центральні та західні області. Більше половини мали певні труднощі, 27% змогли частково відновити роботу [3, с. 252]. Основні виклики включали:

1. Руйнування туристичної інфраструктури та економічна нестабільність. Військові дії призвели до значних руйнувань та ушкоджень профільної інфраструктури, зокрема готелів, баз відпочинку, закладів харчування та транспортної мережі. Це, своєю чергою, вплинуло на збільшення кількості страхових випадків та зростання виплат за страховими полісами. Паралельно із руйнуванням інфраструктури, економічна нестабільність поглиблювалася через падіння ВВП, зменшення доходів державного бюджету, інфляцію

та скорочення бізнес-активності [4].

2. Втрата платоспроможності населення та бізнесу. Через війну значна частина населення втратила джерела доходу, а багато бізнесів припинили свою діяльність або скоротили операції. Втрата платоспроможності означала зниження попиту на туристичні поїздки та відповідні страхові продукти.

3. Підвищені ризики для страхових компаній. Повномасштабне вторгнення значно підвищило ризики для страхових компаній, зокрема і в сегменті туристичного страхування. Зокрема, йдеться про загрозу життю через бойові дії, евакуацію або закриття кордонів. Окремі страхові компанії пропонують спеціалізовані поліси з покриттям воєнних ризиків, але вони часто мають вищу вартість та обмеження щодо території дії [5].

4. Відсутність доступу до деяких регіонів країни. Окуповані території, а також регіони, де відбувалися активні бойові дії, стали недоступними для страховиків. Це створило серйозні проблеми у здійсненні оцінки збитків, врегулюванні страхових випадків та наданні страхових послуг. Крім того, страхові компанії не могли продовжувати свою діяльність у цих регіонах, що призвело до втрати частини ринку. Більшість страхових компаній виключають бойові дії з покриття полісів, що призводить до фактичного зниження ефективності туристичного страхування, створює значні труднощі для туристів, які подорожують територіями з підвищеною небезпекою. Створення окремих страхових продуктів для туристів, які відвідують регіони з підвищеною небезпекою, дозволить збалансувати ризики та забезпечити необхідний рівень захисту.

Через складну ситуацію та нестабільність у державі, процес отримання страхових виплат може бути затриманий. Туристи стикаються з додатковими перевітками та необхідністю надавати розширений пакет документів. Відсутність чітких стандартів та нормативів щодо страхування туристів в умовах воєнного стану призводить до різних підходів страхових компаній та нерівномірного захисту туристів. У деяких випадках страхові компанії взагалі можуть відмовляти у виплатах, посилаючись на форс-мажорні обставини або інші виключення, що створює додаткові труднощі для постраждалих туристів.

Після завершення активних бойових дій перед страховими компаніями стоїть завдання відновити довіру споживачів. Після війни страховики, ймовірно, підвищуватимуть вартість страхових полісів, щоб компенсувати збитки, завдані військовими діями. Це може негативно вплинути на доступність страхування для широких верств населення. Потрібно створювати нові страхові продукти, які враховують специфіку післявоєнного періоду та захищають туристів від непередбачених обставин.

Необхідно адаптувати нормативно-правові акти, що регулюють страхування туристів, до умов сучасних викликів. Це стосується зокрема законодавства щодо компенсації збитків через форс-мажорні обставини. Так само важливим компонентом відновлення ринку туристичного страхування після війни слід визнати роботу з підвищення інформаційної культури туристів, власників та працівників туристичних підприємств з метою подолання формального підходу до туристичного страхування.

Адаптація досвіду міжнародних страхових компаній допоможе підвищити якість страхового захисту та вдосконалити механізми врегулювання страхових випадків. Запровадження державних програм зі страхування туристів може забезпечити додатковий захист у критичних ситуаціях. Впровадження новітніх технологій, таких як блокчейн, великі дані і штучний інтелект, може значно підвищити ефективність і прозорість страхових операцій.

Висновки. Страхування туристів в умовах воєнного стану та післявоєнного періоду стикається з багатьма викликами. Для підвищення ефективності цієї системи необхідно розробляти нові страхові продукти, удосконалювати законодавчу базу та забезпечувати прозорість процесів виплати компенсацій. Тільки комплексний підхід дозволить захистити туристів та забезпечити стійкість ринку страхування в Україні. Ефективна система туристичного страхування може стати одним з ключових інструментів підтримки стабільності економіки і забезпечення соціального захисту громадян, а особливо в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення.

Література

1. Рібун Н. В. Особливості ринку страхування у сфері туризму. Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. 2014. Вип. 24.2. С. 274–281.
2. Полуляхова О. О. Теоретичні аспекти дослідження послуг зі страхування туристичної діяльності. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2015. № 4. С. 21-25.
3. Чуницька І. І., Богріновцева Л. М. Особливості діяльності страхових компаній на фінансовому ринку України в умовах воєнного стану. Інфраструктура ринку. 2023. Випуск 71. С. 251–258. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct71-44>.
4. Ткачук, Л., Краус, О. Вплив повномасштабного вторгнення на ринок страхування в Україні. *Innovation and Sustainability*. 2024. № 3. С. 34–44. DOI: <https://doi.org/10.31649/ins.2024.3.34.44>.
5. Страховий поліс по Україні для туристів – купити онлайн за 5 хвилин. Страхова компанія «Місто». URL: <https://ic-misto.com.ua/indyvidualne-strakhuvannya/turystyche-strakhuvannya/strakhovyi-polis-po-ukrayini> (дата звернення: 15.12.2024).

САДЛІВСЬКА Владислава, здобувачка вищої освіти, 2 курс
Науковий керівник: **АХМЕДОВА Олена**, д. держ. упр., доцент
Київський національний університет технологій та дизайну, м.Київ

ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ ТА ВІДПОВІДАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ У ГОТЕЛЬ-НІЙ ІНДУСТРІЇ

Постановка проблеми. Управління стійкістю у готелях, яке в сучасних умовах розуміється як екологічні практики та відповідальне використання ресурсів, стає все більш актуальною темою в умовах глобальних екологічних викликів та посилення вимог щодо екологічної відповідальності. Сьогодні готелі активно впроваджують нові підходи для зменшення свого впливу на навколишнє середовище, зокрема через використання “зелених” технологій, енергоефективних рішень та відповідального управління ресурсами. Проблема полягає у тому, що традиційні підходи до роботи готелів часто супроводжуються значним споживанням енергії, води та продукуванням відходів. Це ставить перед галуззю важливе питання: як зберегти високий рівень обслуговування і водночас зменшити негативний вплив на довкілля? Відповідальне управління ресурсами не лише допомагає знизити екологічний слід готелів, але й стає ключовим фактором у залученні екологічно свідомих клієнтів.

Виклад основного матеріалу. Нинішній готельний бізнес повинен шукати нові шляхи розвитку, задля того щоб відповідати вимогам до стійкості та екологічної відповідальності. Екологічні проблеми, такі як зміна клімату, велике споживання енергії та води, а також збільшення відходів, стають все більш критичними. Готелі мають важливий вплив на навколишнє середовище через щоденну діяльність, і недостатньо ефективні практики можуть погіршувати ситуацію. Головним питанням у цьому розрізі є можливості скорочення екологічного сліду і забезпечення відповідального використання ресурсів готелями.

Екологічна відповідальність готелів починається з утилізації або переробки відходів. Застосування систем сортування сміття, переробки та компостування допомагає зменшити кількість відходів, які відправляються на звалища. Багато готелів відмовляються від пластику на користь більш екологічних матеріалів. До того ж, раціональне поводження з харчовими відходами через контроль порцій у ресторанах та передача зайвої їжі на благодійність – це відповідальні заходи, що також підтримують соціальні ініціативи [1].

Насамперед енергоефективність відіграє важливу роль у забезпеченні стійкості. Використання енергозберігаючих технологій, таких як світлодіодне освітлення та автоматичні системи регулювання температури, дозволяє значно знизити споживання енергії. У багатьох готелях впроваджуються відновлювані джерела енергії, такі як сонячні панелі та контракти з постачальниками зеленої енергії, що значно скорочує викиди вуглецю [2].

Ще один значущий аспект – збереження води. Встановлення сантехнічних пристроїв з низьким споживанням води та впровадження систем сірководневого очищення для повторного використання води сприяють зниженню водоспоживання. Деякі готелі також реалізують системи збору дощової води, що є додатковим заходом у напрямку екологічної відповідальності [1; 2].

Використання зелених технологій під час будівництва та реконструкції готелів, таких як перероблені матеріали та озеленення дахів, також сприяє стійкості, зменшуючи вплив на навколишнє середовище. Ці ініціативи покращують екологічні показники готелів та роблять їх більш привабливими для екологічно свідомих клієнтів [3].

Висновки. Стійкий розвиток в готельній індустрії є важливою відповіддю на світові екологічні виклики, зокрема зміну клімату та виснаження природних ресурсів. Введення екологічних практик, таких як управління відходами, енергоефективність та збереження води, не лише знижує негативний вплив на навколишнє середовище, але й допомагає економії ресурсів та підвищенню конкурентоспроможності готелів. Окрім цього, такі ініціативи покращують імідж підприємства та допомагають залучати нові ринки клієнтів, що цінують екологічну відповідальність.

Література

1. Ecobnb. Green Hospitality: Sustainable Practices for Hotels, 2023. URL: <https://ecobnb.com/blog/2023/05/green-hospitality-sustainable-practices-hotels-resorts/> (дата звернення: 19.10.2024).
2. Hospitality Insights. Journey to net zero: Challenges and solutions in hotel sustainability, 2024. URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/hotel-sustainability-challenges-and-solutions> (дата звернення: 19.10.2024).
3. O. V. Ulyanchenko, O. V. Borysova, O. O. Akhmedova, S. I. Sysoieva, R. M. Sheludko, S. V. Stankevych, T. V. Kovalova, B. D. Khalmuradov Yu. Ye. Kharlamova. Prospective use of eco-

СВІТАК Вікторія, здобувачка вищої освіти, 4 курс

Науковий керівник: **ЩЕПАНСЬКИЙ Едуард**, д. держ. упр., професор

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Постановка проблеми. Туристична галузь України тривалий час залишалася одним із перспективних напрямків економічного розвитку країни, сприяючи зростанню національного доходу, створенню нових робочих місць та популяризації культурної спадщини на міжнародній арені. Проте, із початком повномасштабної війни, викликаній військовою агресією проти України, туристична сфера зазнала суттєвих потрясінь. Безпекова криза, руйнування інфраструктури, міграція населення та економічна нестабільність створили критичні умови для функціонування туристичного бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Військова агресія РФ проти України стала безпрецедентним викликом для туристичної галузі, яка вже раніше зазнала глибокої кризи внаслідок пандемії COVID-19. Туризм є стратегічною складовою економіки багатьох країн, і в 2021 році його внесок у світову економіку сягнув 4,7 трлн доларів. Після значного спаду в період пандемії, вже наприкінці 2021-го року та на початку 2022-го, спостерігалася тенденція до поступового відновлення галузі. В Україні це проявлялося у збільшенні туристичних потоків, зокрема завдяки іноземним туристам, переважно з Європи (70% від 4,3 млн осіб) [1].

Проте 24 лютого 2022 року туристична галузь України зазнала катастрофічного удару внаслідок повномасштабного вторгнення РФ. Воєнні дії не лише зруйнували інфраструктуру, але й зумовили значне зниження рівня безпеки, що суттєво вплинуло на туристичні потоки як внутрішніх, так і міжнародних відвідувачів. Курортні регіони південного та східного напрямків, які раніше забезпечували значну частку доходів галузі, втратили свою функціональність через бойові дії та тимчасову окупацію. Туристичний потік скоротився на понад 70%, що стало одним із найбільших спадів у сучасній історії туризму [2].

У 2022 році ці надходження впали на понад 30%, причому найбільший спад продемонстрували такі сектори, як турбази, кемпінги та дитячі табори відпочинку (-57%), туристичні оператори (-35%), туристичні агенції (-27%). Водночас деякі сегменти, наприклад, діяльність пансіонатів та гуртожитків, продемонстрували приріст у 46% за рахунок використання їх як тимчасових прихистків для внутрішньо переміщених осіб [3].

Дані за 2023 рік також свідчать про поглиблення кризи у туристичній сфері України. Загалом, порівняно з початком 2022 року, галузь скоротилася на третину. Кількість компаній у секторі зменшилася на 34%, а податкові надходження у першому кварталі 2023 року знизилися на 29% [3].

Якщо до повномасштабного вторгнення туризм орієнтувався на іноземних мандрівників із країн ЄС та Близького Сходу, то в сучасних умовах його клієнтська база суттєво змінилася. Готелі та інші засоби розміщення тепер приймають іноземних дипломатів,

журналістів міжнародних видань, волонтерів і громадських активістів, які працюють в Україні. За офіційними даними, лише у 2022 році Україну відвідало майже 2 мільйони іноземців, з яких мільйон прибув уже під час активної фази війни, що свідчить про збереження певного рівня міжнародної уваги до країни навіть у таких складних умовах [3].

Попри небезпеку бойових дій, Україна залишається привабливою для релігійного туризму. Так, у 2022 році Умань відвідало 23 тисячі хасидів для святкування Рош га-Шана, що вдвічі перевищило очікування влади, враховуючи, що навіть під час пандемії COVID-19 кількість паломників у 2020 році становила лише 2,5 тисячі, а в 2021-му – 30 тисяч [4].

Розвиток внутрішнього туризму в умовах війни демонструє значний потенціал для адаптації та відновлення. Західні регіони України, такі як Львівська, Закарпатська та Чернівецька області, стають осередками активізації екологічного туризму завдяки унікальним природним ресурсам, національним паркам і заповідникам. Подорожі до Карпат, озер Світязь та Синевир, а також маршрути природоохоронними територіями сприяють не лише відпочинку, а й популяризації сталого туризму, який враховує екологічні виклики.

Оздоровчий туризм набирає популярності, враховуючи зростання попиту на реабілітаційні програми та санаторно-курортний відпочинок. Заклади Трускавця, Моршина та інших західних регіонів мають перспективу стати центрами фізичного й психологічного відновлення для внутрішніх туристів та іноземних гостей. Державна підтримка модернізації інфраструктури цих закладів, зокрема медичного обладнання та сервісів, здатна посилити їхню конкурентоспроможність.

Зміна туристичних пріоритетів спостерігається також у безпечніших регіонах центральної України, таких як Вінницька та Хмельницька області. Тут популярними стають короткотривалі поїздки до природних і культурних об'єктів, що забезпечують комфортний відпочинок для сімей і індивідуальних туристів. Туристичні компанії адаптують свої пропозиції до нових реалій, орієнтуючись на гнучкість бронювання та безпеку.

Висновки. Таким чином, внутрішній туризм в Україні в умовах війни демонструє адаптивність і перспективи розвитку. Зростає інтерес до індивідуальних і сімейних турів, з акцентом на безпечність і базову інфраструктуру. Попит на санаторно-курортний відпочинок зріс на 46% завдяки їх використанню для переселенців. Водночас скорочення податкових надходжень на 30% і зменшення кількості компаній на 34% вказують на необхідність інфраструктурних інвестицій.

Література

1. How the war in Ukraine will affect European tourism. globetrender.com, 2022. URL:<https://globetrender.com/2022/04/28/how-the-war-in-ukraine-will-affect-european-tourism>.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Туризм під час війни – як галузь виживає та готується до відновлення. Kyivstar Business Hub. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya>.
4. Вірили в ЗСУ: понад 23 тисячі хасидів відсвяткували в Умані Рош га-Шана URL: <https://suspilne.media/cherkasy/286537-virili-v-zsu-ponad-23-tisaci-hasidiv-vidsvatkuvali-v-umani-ros-ga-sana/>.

ЕКОЛОГІЧНІ СТАНДАРТИ В ТУРИЗМІ: ШЛЯХ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Постановка проблеми. Активне просування концепції сталого розвитку туризму, який містить у собі екологічну, економічну та соціальну складову, розпочалося в другій половині ХХ-го століття, зокрема після конференції ООН з питань довкілля та розвитку, яка відбулася в Ріо-де-Жанейро в 1992 році. Цей захід, також відомий як «Саміт Землі», заклали основи для міжнародного визнання принципів сталого розвитку, зокрема й у сфері туризму. Проголошення ООН 2017 року «Міжнародним роком сталого туризму для розвитку» сприяло популяризації сталих підходів у глобальній туристичній індустрії.

Відповідно до визначення Світової організації торгівлі (СОТ) і Всесвітньої Ради з туризму та подорожей (World Council on Tourism and Travel, WCTT), «сталий туризм» – це такий вид туризму, який відповідає потребам як туристів, які відвідують туристичні центри, так і населення [1]. Головною метою сталого туризму є забезпечення довгострокового розвитку туристичних практик, що сприяють збереженню природних і культурних ресурсів, покращують якість життя місцевих жителів і забезпечують унікальний досвід для туристів.

Базові принципи сталого туризму включають: знайомство з природним середовищем, місцевими звичаями та культурою; мінімізацію негативного впливу на природу та культуру; зменшення екологічних і соціокультурних ризиків та забезпечення екологічної стійкості; сприяння збереженню природи та соціокультурного середовища місцевих спільнот; залучення місцевих жителів до туристичної діяльності та забезпечення їхнього доходу, що створює економічні стимули для збереження довкілля; економічну ефективність і стимулювання соціально-економічного розвитку територій; підтримку стійкого розвитку регіонів, які відвідують туристи.

Виклад основного матеріалу. Ключовим елементом сталого розвитку туризму в сучасному світі є підвищення екологічної відповідальності туристичних послуг. Це питання набуває особливої актуальності на тлі глобальних екологічних викликів, таких як зміна клімату, втрата біорізноманіття та забруднення довкілля.

Зусилля щодо підвищення екологічної відповідальності туристичних підприємств мають охоплювати заходи, спрямовані на зменшення негативного впливу туризму на природу, а також формування екологічної свідомості серед туристів і представників галузі. Основними з них є: 1) впровадження екологічних стандартів через розробку та впровадження чітких екологічних норм для всіх аспектів туризму, зокрема щодо використання екологічно чистого транспорту, енергоефективних споруд та ефективного управління відходами (наприклад, заміна традиційного транспорту на електромобілі чи велосипеди суттєво зменшує рівень шкідливих викидів, що сприяє боротьбі зі змінами клімату); 2) управління відходами в туристичних зонах через розширення мережі контейнерів для сміття, організація роздільного збору відходів і підтримка програм їх переробки; 3) залучення громад через участь місцевих мешканців у захисті природних ресурсів і біорізноманіття, що стане важливим елементом успішної реалізації екологічних ініціатив (місцеві жителі володіють унікальними знаннями про специфіку свого регіону і можуть запропонувати кращі й ефективні рішення) та сприятиме створенню робочих місць й економіч-

ному розвитку територій; 4) використання інноваційних технологій у туризмі, зокрема мобільних застосунків та онлайн-платформ, які допомагають туристам планувати подорожі з мінімальним впливом на природу (наприклад, застосунки можуть пропонувати екологічні маршрути, надавати інформацію про пункти переробки відходів і поради щодо екологічно відповідальної поведінки).

Формулювання та впровадження екологічних стандартів для підприємств індустрії туризму є важливим аспектом забезпечення сталого розвитку індустрії туризму. Цей процес складається з кількох основних етапів і аспектів: оцінки впливу на навколишнє середовище, участі зацікавлених сторін, розробки конкретних екологічних стандартів, сертифікації та маркування туристичних маршрутів на відповідність екологічним стандартам, екологічного моніторингу і опитування відвідувачів, підвищення екологічної обізнаності серед туристів.

Прикладами екологічних ініціатив в Україні за зразком провідних європейських країн можуть бути: використання електричних транспортних засобів, велосипедів, громадського та залізничного транспорту у рекреаційних районах; інтеграція відновлюваних джерел енергії у транспортну інфраструктуру; підвищення екологічної обізнаності громадськості та зміна поведінки; співпраця з місцевими громадами через підтримку локального бізнесу; користування послугами місцевих гідів та участь у культурних заходах, які сприятимуть соціально-економічному розвитку регіонів і збереженню культурної спадщини.

Успішним прикладом екологічних ініціатив в Україні став відомий курорт Буковель (Bukovel), який доєднався до важливого міжнародного тренду. Так, у листопаді 2024 року було заявлено, що курорт оголосив про важливі зміни в розвитку туристичної інфраструктури і офіційно заявив про перехід до формату туристичної дестинації, орієнтованої на сталий розвиток та відповідальний туризм. У 2024 році Буковель розпочав масштабну трансформацію, аби створити сертифікований туристичний кластер, який відповідатиме міжнародним стандартам сталого розвитку. Основна мета – стати першою в Україні та п'ятою у світі недержавною туристичною дестинацією, сертифікованою за майже сотнею міжнародних протоколів та практик [2].

Підвищення екологічної відповідальності туристичних послуг є складним, багатогранним завданням, яке потребує скоординованих зусиль усіх зацікавлених сторін, включаючи туристичний бізнес, місцеві громади, державні організації та самих туристів. Впровадження комплексних заходів, спрямованих на зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, підвищення екологічної свідомості та використання інноваційних технологій сприятиме розвитку сталого туризму в Україні та забезпечить захист природних і культурних цінностей для майбутніх поколінь.

Висновки. Цілі сталого розвитку, що включають концепції збереження природних ресурсів, використання зелених технологій і переходу на відновлювальну енергетику, останнім часом стали орієнтирами для цивілізованого світу. Тому сучасний туристичний бізнес в Україні, якому після війни доведеться відновлювати туристичну інфраструктуру, повинен їх враховувати та впроваджувати. Орієнтуючись на цілі сталого розвитку, можна створити більш екологічну, ефективну й енергетично незалежну систему, основними напрямками якої мають стати розширення туристичної інфраструктури і розвиток нових видів туризму, екологічна стандартизація та сертифікація туристичних послуг, створення й реалізація програм підтримки підприємців у сфері туризму й гостинності, організація заходів для залучення іноземних туристів до «маршрутів пам'яті» та ін. Сучасна кон-

цепція сталого туризму акцентує увагу на збереженні природної та культурної спадщини, біорізноманіття, а також на покращенні екологічного та соціально-економічного стану регіонів України. Сталий туризм має стати прикладом для екологічної трансформації та реорганізації всієї туристичної галузі.

Література

1. Соловій І.П., Адамовський О.М., Дубовіч І.А. Сталий туризм: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні. Економіка та суспільство. Вип.50. 2023. doi:10.32782/2524-0072/2023-50-79
2. Електронний ресурс. URL: <https://bukovel.com/blog/bukovel-to-reorganize-as-a-certified-tourist-destination>.

СКИРДА Валерія, здобувачка вищої освіти, 4 курс

Науковий керівник: **ТЮРІНА Діна**, канд. пед. наук, доцент

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

МІШЛЕНІВСЬКІ ЗІРКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ ТА ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Постановка проблеми. Мішленівські зірки вже понад століття слугують символом гастрономічної досконалості, впливаючи на розвиток кулінарної культури та формуючи престиж ресторанів у всьому світі. Однак їхній вплив не обмежується лише ресторанною галуззю. У сучасному туризмі мішленівські зірки стали важливим інструментом маркетингу, який визначає сприйняття туристичних дестинацій, стимулює інтерес до регіонів та сприяє залученню нових відвідувачів.

Ресторани, відзначені мішленівськими зірками, виконують роль “магнітів”, привертаючи увагу туристів до конкретних міст, регіонів чи навіть країн. Наявність таких закладів асоціюється з високою якістю послуг і культурною автентичністю, що формує унікальний образ дестинації в очах мандрівників. Успішне використання мішленівських зірок у маркетингових стратегіях сприяє розвитку як гастрономічного, так і загального туризму, роблячи регіони більш конкурентоспроможними на глобальному туристичному ринку.

Актуальність теми полягає в тому, що у світі, де туристичні уподобання дедалі більше орієнтовані на унікальний досвід, гастрономія відіграє ключову роль у виборі напрямків. Дослідження впливу мішленівських зірок на просування туристичних дестинацій дозволяє зрозуміти їхній потенціал як інструменту маркетингу, здатного сприяти зростанню туристичного трафіку, підвищенню економічної привабливості регіону та формуванню його позитивного іміджу.

Виклад основного матеріалу. Зіркові ресторани є важливим елементом, який підвищує привабливість туристичних дестинацій. Наявність ресторанів, відзначених мішленівськими зірками, асоціюється з високою якістю послуг і унікальними гастрономічними враженнями, що формує позитивний імідж регіону. Туристи бачать у таких закладах гарантію унікального досвіду, що спонукає їх відвідувати саме ці дестинації. Крім того, ресторани зі зірками Мішлен сприяють диференціації регіону серед конкурентів, особли-

во у висококонкурентному середовищі туристичних послуг.

Гастрономічна ідентичність регіону значною мірою формується завдяки мішленівським ресторанам, які підкреслюють унікальність традиційної кухні та використання локальних продуктів. Такі регіони, як Франція, Італія чи Японія, стали відомими не лише завдяки своїй історичній спадщині, а й через свої зіркові ресторани, які акцентують увагу на гастрономічних традиціях. Подібно до цього, Польща також починає активно розвивати напрям гастрономічного туризму, де ресторани зі зірками Мішлен поступово стають символом якісного кулінарного досвіду, зокрема в таких містах, як Варшава чи Краків.

Зіркові ресторани сприяють формуванню елітного статусу туристичних destinations, позиціонуючи їх як преміальні місця для відпочинку. Наприклад, міста, як-от Ліон у Франції чи Сан-Себастьян в Іспанії, сприймаються туристами як гастрономічні столиці через високу концентрацію ресторанів із мішленівськими зірками. Польські міста, зокрема Варшава, також починають позиціонувати себе як перспективні гастрономічні destinations, що сприяє залученню туристів і створенню унікального образу країни на міжнародній арені.

Зіркові ресторани не лише формують позитивний імідж туристичних destinations, але й стають ефективним інструментом маркетингу, який активно використовується для просування регіонів на міжнародній арені.

По-перше, ресторани зі зірками Мішлен є важливим інструментом для просування туристичних регіонів. Туристичні офіси активно використовують їх для організації та реклами гастрономічних турів і преміальних програм відпочинку. Зіркові заклади стають основою тематичних маршрутів, таких як «шлях мішленівських зірок» або «гастрономічні тури Францією», а також частиною VIP-турів, що забезпечують доступ до унікальних кулінарних вражень.

По-друге, інформація про ресторани, відзначені мішленівськими зірками, сприяє залученню туристів, підкреслюючи гастрономічні переваги destinations. Це привертає увагу як індивідуальних мандрівників, так і туристичних груп. Туристичні офіси активно використовують цей ресурс для збільшення потоку відвідувачів до регіону, зосереджуючи кампанії на унікальних кулінарних пропозиціях. Наприклад, у Польщі гастрономічний туризм стає все більш популярним завдяки акценту на висококласних ресторанах, які формують позитивний імідж країни.

Цифрові медіа, особливо соціальні мережі, відіграють важливу роль у просуванні ресторанів зі зірками Мішлен. Завдяки візуальному контенту, як-от фото та відео страв, і туристичним відгукам, створюється додатковий інтерес до регіонів із такими закладами. Платформи на кшталт Instagram і TikTok сприяють залученню нової аудиторії, підвищуючи популярність зіркових ресторанів.

Ресторани зі зірками Мішлен не лише слугують ефективним маркетинговим інструментом для залучення туристів, але й відіграють ключову роль у формуванні взаємодії з іншими туристичними об'єктами, розширюючи спектр можливостей для відвідувачів і зміцнюючи привабливість destinations.

Зіркові ресторани активно взаємодіють із готелями, культурними установами та місцевими виробниками, що розширює туристичні можливості регіону.

По-перше, ресторани часто розташовані в готелях класу «люкс», створюючи унікальні пакети послуг, які поєднують проживання та дегустацію. Наприклад, Chateau Hotel & Restaurant у Франції пропонує гастрономічні тури для гостей.

По-друге, співпраця з музеями та театрами додає культурної цінності, формуючи комплексні маршрути, які включають екскурсії та вечерю в ресторані високої кухні. Такий підхід стимулює туристів витратити більше, збільшуючи їхній досвід.

По-третє, підтримка локальних виробників сприяє розвитку регіональної економіки. Використання місцевих продуктів у меню ресторанів заохочує туристів до участі в винних турах чи кулінарних майстер-класах, підсилюючи економічний і культурний розвиток DESTINATIONI.

Висновки. Мішленівські зірки є потужним інструментом маркетингу та просування туристичних DESTINATIONI. Вони формують позитивний імідж регіону, сприяють розвитку інфраструктури та залучають платоспроможних туристів. Завдяки інтеграції з іншими туристичними об'єктами, ресторани зі зірками Мішлен створюють додаткову цінність для мандрівників, стимулюючи розвиток як гастрономічного, так і культурного туризму.

Література

1. Ткач В. О. Харенко Д. О., Камушков. О. С. Маркетингова стратегія просування гастрономічного бренду туристичної DESTINATIONI. Український журнал прикладної економіки. 2021. Том 6. № 1. С. 169 – 176.

СОБОЛЄВА Світлана, канд. пед. наук, доцент,

Харківський національний університет Повітряних Сил імені Івана Кожедуба, м. Харків

ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ ПСИХОЛОГІЧНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ

Постановка проблеми. Туризм є ефективним інструментом відновлення психологічного стану військовослужбовців, які пережили стрес, травматичні події чи інші наслідки військових дій. У сучасному світі його використання як методу реабілітації стає дедалі популярнішим завдяки комплексному впливу на людину. Природне середовище, фізична активність і нові враження, які забезпечує туризм, сприяють емоційному відновленню, зниженню тривожності та покращенню загального психічного здоров'я. Туристичні програми дозволяють ветеранам адаптуватися до мирного життя, сприяють соціальній інтеграції та мотивації до повноцінної суспільної діяльності.

В умовах зростання попиту на дієві методи реабілітації для військовослужбовців дослідження туризму як засобу психологічного відновлення є важливим і своєчасним. Це дозволяє розробляти інноваційні підходи до підтримки ветеранів і сприяти їхньому поверненню до гармонійного життя.

Виклад основного матеріалу. Створення туристичних програм для військовослужбовців є важливими сьогодні в умовах війни та особливого значення набудуть у післявоєнний період, оскільки такі ініціативи сприяють психологічній реабілітації, соціальній адаптації та відновленню морального й фізичного стану ветеранів.

Туристичні програми для військовослужбовців пропонують різноманітні можливості для відновлення психологічного стану та соціальної адаптації. Серед ключових аспектів, які сприяють реабілітації ветеранів, виділяються релаксація в природному середовищі, групові подорожі, розвиток важливих особистісних навичок тощо.

Так природні локації, такі як гірські курорти, морські узбережжя чи ліси, забезпечують ідеальні умови для психологічного відновлення. Контакт із природою сприяє зниженню рівня стресу, заспокоєнню нервової системи та відновленню емоційного балансу.

Участь у подорожах разом з іншими ветеранами сприяє формуванню атмосфери підтримки та взаєморозуміння. Спільний відпочинок допомагає відчути себе частиною спільноти, полегшує процес соціалізації та сприяє обміну досвідом.

Активний відпочинок, як-от кемпінг, туристичні походи чи каякінг, дозволяє військовослужбовцям розвивати лідерські якості, вміння працювати та взаємодіяти в команді, здатність адаптуватися до нових умов. Ці заходи допомагають відновити впевненість у собі, покращити фізичну та психологічну стійкість.

Ефективна реалізація туристичних програм для військовослужбовців потребує тісної співпраці між туроператорами, державними органами та фахівцями у сфері психології.

Ключову роль у створенні програм, адаптованих до психоемоційних особливостей військовослужбовців (ветеранів) повинні відігравати туроператори. Такі тури можуть включати релаксаційні прогулянки у природних локаціях, командні заходи для формування соціальної підтримки та індивідуальні активності для зняття стресу. Наприклад, заняття альпінізмом, пішохідні туристичні походи або спа-процедури можуть бути організовані так, щоб забезпечити максимальний комфорт і користь для учасників.

Важливою є роль держави у фінансовому забезпеченні та організаційному супроводі таких ініціатив. Це включає створення соціальних програм, які підтримують ветеранів через субсидії, гранти чи безкоштовну участь у туристичних заходах. Додатково держава може сприяти розбудові реабілітаційних центрів на базі курортів, заповідників чи інших природних локацій, роблячи ці програми доступними для більшої кількості ветеранів.

Невід'ємною складовою ефективності зазначених туристичних програм є залучення кваліфікованих психологів. Фахівці можуть допомогти враховувати індивідуальні потреби військовослужбовців під час планування турів, надати психологічну підтримку в процесі подорожей. Так, наприклад, групові тренінги з релаксації, сесії з емоційного відновлення або консультації дозволять досягти більшого ефекту реабілітації.

Комплексний підхід, який об'єднує зусилля туроператорів, держави та психологів, дозволяє створити ефективні програми, спрямовані на повноцінне відновлення військовослужбовців і їхню інтеграцію в мирне життя.

У світі вже існують успішні приклади впровадження туристичних програм, які демонструють ефективність такого підходу до реабілітації військовослужбовців.

Серед найуспішніших ініціатив виділяється американська програма "Warrior Expeditions", яка пропонує ветеранам тривалі походи як спосіб зцілення через контакт із природою та фізичну активність. У Канаді програма "Soldier On" залучає військових до туристичних та спортивних активностей, що спрямовані на подолання психологічних травм і поліпшення фізичного стану. У Європі активно впроваджуються відновлювальні тури в природних заповідниках, де ветерани можуть поєднати відпочинок із терапевтичним впливом природного середовища. Ці приклади свідчать про універсальність туризму як інструменту реабілітації та його позитивний вплив на якість життя військовослужбовців.

Висновки. Туризм є потужним засобом психологічної реабілітації військовослужбовців. Він поєднує фізичну активність, позитивні емоції та соціальну інтеграцію, допомагаючи ветеранам відновлювати психічне здоров'я та повертатися до повноцінного життя.

Ефективна реалізація таких програм потребує спільної діяльності держави, туроператорів, психологів та суспільства.

Література

1. Гуменюк Г., Ткачівська І., Цап І. Туризм як засіб корекції психоемоційного стану учасників АТО. Освітні обрії. № 2(53), 2021. С. 62–66.

ТИМОЩУК Олександр, к.ю.н., викладач

ЗАВОЗІНА Любов, викладач-методист

ВСП «Стрийський фаховий коледж Львівський національний університет природокористування», м. Стрий

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ НА ЗАХОДІ УКРАЇНИ ШЛЯХОМ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ ВІДПРАЦЬОВАНИХ СІРЧАНИХ РОДОВИЩ

Постановка проблеми. Львівська область є однією з найперспективніших з точки розвитку туризму в Україні – вона віддалена від зони бойових дій, межує із ЄС, має велику концентрацію різноманітних туристичних ресурсів. Водночас регіон не має виходу до узбережжя морів, відсутні великі природні озера. На території Львівської області є низка великих штучних озер утворених на місці колишніх сірчаних кар'єрів – Яворівське, Подорожненське, у Новому Роздолі. Ці водні об'єкти можуть стати основою для створення нових пляжних дестинацій Західної України. Сьогодні вони знаходяться на різних стадіях ревіталізації, розвитку туристичної інфраструктури та екологічного стану. Їх перетворення на туристичні центри дозволить вирішити питання відновлення антропогенно порушених територій, покращити економічне становище в регіоні, залучити інвестиції, забезпечити рекреаційні потреби пляжного відпочинку серед внутрішніх українських туристів. Якщо питання рекультивації та стану води названих водних об'єктів є більш-менш дослідженими [1], економічні дослідження стосовно перспективи розбудови пляжних дестинацій на місці наведених озер є недостатніми.

Виклад основного матеріалу. Земельний кодекс України (ст. 171-172) [2] відносить ділянки, поверхня яких порушена внаслідок видобування корисних копалин до деградованих земель та затверджує необхідність консервації шляхом залуження або залісення. У випадку із кар'єрами є економічно більш прийнятний варіант рекультивації – перетворення урвищ на водойми та створення рекреаційних об'єктів. У Польщі на місці сірчаного кар'єру Махув вже було створено озеро, яке використовується для рекреаційних цілей. Тобто територія яка колись приваблювала тисячі людей на роботу – сьогодні приймає тисячі туристів.

Найбільшим штучним озером Львівської області є Яворівське, неподалік міста Яворов. Воно утворилося в 2002 -2006 рр. шляхом затоплення колишнього сірчаного кар'єру. Його площа – 694,2 га, глибина до 84 м. З часу затоплення стабілізувалися береги озера, відновилася рослинність на прилеглих територіях, сформувалася біота, стабілізувався мінеральний склад води. Вода солонувата, прозора, склад відповідає нормам для рекреаційного використання водойм [3]. Озеро користується великою популярністю се-

ред відпочиваючих, рибалок любителів водних видів спорту. Функціонує яхтклуб, школа віндсерфінгу, діє науково-дослідна ділянка риборозведення, облаштована низка пляжів та зон відпочинку. На підставі розпорядження Яворівської РДА від 5 жовтня 2020 р. розроблено детальний план території, який передбачає будівництво бази відпочинку біля с. Залужжя, розміщення відпочинкового центру, облаштування пляжу на 7000 осіб, підзон для рибальства та човневих станцій [3]. Серед екологічних проблем слід зазначити наявність сміттєзвалища м. Новояворівськ на відстані 1 км. від уріза води, потрапляння в озеро забруднених вод річки Шкло, візуальне забруднення пейзажів залишками колишньої промзони.

Не менший туристичний потенціал має озеро Подорожнє, розташоване неподалік містечка Журавно. Озеро створено в 2003-2013 рр. на місці сірчаного кар'єру «Подороженський рудник». Розміри – 4 на 1,8 км, площа 420,3 га., глибина до 92 м. Вода в озері надзвичайно прозора, наближається за складом до стандартів питної води, влітку прогрівається до 20-22 °С [4]. Слід зазначити відсутність пляжів та різке збільшення глибини озера, мальовничість та залісеність берегів, велику кількість риби та птахів. Озеро є своєрідним заповідником, як туристичний об'єкт майже не використовується.

Водойми на місці сірчаного родовища у Новому Роздолі перебувають у значно гіршому екологічному стані. На берегах досі зберігаються відходи від виробництва міндобриव – фосфогіпси у кількості 3.5 млн. тонн. На березі одного з озер утворено сміттєзвалище, дослідження показують підвищений вміст у водах озер сірководню, сульфатів, хлоридів стронцію. Проєкти подальшого розвитку території зорієнтовані на промисловий напрямок.

Найбільш розвиненою пляжною дестинацією Львівської області є штучне озеро Задорожнє, що знаходиться неподалік м. Миколаїв. Озеро утворилося в результаті затоплення у 1970х рр. Дроговизького вапнякового кар'єру. Має площу 63 га, глибину до 27 м. Вода в озері чиста, прозора. Узбережжя облаштовано під пляжний відпочинок із піщаними пляжами, парасольками, зонами відпочинку, засобами громадського харчування. Працюють водні атракціони, є рятувально-водолазна станція. Локація користується величезним попитом. Тобто на прикладі озера Задорожнє можна спострігати розвиток локальної пляжної дестинації на стадії зрілості.

Висновки. Сьогодні період необхідний для природньої ревіталізації колишніх кар'єрів Львівської області пройшов. Природні умови, пейзажність, якість води, розміри Яворівського та Подороженського озер, їх місце розташування дозволяють розглядати їх як перспективні місця розбудови туристично-рекреаційних об'єктів. Озера придатні для пляжного відпочинку. Яворівське має найкращі умови для вітрильного спорту. Подороженське – для дайвінгу. На Яворівському озері туристична галузь розвивається стихійно та має фрагментарний характер, є екологічні проблеми та забруднення. Подороженське озеро є найчистішим але туризм там поки не розвивається. Що стосується озер у Новому Роздолі їх використання в туризмі поки неможливе. Для пришвидшення процесів формування туристичних дестинацій на місці штучних озер необхідно вирішити низку питань: визначити юридичний статус територій, забезпечити наявність шляхів та комунікацій, забезпечити можливість державного та приватного партнерства. Наявність поруч розвинутої пляжної дестинації – озера Задорожнє дозволяє застосувати її як своєрідний «пілотний проєкт» під час розробки комплексних програм розбудови штучних озер у напрямку туризму і рекреації.

Література

1. П'ятниця М., Гайдін А., Козловський В., Слободян Р. Санітарно-гігієнічна оцінка вмісту макро- та мікроелементів у водах кар'єрних "озер" Яворівське та Подорожне (Львівська область). Тематичний збірник наукових праць Наукові основи збереження біотичної різноманітності. 2014. Том 5(12), № 1. С. 229-234. URL: <https://ecoinst.org.ua/html/201412/13.pdf> (дата звернення 12.12.24).
2. Земельний кодекс України від 25.10.2001 р. №2768-III. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, № 3-4, ст. 27.
3. Дяків В., Брода А., Думич О., Ковальчук М., Яремович М. Природні трансформаційні процеси еволюції виїмки сірчаного кар'єру у стійку водну екосистему та потенційні джерела антропогенного впливу на акваторію і прибережні ландшафти озера Яворівське : матеріали сьомої міжнар. наук.-практ. конф. «Надрокористування в Україні. Перспективи інвестування», м. Львів, 1.11.2021 р. Т. 2. С. 145-157. URL: https://www.dkz.gov.ua/files/2021_materials_vol_2_net.pdf (дата звернення 14.12.24).
4. Гайдін М., Марискевич О., Шпаківська І. Посттехногенні території сірковидобувних підприємств як елементи екомережі Львівської області (на прикладі дп "Подорожненський рудник"). Наукові основи збереження біотичної різноманітності. № 1, 2013 Т. 4(11). С. 147-166. URL: <https://ecoinst.org.ua/html/201311/fb1.pdf> (дата звернення 14.12.24).

ТИЩЕНКО Яна здобувачка вищої освіти, 2 курс

Науковий керівник: **СУЩЕНКО Олена**, д.е.н., професор

Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВТОМАТИЗАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ГОТЕЛЯМИ

Постановка проблеми. Сучасний готельний бізнес стикається з численними викликами, серед яких – підвищення вимог клієнтів до рівня обслуговування, зростання конкуренції та необхідність оптимізації витрат. Традиційні методи управління поступаються місцем автоматизованим рішенням, які дають змогу підвищити ефективність операційної діяльності та забезпечити кращий досвід для гостей. Однак, поряд із перевагами автоматизації, існує низка проблемних аспектів, зокрема фінансові витрати на впровадження технологій, необхідність навчання персоналу та можливі труднощі з інтеграцією нових систем у вже існуючу інфраструктуру готелю.

Автоматизація управлінських процесів може значно змінити готельний бізнес, але для цього необхідно ретельно оцінити можливості та ризики, а також визначити найбільш перспективні напрями впровадження. Це дослідження присвячено аналізу перспектив розвитку автоматизації в управлінні готелями та оцінці потенціалу різних автоматизованих рішень для підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства.

Виклад основного матеріалу. Автоматизація управлінських процесів у готельному бізнесі набирає обертів і охоплює кілька ключових напрямів. Один із провідних інструментів – системи управління взаєминами з клієнтами (CRM), які дозволяють зберігати дані про клієнтів, їхні вподобання та здійснювати персоналізовані маркетингові кампанії.

Поєднання CRM зі штучним інтелектом допомагає надсилати автоматичні пропозиції, підвищуючи лояльність клієнтів. Іншою популярною технологією є чат-боти та віртуальні помічники, що надають цілодобову підтримку клієнтам і зменшують навантаження на персонал. Віртуальні помічники швидко відповідають на запитання гостей, скорочуючи час очікування [1].

Серед популярних автоматизованих рішень виділяються також системи для самостійного бронювання й реєстрації, які дають змогу гостям оформлювати номери та здійснювати оплату онлайн, знижуючи навантаження на рецепцію. Ще один важливий напрям – автоматизація обслуговування номерів, що дозволяє контролювати прибирання, поповнення запасів та управління доступом за допомогою електронних ключів. Усі ці рішення мають свої переваги: зниження витрат на утримання персоналу, підвищення швидкості та точності обслуговування, а також можливість надавати персоналізовані послуги. Водночас автоматизація супроводжується певними викликами. Наприклад, початкові інвестиції в технології часто є високими, що особливо складно для середніх і малих готелів. Також необхідно навчати персонал, що потребує додаткових ресурсів. Крім того, можливі технічні збої в системах можуть спричинити незручності для гостей і персоналу.

Перспективні напрями автоматизації включають інтеграцію з мобільними додатками, що дозволяють керувати бронюванням і послугами через смартфон, а також використання штучного інтелекту й аналітики великих даних для персоналізації пропозицій. Безконтактні технології, такі як системи доступу й оплати, також стають усе популярнішими, знижуючи ризики та підвищуючи зручність для гостей [2]. Основні напрями автоматизації в готельному бізнесі, їх переваги, виклики та перспективи розвитку представлено в таблиці.

Таблиця - Основні напрями автоматизації в готельному бізнесі

№	Сфера автоматизації	Переваги	Виклики	Перспективи розвитку
1	Управління клієнтськими взаєминами	Підвищення лояльності клієнтів	Інтеграція з існуючими системами	Розширене використання AI для персоналізації
2	Чат-боти та віртуальні помічники	Скорочення навантаження на персонал	Залежність від технічної підтримки	Покращення розуміння мовних команд
3	Процеси бронювання та реєстрації	Зменшення черг і очікування	Витрати на впровадження та оновлення	Можливості самообслуговування
4	Обслуговування номерів	Підвищення ефективності процесу прибирання	Складність інтеграції з іншими системами	Використання IoT для моніторингу стану номерів

Джерело : сформовано на основі [1-3]

Незважаючи на важку соціально-економічну ситуацію в Україні, індустрія гостинності продовжує стрімко і динамічно розвивати як спектр так і якість надаваних послуг. Конкурентоспроможність готельних закладів може бути забезпечена впровадженням інновацій у сфері інформаційних технологій, електронних систем автоматизованого управ-

ління тощо.

Висновок. Розвиток автоматизації в готельному управлінні відкриває широкі можливості для оптимізації роботи, зниження витрат і покращення якості обслуговування гостей. Впровадження нових технологій допомагає зменшити вплив людського фактору, прискорює обслуговування та робить його більш зручним. Однак, разом із перевагами автоматизації, існують виклики, зокрема високі початкові інвестиції, необхідність навчання персоналу та можливі технічні проблеми. Для успішного впровадження автоматизованих рішень готелям необхідно ретельно оцінювати ризики, забезпечувати інтеграцію нових систем із існуючою інфраструктурою та враховувати специфіку своєї діяльності.

Література

1. Гудзовата, М. Автоматизація процесів управління в готельному господарстві / М. Гудзовата // Туризмознавство: електронна бібліотека наукових праць. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/gudzovata.htm (дата звернення: 25.11.2024).
2. Силенко, Л. Актуальність впровадження автоматизованих систем управління / Л. Силенко; наук. кер.: канд. техн. наук, ст. викл. О. М. Люлька; Національний університет харчових технологій. – URL : <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/20887/1/107-108.pdf> (дата звернення: 25.11.2024).
3. О.А. Сущенко, О.О. Ахмедова, І.О. Єрмаков «Вплив репутації на безпеку підприємств ресторанного господарства» Центральнотуристичний науковий вісник. Економічні науки, 2023, вип. 10 (43) <https://economics.kntu.kr.ua/archive/43.html> (дата звернення: 25.11.2024).

ФЕДЧЕНКО Сергій, аспірант

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків

МІСЦЕ ТУРИЗМУ У ФІЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНІЙ СКЛАДОВІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ ВЕТЕРАНІВ

Постановка проблеми. Питання відновлення фізичного та соціально-психологічного стану учасників бойових дій та демобілізованих осіб є невід'ємною складовою державної ветеранської політики, а туризм, як частина фізкультурно-спортивних заходів, здатний стати ефективним інструментом реабілітації, сприяючи поліпшенню якості життя ветеранів та їх соціалізації. На вирішення цього важливого завдання націлена робота по формуванню відповідної нормативно-правової бази та організаційні заходи владних інституцій національного і регіонального рівнів.

Виклад основного матеріалу. Законодавство України визначає реабілітацію ветеранів як один із ключових напрямків соціальної політики. Відповідно до Закону України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту» [1], реабілітація має включати фізкультурно-спортивну складову, а Національна стратегія реабілітації ветеранів передбачає створення спеціалізованих туристичних маршрутів, адаптованих до потреб ветеранів [2] На виконання визначеної законодавством норми Міністерство у справах ветеранів України розробляє рекомендації щодо використання туристичних програм у

реабілітації ветеранів, що відповідає міжнародним стандартам та найкращим практикам. У 2023 році Міністерство ініціювало проєкт «Туризм для ветеранів», який поєднує фізичну активність із відпочинком і ставить за мету вирішення важливого завдання: покращити фізичний стан учасників бойових дій та допомогти їм повернути віру у власні сили. Варто відзначити відомий проєкт «Сильні духом», що пропонує ветеранам участь у водних походах на байдарках. Цей формат сприяє покращенню фізичної форми, розвитку командної роботи та зниженню рівня психологічної напруги [3].

В Україні питання забезпечення туристичної активності ветеранів поруч з національними програмами реалізують і численні проєкти регіонального та місцевого рівнів. Серед них, ініціатива «Гірські стежки Карпат для героїв», орієнтована на організацію пішохідних турів для ветеранів. Учасники проєкту не лише зміцнюють фізичне здоров'я, а й отримують розвиток навичок взаємодії в групі, що особливо важливо для соціалізації. Інший приклад – ініціатива «Туризм без обмежень», яка організовує походи в Карпатах для ветеранів із травмами кінцівок. Використання спеціального спорядження дозволяє залучати до участі навіть осіб з обмеженими можливостями.

Заслуговує на увагу програма «Південноукраїнські горизонти», яка зосереджена на організації велотурів у Херсонській області. Участь у цих турах допомагає ветеранам відновити фізичну форму, насолоджуючись природою та залучаючи місцеві громади до підтримки учасників.

Висновки. Туризм є важливим елементом фізкультурно-спортивної складової програм реабілітації ветеранів війни в Україні. Його ефективність полягає у комплексному впливі на фізичний, психологічний та соціальний стан учасників. Тому, перед владними інституціями та суспільством постає завдання сприяти розробці і впровадженню національних та регіональних програм щодо розвитку фізично-спортивної активності ветеранів, сприяти створенню нових туристичних маршрутів, адаптованих до потреб ветеранів, залучати до участі у такій роботі партнерів з громадського та міжнародного секторів. Актуальним є посилення державної підтримки таких програм, збільшити їх фінансування та організувати навчання фахівців, які працюють з ветеранами. Важливим є, також поширювання інформації про успішні практики забезпечення туристичної активності ветеранів.

Література

1. Закон України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту» / Електронний ресурс: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3551-12#Text>.
2. Стратегія формування системи повернення з військової служби до цивільного життя / Електронний ресурс: <https://mva.gov.ua/presenter/category/86-novini/uryad-shval-iv-strategiu-formuvannya-sistemi-povernennya-z-viyskovoї-sluzhbi-do-tsivilnogo-zhittya>
3. Ініціатива «Сильні духом». Звіт про результати 2023 року/ Електронний ресурс: <https://metinvestholding.com/ua/ar2023/>

ЧЕВЕРДЕНКО Костянтин, здобувач вищої освіти, 1 курс
Науковий керівник: **ЛОЗИНСЬКА Тамара**, д. держ. упр., професор
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ПІДТРИМКА ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Постановка проблеми. Туристична галузь в Україні зіштовхнулася з труднощами ще у період дії карантинних обмежень, пов'язаних з пандемією COVID-19, але з початком повномасштабної війни з Росією у 2022 році туризм в нашій країні зазнав колосальних втрат. Тому знаходження можливостей відродження внутрішнього туризму та реорганізація зовнішніх туристичних маршрутів під час війни та в післявоєнний період є важливим завданням для суб'єктів управління галуззю, а також для формування дієвого механізму державної підтримки галузі.

Виклад основного матеріалу. Безумовно, війна – це не той час, що спонукає до подорожей з метою відпочинку чи вивчення місцевостей. У той же час війна в Україні обумовила переміщення великої кількості людей з територій, що були окуповані, або охоплені бойовими діями, у більш безпечні місця та за кордон. Внутрішня та зовнішня міграція людей, знедолених війною, викликала перебої у подорожах всією Європою, особливо її східними країнами, які прийняли під тимчасовий захист мільйони українців. В Україні для забезпечення проживання внутрішньо переміщених осіб (ВПО) були задіяні житлові приміщення санаторіїв, баз відпочинку, готелів, гостьових будинків тощо, а їхні заклади харчування та надання медичних послуг було переорієнтовано на обслуговування ВПО. Були також скасовані всі авіаційні перельоти через територію України, що суттєво ускладнило туристичну логістику. За даними Державного агентства розвитку туризму, які були наведені Kyivstar Business Hub, туристична галузь у 2023 році порівняно з попереднім сплатила на 29% менше податків, а кількість компаній зменшилася на 34% [1].

Водночас, в західних областях України спостерігається збільшення попиту на послуги туристичної індустрії, оскільки потребують оздоровлення діти та їх батьки, які живуть в умовах постійних повітряних тривог, відключень електрики і загроз обстрілів. Зростає потреба у відпочинку та реабілітації з боку військовослужбовців та їх сімей. Під впливом обставин, в яких перебувають громадяни України, структура попиту на туристичні послуги змінилася:

- практично відсутній пляжний туризм через загрозу обстрілів приморських населених пунктів та високий ступінь замінування узбережжя;
- зріс попит на тури вихідного дня, гастротуризм, зелений туризм;
- скоротився попит на групові тури, водночас набирає популярності сімейний відпочинок;
- зріс попит на санаторне лікування з боку військовослужбовців.

На даний час в індустрії туризму використовується збережена матеріально-ресурсна база (за винятком втрачених туристичних об'єктів на півдні та сході країни), а інвестиції мають дуже обмежені обсяги і носять точковий характер через відсутність будь-яких гарантій отримання прибутку. У зв'язку з цим Ю. Перегуда та М. Кривоберець відмічають, що «...подолання негативних тенденцій передбачає активізацію державної політики в індустрії туризму та гостинності, створення правових, організаційних та економічних основ для формування сучасної, конкурентоспроможної галузі» [2]. На підтримку думки

вказаних авторів варто додати, що основою поступового відродження туризму під час війни стали підприємства малого і середнього бізнесу, які в нестабільних умовах змогли швидко переорієнтувати діяльність. Проте малий і середній бізнес не володіє достатніми обсягами обігових коштів для забезпечення функціонування туристичних об'єктів, а отже, потребує державної підтримки.

Загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму, основи раціонального використання туристичних ресурсів та регулювання відносини, пов'язаних з організацією і здійсненням туризму визначені в Законі України «Про туризм», прийнятому ще в 1995 році [3], і який, на думку голови Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), потребує внесення змін, спрямованих на подолання тінізації бізнесу. Зокрема в проекті Закону «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» та деяких інших законодавчих актів щодо основних засад розвитку туризму», ухваленому в першому читанні в 2021 році [4], передбачено створення Єдиного туристичного реєстру, де мають реєструватися всі об'єкти тимчасового розміщення людей, що забезпечить прозорість ведення туристичного бізнесу.

Основна державна підтримка туристичної галузі як у довоєнний період, так і під час війни здійснюється через ДАРТ – центральний орган виконавчої влади у сфері туризму. До найвідоміших проектів, що підтримуються ДАРТ, можна віднести:

- #МандруйУкраїною (популяризація внутрішнього туризму);
- Туристичні магніти (популяризація культурно-історичної спадщини);
- UkraineNOW (спрямовано на іноземних туристів);
- Маршрути пам'яті (ознайомлення з місцями героїчних подій).

З метою підтримки та розвитку об'єктів туристичного бізнесу на регіональному рівні ухвалюються спеціальні цільові програми. Так, у Полтавській області у 2020 році балу ухвалена Програма розвитку туризму і курортів у Полтавській області на 2021–2025 роки [5], до якої щорічно вносилися зміни, обумовлені змінами соціально-економічних умов під час війни. У даний час ця Програма набуває все більшої актуальності, оскільки потужності Миргородського курорту мінеральних вод дозволяють задовольняти потреби в реабілітації військовослужбовців з багатьох регіонів України.

Державна підтримка також стосується малих і середніх підприємств туристичної галузі, яка не має галузевих особливостей.

Війна не лише не припинила туризм в Україні, а й сприяла тому, що населення східних і південних регіонів, шукаючи порятунку від постійних повітряних тривог, обстрілів і перебоїв з енергопостачанням, почали активно використовувати можливості рекреаційного відпочинку в західних областях. За даними журналу Forbes.UA з початку 2024 р. спостерігається зростання податкових надходжень, за перший квартал в десяти регіонах України туристичний бізнес сплатив 5,1 млн грн податків, що на 98% більше в порівнянні з аналогічним періодом попереднього року [6].

Висновки. Отже, під час війни туризм зазнав суттєвих втрат, але продовжував розвиватися. Структура туристичних продуктів трансформувалася у бік збільшення питомої ваги рекреаційного відпочинку, одноосібних і сімейних подорожей, курортного лікування та реабілітації, дитячого оздоровлення. Державна підтримка туристичного бізнесу здійснюється шляхом реалізації регуляторної політики, участі в розробленні туристичних проектів та завдяки регіональним цільовим програмам.

Література

1. Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotyetsya-do-vidnovlennya> (дата звернення 09.12.2024).
2. Перегуда Ю., Кривоберець М. Державна підтримка підприємств туристичної галузі в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/pereguda2.htm (дата звернення 10.12.2024).
3. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 10.12.2024).
4. Про внесення змін до Закону України «Про туризм» та деяких інших законодавчих актів щодо основних засад розвитку туризму»: проект Закону України від 03.09.2024 № 3939-ІХ (прийнято в першому читанні). URL: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=70072 (дата звернення 10.12.2024).
5. Про Програму розвитку туризму і курортів у Полтавській області на 2021–2025 роки: Рішення Полтавської обласної ради від 29.12.2020 № 49. URL: <https://media.poda.gov.ua/docs/ftnlr3eu/programa-rozvytku-turyzmu-i-kurortiv-u-poltavskiy-oblasti-na-2021-2025-roky.pdf> (дата звернення 10.12.2024).
6. Внутрішній туризм. URL: <https://forbes.ua/news/vnutrishniy-turizm-z-pochatku-viyni-ponad-45-ukraintsiv-podorozhuvali-krainoyu-08092023-15885> (дата звернення 10.12.2024).

ЩЕПАНСЬКИЙ Едуард, д.держ. упр., професор

БЕРЕЗЮК Анастасія, здобувачка вищої освіти, 4 курс

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

ПЕРЕВАНТАЖЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ЛОКАЦІЙ: ЯК БАЛАНСУВАТИ МІЖ ПОПИТОМ І ЗБЕРЕЖЕННЯМ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

Постановка проблеми. Як одна з найдинамічніших галузей світової економіки, сучасний туризм сприяє міжкультурним обмінам та економічному розвитку. Однак популярність певних туристичних об'єктів часто призводить до перевантаження цих місць, що створює проблеми для їх довгострокового збереження. Знищення історичних пам'яток, виснаження природних ресурсів, забруднення навколишнього середовища та невдоволення місцевих жителів – лише деякі з його негативних наслідків. Питання балансу між задоволенням туристичних потреб і охороною культурної спадщини стає все більш актуальним і потребує комплексного вирішення.

Виклад основного матеріалу. Головною причиною перевантаження туристичних об'єктів є нерівномірний розподіл потоку з туристів. Найвідоміші туристичні напрямки, такі як Венеція в Італії, Париж у Франції або Тадж-Махал в Індії, часто стикаються з проблемою великої кількості туристів. Це пов'язано з популяризацією різних туристичних місць в засобах масової інформації, збільшенням зручності подорожей завдяки дешевшому авіаперельоту та глобалізацією індустрії подорожей. Саме ці умови, лише сприяють надмірній експлуатації ресурсів, що негативно відбивається як на культурні об'єкти, так і на

якість життя місцевих [1].

Активна участь місцевих громад у збереженні пам'яток є важливим фактором. Залучення громадян до туристичних ініціатив через проведення фестивалів, ярмарків чи майстер-класів забезпечує як економічну вигоду, так і збереження автентичності культури. Місцеві жителі, що беруть участь у таких заходах, стають амбасадорами своєї спадщини та активно сприяють її охороні. Зрештою, гармонійне поєднання туризму, технологій та активної громадської підтримки дозволяє ефективно зберігати культурну спадщину навіть у надмірно популярних туристичних місцях.

Наслідки перевантаження ну тільки можуть бути шкідливими, але й і руйнівними. Систематичне відвідування історичних пам'яток прискорює погіршення їхнього стану. Зокрема, піщані дюни пустелі Сахара чи коралові рифи Австралії постраждали від поведінки туристів, які не дотримуються правил охорони природи. Крім того, збільшення тиску на міську інфраструктуру, такі як від заторів до проблем із відходами, створює дискомфорт для місцевих жителів, часто зменшуючи їхню підтримку туризму або навіть викликають цілі протести, як у Барселоні.

Для ефективного вирішення цієї проблеми необхідно впроваджувати стратегії сталого розвитку туризму. Зокрема, вона обмежує кількість відвідувачів популярних місць за допомогою системи квот, як це було успішно зроблено у Венеції, на Галапагоських островах або в національному парку Йосеміті. Ці методи зменшують фізичне навантаження на об'єкти, забезпечуючи кращий досвід для відвідувачів.

Також важливою складовою є диверсифікація туристичних маршрутів. У світі є багато менш відомих, але настільки ж унікальних місць, які можуть стати альтернативою надто популярним місцям. Наприклад, туристам можна запропонувати можливість відвідати чарівні містечка у Франції чи Англії замість Парижа чи Лондона. Ці заходи зменшують тиск на популярні напрямки, одночасно сприяючи розвитку нових територій та популяризуючи туризм у нових напрямках.

Цифрові технології відіграють ключову роль у зменшенні тягаря культурної спадщини. Віртуальні тури, доповнена реальність та інтерактивні 3D-моделі дозволяють відчувати атмосферу туристичних об'єктів, не виходячи з дому. Такі інструменти були використані для захисту об'єктів ЮНЕСКО, таких як печери Ласко у Франції, які закриті для відвідування, але їх можна переглядати за допомогою віртуальних реконструкцій, яке робить це місце доступним для всіх і водночас.

Іншою важливою складовою є інвестиції в інфраструктуру. Мінімізувати вплив туризму на місцеві екосистеми допомагає створення спеціальних зон відпочинку, будівництво сучасних автостоянок і покращення громадського транспорту. Водночас ресурси мають бути спрямовані на захист пам'яток шляхом реставрації, підтримки місцевих традицій та залучення громади до управління культурною спадщиною.

Розвиток туризму має приділяти особливу увагу участі місцевих жителів у цій справі, адже створення робочих місць, підтримка місцевих ініціатив і розподіл прибутків між туристичними компаніями та громадами можуть значно підвищити сприйняття туризму жителями та їх позитивної реакції. Наприклад, організація культурних фестивалів, гастрономічних заходів чи майстер-класів допомагає зберегти автентичність місця, одночасно забезпечуючи економічну вигоду для громади [2].

Висновки. Отже, у підсумку, можна сказати, що для вирішення проблеми перевантаженості туристичних об'єктів необхідний системний підхід. Розумне регулювання, популяр-

ність альтернативних напрямків, інноваційні технології та активне залучення місцевих громад дозволяють забезпечити баланс між потребами відвідувачів та захистом культурної спадщини. Ефективне управління туризмом є ключовим для того, щоб історичні та природні скарби були доступні для майбутніх поколінь без втрати їх унікальної цінності або їх самих.

Література

1. Як столиці Європи намагаються обмежити надмірний потік туристів? URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2023/08/11/yak-stolyczi-yevropy-namagayutsya-obmezhyty-nadmirnyj-potik-turystiv/>
2. Аналіз туристичного сектора розвинених країн світу. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/lebedjeva.htm

AKHMEDOVA Olena, Doctor of Sciences in Public Administration, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv

TRANSFORMATION OF UKRAINE'S RESTAURANT INDUSTRY AMIDST CRISES

Problem statement. Despite the hostilities, the restaurant business is actively developing and recovering. It has demonstrated high flexibility and extreme adaptability as well as the birth of new formats and forms, changes in taste preferences and clientele. Practitioners and scholars are raising questions about the post-war revival and development of the restaurant business in various aspects of its functioning: formation of new brand and core values, increasing the role of innovative and digital technologies, promotion of healthy eating, opportunities for gastronomic tourism as an aspect of Ukraine's attractiveness, etc. The issues of the reputation impact on the safety of restaurant business have also been touched upon.

Research results. It should be noted that in the pre-war times, the restaurant business in Ukraine has been growing steadily, demonstrating competitive advantages and good profitability. A significant number of establishments earned a reputation of reliable and socially responsible businesses. During the period of quarantine restrictions, the restaurants introduced a large number of innovations thus ensuring safety for consumers and employees, among which there were: takeaway orders and home deliveries from the third-party companies, development of drive-through systems, improvements for packaging of the ready-to-eat meals in order to maintain the best possible sanitary standards and preservation of the taste characteristics, as well as the use of contactless and mobile payment methods, a mandatory electronic menu available via QR code, the possibility of online orders and online payments and the creation of special applications, inevitable expansion of presence in social networks and messengers, which allows to maintain a high level of contact with the existing and potential clients, quickly and flexibly respond to all the emerging conflict situations which is crucial for many businesses' survival. Thus, 40% of restaurant industry entrepreneurs (in all segments from luxury restaurants to cafes and cafeterias) confirmed the addition of technological solutions to their business [1].

The same potency and resilience the restaurant business demonstrates at the time of

hostilities. In general, the constant shelling of civilian infrastructure and power outages did not cause massive closure of restaurants (excluding occupied territories and those in the epicentre of war), but did affect their revenue. In 2022 – 2023 the decline was up to 15%, depending on the restaurant's location.

According to Forbes Ukraine [2], the number of food establishments and their revenues are growing. Despite the challenges of the war, in 2023 the number of restaurant businesses of different levels and organisation forms increased by 70% compared to the previous year's figures – from 8059 to 13 721; and in the first quarter of 2024 7,617 restaurants were opened which is 3% more than in the same period of 2023. In February-April, the number of visitors to restaurants of different formats was growing, but in June it dropped because of economic uncertainty and increased mobilisation. However, the overall figure for the first half of the year was positive: +2% for the first six months of 2024.

At the same time the average check of restaurants grew by 13% to UAH 148 in the first half of 2024, and revenue on average added 16% compared to the same period last year. Restaurateurs are forced to increase prices due to the significant increase in utility costs, staff salaries and backup power supply, such as generators and fuel. Currently, restaurateurs are looking for solutions to optimise costs by re-equipping their kitchens and attracting suppliers with semi-finished products.

The incredible ability of the Ukrainian restaurant industry to adapt to threats should be specially emphasized. The winter of 2022–2023 presented a formidable challenge for the entire nation, as frequent power outages transformed restaurants of various formats into true resilience hubs for thousands of Ukrainians. These establishments provided essential services, such as free Wi-Fi access, charging stations for phones and other devices, workspace, warmth, and emotional support during difficult times.

Particularly advantageous were establishments located in basements or semi-basements, which could continue operations even during large-scale air raid alerts. These venues not only offered food services but also served as shelters for visitors. Consequently, restaurants that embraced this role gained a significant reputational advantage and fostered enduring loyalty among their patrons.

Conclusions. The restaurant business in Ukraine has demonstrated remarkable resilience and adaptability, even in the face of unprecedented challenges such as war and economic instability. From embracing innovative technologies and digital solutions to rethinking operational strategies and cost optimization, the industry continues to evolve and find ways to thrive. The sector's growth in both the number of establishments and revenues highlights its significance as a dynamic part of the economy, capable of responding swiftly to changing circumstances.

Looking ahead, the focus on enhancing brand values, integrating sustainable and health-conscious practices, and exploring opportunities such as gastronomic tourism will likely play a critical role in shaping the industry's post-war trajectory. While challenges persist, the demonstrated flexibility and commitment to innovation signal a promising future for the restaurant business in Ukraine as a resilient and transformative sector.

References

1. Sushchenko O.A., Akhmedova O.O., Yermakov I.O. «Vplyv reputatsii na bezpeku pidpriemstv restorannoho hospodarstva» Tsentralnoukrainskyi naukovyi visnyk. Ekonomichni nauky,

2023, vyp. 10 (43), URL: <https://economics.kntu.kr.ua/archive/43.html>
2. Forbes Ukraine. URL: <https://forbes.ua/> (reference date 12.12.2024 p.)

KULBACHNA Mariia, 4th year higher education student

Research supervisor: **ALDOSHYNA Mariia**, PhD in Economics, Associate Professor
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv

THE INFLUENCE OF MOTIVATIONAL POLICY ON THE PRODUCTIVITY OF TOURISM ENTERPRISES EMPLOYEES

Problem statement. The current market for travel services in Ukraine is undergoing intensive development, accompanied by an increase in competition among companies in the industry. Constant changes in consumer preferences and the need to adapt to new economic conditions put human resources management at the forefront of the factors that determine a company's success. One of the key aspects of this process is an effective labor motivation system that directly affects employee productivity, the quality of customer service, and the ability of the company to maintain its competitiveness in the market. Building an effective incentive system requires taking into account both tangible and intangible needs of the staff, which contributes to creating a positive corporate culture, increasing employee engagement and ensuring sustainable business development.

Research results. In today's tourism business environment, there is a growing need to increase employee productivity, as their professionalism, interest, and engagement directly affect the quality of services provided, customer satisfaction, and the competitiveness of enterprises. In particular, in an unstable market and economic challenges caused by military operations or other crises, the role of motivational policy becomes critical. Motivational policy not only helps to create a positive microclimate in the team, but also helps to minimize staff turnover, increase staff efficiency and create conditions for professional growth. For tourism enterprises operating in specific conditions, proper staff motivation becomes the key to high quality services, in particular when working with clients who need to recover from stress. Thus, the study of the impact of motivational policy on employee productivity and economic efficiency of tourism enterprises is relevant and strategically important for ensuring competitiveness in the industry, especially in the post-crisis period.

Motivation is the driving force of any business, a set of measures aimed at encouraging employees to achieve both personal and organisational goals. An effective motivation system is the key to the company's success, as it encourages employees to make every effort to achieve the overall results. To achieve this, it is necessary to create a unified motivational system that covers all levels of a tourism enterprise management and ensures interaction between all departments. The main goal of such a system is to make the most efficient use of human potential, which will increase the company's productivity and profitability, as well as ensure its sustainable development [1].

Labour incentives involve influencing labour behaviour by creating conditions that are meaningful to the employee. This allows, on the one hand, to ensure that the needs and aspirations of employees are met, and, on the other hand, to stimulate the labour behaviour that is necessary to achieve the company's goals. Thus, labour incentives are a kind of 'exchange'

between the efforts of employees and the results of their activities [2].

The incentive system covers various methods of motivation and influence, which are conditionally divided into administrative, economic (material) and social and psychological. Administrative methods involve influence through orders, instructions and other forms of directive management. They are based on the principle that the possible 'losses' from sanctions for failure to fulfil a task outweigh the costs of fulfilling it.

Economic or material incentives, in turn, are focused on the use of financial levers to attract employees to work. It ensures both personal and collective interest in achieving high results through direct (salary, bonuses, bonuses) or indirect (tax system, loans) motivation.

Stimulation of labour motivation can also be carried out using the following approaches:

- traditional methods that involve the use of existing incentive tools that retain their motivational potential;
- targeted methods, which are focused on setting specific benchmarks or goals that are encouraged to be achieved;
- individual enrichment of work, which is aimed at meeting the social and higher needs of employees by providing them with more responsible and complex tasks;
- participatory methods that involve employees in the management process. This may include various forms of industrial democracy that stimulate their labour activity [3].

An efficiently built incentive system allows an enterprise to operate for a long time without constant management intervention. It takes into account the interests of individual employees and labour collectives, ensuring that their needs are met. It is important to understand that needs alone are not a sufficient motivator.

Only when they are combined with objects that can satisfy them do they transform into real incentives for action. Awareness of one's needs forms the interests, aspirations and desires that guide employees' activities [4].

Economic efficiency is defined as the ratio of the result obtained (for example, profit, revenue growth, increased productivity) to the costs associated with achieving this result. In the context of the motivational policy of tourism enterprises, its economic efficiency reflects how investments in employees through various incentives contribute to the growth of revenues and reduce costs. Sufficient employee motivation affects such economic indicators as:

- Revenue growth. Improving the quality of service helps to attract regular customers and enhance the company's reputation, which directly affects revenue.
- Cost optimization. An effective team works in a coordinated manner, minimizing errors and failures, which reduces operating costs.
- Development of competitive advantages. Loyal staff becomes the "face" of the company, helping it to stand out among competitors.

Conclusions. In conclusion, we can say that motivational policy is a key factor in increasing the productivity of employees of tourism enterprises. It not only contributes to the growth of economic efficiency, but also creates conditions for sustainable business development. A properly designed incentive system that takes into account both tangible and intangible needs of the staff helps to attract talented employees, retain them, and ensure a high level of customer satisfaction.

References

1. Urmanov F. Sh., Kasimova A. A. Motyvatsiia – osnovnyi chynnyk efektyvnosti upravlinskoi

- pratsi. «Visnyk ZhDTU»: Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia. 2017. № 4 (82). S. 98-102.
2. Boiko O. V. Orhanizatsiino-ekonomichni aspekty motyvatsii trudovoi diialnosti na pidpriemstvakh : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.06.01. Kyiv, 2005. 25 s.
 3. Reshetov V. O. Mekhanizm motyvatsii pratsi personalu malykh pidpriemstv : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.09.01. Kyiv, 2012. 20 s.
 4. Voinarenko M. P., Yurieva-Yurii A. V. Mekhanizm stymuliuвання pratsi v turystychnii sferi Ukrainy. Visnyk DITB. Seriiia «Ekonomika, orhanizatsiia ta upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoi industrii ta turystychnoi haluzi v tsilomu». 2009. № 13. S. 26– 31.

POMAZA-PONOMARENKO Alina, Doctor of science in public administration, senior researcher National University of Civil Defence of Ukraine, Cherkasy

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM IN UKRAINE

Formulation of the problem. The relevance of the study is determined by the important role of domestic tourism in the economic development of the state, preservation of cultural and natural resources, strengthening of the social identity and national consciousness of the population.

Presenting main material. Based on the results of the study, it was established that certain trends were formed in domestic tourism in connection with the Russian invasion. Such trends are the increasing popularity of sanatorium tours; the popularity of booking tours “for tomorrow”; reducing the duration of trips; changing requirements for tourist establishments; changing the portrait of the Ukrainian traveler; growing popularity of solo tourism; the popularity of tourist programs aimed at helping the Armed Forces of Ukraine [1].

The analysis of the mentioned trends shows that, despite the wartime, people continue to travel to Ukraine, which contributes to the development of the domestic tourist market. At the same time, the development of domestic tourism is complicated by a number of problems: military actions on the territory of the country; loss of a significant part of tourist and recreational resources; destruction of tourist infrastructure; violation of logistics on the territory of Ukraine; placement of occupying troops on the territory of tourist centers; loss of labor resources. To solve these problems, the following measures are proposed: ensuring security on the territory of Ukraine by providing information about potential dangers and warning tourists about areas that are dangerous to visit; restoration of historical and cultural objects; development of alternative routes; reconstruction of tourist infrastructure, roads and other infrastructure facilities; support of the tourism industry by the state; support for workers in the tourism industry. The practical significance of the study lies in the possibility of applying the obtained results by state authorities for the development of domestic tourism in Ukraine [2].

Conclusions. Domestic tourism is of great importance for Ukraine, as it contributes to the development of regions, increases the income of the tourism industry, enriches the cultural life of the country, and increases prestige in the international community. In connection with the difficult situation in Ukraine caused by military actions on its territory, certain trends have formed in the field of domestic tourism. Such trends are the increasing popularity of sanatorium tours; the popularity of booking tours “for tomorrow”; reducing the duration of trips; changing requirements for tourist establishments; changing the portrait of the Ukrainian traveler; growing

popularity of solo tourism; the popularity of tourist programs aimed at helping the Armed Forces of Ukraine. The analysis of domestic tourism trends shows that people continue to travel in Ukraine, which contributes to the development of the domestic tourism market of our country. At the same time, the development of domestic tourism is complicated by a number of problems: military operations; loss of a significant part of tourist and recreational resources; destruction of tourist infrastructure; violation of logistics; placement of occupying troops on the territory of tourist centers; loss of labor resources. To solve these problems, the following measures are proposed: ensuring security on the territory of the country by providing information about potential dangers and warning tourists about areas that are dangerous to visit; restoration of historical and cultural objects; development of alternative routes; reconstruction of tourist infrastructure, roads and other infrastructure facilities; support of the tourism industry by the state; support for workers in the tourism industry. The practical significance of the study lies in the possibility of applying the obtained results by state authorities for the development of domestic tourism in Ukraine.

References

1. Dombrovska S., Pomaza-Ponomarenko A., Rybalchenko N. Tourism and the right to it in the context of guaranteeing security: a monograph. Kharkiv, 2022. 272 p.
2. Leonenko N.A. State regulation of the tourism sphere: theory, methodology, practice: monograph. Kh.: NUTZU, 2021. 325 p.

Секція 3

ІННОВІНГ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

АХМЕДОВА Олена, д.держ.упр., доцент

Київський національний університет технологій та дизайну, м.Київ

ЄРМАКОВ Іван, аспірант кафедри підприємництва, торгівлі і туристичного бізнесу

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, м.Харків

КІБЕРБЕЗПЕКА У СФЕРІ ТУРИЗМУ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Постановка проблеми. Безпека та захист є ключовими передумовами для розвитку подорожей і туризму. Глобальні зміни, що відбуваються в останні десятиліття, мають масштабний характер. Негативний вплив цих подій виявив вразливість туристичного сектора як на глобальному, так і на регіональному рівнях. Зважаючи на зазначені виклики, а також на активний перехід багатьох процесів у цифрове середовище, виникає необхідність у глибокому вивченні взаємозв'язку між питаннями безпеки та туризму. Особливу увагу слід приділити кібербезпеці туристичних послуг у контексті сучасних загроз, враховуючи актуальні виклики й особливості цифрової епохи.

Виклад основного матеріалу. Цифрова трансформація галузі подорожей і туризму, яка охоплює онлайн-транзакції, аналітику клієнтських даних, інтеграцію з хмарними сервісами та цифрові платіжні технології, супроводжується усвідомленням зростаючих ризиків. Зі збільшенням цифрового сліду організації стають все більш вразливими до атак у кіберпросторі.

Кібератаки можуть мати значний вплив на довіру клієнтів і репутацію бренду, спричиняючи серйозні фінансові, юридичні та регуляторні наслідки. За даними Kaspersky Lab [1], витрати на відновлення компанії після порушення кібербезпеки перевищують \$500 000 США. Ця сума охоплює прямі збитки, такі як витрати на відновлення ІТ-інфраструктури, компенсацію втрат бізнесу через простой, а також витрати на юридичні послуги і зв'язки з громадськістю. Додаткові непрямі витрати, пов'язані з наймом і навчанням персоналу, модернізацією інфраструктури тощо, оцінюються в середньому в \$70 000 [1].

Однією з найбільш вразливих до кіберзлочинності галузей є сфера подорожей і туризму, де готельно-ресторанні комплекси посідають третє місце за кількістю випадків компрометації після підприємств роздрібної торгівлі та фінансових установ. Великі обсяги онлайн-бронювань подорожей та прогнозоване подальше їх зростання щорічно на 6,2% до \$552 млн. на рік [2], завжди були точкою тяжіння для кіберзлочинців. Цей сектор ще дуже привабливий тим, що дані клієнтів зберігаються на безлічі комп'ютерів, серверів і мереж готелів, авіакомпаній, компаній з бронювання та прокату автомобілів, навіть ресторанів і барів. Очікується, що до 2029 року онлайн-продажі становитимуть 75% від загального доходу на ринку подорожей і туризму, що тільки збільшить кількість кіберзагроз.

На рисунку представлено співвідношення офлайн і онлайн бронювань та їх прогнозовані дані [2].

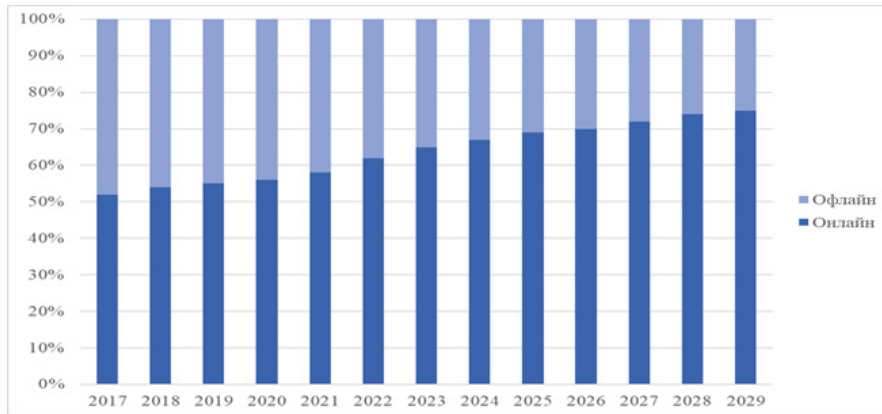


Рис. Канали продажів у сфері подорожей і туризму (станом на липень 2024)

Найбільшим ринком у галузі подорожей і туризму є ринок готелів, який, за прогнозами, досягне обсягу 426,50 млрд доларів США у 2024 році. Очікується, що кількість користувачів на ринку готелів збільшиться до 1 814,00 млн користувачів до 2029 року. У 2024 році рівень проникнення користувачів становив 25,6%, а до 2029 року, за прогнозами, він досягне 32,8%. Середній дохід на одного користувача сягатиме 0,46 тис. доларів США [2].

Висновки. З огляду на значну кількість збоїв та порушень кібербезпеки, забезпечення захисту даних і конфіденційності поступово стає однією з ключових конкурентних переваг у сфері туризму. Управління ідентифікацією та доступом (IAM) все більше розглядатиметься з точки зору забезпечення зручності для клієнтів. У результаті туристичні агенції та оператори будуть орієнтуватися на впровадження рішень, які забезпечують гнучкість, зокрема використання моделей надання послуг, таких як IDaaS і PAMaaS. Ці моделі пропонують передові рішення, включаючи безпарольну автентифікацію, єдиний вхід (SSO) та багатофакторну біометричну автентифікацію. Зростаюча кількість організацій у секторі туризму переводить свою ІТ-інфраструктуру та центри обробки даних у хмарні середовища, тобто «мультихмарний підхід» стає все більш популярним для вирішення таких завдань, як розподілене бронювання, управління доходами, управління каналами дистрибуції, робота кол-центрів та управління контентом. Такий підхід забезпечує гнучкість, відмовостійкість і значні економічні переваги.

Водночас використання мультихмарних рішень ускладнює безпечне управління системами та інформаційними активами. Це підвищує ризик роз'єднаної видимості та непослідовного впровадження засобів кібербезпеки. Двома основними викликами для організацій у галузі туризму будуть, по-перше, забезпечення відповідності вимогам стандарту PCI DSS при передачі персональних даних через різні хмарні середовища, і, по-друге, розробка інтегрованої стратегії запобігання загрозам, яка включатиме автоматизоване виявлення загроз та реагування на них.

Література

1. Kaspersky Lab. Incident response analyst report (2023). URL: <https://securelist.com/kaspersky-incident-response-report-2023/112504/>.
2. Statista. (2024). URL: <https://www.statista.com/>

ГОРКУН Максим, здобувач вищої освіти, 3 курс
Науковий керівник: **ТЮРІНА Діна**, канд. пед. наук, доцент
Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПЕРСОНАЛІЗАЦІЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТА ЛОГІСТИКУ

Постановка проблеми. Розвиток технологій значно трансформував туристичну галузь, сприяючи підвищенню рівня персоналізації послуг і оптимізації логістичних процесів. Інновації, такі як штучний інтелект (AI), великі дані (Big Data), Інтернет речей (IoT) і блокчейн, створюють можливості для кращого задоволення потреб туристів і забезпечення ефективності управління ресурсами.

У наш час технології змінюють наше життя в усіх сферах, і туризм не є винятком. Нові можливості та інноваційні рішення надають туристам більше свободи та комфорту, а логістичні компанії отримують інструменти для підвищення ефективності своїх послуг. Теоретичні та практичні аспекти взаємозв'язку інновацій та логістики в туристичній галузі розглянуто у працях таких науковців, як: Н. Гринюк, І. Журба, Н. Захаркевич, О. Ковальчук, Р. Кожухівська, Т. Марусей, А. Осіпчук, А. Прочан, Н. Середа, Г. Тарасюк та ін. В їхніх роботах висвітлюється актуальність проблеми покращення ефективності логістичних процесів у туризмі. Однак вплив сучасних технологій на логістичну систему потребує подальших досліджень.

Виклад основного матеріалу. Сучасні технології активно впроваджуються у сферу туризму, що сприяє створенню індивідуального підходу до клієнтів і покращенню туристичного досвіду. Завдяки інноваціям туристичні компанії здатні аналізувати значні обсяги інформації, що дозволяє краще розуміти потреби клієнтів та пропонувати індивідуальні рішення.

Технології у персоналізації туристичних послуг.

1. Аналіз великих даних (Big Data). Великі дані дозволяють туристичним компаніям аналізувати інформацію про пошукові запити, бронювання та відгуки клієнтів, щоб створювати індивідуалізовані пропозиції. Наприклад, сервіси на кшталт Booking.com використовують історію пошуків для формування спеціальних пропозицій, що враховують вподобання користувачів. Крім того, великі дані допомагають прогнозувати потреби клієнтів. Авіакомпанії, такі як Lufthansa, застосовують ці технології для рекомендацій додаткових послуг, таких як трансфери або екскурсії, адаптуючи їх під конкретного мандрівника.

2. Штучний інтелект (AI). Технології AI забезпечують туристів віртуальними помічниками, наприклад, у вигляді чат-ботів на платформах Google Assistant чи Alexa, які в реальному часі надають консультації, бронюють квитки та вирішують інші питання. Туристичні компанії активно використовують такі рішення для забезпечення цілодобової підтримки. Системи на основі AI, як-от TripAdvisor, також аналізують уподобання клієнтів і пропонують персоналізовані рекомендації щодо відвідування пам'яток, ресторанів або культурних заходів.

3. Розширена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR). Технології AR та VR створюють новий рівень попереднього та інтерактивного досвіду для туристів. Наприклад, VR дозволяє здійснювати віртуальні тури готелями чи курортами на платформах, як-от Expedia, що допомагає мандрівникам упевненіше обирати варіанти для відпочинку. AR,

у свою чергу, пропонує інтерактивний підхід до відвідування пам'яток: туристи можуть сканувати об'єкти за допомогою спеціальних додатків і отримувати детальну інформацію про їхню історію чи архітектуру.

Технології, такі як Big Data, AI, AR і VR, кардинально змінюють туристичний сектор, роблячи його більш персоналізованим і зручним для клієнтів. Вони не лише покращують досвід туристів, а й сприяють розвитку індустрії, забезпечуючи ефективність і конкурентоспроможність компаній.

Інноваційні технології не лише сприяють персоналізації туристичних послуг, але й відіграють ключову роль у вдосконаленні логістичних процесів, забезпечуючи ефективність та зручність для туристів і операторів.

Сучасні технології істотно вдосконалюють логістику туристичних послуг, забезпечуючи ефективність і зручність для мандрівників.

Інтернет речей (IoT) дає змогу в реальному часі контролювати багаж і оптимізувати транспортні маршрути, враховуючи трафік і погодні умови.

Блокчейн технології забезпечують прозорість транзакцій і автоматизацію логістичних процесів завдяки смарт-контрактам, що мінімізують ризики шахрайства та спрощують облік операцій.

Хмарні сервіси інтегрують інформацію про транспорт, розміщення та інші послуги, полегшуючи обмін даними між учасниками ринку. Ці інновації не лише покращують досвід туристів, забезпечуючи їм зручність і задоволення від подорожей, але й сприяють сталому розвитку через оптимізацію маршрутів і зниження впливу на довкілля.

Технології значно покращують туристичний досвід, забезпечуючи ефективність подорожей та підвищуючи рівень задоволення клієнтів. Персоналізовані рекомендації та автоматизація процесів дають змогу туристам економити час на планування, роблячи подорожі зручнішими. Інновації сприяють уникненню затримок, втрати багажу та інших логістичних труднощів, що позитивно впливає на враження від поїздки. Крім того, технологічні рішення допомагають оптимізувати маршрути й знизити вуглецевий слід, підтримуючи принципи сталого розвитку та екологічного туризму.

Висновки. Отже, технології відіграють ключову роль у персоналізації туристичних послуг і вдосконаленні логістики, забезпечуючи ефективність, комфорт і безпеку. Впровадження інновацій не лише задовольняє сучасні очікування туристів, а й створює нові можливості для розвитку галузі, стимулюючи конкурентоспроможність і сталий розвиток.

Література

1. Прочан А. О. Реалії сучасної логістики в туризмі: технології, інновації та глобальні тренди. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична. 2023. Вип. 36. С. 408–417. URL: <http://surl.li/hicgxv>

ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ НА ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Постановка проблеми. Індустрія гостинності, яка традиційно орієнтувалася на особистий контакт із клієнтом, стрімко змінюється під впливом новітніх технологій. Сучасні тенденції демонструють, що інновації стають основою для забезпечення конкурентоспроможності, підвищення рівня задоволення клієнтів та оптимізації операційних процесів у готелях, ресторанах і закладах відпочинку.

У той час як цифрові платформи, мобільні додатки, безконтактні технології та штучний інтелект створюють нові можливості для розвитку бізнесу, але залишається важливе питання – чи можуть ці технології повністю замінити традиційні методи обслуговування клієнтів або ж повинні служити інструментами для їх покращення.

Проблема полягає в тому, що зростання впровадження технологій несе як значні переваги, так і виклики.

З одного боку, автоматизація процесів дозволяє пришвидшити обслуговування, мінімізувати людські помилки та запропонувати персоналізовані послуги.

З іншого боку, надмірна технологізація може призвести до втрати особистого контакту з клієнтами, що є ключовим у сфері гостинності.

Крім того, є питання щодо доступності технологій для малих і середніх підприємств, а також необхідність навчання персоналу для їх ефективного використання.

Виклад основного матеріалу. Технології активно змінюють індустрію гостинності, допомагаючи готелям підвищувати якість обслуговування, персоналізувати досвід гостей та оптимізувати внутрішні процеси. Роль технологій у цій сфері полягає в модернізації готельних операцій, що дозволяє готелям відповідати змінним очікуванням сучасних клієнтів і стає ключовим фактором для утримання конкурентних позицій на ринку [1].

Однак, разом із можливостями, технології також приносять нові виклики. Готелі стикаються з необхідністю постійно адаптуватися до швидкоплинних змін у сфері технологій, збільшуючи інвестиції в нові рішення, і водночас не втрачаючи людський фактор обслуговування, який залишається важливим у готельній індустрії.

Індустрія гостинності стикається зі зростаючою конкуренцією, особливо через поширення онлайн-платформ, таких як Airbnb, які надають альтернативні варіанти проживання. Ця конкуренція змушує готелі шукати нові шляхи для залучення та утримання клієнтів, зокрема через впровадження технологічних інновацій [1].

Змінюються також очікування клієнтів, які хочуть отримувати швидке, зручне і персоналізоване обслуговування. Зараз гості очікують від готелів можливість бронювання та управління своїм перебуванням через мобільні додатки, безконтактне обслуговування та інтеграцію сучасних технологій у номерах.

Представимо інноваційні технології та їх вплив на індустрію гостинності в сучасному світі (табл.).

Таблиця - Вплив інноваційних технологій на обслуговування клієнтів

Технології	Вплив на обслуговування клієнтів
Системи управління готелем (PMS)	Дозволяють автоматизувати бронювання, реєстрацію, управління номерами та облікові операції, що знижує ризик помилок та прискорює процеси.
Мобільні додатки та онлайн-платформи	Роблять досвід гостей більш інтерактивним і гнучким, забезпечуючи можливість самостійного бронювання, доступу до послуг та взаємодії з персоналом.
Смарт-технології	Забезпечують більший комфорт та безпеку, використовуючи електронні замки, інтелектуальні системи управління освітленням та кліматом.
Автоматизація та роботизація	Роботи можуть виконувати функції доставки багажу, прийому замовлень та навіть надавати гостям інформацію про послуги готелю. Це не лише знижує навантаження на персонал, але й покращує ефективність обслуговування. Також все більше готелів використовують термінали самообслуговування для реєстрації гостей, що знижує час очікування.
Розширена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR)	дають гостям можливість отримати віртуальні тури по готелю перед бронюванням або навіть переглянути номери та зони відпочинку. Такі технології допомагають створювати яскравіші та інформативніші враження для клієнтів.
Інтернет речей (IoT)	Смарт-пристрої дозволяють гостям налаштовувати умови проживання за власними уподобаннями (температура в номері, освітлення тощо), забезпечуючи більш персоналізований і комфортний досвід.
Штучний інтелект (AI)	Аналітика даних відкривають нові можливості для персоналізації послуг і управління процесами. За допомогою AI готелі можуть аналізувати дані про уподобання гостей, оптимізувати запаси ресурсів і прогнозувати попит. Це допомагає як підвищити ефективність, так і запропонувати гостям максимально персоналізований сервіс.

Джерело складено автором на основі [1-3]

Впровадження новітніх технологій у готельний бізнес дозволяє підприємствам не тільки підвищувати ефективність своїх процесів, але й адаптуватися до змінних потреб сучасних клієнтів. Технології автоматизації, штучного інтелекту, IoT, AR і VR вже суттєво змінюють обличчя індустрії, допомагаючи готелям запропонувати інноваційний і персоналізований досвід перебування для гостей.

Разом із тим, нові виклики вимагають від готелів гнучкості та готовності до змін. Успішні готельні підприємства будуть ті, які зможуть збалансувати технологічні інновації з традиційною гостинністю, зберігаючи людський контакт і якість обслуговування на високому рівні [3].

Висновки. Індустрія гостинності стоїть на порозі значних змін, викликаних впровадженням технологічних інновацій. Штучний інтелект, автоматизація, IoT, віртуальна реальність та інші цифрові рішення стають основними драйверами розвитку галузі. Вони не лише допомагають підвищити ефективність внутрішніх процесів, але й пропонують нові можливості для створення індивідуалізованого досвіду для гостей.

Особливу увагу варто приділити тому, як технології впливають на операційні процеси.

Вони дозволяють зменшити витрати часу та ресурсів, а також оптимізувати управління, бронювання та персоналізацію послуг. Завдяки аналітиці великих даних готелі отримують унікальну можливість прогнозувати потреби клієнтів, що дозволяє їм бути на крок попереду очікувань гостей.

Література

1. Костинець Ю.В., Кучер М.М., Сайгак Є.Л. Впровадження інновацій на підприємствах малого бізнесу у сфері туризму та гостинності. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, №3 (237), 2021. С. 73-78.
2. Кулик О. Вплив інновацій на розвиток готельно-ресторанного бізнесу. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності. Секція 1. 2022. с. 56-59. URL: <https://sportscience.ldufk.edu.ua/index.php/trends/article/view/1321/1285> (Дата звернення: 21.10.2024)
3. Помаза-Пономаренко А. Л., Ахмедова О. О. Діджиталізація системи охорони здоров'я та соціальної сфери як інструмент забезпечення безбар'єрності послуг. Інвестиції: практика та досвід. Державне управління. No 23/2024, ст. 168-175. doi: 10.32702/2306-6814.2024.23.168A. <https://nauka.com.ua/index.php/investplan/article/view/5223/5270>

ЗАВАДА Євгенія, здобувачка вищої освіти, 4 курс

Науковий керівник: **ПОСТУПНА Олена**, д. держ. упр., професор

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

АНАЛІЗ ПРОПОЗИЦІЙ З DARK-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Dark-туризм, або туризм місцями трагедій та катастроф, є складним та суперечливим феноменом, який активно розвивається у світі та все більше привертає увагу туристів і дослідників.

В умовах воєнного стану в Україні Dark-туризм набуває нових обертів – території, які зазнали окупації або стали ареною військових дій, викликають значний інтерес у іноземних туристів, які подорожують з метою кращого розуміння трагедії війни, бажають побачити на власні очі скоєні російськими військами злочини, вшановують пам'ять жертв війни.

Виклад основного матеріалу. В Україні десятки різних компаній пропонують подорожі до місць трагічних подій. Їх вартість інколи досягає до 3 тис. євро на тиждень. Серед подорожуючих переважають іноземці – британці, німці, японці, американці та ін. Найбільш популярними є поїздки до міст Київської області, які сильно постраждали у перші місяці повномасштабного вторгнення російських військ. Тут навесні 2022 р. місцеві жителі пережили від російських окупантів найбільшу жорстокість. Серед об'єктів, які туристам показують найчастіше, – місце колишнього згарища на одній з центральних вулиць у м. Бучі та церква Святого Андрія Первозванного – місце, де знайшли масові поховання [2].

Результати проведеного аналізу наявних пропозицій з організації подорожей у рамках Dark-туризму, свідчать про диференціацію маршрутів та організацій, які пропонують подорожі в Україні. Зокрема, сервісний портал для туристів VisitUkraine.Today пропонує тур «Супровід деокупованими містами». Початковим пунктом маршруту є м. Київ, далі

маршрут проходить через с. Романівка (через це село під час окупації проходила дорога життя на міста Ірпінь, Буча, Гостомель, Ворзель, Бородянка), м. Ірпінь (цвинтар техніки, яка була знищена в боях за місто), м. Бучу (вулицею, з якої були продемонстровані жахливі кадри розстріляних мирних жителів), м. Гостомель (легендарний літак «Мрія»). Тривалість туру до 5 годин. До туру входить трансфер за маршрутом, також можна замовити супровід на позашляховику, професійний гід, інструктаж з правил безпеки. Вартість туру становить 370 євро на 1-2 особи [4].

На вебсайті «Цікавий Київ» пропонується супровід гіда по містах-героях Київської області – Ірпінь (міст, через який люди рятувались під час російського вторгнення, зруйновані ірпінські Липки (військовий госпіталь), «цвинтар» розстріляних окупантами цивільних автомобілів тощо), Буча (вулиці Вокзальна (де ЗСУ розбили колону росіян) і Яблунська (стала символом звірств російських окупантів), ЖК «Continent» (найбільш постраждалий комплекс у Бучі), Гостомель (склозавод, що зазнав руйнувань, роботу британського художника Бенксі). Тур розрахований на 4 години, його вартість – 9900 грн. [3].

Видання The Times повідомляє, що тижневий тур «воєнний туризм», що проходить деокупованими територіям України, сягає понад 4 тис. доларів. Керівник компанії Capital Tours С. Моїсеєв проводить 6-тигодинні екскурсії по містах, які були під російською окупацією навесні 2022 р. та по околицям Києва, за це він бере 166 доларів. Вважається, що найбільш прибутковим сезоном є літо, коли проводяться від 30 до 40 екскурсій [5].

Dark-туризм є суперечливим видом туризму. У цивілізаційному суспільстві точаться дискусії з приводу етичності комерціалізації трагедії. Проте можна впевнено стверджувати, що розвиток даного виду туризму сприяє залученню фінансових та інвестиційних ресурсів, які регіони можуть використати для відбудови зруйнованої ворогом інфраструктури. Зважаючи на це, вважаємо, що такими регіонами на даний час є Харківський, Сумський, Запорізький, Херсонський, Одеський, Миколаївський, Луганський, Донецький.

Щодо Харківської області, то тут вже реалізуються деякі проєкти в рамках Dark-туризму. Так, у 2022 р. було започатковано челендж «#ТуриПеремогиХарківщиною», метою якого є відновлення активізації діяльності екскурсиводів Харківщини – створення маршрутів, які нагадуватимуть про наслідки повномасштабної війни з російським окупантом. В рамках цього челенджа опубліковано матеріали для майбутніх мирних екскурсій – відвідування р. Харків, Міжрегіонального центру гуманітарного розмінування та швидкого реагування ДСНС України, Національного літературно-меморіального музею Г. С. Сковороди; доповнено за результатами виставки малюнків-постерів у Харківському метрополітені новими інформаційними матеріалами «портфель екскурсивода» до екскурсії «Від Музею до Героїв»; напрацьовуються нові матеріали з популяризації волонтерського руху на Харківщині, про героїчну оборону харківських міст, сел і селищ. Крім того, розробляються такі концепт-ідеї екскурсій пам'яті, як «Військове місто Чугуїв», «Північна Салтівка – щит Харкова», «Герої рятувальники» та ін. [4].

Висновки. В цілому, вважаємо, що Харківщина як один з регіонів, який значно постраждав під час повномасштабного вторгнення російських військ, має значний потенціал для розвитку Dark-туризму. А, отже, є перспективним регіоном у розвитку цього виду туризму. Багато населених пунктів області вже сьогодні є символом мужності й стійкості місцевих жителів. Так, невеличке м. Ізюм стало відомим усьому світу через трагічні події війни – звірства, катування місцевих жителів під час окупації з боку російських військових, що супроводжувались відсутністю електрики, води, газу, елементарної медицини,

інтенсивними обстрілами, знищенням всієї інфраструктури. І досі не відомі точні цифри жертв російської агресії цього міста.

Перспективними населеними пунктами для розвитку Dark-туризму є прикордонні міста й села Харківської області, які зазнали спочатку російської окупації, потім були звільнені українськими військовими, зараз зазнають щоденних обстрілів та руйнувань – м. Куп'янськ (важливий транспортний вузол області, за який й досі точаться жорсткі бої); станція Ковшарівка; м. Вовчанськ; села Циркуни, Липці, Високий, Борщова та багато інших. У цих населених пунктах, після припинення бойових дій, доцільно організовувати тематичні тури, які б включали відвідування місць бойових дій, зон руйнувань та злочинів росіян. Екскурсії можуть висвітлювати життя і побут місцевих жителів під час війни, їх зусилля з відновлення інфраструктури. Потрібно доносити до світової спільноти правдиву інформацію про російсько-українську війну та про її наслідки для українських міст і населення.

Література

1. Маршрути пам'яті. Тури перемоги Харківщиною. ОКЗ «Харківський організаційно-методичний центр туризму» Харківської обласної ради. URL : <https://tourcenter.kh.ua/uk/news/marshruty-pamyati-tury-peremohy-kharkivshchynoyu>.
2. Пономаренко Б. Іноземці їдуть до Києва у екстрим-тури, щоб побачити руїни Бучі та Гостомеля. Інформатор-Україна. 06 серпня 2024 р. URL : <https://kiev.informator.ua/uk/inozemci-jidut-do-kiyeva-u-ekstrim-turi-shchob-pobachiti-rujini-buchi-ta-gostomelya>.
3. Супровід гідом у міста-герої: Ірпінь, Бучу, Гостомель. Інтернет-проект «Цікавий Київ». URL : <https://www.interesniy.kiev.ua/excursion/suprovid-gida-u-mista-geroyi-irpin-buchu-gostomel/>.
4. Супровід деокупованими містами. VisitUkraine.Today. URL : <https://visitukraine.today/uk/tours/search/suprovid-po-deokupovanix-mistax-1/step-1?interest=all&srsIid=AfmBOopPT-VascBA5aPHi00o866nQTOL8PT5lyJfdzAtogN6Xt1cwP7JE>.
5. Foreigners pay to visit the horrors of Bucha on Ukraine war tours. The Times. URL : https://globalstore.thetimes.com/?_gl=1%2Au50y8b%2A_gcl_au%2AMTU4ODIyOTI10C4xNzM0MD-MwNzcz%2A_ga%2ANzU1MzMyMC4xNzM0MDMwNzcz%2A_ga_X7E6ERDZVV%2AMTczN-DAzMDc3Mi4xLjAuMTczNDAzMDc4Mi4wLjAuMA.

КОЛОМІЄЦЬ Олександр, здобувач вищої освіти, 1 курс

Науковий керівник: **ЧИЖ Ольга**, к. геогр. н., доцент

Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського,
м. Вінниця

ЗАСТОСУВАННЯ НОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ ТА ІННОВАЦІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

В Україні вживаються активні дії щодо переходу на інноваційний шлях розвитку економіки. Особлива увага останнім часом звертається на вдосконалення інноваційних процесів у галузі науки і техніки, матеріального виробництва, послуг та менеджменту.

Інноваційні процеси мають специфічні особливості, хоч і підпорядковуються загальним закономірностям економічного розвитку. Це стосується і туристичного бізнесу, що відноситься до соціальної сфери.

Війна має великий вплив на індустрію туризму, проте з розвитком технологій і новими тенденціями з'являється багато можливостей для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. Сталий туризм є одним із нових трендів, який можна застосувати для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. Сталий туризм передбачає популяризацію практики відповідального туризму, яка зосереджена на збереженні навколишнього середовища, розвитку громади та соціальній відповідальності [2, 3].

Застосовуючи практику сталого туризму, індустрія туризму може залучити більше екологічно свідомих туристів, які зацікавлені в знайомстві з природною красою та культурною спадщиною регіону. Це може створити економічні можливості для місцевих громад, одночасно зберігаючи природні та культурні ресурси регіону.

Цифрова трансформація є ще одним трендом, який можна застосувати для розвитку туристичної галузі у післявоєнний період. Індустрія туризму може використовувати цифрові технології для покращення туристичного досвіду, оптимізації діяльності та просування регіону серед глобальної аудиторії.

Цифрова трансформація може включати використання мобільних додатків для туристичних послуг, віртуальної реальності для віддалених напрямків і платформ онлайн-бронювання, які пропонують зручність і легкість для туристів. Використовуючи цифрові технології, індустрія туризму може залучити більше технічно досвідчених туристів, а також підвищити економічну ефективність.

Культурно-кулінарний туризм – один із напрямів, який можна застосувати для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. Культурно-кулінарний туризм передбачає популяризацію унікальних культурних традицій регіонів України для залучення туристів.

Культурний і кулінарний туризм створить економічні можливості для місцевих громад шляхом популяризації місцевих ремесел, культурних заходів і кулінарних вражень. Висвітлюючи унікальні культурні та кулінарні традиції регіону, індустрія туризму може залучити туристів, які зацікавлені в пізнанні історії та культури регіону.

Спільне партнерство є важливим трендом, який можна застосувати для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. Спільне партнерство передбачає співпрацю між різними зацікавленими сторонами в індустрії туризму, включаючи державні установи, неурядові організації та місцеві громади. Формуючи спільні партнерства, індустрія туризму може використовувати колективні ресурси та досвід різних зацікавлених сторін для просування регіону світовій аудиторії. Спільне партнерство також може сприяти обміну знаннями та найкращими практиками для сталого розвитку туризму, що може підтримувати довгострокове зростання та стійкість індустрії туризму.

Віртуальна реальність (VR) – це інноваційна технологія, яка може бути застосована для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. VR може дозволити туристам відчувати місце призначення більш захоплюючим способом, без необхідності фізичної подорожі. Це може бути особливо корисним для напрямків, які сильно постраждали від війни або наразі небезпечні для відвідування. VR може запропонувати туристам унікальний інтерактивний досвід, який може продемонструвати красу та культурну спадщину регіону. Це може залучити велику когорту туристів і збільшити пізнаванність регіону в глобальному масштабі.

Доповнена реальність (AR) – одна із технологій, яку можна застосувати для розвитку туристичної галузі після закінчення війни. AR може покращити туристичний досвід, додавши цифрову інформацію та віртуальні об'єкти до реального середовища. AR можна використовувати для створення інтерактивних путівників, які надають туристам інформацію про історію та культуру регіону. Це може підвищити освітню цінність туристичного досвіду, а також забезпечить більш привабливий і захоплюючий досвід для туристів.

Мобільні додатки також можна використовувати для розвитку туристичної галузі після війни. Мобільні додатки можуть надати туристам широкий спектр послуг, включаючи системи бронювання та оплати, місцевих гідів та туристичну інформацію. Мобільні програми можна налаштувати, щоб надати туристам персоналізований досвід, який відповідає їхнім індивідуальним потребам і вподобанням. Це може підвищити зручність і легкість туристичного досвіду, а також забезпечить платформу для просування регіону серед глобальної аудиторії.

Маркетинг у соціальних мережах можна використовувати для розвитку індустрії туризму після війни. Платформи соціальних медіа можуть забезпечити ефективний спосіб охоплення глобальної аудиторії та реклами регіону серед потенційних туристів. Маркетинг у соціальних мережах може передбачати використання фотографій і відео, для того щоб продемонструвати красу та культурну спадщину регіону [1].

За рахунок розвитку туристичної галузі виникають нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення, удосконалюється система медичного обслуговування населення, збільшуються об'єми інвестицій, створюються передумови для поліпшення платіжного балансу країни. Державна політика у туристичній галузі полягає у розширенні застосування маркетингової діяльності, спрямованої на раціональне й ефективне використання природних, історико-культурних і соціально-побутових ресурсів.

Індустрія туризму має увесь необхідний потенціал для підтримки економічного зростання та розвитку у післявоєнний період. Застосовуючи такі інноваційні рішення, як віртуальна реальність, доповнена реальність, мобільні додатки та маркетинг у соціальних мережах, індустрія туризму може залучати більше туристів, а також рекламувати регіон світовій аудиторії. При застосуванні цих інноваційних технологій ми зможемо підтримати відновлення та зростання індустрії туризму в післявоєнний період.

Література

1. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Київ: Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.
2. Українці створили 3D-тури зруйнованими Бучею, Бородянкою, Ірпенем та іншими містами Київщини. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://visitukraine.today/uk/blog/425/ukrainci-stvorili-3d-turi>
3. Як війна змінить мандрівки Україною після перемоги над ворогом. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/novayastranitsa-voyna-izmenit-puteshestviya-1649942226.html>

КОШЕЛЬ Максим, здобувач вищої освіти, 3 курс
Науковий керівник: **ТЮРІНА Діна**, канд. пед. наук, доцент
Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ВИКЛИКИ ТА РИЗИКИ, ПОВ'ЯЗАНІ З РОЗВИТКОМ МІКРОМОБІЛЬНОСТІ

Постановка проблеми. Зростання кількості міського населення й активний розвиток туризму призводять до перевантаження транспортних систем, погіршення екологічної ситуації та зниження якості життя в містах. У туристичних дестинаціях ці виклики загострюються через значний наплив відвідувачів, які користуються транспортною інфраструктурою. Мікромобільність, як екологічна та доступна альтернатива особистому автотранспорту, має потенціал розвантажити дороги, зменшити викиди та зробити пересування комфортнішим для туристів. Однак, разом із перевагами вона несе низку викликів і ризиків, які потребують уваги.

Виклад основного матеріалу. Мікромобільність активно розвивається у багатьох країнах світу, стаючи ключовим елементом сучасної транспортної системи та невід'ємною частиною туристичної інфраструктури. Завдяки своїм перевагам – екологічності, доступності та зручності – мікромобільність отримала популярність серед містян і туристів. Багато країн запроваджують інноваційні рішення для інтеграції мікромобільності у свої транспортні системи, створюючи сприятливі умови для її використання.

Європа є лідером у впровадженні мікромобільності. Наприклад, Амстердам (Нідерланди) відомий своєю велоінфраструктурою, яка забезпечує зручне пересування не лише для місцевих мешканців, але й для туристів. Місто пропонує добре розвинену мережу велодоріжок, зручні системи прокату велосипедів та спеціалізовані паркувальні зони. Подібні ініціативи реалізуються у Копенгагені (Данія), де понад 50% населення використовує велосипеди як основний транспорт, а туристи можуть скористатися орендою велосипедів або електроскутерів.

У Франції, особливо в Парижі, активно розвивається система оренди електроскутерів і велосипедів. Влада міста також інвестує у розширення велодоріжок і створення паркувальних зон для мікромобільності, сприяючи зниженню заторів та покращенню якості повітря.

США також демонструють значний прогрес у впровадженні мікромобільності. Наприклад, у Сан-Франциско діє широка мережа сервісів прокату електроскутерів та велосипедів. Місто активно підтримує використання мікромобільності, інтегруючи її з громадським транспортом та забезпечуючи інфраструктурні рішення, такі як спеціальні смуги для мікротранспорту.

У Сінгапурі мікромобільність стала частиною загальної концепції «розумного міста». Тут впроваджено електронні системи управління транспортними засобами, що забезпечують ефективне планування руху. Місто-держава пропонує туристам зручну оренду мікротранспорту через мобільні додатки, що включають інтеграцію з громадським транспортом.

Німеччина, зокрема Берлін, також активно розвиває мікромобільність. Тут популярні прокатні сервіси електроскутерів і велосипедів, а також створені спеціалізовані велошляхи, що сприяють безпечному пересуванню.

Розвиток мікромобільності у цих країнах демонструє, як інноваційні рішення у тран-

спортній сфері можуть покращити якість життя у містах та зробити їх більш привабливими для туристів. Інтеграція мікромобільності у транспортну систему, розвиток інфраструктури та співпраця з цифровими платформами – це приклади успішних ініціатив, які можуть слугувати моделлю для інших країн, що прагнуть досягти сталого розвитку міського транспорту.

В Україні мікромобільність поступово розвивається, особливо у великих містах, таких як Київ, Львів та Одеса, де з'являються сервіси прокату електросамокатів і велосипедів. Незважаючи на перспективи, цей сектор потребує більшого розвитку інфраструктури, таких як велодоріжки та паркувальні зони, щоб забезпечити зручність і безпеку для користувачів.

Розвиток мікромобільності, незважаючи на її очевидні переваги, супроводжується низкою викликів та ризиків, які потребують уважного розгляду та вирішення.

Безпека руху є одним з найгостріших питань. Туристи, які орендують мікромобільність, часто не знайомі з місцевими правилами дорожнього руху або мають недостатній досвід використання таких транспортних засобів. Це підвищує ризик зіткнень із пішоходами, автомобілями та іншими учасниками руху. Особливо критичними є зони з інтенсивним трафіком, перехрестя та пішохідні ділянки.

Проблема паркування також є актуальною. У туристичних зонах недостатня кількість спеціальних паркувальних майданчиків для мікротранспорту призводить до хаотичного розміщення засобів на тротуарах, у скверах та біля пам'яток. Це створює незручності для пішоходів і псує естетичний вигляд туристичних локацій.

Вандалізм є ще одним викликом, з яким стикаються оператори систем прокату мікромобільності. Туристичні дестинації часто стикаються з випадками вандалізму або крадіжок транспортних засобів. Це завдає фінансових збитків операторам прокату та знижує доступність мікромобільності для інших користувачів.

Вплив на міське середовище також не можна ігнорувати. Неправильне паркування, залишення сміття користувачами мікромобільності можуть призвести до захаращення тротуарів, скверів та інших громадських просторів. Це негативно впливає на естетику міста та комфорт його мешканців.

Розвиток мікромобільності несе з собою чимало викликів, які потребують комплексного підходу до вирішення. Для забезпечення безпечного та ефективного використання мікромобільності в міському середовищі необхідно вжити низку заходів. Розглянемо детальніше кожен з них.

Чітке правове регулювання та інформування. Необхідно створити спеціальні правила для користувачів мікромобільності, які враховують безпеку руху та особливості туристичних зон. Інформаційні кампанії мають донести ці правила до широкої аудиторії, включно з туристами, для підвищення обізнаності.

Розвиток інфраструктури. У туристичних містах слід активно створювати велодоріжки, зони для паркування мікротранспорту та інформаційні знаки, які сприятимуть безпечному використанню мікромобільності.

Системи моніторингу та контролю. Використання сучасних технологій, таких як GPS-трекери, дозволить відстежувати пересування транспорту, а відеоспостереження – запобігати порушенням.

Інтеграція із громадським транспортом. Розробка комбінованих квитків, які об'єднують громадський транспорт і мікромобільність, допоможе туристам ефективно пересу-

ватися містом.

Залучення громадськості. Проведення обговорень, слухань і досліджень з урахуванням думок місцевих мешканців і туристів дозволить врахувати всі аспекти використання мікромобільності та знизити конфлікти.

Мікромобільність позитивно впливає на туристичні дестинації, забезпечуючи зручність, доступність і екологічність пересування. Вона дозволяє туристам швидко діставатися до визначних місць, знижує транспортне навантаження та викиди CO₂. Використання цифрових платформ спрощує оренду транспорту, роблячи пересування ще зручнішим.

Висновки. Мікромобільність у туристичних дестинаціях має значний потенціал для розвитку, забезпечуючи туристам доступність, зручність і екологічність. Однак її впровадження супроводжується викликами, які вимагають комплексного підходу. Координація зусиль міської влади, бізнесу, громадськості та операторів мікромобільності є ключем до успішного вирішення проблем та створення комфортного середовища для туристів і мешканців міст.

Література

1. Сагінова, О.В. Міжнародний досвід розвитку мобільності в мегаполісі. Актуальні питання економіки. 2019. № 1. С. 70–81.

КРИШТАЛЬ Дмитро, здобувач вищої освіти, 5 курс

Науковий керівник: **ПОСТУПНА Олена**, д.держ.упр., професор

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

СУТНІСТЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ У ТУРИЗМІ

Постановка проблеми. Інформаційні технології дуже швидко розвиваються у сучасному суспільстві. З кінця минулого століття їх широко використовують у різних галузях людської діяльності, зокрема в науці для оброблення експериментальних даних і моделювання, в освіті – під час дистанційного навчання, для створення електронних навчальних матеріалів та здійснення електронної реєстрації у заклади освіти, у фінансовій та банківській системі використовують електронні гроші, у державному управлінні запроваджено електронний уряд та організують діяльність вебпорталів для надання електронних послуг користувачам, у медицині – заповнення електронних амбулаторних карток та історій хвороби, надання електронних послуг – виписаних рецептів, результатів аналізів тощо. Автоматизація різних установ дозволяє складати електронні звіти та вести статистику. Не виключенням є і галузь туризму, яка не так давно стала однією з провідних галузей економіки та у багатьох розвинених країнах є вагомим джерелом національних доходів.

Виклад основного матеріалу. Інформаційні технології в туризмі є важливою складовою соціально-культурного сервісу. Ефективність їх застосування багато в чому визначає продуктивність підприємств туристичної індустрії, у діяльності яких все більш актуальними стають надійність і оперативність збирання, оброблення та передавання

інформації. Складовими інформаційних технологій є інформація та технологія. Розглянемо змістовну сутність цих базових понять.

Вважається, що поняття «інформація» походить від латинського слова «informatio», що спочатку означало надавати форму/вид, формувати, створювати, утворювати, пізніше (вторинне значення) – навчати, виховувати, будувати, складати, уявляти, мислити. Вперше в англійській мові слово «інформація» (information) було зафіксовано у 1387 р., його сучасне написання зустрічається у XVI ст., тоді й закріпилось у більшості європейських мов. До мови східних слов'ян слово «інформація» прийшло в XVII ст. через польське слово «informacja». І лише з середини XX ст. цей термін став повсюдно поширеним, загальнонауковим та водночас найбільш дискусійним внаслідок неоднозначності його трактування в науці й практиці, зокрема у юридичній [4].

На жаль, досі у науковому середовищі не вироблено загальновизнаних уявлень про концептуальну природу і сутність поняття «інформація», скоріше проблема криється в міждисциплінарному підході цього поняття та диференційному підході його трактування. Зокрема, з точки зору економіки, інформація є сукупністю «відомостей, даних, знань про об'єкт або явище, що вивчаються» [2, с. 118]; у фармацевтії – це «документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі» [5]; у державному управлінні – її представляють, як «продукт взаємодії даних і методів, розглянутий у контексті цієї взаємодії. Це реакція реципієнта на повідомлення у формі відео, аудіо, друкованого тексту, тактильного дотику тощо» [1, с. 301]. На законодавчому рівні в Україні інформацію трактують, як «будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді» [3]. З XX ст. дефініцію «інформація» використовують практично в усіх наукових галузях та здебільшого розглядають її, як деякі відомості, сукупність яких-небудь даних, знань тощо. Залежно від режиму доступу інформація може бути відкритою чи закритою або з обмеженим доступом. Інформаційна продукція та інформаційні послуги можуть бути об'єктами товарних відносин. Однак, ці відносини регулюються національними законодавствами. Джерелами інформації можуть бути документи та інші носії даних, в тому числі й технології.

Щодо технологій, то це поняття розглядають з декількох позицій: як результат науки, знань; як способи обробки, переробки, виготовлення продукту, проведення різних виробничих операцій. Зокрема, в державному управлінні трактують технологію, як «результат інтелектуальної діяльності, сукупність систематизованих наукових знань, відпрацьованих технічних, організаційних та інших рішень у вигляді документації (патентної, нормативно-технічної, конструкторської, звітної науково-технічної з НДР та ДКР, регламентів, а також ноу-хау) про спосіб виробництва продукту, організації виробничого процесу чи надання послуг у різних сферах діяльності людини» [1, с. 705]; в економіці – як «спосіб поєднання та застосування принципів, методів і технічних засобів для виконання роботи, операції, послуги, отримання фірмою кінцевого товару; сукупність засобів, процесів, операцій, методів, за допомогою яких вхідні у виробництво елементи перетворюються на вихідні; охоплює машини, механізми й інструменти, навички і знання; сукупність знань, відомостей про послідовність окремих виробничих операцій у процесі виробництва чого-небудь» [2, с. 118, 311]. Таким чином, технологія виступає способом або механізмом організації людської діяльності, що знаходить вираз у різноманітних формах: у технічних знаряддях і технологічних процесах, у техніці праці, в методах організації виробництва й

управління, в технологічних знаннях тощо.

Інформаційні технології розглядають як цілеспрямовану організовану «сукупність інформаційних процесів з використанням засобів обчислювальної техніки, що забезпечують високу швидкість обробки даних, швидкий пошук інформації, розосередження даних, доступ до джерел інформації незалежно від місця їх розташування» [1, с. 299]. Поєднання інформації й технології дозволяє виявити певні закономірності в туристичній індустрії з метою визначення й використання на практиці виробничих і соціальних процесів; реалізовувати технічні, наукові й соціальні задачі в галузі туризму через технології. Розвиток туристичного бізнесу стає неможливим без впровадження інформаційних технологій, оскільки вони забезпечують інтеграцію різних видів економічної діяльності та різноманітний зв'язок з діловими партнерами; покращення якості туристичних послуг; передачу великого обсягу інформації як для клієнтів і партнерів, так і в межах туроперейтингу; швидкість, доступність та ефективність обслуговування; можливість врахування потреб кожного клієнта; ефективність діяльності та зворотного зв'язку тощо.

Висновки. Підсумовуючи слід зазначити, що інформаційні технології, що використовуються у туризмі, представляють собою сукупність способів передачі й обробки інформації на основі використання технічних засобів. Сфера їх застосування достатньо широка – в управлінні туристичними підприємствами, співпраці чи налагодженні партнерських відносин із постачальниками чи посередниками турпослуг, обслуговуванні клієнтів тощо.

Література

1. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад. : Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін.; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурмін. Київ: НАДУ, 2010. 820 с.
2. Завадський Й. С., Осовська Т. В., Юшкевич О. О. Економічний словник. Київ: Кондор, 2006. 355 с.
3. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 р. № 2657-XII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>.
4. Прокопенко Л. С. Інформація. Українська бібліотечна енциклопедія. (статтю створено: 14.05.2014 р.; редаговано: 22.03.2023 р.). URL : <https://ube.nlu.org.ua/article/%D0%86%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F>.
5. Слободянюк М. М. Інформація. Фармацевтична енциклопедія. URL : <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/3365/informaciya>.

КРОШКА Любов, здобувачка вищої освіти, 5 курс

Науковий керівник: **СОЛОГУБ Юрій**, к.геогр.н., доцент

Національний університет харчових технологій, м. Київ

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СПОРТИВНОМУ ТУРИЗМІ

Постановка проблеми. Сучасний розвиток інформаційних технологій кардинально змінює всі сфери життя, зокрема і спорт. Спортивний туризм, як одна з форм активного відпочинку та змагань, активно інтегрує цифрові технології для забезпечення безпеки

туристів, покращення їхнього досвіду та оптимізації організації подорожей.

Завдяки використанню цифрових пристроїв і програмного забезпечення стало можливим спрощення планування маршрутів, підвищення ефективності комунікації між учасниками турів, оперативне реагування на надзвичайні ситуації та вдосконалення систем навігації. Проте поряд із цими досягненнями виникає низка викликів.

Однією з основних проблем є доступність цифрових технологій для широкого кола користувачів. У багатьох туристичних групах немає технічної підготовки або фінансових можливостей для впровадження дорогого обладнання, такого як GPS-трекери, супутникові комунікатори чи сучасні програмні продукти.

Ще одним важливим аспектом є залежність від цифрових пристроїв. У віддалених регіонах із нестабільним сигналом або повною відсутністю інтернету використання цифрових технологій стає обмеженим. Крім того, надмірне покладання на техніку може призвести до втрати ключових традиційних навичок, таких як орієнтування за природними ознаками.

Також слід враховувати екологічний вплив використання цифрових пристроїв. Виробництво та утилізація електроніки створюють додаткове навантаження на навколишнє середовище, що є протилежністю головної ідеї спортивного туризму – гармонійного співіснування з природою.

Виклад основного матеріалу. Цифрові технології стали невід'ємною частиною спортивного туризму, охоплюючи всі його етапи – від планування маршруту до аналізу результатів змагань. Зокрема, геолокація та навігація значно спростили орієнтування на місцевості. Завдяки використанню GPS-технологій туристи мають можливість точно визначати своє місцезнаходження, уникати потенційно небезпечних зон та зберігати координати важливих точок маршруту. Сучасні мобільні додатки, такі як Komoot, Wikiloc або AllTrails, надають інтерактивні карти, що враховують особливості рельєфу, погодні умови та рекомендації від інших туристів, роблячи планування подорожей більш інформативним та безпечним.

Використання сучасних геоінформаційних технологій (GIS) для планування та проходження маршрутів у сучасному світі є важливим. Вони значно покращують планування маршрутів і сприяють більш комфортному та безпечному їх проходженню.

Інструменти GIS дозволяють використовувати різноманітні види статистичних даних для візуалізації залежно від мети та поставлених завдань. Сучасні геоінформаційні системи дають можливість відображати як якісні, так і кількісні характеристики явища чи об'єкта, пов'язані з конкретною територією, що є досить актуально для сфери спортивного туризму.

Важливими інструментальними можливостями геоінформаційних систем є: можливість аналізу даних дистанційного зондування землі; можливість аналізу гідрології; аналіз морфометрії; моделювання рельєфу; 3D моделювання; зональна статистика; аналіз різнотипних баз даних; робота з растровими та векторними зображеннями та конвертування вихідних даних; експорт та імпорт даних.

Однак, що більшість професійних геоінформаційних систем незалежно від свого типу мають досить високий «порог входження» і все таки потребують базових знань з геодезії та картографії, що значно звужує аудиторію можливих користувачів.

Важливим є питання освоєння спортсменами умовних знаків спортивних карт. Вирішення таких завдань не передбачає використання геоінформаційних систем професій-

ного рівня, а зводиться до використання програмних засобів з відкритим кодом, що є у вільному доступі в Інтернет мережі, зокрема таких як OCAD. [3]

Забезпечення безпеки стало ще одним важливим напрямом впровадження цифрових інновацій. Трекери й носимі пристрої, які фіксують координати, стан здоров'я та інші життєво важливі показники, стали обов'язковим елементом у складних експедиціях. Наприклад, супутникові трекери Garmin inReach дозволяють підтримувати зв'язок навіть у найвіддаленіших куточках світу, де відсутній мобільний зв'язок, а функція екстреного виклику SOS може врятувати життя у критичних ситуаціях.

Цифрові технології також змінили підхід до організації та аналізу змагань у сфері спортивного туризму. Спеціалізоване програмне забезпечення дозволяє автоматизувати процеси реєстрації учасників, підрахунку результатів і навіть трансляції подій у реальному часі. Це значно спрощує організацію заходів будь-якого масштабу та підвищує їх доступність для широкої аудиторії. Такі платформи, як Eventbrite або Race Roster, створюють зручний інструментарій для менеджерів та учасників змагань.

Медіа та популяризація туристичних заходів також значно виграли завдяки цифровим технологіям. Сучасні пристрої, такі як дрони чи камери GoPro, дають змогу створювати якісний фото- та відеоконтент, що підсилює емоційний вплив від спортивного туризму. Такий контент активно поширюється через соціальні мережі, сприяючи залученню нових учасників та формуванню позитивного іміджу спортивного туризму.

Окремо варто згадати про віртуальні тури та тренування, які стають дедалі популярнішими. Завдяки VR-технологіям туристи можуть ознайомитися з маршрутами або випробувати свої навички у симуляціях, спеціально розроблених для підготовки до реальних умов. Це особливо корисно для новачків, які отримують можливість краще зрозуміти специфіку маршруту та попередньо оцінити свої фізичні можливості.

Таким чином, цифрові технології суттєво розширили можливості спортивного туризму, зробивши його більш безпечним, доступним та захоплюючим. Водночас вони сприяють інтеграції традиційних підходів з інноваційними рішеннями, дозволяючи вдосконалювати досвід учасників та підвищувати рівень організації подорожей.

Висновки. Цифрові технології мають значний потенціал у спортивному туризмі, забезпечуючи підвищення його безпеки, доступності та привабливості. Однак важливо враховувати виклики, такі як вартість обладнання, необхідність технічних знань та залежність від інтернету. Подальше впровадження цифрових інновацій сприятиме розвитку спортивного туризму, роблячи його ще більш цікавим і доступним для широкої аудиторії.

Література

1. Бондаренко В. Цифрові технології у спортивному туризмі. Спортивний вісник. 2022. № 4.
2. Іванов С. Новітні технології у спорті: застосування та перспективи. Наукові записки Національного університету фізичного виховання і спорту. 2021. № 6.
3. Сологуб, Ю., & Рудев, І. (2024). Система категоріювання туристичних маршрутів та їх маркування в рамках функціональних можливостей ГІС. Економіка та суспільство, (63). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-67>
4. Smith J. Modern Technologies in Adventure Tourism. London: Routledge, 2020. 256 p.
5. Garmin inReach. Advanced Satellite Communication. URL: <https://www.garmin.com/in-reach>. (дата звернення: 02.12.2024).

КУЩ Каріна, здобувачка вищої освіти, 2 курс
Науковий керівник: **ЖУЧЕНКО Валентина**, к.е.н., доцент
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ

ІННОВАЦІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ: ВІДКРИТТЯ НОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ

Сучасний туризм є однією з тих галузей, яка повинна йти в ногу з сучасністю та приваблювати нових споживачів. Тенденції ринку показують, що пропозиція повинна бути оригінальною та актуальною як по тематиці, так і по ціні, щоб кожна вікова категорія підбирала той туристичний продукт, який буде відповідати їхнім очікуванням та співпадати з рівнем доходу туриста.

Однією з важливих складових продажу туристичного продукту є його промоція (від англ. promotion просування, стимулювання) на ринку. Реклама – це вагомий важіль, який здатний впливати на підсвідомість людей, щоб заохотити їх придбати певний продукт. Для цього потрібно створити прекрасний візуал і внести потрібний текст, який тільки підкріпить бажання щодо придбання туристичного пакету.

Оскільки, час не стоїть на місці – звичайної реклами вже недостатньо. Нове покоління повністю залежне від «цифри» («цифра» або цифрові технології – це технології, що забезпечують здійснення інформаційних процесів з використанням цифрових пристроїв), яка оточує їх майже у всіх сферах (освіта, робота, дозвілля тощо).

Економічна наука впевнено відносить до інноваційних тенденцій у виробництві туристичного продукту тільки тренди в е-туризмі (розвиток електронної пропозиції туристських послуг, реклами, інших маркетингових комунікацій, продажів через Інтернет) [1].

В еру комп'ютерних технологій стало набагато легше поширювати промоцію туристичних послуг через такі соціальні мережі, як: Instagram та Facebook від компанії Meta Platforms, а також соціальна платформа TikTok. Щоб бути інноваційними в цій площині, туроператори та турагенти повинні слідкувати за тенденціями, щоб завжди бути на одній хвилі з потенційними клієнтами. Для цього варто розширювати базу знань в декількох галузях: ораторське мистецтво – для красномовного вираження думки у відеоконтенті та написанні влучного гасла до певного туру, захоплюючого опису пропозиції, яка буде надаватися, а також інтригуючого та, при цьому, зрозумілого найменування до туру; курси відеомонтування та колажу – для створення коротких відео з основним переліком переваг нашої послуги, знову ж таки для створення візуалу, на який частіше за все звертають увагу клієнти, а також буде корисним для створення логотипів чи рекламних білбордів та флаєрів; приймати участь в конференціях, доєднуватися до асоціацій турагентів, туроператорів, щоб завжди бути в курсі всіх новин, пропонувати шляхи розвитку та ділитися ідеями з натхненниками.

Під час пандемії COVID-19, коли більшість країн закрило свої кордони для туристів і вся туристична сфера зазнала стрімкого падіння, поступово відбувалася популяризація VR-технологій, за допомогою яких кожен міг відвідати певну дестинацію, сидячи вдома, в хабах або ж в приватних геймінгових кімнатах з наявними технологіями.

VR- та HR-технології на сьогоднішній день є масовими та популярними, але потенційно повністю замінити туризм дані альтернативи не можуть. Хоч вони і відіграли роль заміника туризму, але, це навпаки, ще більше просунуло інтерес людства до подорожей та

розвитку певних destinations. Дані технології -це гарний та стійкий маркетинговий план, за допомогою яких працівники сфери можуть отримати актуальні статистичні дані на конкретні напрямки, зосередити увагу на розробленні маршрутів, поєднуючи декілька видів туризму, і таким чином, отримати нову зацікавлену клієнтуру.

Ще одним інновігом в туризмі стали сайти, які можуть скоординувати туристів на наявних послугах, розміщення, цінова категорія тощо. В еру технологій це не є чимось незвичним, але ще якихось 20 років тому це був ривок вперед. На сьогоднішній день потрібно зосередитися на створенні нового технічного забезпечення, яке буде дозволяти ще якісніше підбирати та задовольняти потреби туристів, зручно інформувати на якій стадії відбувається оформлення всіх документів та бронювання через кабінет, а також буде розсилати інформаційний лист для клієнтів з новими пропозиціями. Ще одним та не менш важливим є фідбек (відгук) від туристів, який автоматично буде збирати та опрацьовувати відгуки клієнтів, щодо якості послуг, задоволеності потреб та дозволить отримати відсоткове відношення щодо реакції (відсоток задоволених/незадоволених клієнтів) про відпочинок у певному готелі, напрямку, турі.

Таким чином люди зможуть самі обирати онлайн послуги на основі реальних коментарів попередників, а турагент/туроператор буде бачити реальний показник і переглядатиме, чи слід продовжувати співпрацю з партнерами, чи все ж таки слід замінити одну пропозицію на іншу. Це створить конкурентоспроможну нішу в туристичній галузі.

Щоб підтримувати та розвивати актуальність наявних напрямків, швидко розвивати нові слід залучити блогерів, ЗМІ, представників приватного сектору з відомим ім'ям. На фоні коментарів відомих людей, туристи здатні побачити щось нове, підвищити рівень довіри до внутрішніх destinations та послуг.

Відомим прикладом можна назвати Антона Птушкіна та Михайла Кацуріна, які змінили традиційний вектор внутрішнього туризму і задали новий тренд гастрономічного туризму, з одного боку, прорекламувавши певні регіони України, з іншого боку – показавши народну спадщину нашої країни у вигляді смачних, традиційних і не зовсім звичних страв. Довіра, яку проявили громадяни нашої країни до фуд-тревел-блогерів є індикатором того, що люди готові популяризувати та розвивати наш туристичний трейдинг (від англ. trading – торгівля) з подальшою можливістю конкурувати на світовому туристичному ринку.

За результатами дослідження Світового економічного форуму (World Economic Forum), у 2011 р. Україна за рівнем конкурентоспроможності на світовому туристичному ринку займала 85 місце серед 139 країн світу (у 2009 р. – 77 серед 133 країн) [2]. Щодо кількості іноземних туристів, Україна у 2018 р. займала пристойне (14-е) місце серед європейських країн, незважаючи на зменшення кількості туристів [3]. З цього можна зробити висновок, що при правильному підборі та розвитку вже наявних і створення нових тенденцій Україна може створити конкурентну площину серед європейських країн в туристичному сегменті.

Література

1. Мазаракі А. А. Інновіг в туризмі: монографія/ А.А. Мазаракі, С.В. Мельниченко, Г.І. Михайліченко, Т.І. Ткаченко та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – С. 10.
2. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. – Режим доступу: www3.weforum.

org/docs/WEFTravelTourismCompetitivenessReport_2011.pdf.

3. Полковниченко С. О., Красій А. В. Привабливість України на європейському ринку туристичних послуг// Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2020. – С. 4.

ЛЕОНЕНКО Неллі, д.держ.упр., професор

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

INSTAGRAM-ГОТЕЛІ ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ МОЛОДІЖНОГО ВІДПОЧИНКУ

Постановка проблеми. В сучасному світі соціальні мережі стали невід’ємною частиною життя молоді. Зокрема, Instagram став платформою, яка дозволяє ділитися яскравими моментами життя, обмінюватися думками та емоціями, позначати геолокації подорожей чи улюблених місць відпочинку, додавати текстовий, аудіо-, фото-, відео- та графічний контент. Ця тенденція значно вплинула на туристичну індустрію, сприяючи розвитку нового формату проживання – Instagram-готелів. Ці заклади орієнтовані на створення унікального досвіду для своїх гостей, який стає основою для популярного візуального контенту в соціальних мережах.

Виклад основного матеріалу. Молодіжний відпочинок – це унікальний напрямок туристичної індустрії, орієнтований на потреби активних, креативних і допитливих людей. Молодь прагне нових вражень, можливостей для самовираження, знайомств та активного проведення часу. Тому організація подорожей для цієї категорії туристів має свої особливості, які враховують інтереси та очікування молодих людей.

Instagram-готелі – це готелі, спроектовані з урахуванням естетичних і візуальних трендів. Головна особливість таких готелів – яскравий, фотогенічний дизайн і атмосфера, яка сприяє створенню контенту, що привертає увагу.

До основних характеристик Instagram-готелів відносять:

- архітектурний дизайн – яскраві кольорові акценти, неповторний декор та меблі, тематичні кімнати, стильні лобі та лаунж-зони, атмосферні бари та кальянні, розкішні басейни чи джакузі просто неба;
- унікальні фотозони – спеціально оформлені локації для фото, тераси з мальовничими краєвидами, пірси, на яких можна зустріти схід сонця, зелені сади та пальмові алеї;
- інтерактивність – сучасні розробки, які створюють інтерактивні елементи (дзеркальні кімнати, голограми, інсталяції);
- оригінальні послуги – пропозиції, які роблять перебування в місті розміщення ще більш ексклюзивним (тематичні вечірки, майстер-класи, спа-процедури);
- високоякісний сервіс і технології – Wi-Fi високої швидкості для миттєвого завантаження контенту, оренда професійного обладнання для фотосесій, додатки для створення AR-контенту на території готелю.

Instagram-готелі набувають все більшої поширеності серед молоді. Вони створюють умови для яскравих вражень та ефектних світлин, приваблюють своїм унікальним дизайном, креативними зонами для відпочинку та розваг, фотогенічними локаціями та неповторною атмосферою, що ідеально підходить для створення привабливого контенту.

Instagram – це не лише місце для спілкування, але й інструмент для створення власного бренду. Молодь прагне ділитися особистою інформацією, яка привертає увагу та відображає їхній стиль життя, а отже готелі, які забезпечують такі можливості, стають надзвичайно популярними.

До Instagram-готелів світового рівня за рейтингом Luxury Travel Advisor належать [1,2]:

- The Muraka – перша у світі підводна вілла з надводною і підводною частиною, розташована на глибині 16 футів на Мальдівських островах, що пропонує унікальні локації для фото з морськими пейзажами. Прозорі скляні стіни великого житлового акваріума дозволяють спостерігати життя риб Індійського океану.
- Icehotel (Швеція), зроблений повністю з льоду, є одним із найпопулярніших місць для створення зимового контенту.
- Savo Tagoo (Греція) – цей заклад відомий своїми infinity-басейнами та неймовірними видами на Егейське море.
- Hotel Brooklyn Bridge (США) пропонує панорамні види на Нью-Йорк, стильний дизайн і екологічні елементи, які привертають увагу еко-активістів.
- Anantara Golden Triangle Elephant Camp & Resort (Таїланд) надає можливість зробити фото з елементами дикої природи, зокрема зі слонами, приваблює туристів з усього світу та ін.

Попри свою популярність Instagram-готелі стикаються з низкою викликів. Серед них – необхідність постійного оновлення дизайну, щоб відповідати сучасним трендам, а також забезпечення високого рівня сервісу. Молодь, яка обирає такі заклади, має високі очікування щодо якості обслуговування та автентичності набутого досвіду.

Висновок. Instagram-готелі – це не просто місце розміщення, а цілий світ вражень, де гості можуть отримати унікальний досвід і поділитися ним із мільйонами користувачів. Туристичні компанії, що спеціалізуються на молодіжному відпочинку, можуть значно розширити свої можливості, пропонуючи тури, орієнтовані на відвідування таких готелів. У світі, де візуальний контент є ключовим, Instagram-готелі стали справжнім трендом туристичної індустрії.

Література

1. Найкращі Instagram-готелі світу. URL: <https://www.uvidpustku.com/naykrashhi-instagram-hoteli/>
2. Luxury Travel Advisor. URL: <https://www.luxurytraveladvisor.com>

ЛЯШЕНКО Ангеліна, здобувачка вищої освіти, 4 курс
Науковий керівник: **ПОСТУПНА Олена**, д.держ.упр., професор
Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

АВТОМАТИЗОВАНІ СИСТЕМИ БРОНЮВАННЯ ЯК ОДИН ІЗ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ В ЕКОТУРИЗМІ

Постановка проблеми. У сучасному світі екотуризм розвивається як один з найважливіших форм сталого туризму, що сприяє збереженню природних ресурсів та культур-

ної спадщини. Ефективна організація екотуристичної діяльності вимагає інноваційних рішень, серед яких ключову роль відіграють автоматизовані системи бронювання (далі – АСБ). Ці системи забезпечують можливість раціонального управління туристичними потоками, врахування екологічних критеріїв при виборі послуг і прозорість у роботі з туристами [2].

Проблематика інтеграції АСБ у сферу екотуризму зумовлена низкою факторів:

- по-перше, зростаючий попит на екотуризм формує необхідність швидкого і зручного доступу до відповідних послуг, таких як бронювання екологічно сертифікованих об'єктів, вибір транспорту з низьким рівнем викидів CO₂, планування маршрутів у природоохоронних територіях;
- по-друге, туристи прагнуть отримувати достовірну інформацію про вплив своїх подорожей на довкілля;
- по-третє, виникає потреба у зменшенні адміністративних витрат і впровадженні технологій, які сприяють сталому розвитку галузі.

Всі ці та інші фактори актуалізують проблематику використання АСБ в організації екотурів на світовому ринку туристичної індустрії.

Виклад основного матеріалу. Світовий досвід використання автоматизованих систем бронювання АСБ вже активно застосовуються у сфері екотуризму, що підтверджується прикладами провідних платформ. Зокрема:

- вебплатформа Booking.com реалізує функцію «Travel Sustainable Badge», яка дозволяє ідентифікувати екологічно сертифіковані готелі;
- TripAdvisor GreenLeaders пропонує користувачам фільтри для вибору «зелених» об'єктів розміщення, що відповідають вимогам енергоефективності, мінімізації відходів і використання відновлюваних джерел енергії;
- сервіс EcoHotels.com спеціалізується виключно на екологічно дружніх варіантах проживання, пропонуючи альтернативи традиційним готелям [4].

Водночас, АСБ стають частиною глобальних стратегій сталого розвитку. Так, у Швеції мобільні додатки для бронювання дозволяють не лише обирати екологічно чисті об'єкти, але й отримувати рекомендації щодо маршруту з мінімальними викидами вуглецю [3].

У Канаді блокчейн-технології використовуються для підтвердження екологічних сертифікатів туристичних послуг, що підвищує довіру туристів до таких пропозицій [5].

В АСБ активно впроваджуються новітні технології, серед яких можна виділити такі:

- штучний інтелект (ШІ) – персоналізує рекомендації для туристів, враховуючи їхні уподобання та екологічні критерії;
- блокчейн – забезпечує прозорість і відстежуваність операцій, зокрема підтвердження сертифікатів екологічності;
- інтернет речей (IoT) – дозволяє відстежувати вплив туристичних об'єктів на довкілля у режимі реального часу;
- мобільні додатки – надають інтерактивний доступ до інформації про рівень екологічності об'єктів розміщення та транспортних засобів [1].

Варто відмітити, що у функціонуванні й використанні АСБ в екотуризмі можна визначити низку переваг, серед яких найголовнішими є:

- спрощення доступу туристів до екологічно сертифікованих об'єктів;
- мінімізація вуглецевого сліду подорожей;
- підвищення прозорості та доступності інформації про екотуристичні маршрути.

Окрім цього, такі системи сприяють економічному розвитку локальних громад, залучаючи їх до туристичної діяльності та забезпечуючи сталий розвиток регіонів.

Водночас, впровадження АСБ у сферу екотуризму стикається із проблемами. Так, основними викликами є: відсутність єдиних міжнародних стандартів для сертифікації екологічних послуг; технічна нерозвиненість інфраструктури в окремих регіонах; низький рівень цифрової грамотності серед населення.

Отже, враховуючи досвід розвинутих країн світу, а також тих країн, які мають позитивні результати у використанні АСБ в екотуризмі, можна визначити перспективні напрями адаптації АСБ в Україні. Насамперед слід зазначити, що Україна має значний потенціал для інтеграції АСБ в екотуризм. Основні перспективи включають такі напрями, як: розробку національних автоматизованих платформ бронювання з інтеграцією екологічних критеріїв; співпрацю з міжнародними платформами, такими як Booking.com чи EcoHotels.com для популяризації українських природних територій; створення цифрових додатків для управління туристичними потоками у національних парках країни тощо.

Висновки. Автоматизовані системи бронювання є потужним інструментом для розвитку екотуризму. Вони сприяють підвищенню ефективності управління туристичними потоками, інтеграції екологічних принципів у планування подорожей та підвищенню екологічної обізнаності туристів. Враховуючи світовий досвід, їх впровадження в Україні може стати важливим кроком у розбудові сталого туризму, особливо в регіонах із багатими природними ресурсами.

Література

1. Поступна О. В., Іович Р. І. Цифровізація як інструмент інноваційного розвитку індустрії туризму. Публічне управління: український вимір : зб. наук. праць за матеріалами наук.-практ. конф. до 75-річного ювілею Г. І. Мостового, 22 жовтня 2021 р., м. Харків; електронне видання. Харків: ННІ «ІДУ» ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2022. С. 143-147.
2. Buckley R. Ecotourism: Principles and Practices. Cambridge University Press, CABI, 2009. 368 p.
3. Fredman P. & Tyrväinen L. Frontiers in Nature-Based Tourism. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. 2010. Vol. 10, № 3. P. 177-189. ULR : <https://doi.org/10.1080/15022250.2010.502365>.
4. Hall M., Scott D., Gössling S. Pandemics, transformations and tourism: Be Careful what you wish for. Global Tourism and COVID-19. Routledge, 2021. P. 123-144.
5. Weaver D. B. Ecotourism. Wiley, 2001. P. 73-83.

МАНЮКА Ярослава, здобувач вищої освіти

Науковий керівник: **ІВАНЧУК Світлана**, к.е.н., доцент

Національний транспортний університет, м. Київ

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ КРАЇН БАЛТІЇ

Постановка проблеми. Туризм є однією з ключових галузей економіки країн Балтії (Естонії, Латвії та Литви), що сприяє залученню інвестицій, створенню робочих місць та

розвитку інфраструктури. Проте сучасний туризм зазнає значного впливу глобалізації, цифровізації та зміни споживчих уподобань, що ставить перед галуззю нові виклики. Країни Балтії змагаються за увагу міжнародних туристів на фоні високої конкуренції з іншими європейськими напрямками.

Мета дослідження: Визначити роль інноваційних технологій у розвитку туризму країн Балтії, оцінити їх вплив на конкурентоспроможність галузі та сформулювати рекомендації щодо подальшої цифровізації та модернізації туристичних послуг.

Виклад основного матеріалу. Цифровізація є одним з ключових напрямів розвитку сучасної туристичної індустрії, і країни Балтійського регіону активно впроваджують новітні цифрові технології для підвищення ефективності туристичного обслуговування, просування дестинацій та створення інноваційних туристичних продуктів. Цифрові рішення дозволяють туристам отримати більш зручний доступ до послуг, планувати подорожі, використовувати інтерактивні додатки для навігації, бронювати готелі та квитки онлайн, а також отримувати актуальну інформацію про дестинації в реальному часі.

Країни Балтійського регіону входять до числа європейських лідерів з цифрової трансформації. За даними Digital Economy and Society Index (DESI) (табл.), усі три країни демонструють високі показники цифрового розвитку, що створює сприятливе середовище для впровадження інновацій у туристичній галузі.

Таблиця - Показники цифрового розвитку країн Балтії за даними DESI 2023 [1]

Країни	Місце в рейтингу ЄС	Підключення	Людський капітал	Інтеграція цифрових технологій	Цифрові державні послуги
Естонія	7	82.5	71.2	65.4	89.3
Латвія	13	75.3	54.8	58.2	85.1
Литва	11	78.4	58.6	60.7	87.2

Впровадження цифрових технологій у туристичній галузі країн Балтії характеризується комплексним підходом до трансформації всіх аспектів туристичного досвіду. Як видно з таблиці. Естонія займає лідируючі позиції за показниками цифровізації, особливо у сфері цифрових державних послуг, що безпосередньо впливає на якість туристичного сервісу.

Туристична індустрія країн Балтії активно впроваджує різноманітні цифрові інструменти для покращення туристичних послуг. Онлайн-платформи для бронювання, мобільні додатки для туристів, віртуальні тури та інтерактивні карти є невід'ємною частиною сучасного туристичного досвіду. Ці технології дозволяють туристам планувати свої подорожі заздалегідь, вибирати маршрути, готелі та культурні об'єкти без необхідності звертатися до туристичних агентств.

Онлайн-сервіси, такі як Booking.com, Airbnb, TripAdvisor, активно використовуються в Балтійських країнах для бронювання готелів, апартаментів, а також для отримання відгуків про дестинації. Це дозволяє туристам легко вибирати оптимальні варіанти проживання та послуг відповідно до своїх уподобань і бюджету.

В країнах Балтії можна виділити кілька ключових напрямків цифрової трансформації туристичного сектору:

- Цифрові туристичні платформи:

- Розробка національних туристичних порталів;
- Створення мобільних додатків для туристів;
- Впровадження систем онлайн-бронювання.
- Віртуальна та доповнена реальність:
- VR-тури історичними місцями;
- AR-додатки для музеїв та культурних пам'яток;
- Інтерактивні міські маршрути.
- Технології великих даних та ШІ:
- Аналіз туристичних потоків;
- Персоналізація туристичних пропозицій;
- Предиктивна аналітика попиту.

Висновки. Тобто, країни Балтії розробляють спеціальні мобільні додатки для туристів, які забезпечують доступ до інформації про туристичні об'єкти, маршрути, готелі, ресторани та культурні заходи. Такі додатки дозволяють користувачам отримувати реальні дані про туристичні дестинації, знаходити найкоротші маршрути до визначних місць, отримувати рекомендації на основі їхніх уподобань, а також зчитувати QR-коди на інформаційних табличках біля історичних пам'яток для отримання додаткової інформації.

Література

1. Шкурат М. Є., Кукель Г. С., Штефан Л. Б. Розвиток індустрії 4.0 В ЄС: особливості та фінансове забезпечення в умовах постпандемійного відновлення. *Financial and credit activity: problems of theory and practice* Volume 2 (43), 2022

МАРУСЕЙ Тетяна, к.е.н., доцент

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, м. Кам'янець-Подільський

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ: НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТА ПРОБЛЕМИ

Постановка проблеми. Туристична галузь в Україні є однією із фундаментальних в економічному значенні. До початку повномасштабної війни в Україні частка прибутку з туристичних подорожей складала вагомий частину в бюджеті держави. А в період глобальної цифровізації розвиток галузі відбувається із використанням інноваційних, цифрових технологій, тому саме цифровий розвиток стане вирішальним фактором зростання української туристичної галузі. Впровадження цифрових технологій, таких як системи онлайн-бронювання, віртуальні тури та цифрові маркетингові платформи, полегшило туристам планування та бронювання подорожей до України. Цифрові технології також дозволили просувати туристичний потенціал України серед світової аудиторії, тим самим підвищуючи інтерес до країни як туристичної дестинації.

Виклад основного матеріалу. Розвиток цифрових технологій впливає на економіку, змінюючи ланцюжок створення товарів і послуг та їх доведення до кінцевих споживачів. Однак трансформації, які привносить цифровізація суспільних та виробничих відносин, неоднаково впливають на різні сфери та сектори економіки. Діджиталізація не оминула

і сферу туризму та гостинності, що уможливило виникнення таких явищ як віртуальний туризм, 3D-тури, інтенсивний розвиток онлайн-платформ для потреб туризму та готельної справи. Індустрія туризму є однією з тих галузей, що виявилися найбільш чутливими до цифрових перетворень.

Більшою мірою, до основних цифрових технологій у туризмі України варто віднести:

Цифровий маркетинг та соціальні медіа. Туристичний бізнес в Україні запровадив стратегії цифрового маркетингу та охопив такі соціальні медіа-платформи, як Instagram, Facebook і Twitter, для просування своїх пропозицій.

Платформи та агрегатори онлайн-бронювання. Поява платформ та агрегаторів онлайн-бронювання полегшила мандрівникам пошук, планування та бронювання подорожей до України. Платформи пропонують зручний користувацький досвід, а відгуки, рейтинги та рекомендації допомагають туристам приймати обґрунтовані рішення.

Віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність (AR). Туристичні об'єкти та музеї в Україні почали використовувати технології віртуальної та доповненої реальності, щоб забезпечити відвідувачам ефект занурення. Ці технології пропонують інтерактивні та захоплюючі способи вивчення історії та культури країни, покращуючи загальний досвід відвідувачів. Мобільні додатки. Були розроблені, щоб допомогти туристам орієнтуватися в містах України, знаходити визначні пам'ятки та отримувати доступ до розкладу громадського транспорту. Вони містять офлайн-карти, аудіогіди та важливу туристичну інформацію. Ініціативи «розумного міста». Кілька міст України, зокрема Київ та Львів, впровадили ініціативи «розумного міста», щоб покращити загальний досвід подорожей. Проекти включають громадські точки доступу до Wi-Fi, системи електронного квитка для громадського транспорту та розумне вуличне освітлення[4].

На сьогодні цифрові технології все більше проникають у всі сфери людської діяльності, включаючи сферу гостинності. Оскільки світ стає все більш взаємопов'язаним, ключові суб'єкти ринку поступово змінюють свої бізнес-моделі, щоб інтегрувати цифрові інновації, прагнучи використати їх численні переваги. Така міграція до цифрових платформ докорінно змінила спосіб надання туристичних послуг, доступ до них і досвід туристів. Однак цифровізація також приносить нові виклики, так як швидкі темпи діджиталізації в сучасній індустрії туризму зумовили виникнення низки проблем, основними з яких є:

1. Конфіденційність і безпека даних. Із поширенням діджиталізації зростає і збір персональних даних. За допомогою онлайн-бронювань, електронних платежів і персоналізованого маркетингу компанії накопичують конфіденційні дані клієнтів.

2. «Цифрова нерівність». Незважаючи на те, що цифрові технології поширені в багатьох частинах світу, все ще існують значні розбіжності в доступі до цифрових ресурсів. Ці відмінності існують між міськими та сільськими районами, між соціально-економічними групами населення, а також між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються.

3. Технологічна інфраструктура та цифрова грамотність. Діджиталізація вимагає надійної інфраструктури та певного рівня цифрової грамотності. У регіонах із поганим підключенням до Інтернету або населенням із низьким рівнем цифрової грамотності використання переваг цифровізації є серйозною проблемою. Навчання персоналу адаптації до нових цифрових інструментів може бути складним і ресурсомістким.

4. Дегуманізація послуг. Індустрія туризму та гостинності – це бізнес, орієнтований на людей, який процвітає завдяки людському спілкуванню. Оскільки діджиталізація замінює деякі людські взаємодії на автоматизовані системи, існує ризик втрати звичних

людських комунікацій, що є основою для формування позитивного враження про подорож чи перебування в готелі.

5. Залежність від онлайн-оглядів. Багато туристів, приймаючи рішення про подорож, покладаються на онлайн-огляди. Однак відповідні онлайн-платформи не захищені від маніпуляцій, оскільки такі проблеми, як підроблені відгуки, призводять до викривленого сприйняття та несправедливої ділової практики.

6. Надмірний туризм (Over-tourism) і вплив на навколишнє середовище. Цифрові платформи полегшили туристам пошук «прихованих» дестинацій. Хоча зростання туризму може підтримувати місцеву економіку, воно також створює ризик виснаження туристичних ресурсів, що призводить до шкоди навколишньому середовищу.

7. Зміна очікувань клієнтів. У міру того як цифровізація покращує можливість надання персоналізованих і миттєвих послуг, очікування клієнтів також зростають[1].

Висновки. Отже, українська туристична галузь швидко адаптується до цифрової трансформації та використання технологій для залучення більшої кількості туристів і покращення їх досвіду, що останнім часом спрямоване на використання сучасних цифрових технологій. Саме цифровізація індустрії туризму приносить безліч можливостей, але водночас створює значні виклики, які потрібно вирішувати за допомогою продуманих стратегій і технологій. Цифровізація трансформує туризм і надає безпосередній доступ бізнесу до світових ринків.

Література

1. Головчук, Ю. О., Худоба, О. М., & Боднар, Р. О. (2023). Діджиталізація у сучасній індустрії туризму та гостинності: проблеми і перспективні напрями. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, (8). <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-12-03>
2. Марусей Т. В. Віртуальна екскурсія як напрямок розвитку сучасного туризму. Економіка та суспільство. 2021. № 26. URL:
3. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/402>
4. Марусей Т. В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах. Ефективна економіка. 2020. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8116>
5. Морозов, Д., Домашенко, С., & Каптюх, Т. (2023). Інноваційна діяльність туристичних підприємств в умовах глобальної діджиталізації. Економіка та суспільство, (50). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-15>

ОРДІЄВИЧ Данііл, здобувач вищої освіти, 3 курс

Науковий керівник: **ПОСТУПНА Олена**, д. держ. упр., професор

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ПЕРЕВАГИ Й НЕДОЛІКИ ПОПУЛЯРНИХ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ БРОНЮВАННЯ, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ В ТУРИЗМІ

Постановка проблеми. У сучасному світі глобалізації та цифровізації туристична інду-

стрія переживає бурхливий розвиток, зокрема в частині використання інформаційних технологій для продажу туристичних послуг і продуктів. Системи бронювання стали важливою складовою успіху готельного бізнесу, транспортних підприємств та туристичних компаній, оскільки вони забезпечують швидкий та якісний доступ до інформації, скорочують час на оформлення послуг, забезпечують їх бронювання / резервування.

Системи бронювання мають велику популярність серед туристів завдяки їх універсальності, простоті у використанні та доступу до широкого спектру пропозицій. Вони спрощують процес планування подорожі, роблять її більш безпечною й комфортною [2]. Для зручності розроблена низка мобільних додатків для пошуку та бронювання житла, квитків на різні транспортні засоби, екскурсії, концерти, вистави, виставки тощо.

Отже, розглянемо популярні системи бронювання, що використовуються у світі для туристичної подорожі, виокремимо їх особливості та їх визначимо переваги й недоліки.

Виклад основного матеріалу. Популярністю серед подорожуючих для пошуку й бронювання квитків на транспортні засоби в Європі користуються такі додатки, як Skyscanner, Google Flights, Expedia, Omio, Rome2rio, FlixBus, Trainline та Kayak. Серед додатків для резервування житла у п'ятірку популярних увійшли Booking.com, Airbnb, HomeAway, Vrbo, Hotels.com [1]. Кожна з цих програм пропонує специфічні послуги – транспортування й розміщення, диференціацію цінової політики та комфортності. Вибір програми є індивідуальним, залежить від потреб подорожуючого.

Однією з найбільш популярних автоматизованих систем бронювання в світі є Booking.com. Її послугами користуються мільйони мандрівників для бронювання різних засобів розміщення (готелів, хостелів, квартир, будинків та ін.) з метою відпочинку та подорожі. Основні переваги цієї системи полягають у широкому виборі варіантів розміщення в різних куточках світу, зручному інтерфейсі й можливості бронювання без передоплати, можливостях залишити відгуки та оцінити якість отриманих послуг, гнучкі умови скасування бронювання та можливості оплати проживання безпосередньо при заселенні у засіб розміщення. Проте існують й певні недоліки. Зокрема, не завжди співпадають очікування від обраного номеру в готелі та реального його отримання. На сайті є великий вибір фотографій номерного фонду обраного готелю, однак при бронюванні конкретного номеру не зрозуміло, яке фото відповідає заброньованим апартаментам.

Іншою системою бронювання є Airbnb. Це платформа, яка дозволяє користувачам орендувати приватне житло – квартири, будинки або кімнати у будинках / квартирах. Особливістю системи є те, що вона поєднує подорожуючих і власників житла безпосередньо, минаючи посередників. Перевагами цієї системи можна назвати такі: унікальність житла – можливість оренди унікального житла – від замків до будиночків на деревах; соціальний аспект – користувачі можуть взаємодіяти з місцевими мешканцями (мовлення, традиції, звичаї, культурні та релігійні цінності тощо); бронювання різних типів нерухомості, залежно від бюджету і потреб.

Expedia – це американська платформа, що пропонує комплексний підхід до бронювання подорожей. Вона дозволяє не лише бронювати готелі, а й замовляти авіаквитки, орендувати автомобілі, бронювати круїзи тощо. Переваги цієї платформи полягають у можливості створення комплексних туристичних пакетів, діючій системі пропозицій вигідних цін завдяки спеціальним акціям і знижкам, а також наявній широкій базі готелів, авіакомпаній та інших послуг по всьому світу.

Система бронювання Agoda користується популярністю переважно в Азії, але також

має велику базу готелів по всьому світу. Вона відома своїми конкурентними цінами та можливістю знайти бюджетне розміщення. Можна зазначити такі переваги цієї системи: спеціалізація на азіатських напрямках; часті пропозиції з великими знижками; зручний мобільний додаток і програма лояльності для постійних користувачів.

Hotels.com є глобальною платформою та пропонує бронювання готелів по всьому світу. Особливість цієї платформи полягає у функціонуванні програми лояльності, яка дозволяє накопичувати безкоштовні ночі після певної кількості бронювань. Перевагами платформи є широкий вибір готелів та апартаментів; спеціальні пропозиції для постійних клієнтів та можливість накопичення бонусів для безкоштовного проживання.

Ще однією популярною платформою бронювання є Trip.com. Це китайська платформа, що стрімко розвивається та пропонує широкий спектр послуг, включаючи бронювання готелів, авіаквитків, оренду автомобілів і купівлю квитків на розваги. Переваги платформи полягають у зручних умовах бронювання для китайських туристів за кордоном; у використанні мобільного додатку, у якому інтегруються багато сервісів для мандрівників; у функціонуванні цієї платформи в Азіатському туристичному регіоні з поєднанням пропозицій послуг і для інших регіонів світу.

В Україні найбільш популярними сайтами бронювання готелів, окрім Booking.com, також є Hotels24.ua (оновлюється регулярно, тому ціни представлені актуальні, а забронювати номер можна онлайн або по телефону), Bookit.com.ua (усі послуги з підбору та бронювання готелів безкоштовні) та Gohotels.com.ua (представлено багато міні-готелів, найдосконаліший та візуально зручний опис готелів) [3].

Висновки. Загалом, перевагами автоматизованих систем бронювання в туризмі є: їх універсальність (більшість систем пропонує широкий вибір послуг – від готелів до авіаквитків і оренди автомобілів); зручність (зрозумілі інтерфейси та доступність мобільних додатків роблять бронювання простим і швидким); конкурентні ціни (завдяки численним акціям, знижкам та програмам лояльності користувачі можуть отримати вигідні пропозиції); відгуки та рейтинги (системи дозволяють користувачам залишати відгуки, що допомагає зробити об'єктивний вибір). Серед недоліків можна назвати такі: приховані витрати (деякі системи можуть включати приховані комісії, які збільшують вартість бронювання); перевантаження інформацією (велика кількість пропозицій може ускладнювати процес вибору); політика скасування (не всі системи пропонують гнучкі умови скасування або повернення коштів, що може бути проблемою для туристів).

Отже, автоматизовані системи бронювання відіграють важливу роль у сучасній туристичній індустрії, забезпечуючи туристів зручним доступом до широкого спектру послуг. Перелічені платформи пропонують користувачам зручні рішення для бронювання житла та інших послуг, сприяючи розвитку глобальної туристичної галузі. Кожна з цих систем має свої переваги та недоліки, тому вибір платформи залежить від конкретних потреб туриста.

Література

1. Підбірка Найкорисніших сервісів для подорожі. HEYBUS. 28.09.2023. URL: <https://heybus.com.ua/advice/a-selection-of-the-most-useful-services-for-traveling>
2. Поступна О. В., Іович Р. І. Цифровізація як інструмент інноваційного розвитку індустрії туризму. Публічне управління: український вимір : зб. наук. праць за матеріалами наук.-практ. конф. до 75-річного ювілею Г. І. Мостового, 22 жовтня 2021 р., м. Харків;

електронне видання. Харків: ННІ «ІДУ» ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2022. С. 143-147.

3. Сайти бронювання готелів в Україні. PROMOKOD. 28.02.2014. URL: <https://www.promokod.com.ua/blog/hotels-booking.html>.

ПОСТУПНА Олена, д.держ.упр., професор

ПОЛЯНСЬКИЙ Микола, здобувач вищої освіти, 3 курс

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ДІДЖІТАЛІЗАЦІЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Постановка проблеми. Пізнання світу є найдавнішою формою подорожі, інтерес до якої постійно лише зростає, також, як і зростає потреба у збереженні культурного надбання та самобутності етнічних народів, розвитку міжкультурного діалогу, що дає підстави для подальшого розвитку комерційних послуг у секторі туризму. Одним з головних, найбільш популярним та найбільш масовим видом туризму є культурно-пізнавальний туризм. Він виступає засобом інформування населення про історію, архітектуру, мистецтво, природу й етнічні особливості певної території, слугує способом залучення людей до культурних надбань, є основою для історико-культурних наукових досліджень. У рамках культурно-пізнавального туризму відбувається відвідання історичних, географічних та культурних пам'яток, музеїв, театрів, виставок, фестивалів, свят тощо. Враховуючи широкий спектр туристичних пропозицій і послуг в рамках культурно-пізнавального туризму, подорожі здійснюються з різними цілями й мотивами. При цьому головною місією цього виду туризму є зближення народів, виховання поваги, взаєморозуміння й терпимості на основі гуманітарних цінностей туризму. Таким чином, культурно-пізнавальний туризм виступає деяким інструментом миру й примирення народів.

Виклад основного матеріалу. З розвитком цифрової економіки, переходу роботи компаній у цифровий простір у світі зростає інтенсивність використання цифрових комп'ютерних технологій у секторі туризму. Це ті технології, що використовуються у туристичному бізнесі та супутніх його галузях, та ті, що спрощують доступ до туристичних послуг їх споживачам.

Сьогодні цифрові технології не мають вікових, національних чи професійних обмежень, вони доступні достатньої кількості людей. Найбільш активною в світі групою, яка широко використовує цифрові технології, є 35-45-річна аудиторія. Представники цієї групи у більшості своєї є фінансово забезпеченими та можуть придбати сучасні цифрові пристрої, вправно володіють цифровою грамотністю, здатні ефективно й безпечно використовувати сучасні цифрові технології. Ця група є головним ринковим індикатором, показником активності використання соціальних мереж та програм лояльності у секторі туризму.

У сучасному світі туристи подорожують з власними смартфонами / планшетами. Вбудовані програми дозволяють подорожуючим замовити таксі, їжу, квиток, спланувати маршрут своєї подорожі, здійснити віртуальну подорож / екскурсію, прочитати про визначні пам'ятки історії, культури, природи та видатних діячів мистецтва, навіть дозволяють поспілкуватись з місцевими мешканцями на їх мові, використовуючи інтерактивний перекладач. Станом на 2016 р. у світі завантажено понад 150 млрд додатків, з яких 20

% припадає на сектор туризму [2]. Зокрема, стандартом для визначення місця розташування в подорожах за кордоном традиційно використовують мобільні додатки «Яндекс.Maps» і «Google.Maps», для спілкування з місцевим населенням на їх мові – «Google Translate» та інші інтерактивні перекладачі [3].

Найбільш популярними цифровими додатками у секторі туризму є: Campiri – цифрова платформа для оренди автомобіля та місця для кемпінгу; Culture Trip – популяризує регіональні туристичні перлини – в центрі культурної подорожі місцевість і творчість місцевих громад (туристичні путівники, серії відео, вибрані тексти, створені світовими експертами та місцевими інсайдерами); Harvest Hosts – RV Camping – доступ до унікальних місць для кемпінгу на автофургоні на понад 8 тис. виноробних заводах, фермах, пивоварнях, полях для гольфу, унікальних пам'яток і приватних об'єктах, які запрошують туристів на автофургоні відвідати ці місця та залишитися на ніч без плати за кемпінг; LuckyTrip – додаток, який дозволяє знаходити та бронювати унікальні подорожі, розраховуючи на свій бюджет (пропонується 300 напрямків), зберігати поїздки, ділитися місцезнаходженням з друзями; Questo: Real World Experiences – найкраща платформа для пригод, яка перетворює міста на особистий ігровий майданчик туриста, незалежно від того, чи він мандрує самотійно, чи сім'я / пара, яка шукає цікаві заходи, чи друзі, які прагнуть спільного захоплення; Troupe: Group Trip Planner – додаток для спільного планування подорожей, який допомагає групам голосувати та узгоджувати важливі речі – дати подорожей, пункти призначення, готелі чи орендовані будинки та заходи в одному місці [5].

Що стосується діджиталізації культурно-пізнавального туризму в Україні, то, наприклад, у м. Харкові з 2017 р. проводяться екскурсії для людей з особливими потребами. У 2019 р., у рамках проекту «Інклюзія в музеї» було створено 9 аудіогідів для музеїв Харківщини (Харківський художній музей, Національний музей імені Г. С. Сковороди, Пархоміський художній музей). За допомогою мобільного додатку відвідувачі з особливими потребами можуть слухати екскурсії українською, німецькою або французькою мовами [4]. Мобільний додаток «Київський міський гід» (з 2018 р.) допомагає відвідати найвідоміші місця м. Києва у зручній для туриста час, включає туристичні маршрути повного дня, тематичні маршрути, що тривають від 1 до 3 годин. Нещодавно, у жовтні 2024 р., презентували мобільний застосунок «Львівщина. Унікальний спадок», який дозволяє туристам ознайомитись з 450 пам'ятками Львівщини, обираючи їх за категоріями, локаціями та культурно-туристичними маршрутами [1].

Висновки. Загалом варто зазначити, що діджиталізація туризму виводить на новий рівень подорожі в тому числі й з культурно-пізнавальними цілями. Нові технології дозволяють туристу отримувати туристичні послуги швидко, якісно й недорого, підвищують відповідальність виробника. Мобільні додатки допомагають популяризувати культурну спадщину певної країни, регіону. Це сприяє появі здорової конкуренції в середовищі індустрії туризму, змушує боротися за клієнта в цифровому просторі, активізує процес створення нових більш ефективних та доступних технологій.

Література

1. Для туристів створили безкоштовний мобільний додаток з пам'ятками Львівщини. ZAXID.NET. 8 жовтня 2024. URL : https://zaxid.net/dlya_turistiv_stvorili_bezkoshtovniy_mobilniy_dodatok_z_pamyatkami_lvivshhini_n1595259.

2. Піменов В. Використання сучасних мобільних додатків у туристичній галузі. Український науковий журнал «ОСВІТА РЕГІОНУ». 2017. № 1. С. 99-104. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/1419>.
3. Поступна О. В., Іович Р. І. Цифровізація як інструмент інноваційного розвитку індустрії туризму. Публічне управління: український вимір : зб. наук. праць за матеріалами наук.-практ. конф. до 75-річного ювілею Г. І. Мостового, 22 жовтня 2021 р., м. Харків; електронне видання. Харків: ННІ «ІДУ» ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2022. С. 143-147.
4. Поступна О. В., Іович Р. І., Філенко Д. С. Цифровізація туристичної галузі регіону (на прикладі Харківської області). Місцеве самоврядування в Україні: теорія та практика : матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф., м. Полтава, 07 грудня 2021 р. / за заг. ред. Т.М. Лозинської, О.В. Дорофєєва. Полтава: ПДАУ, 2021. С. 241-245.
5. Федоренко О. С., Матвієнко І. В. Роль сучасних цифрових додатків у культурно-пізнавальному туризмі в Польщі. Індустрія гостинності: стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах євроінтеграційних та військових викликів. II-й Міжнар. наук.-практ. форум, 17-19 квітня 2024 р. Львів : зб. матер. Електрон. Дан. Львів: «Камула», 2024. С. 64-69. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/attachments/2024/34029/importantdoc/lushchymariyaindustriyagostynnosti24zbirnykmaterialiv.pdf#page=65>.

ПОСТУПНА Олена, д.держ.упр., професор

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ТОРПАН Михайло, магістр автоматизованого управління технологічними процесами

Головне управління ДСНС України у Харківській області, м. Харків

МОЖЛИВОСТІ РОЗШИРЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ МУЗЕЙНИХ ПОСЛУГ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Постановка проблеми. В інформаційному суспільстві зростає кількість людей, які надають перевагу цифровим та інформаційним технологіям, які створюють платформу для ефективного і конкурентоспроможного розвитку індустрії туризму [3], зокрема щодо розширення пропозицій музейних послуг.

Музей є науково-дослідним та культурно-освітнім закладом, створеним «для вивчення, збереження, використання та популяризації музейних предметів та музейних колекцій з науковою та освітньою метою, залучення громадян до надбань національної та світової культурної спадщини» [2]. В індустрії туризму музейні установи розглядають як один з головних сегментів культурно-пізнавального туризму.

Виклад основного матеріалу. У сучасному світі у багатьох країнах запроваджуються нові форми музеїв, засновані на цифрових технологіях, зокрема такі як віртуальний, комп'ютерний, цифровий, електронний музей, інтернет-музей, онлайн-музей, веб-музей, кібермузей, гіпермузей тощо. Причому чіткого визначення цих форм у науковому й практичному середовищі немає: одні вважають, що це тотожні поняття, оскільки в основу діяльності музейних установ покладено саме інноваційні технології; інші стверджують, що це нове явище в інформаційному суспільстві, яке зародилось наприкінці ХХ ст.; є ще й такі, які чітко розмежовують всі поняття, зокрема розглядаючи «Музей, наприклад, як

музей, у якому використовуються цифрові технології для представлення своїх колекцій; віртуальний – як нову форму культурного інтегративного характеру, багатofункціональний комплекс у віртуальному просторі, позатериторіальний та адресований необмеженому колу осіб; онлайн-музей – як музей, який можна відвідати, не виходячи з дому, або як тип веб-сайту, оптимізованого для експозиції музейних матеріалів тощо.

Аналіз найчастіших запитів у мережі Інтернет дозволяє стверджувати, що найбільш поширеним є запит «віртуальний музей». До того ж, найбільше інформації представлено саме про цю форму музеїв та наводяться конкретні посилання на такі форми музеїв, що представлені по всьому світу. Вважаємо, що поняття «віртуальний музей» є основним та позначає продукт комп'ютерної індустрії, який надає можливості масового доступу до історичного та культурного спадку світового суспільства. Причому діяти такий продукт може як на безплатній, так і на платній основі. Всі інші вище перелічені поняття, на нашу думку, є синонімами віртуального музею. В цілому, віртуальний музей представляє собою нову культурну форму зі своїми особливостями і перспективними функціями та з'явився завдяки розвитку інформаційно-цифрових технологій. Його визначаючим фактором є присутність музейної колекції в мережі Інтернет у вільному доступі та із простими функціональними налаштуваннями, доступними для посереднього користувача, який має прості комп'ютерні засоби та володіє елементарними цифровими навиками.

Враховуючи швидкість зростання користувачів цифрових технологій у світі, вважаємо, що запропонована музейна форма сприяє залученню нової аудиторії та збільшенню попиту на музейні послуги. Крім того, в умовах обмеження фізичного доступу до музейних установ у режимі онфлайн (наприклад, епідемії, військові конфлікти, природні, техногенні та інші катастрофи тощо), віртуальний музей, з одного боку, розширює пропозиції музейних послуг, дозволяє зберегти та систематизувати музейні матеріали, забезпечує безпечність та легкість у доступі до експонатів тощо; з другого боку, дозволяє зібрати додаткові матеріали з різних джерел та донести отриману інформацію до користувачів. Наприклад щодо останнього, в умовах російсько-української війни, яка зараз триває, для України – це можливість зібрати, зберегти та розповсюдити правдиву інформацію щодо злочинів, масштабів руйнувань, спричинених російським агресором, а також можливість проводити благодійні аукціони, на яких виставляються на продаж артефакти війни для залучення грошей на підтримку української армії, постраждалих громадян та відновлення цивільної інфраструктури [1].

Підсумком створення віртуального музею має стати інформаційно-освітній ресурс, що зберігає історико-культурний спадок та презентує його віртуальним відвідувачам. Причому представлення музейних матеріалів має бути високоякісним, а сам механізм представлення має бути легким і доступним (навігація по цифровим реплікам експонатів та адекватність їх демонстрації; мовна локалізація; доступність для людей з обмеженими можливостями тощо).

Окрім нової форми музеїв, у музейній діяльності широко використовують цифрові технології, які дозволяють оцифрувати історико-культурну спадщину (технології: 3D та 2D оцифрування, віртуальні тури 360°, доповнена реальність, віртуальна реальність, анімація, WEB розробка), створити публічний музейний реєстр (колекції, музеї, вікторини, автори, проекти), впроваджувати нові можливості для популяризації спадщини. Основними викликами, які сприяють використанню нових технологій в музейній справі, є: недоступність колекцій та пам'яток (сховані від відвідувачів, дальність розміщення експонатів,

пошкоджені, зачинені тощо); важкість зацікавлення молоді до ознайомлення з музеями та їх надбанням; складність промоції музеїв на міжнародних конференціях та заходах.

Сьогодні можна використовувати технології в музеях як онлайн, так і офлайн. Онлайн рішення є комплексним підходом та включає: сайти та онлайн-виставки (інтерактив, взаємодію з експонатом, онлайн квести, віртуальні екскурсії та ін.); портали (дозволяють показати спадщину всьому світу через оцифрування, зробити музеї доступнішими); соціальні мережі (використання оцифрованих експонатів в соціальних мережах; Stories, які ставлять рекорди по переглядам; фото та відео з елементами доповненої реальності). Режим онлайн фактично представляє собою віддалений доступ до культурної спадщини зі свого комп'ютерного / цифрового засобу.

Щодо використання цифрових технологій в режимі офлайн, то це доступ до цифрових зон безпосередньо на локації. Серед технологій можна назвати такі: VR окуляри (віртуальна зона в музеї, на конференціях та міжнародних виставках); інтерактивні панелі (одночасне використання великою кількістю людей); імерсивні виставки (картини, що оживають, що дозволяє по-новому поглянути на шедеври мистецтва); інтерактивні стенди – стенди з доповненою реальністю (використання QR коду для перегляду стародавньої споруди чи експонату в доповненій реальності або для прослуховування аудіогіду).

Висновки. Отже, музей з традиційної форми та інтерпретуючої структури поступово перетворюється на постачальника інформації в різні куточки світу, більшість музейних матеріалів, які раніше були не доступні, стають доступними, а інтерактивність віртуальних музеїв створює ефект присутності.

Література

1. Кузнецова Л., Кушнарєва І. Віртуальні музеї України як засоби збереження історичної пам'яті в умовах війни. Питання культурології. 2024. № 43. С. 142-155. URL : <http://issues-culture-knukim.pp.ua/article/view/303042/295159>.
2. Музей. Велика українська енциклопедія. (дата звернення: 12.12.2024 р.) URL : <https://vue.gov.ua/%D0%9C%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9>.
3. Поступна О. В., Іович Р. І. Цифровізація як інструмент інноваційного розвитку індустрії туризму. Публічне управління: український вимір : зб. наук. праць за матеріалами наук.-практ. конф. до 75-річного ювілею Г. І. Мостового, 22 жовтня 2021 р., м. Харків; електронне видання. Харків: ННІ «ІДУ» ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2022. С. 143-147.

ПРАСУЛ Юлія, к. геогр. н., доцент

БУБИР Олександр, аспірант 1 року навчання

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків

РЕВІТАЛІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ЗОНІ БОЙОВИХ ДІЙ: ІННОВАЦІЙНІ ПЕРСПЕКТИВИ

Постановка проблеми. Зони бойових дій та постконфліктні території зазнають суттєвих втрат туристичного потенціалу, відчувають повне припинення регіональної туристичної діяльності, мають невизначеність щодо перспектив відновлення. Звичайно, відсут-

ність можливості презентувати себе на туристичній арені призводить до втрати такими територіями свого туристичного досвіду. Це негативно вплине на швидкість і можливість офлайн відновлення регіональної туристичної галузі і ревіталізації території у цілому. Таким чином, постає проблема пошуку шляхів формування туристичного образу, функціонування туристичної діяльності на таких територіях. Однією з них є Харківська область, яка зазнає щоденних втрат атрактивних туристичних ресурсів внаслідок бойових дій [1, 2] і потребує пошуку шляхів ревіталізації туристичної галузі засобами інноваційних інформаційно-технологічних рішень.

Виклад основного матеріалу. Питання ревіталізації територій вже стало постійно присутнім і детально розкритим у наукових публікаціях з різних галузей знань. З плином часу і з урахуванням сучасних реалій об'єм поняття розширився. І зараз, розглядаючи можливі шляхи ревіталізації Харківської області шляхом туризму під час активних воєнних дій, вона набуває кількох характерних рис: безпосередньо відновлення території через наслідки бойових дій, переосмислення проявів туристичної діяльності на її території, відтворення природних та культурних ресурсів, впровадження принципів сталого розвитку.

Численні публікації з питань відродження туристичної галузі, як і чат GPT, рекомендують звернути увагу на позитивний досвід щодо цього Хорватії, Грузії, Японії та інших країн [2, 3], але слід зазначити, що бойові дії в Україні, зокрема у Харківській області, спричинили масові руйнування, знищення пам'яток як природної, так і культурної спадщини. І головне, бойові дії тривають і надалі. Складається ситуація, коли потрібно визначити можливості відновлення туристичної діяльності у небезпечних для життя умовах, на територіях з порушеними і замінованими природними атракціями, необхідності збереження інформації щодо втрачених пам'яток. Тому вважаємо за необхідне розглядати інструменти ревіталізації території засобами туризму у двох напрямках: за наявності бойових дій і за умови їх припинення. Інноваційні рішення при цьому також будуть значно відрізнятися. За умов першого варіанту на допомогу придуть інформаційні рішення, а за умов другого варіанту – доцільним є звернення уваги на технологічні рішення організації туристичного простору безпосередньо на місцевості. Саме по завершенню бойових дій світовий досвід підказує ефективні рішення відновлення туристичної діяльності: створення музеїв миру чи меморіальних парків [1], застосування технологій зеленої енергетики, інноваційних рішень для відновлення інфраструктури (модульні будинки для розміщення туристів, енергоефективне освітлення туристичних локацій, інклюзивність простору тощо).

Іншим питанням постає розробка шляхів відновлення туристичної діяльності під час активних бойових дій. Застосовуючи технології віртуальної і доповненої реальності, геоінформаційних систем, баз даних, цифрових мультимедійних платформ, є можливість подорожування, знайомства з пам'ятками втраченими або тими, що знаходяться під загрозою зникнення внаслідок бойових дій, активізації спогадів про минулі подорожі. Такий проєкт був започаткований у Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна. Метою проєкту «Цифровізація атрактивних ландшафтів» є інформаційне забезпечення відродження регіонального природоорієнтованого туризму у зонах бойових дій та на постконфліктних територіях за умови небезпечного і часто просто фізично неможливого відвідування таких територій. При виконанні практичної частини проєкту широко застосовуються сучасні інформаційні технології. Для накопичення і обробки інформації

обґрунтовано використання реляційних баз даних. Однозначною перевагою при цьому користуються системи керування базами даних, які функціонують на безоплатній основі і на основі відкритого коду, зокрема MySQL, PostgreSQL, Firebird та аналогічні.

Однозначно важливим є використання картографічних матеріалів і одним з найкращих рішень на сьогодні є тематичні, зокрема туристичні, ГІС. Поєднання картографічної інформації щодо безпечних і небезпечних на даний момент маршрутів, світлин, моделей, відеофрагментів втрачених й уцілених атракцій в одному просторі надає переваги проєкту у зрівнянні з використанням окремих тематичних карт. Доповнювати цю інформацію мають матеріали, створені з використанням тривимірного моделювання і 3D-реконструкцій, VR і AR технологій. У жодному разі не можна допустити втрати національного і регіонального туристичного надбання.

Для доступу користувачів до тематично спрямованої інформації та її візуалізації будуть впроваджені сучасні протоколи Інтернету, зокрема HTML5, що надасть змогу створити платформонезалежний доступ до інформації, а також використовувати будь-які сучасні пристрої і операційні системи, зокрема Windows, Android, IOS, Linux та інші. Це є вкрай важливим, бо наша мета – максимально поширити інформацію про втрачені природні атракції та природні локації, які зберегли свою туристичну цінність, але є на даний момент недоступними для відвідування на місцевості. З одного боку, це зверне увагу на дійсній обсяг втрат від екоциду, а з іншого боку – сприятиме формуванню інтересу до відвідування цих місць у майбутньому.

У планах є також створення спеціалізованих застосунків для сучасних мобільних операційних систем, таких як Android і IOS. Це дасть змогу значно розширити можливості відтворення туристичної медіа інформації і зробити інтерфейс більш зручним у використанні. Аудіосупровід на загальних туристичних маршрутах є обов'язковим елементом, але його зміст має закликати до пізнання більшого і мотивувати бажання замовлення вже «живого» екскурсійного супроводу.

Висновки. Харківська область зазнає значних втрат туристичних атракцій внаслідок активних бойових дій, але і такі території мають можливість для розвитку регіональної туристичної діяльності шляхом переосмислення ролі туризму і формату його проведення. Саме цифрові технології здатні забезпечити популяризацію уцілених і втрачених об'єктів спадщини та їх доступність для віртуального відвідування. Для Харківської області та аналогічних регіонів, що наразі є небезпечними для відвідування, доцільно реалізувати цифровий проєкт на основі геоінформаційних систем, реляційних баз даних, тривимірного моделювання і 3D-реконструкцій, VR і AR технологій. Такий проєкт має включати текстову, графічну, аудіо- і відеоінформацію про втрачені та збережені атракції в одному інтегрованому просторі спеціалізованого застосунку з платформонезалежним доступом до інформації. Це надасть поштовх для розвитку регіонального туристичного бізнесу і можливість не втратити у сучасних надзвичайно складних умовах туристичну спадщину.

Література

1. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2022. Вип. 46. С. 11–15.
2. Карпенко Ю., Логвин М., Тараненко О., Логвин Д., Луценко О. Стан розвитку туризму в умовах війни та повоєнне відновлення. Науковий вісник Полтавського університету

економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2023. Вип. 2 (108). С. 59–68.

3. Зарубіна А. В., Сіра Е. О., Демчук Л. І. Особливості туризму в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 41. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>.

СВОЄВОЛІН Ігор, аспірант

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, м. Харків

ОПТИМІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНИХ МАКРОЗОН ТА МОДЕЛЮВАННЯ ЇХ ЕФЕКТИВНОСТІ

Постановка проблеми. Інтеграція цифрових платформ і мобільних додатків значно спростила доступ до транспортних послуг для туристів, надаючи можливість легко бронювати та відстежувати маршрути в реальному часі. За даними 2023 року, глобальні онлайн-продажі туристичних послуг зросли на 13,6%. Онлайн-бронювання забезпечує 66% доходів світового туристичного ринку, а 80% турпакетів купуються через Інтернет, що підкреслює актуальність цифрових інструментів у галузі. Також у 2023 році близько 700 мільйонів людей скористалися онлайн-бронюванням готелів, що свідчить про високу популярність цього способу завдяки його зручності [1].

Виклад основного матеріалу. Під час пандемії COVID-19 технології доповненої (AR) та віртуальної реальності (VR) довели свою ефективність у створенні нових вражень для мандрівників, зокрема через віртуальні тури, інтерактивні карти та функції перекладу, що усувають мовні бар'єри. Сьогодні туристи активно використовують додатки, такі як Google Translate чи Microsoft Translator, для миттєвого перекладу інформації в режимі реального часу [2].

На цьому етапі організаційного життя стратегічно навчитися впроваджувати ІКТ (Інформаційно-комунікаційні технології). Туризм є високобюджетним фактором для європейських держав, важливість цифровізації в туристичному секторі підкреслюється як частина впровадження цифрових технологій економічна програма Європейської комісії та окремих держав [3]. Взаємодія попиту та пропозиції з використанням цифрова платформа може сприяти появі нового бажання подорожувати. Для того, щоб оцінити цифрові платформи сектор можна поділити на три макрозони (рис.).

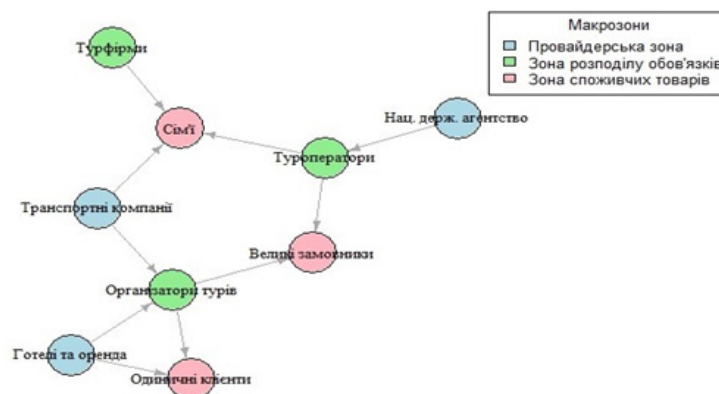


Рис. Макрозони туристичного сектору і їх взаємоз'язки

Враховуючи туризм як логістичну систему зі складними зв'язками між зацікавленими сторонами та ресурсами, яка діє в різних масштабах, галузях та просторовій діяльності. Конкурентоспроможність туристичних напрямків залежить від їх здатності залучати відвідувачів, пропонуючи привабливі та стійкі послуги, а також ефективно використовуючи ресурс [4].

Етап оцінки споживання передбачає перерозподіл витрат зони розподілу на зону споживчих товарів на основі конкретних моделей споживання різних типів споживачів, таких як окремі клієнти або підприємства.

Розрахунок економічних показників ефективності дає цінну інформацію. Ефективність провайдера (E_p) – це відношення доходів провайдера до його витрат, що відображає прибутковість провайдера послуг:

$$E_p = \frac{\text{Доходи провайдера}}{\text{Витрати провайдера}}$$

Ефективність розподілу (E_d) – це співвідношення доходів від туристичних послуг до витрат на логістику та управління, що вказує на ефективність системи розподілу:

$$= \frac{\text{Доходи від турпослуг}}{\text{Витрати на логістику та управління}}$$

Оптимізація розподілу ресурсів (Z) досягається шляхом застосування лінійного програмування, яке спрямоване на мінімізацію витрат і максимізацію доходів у всіх зонах.

$$\text{Maximize: } Z = \sum_{i=1}^n \text{Доход}_i - \sum_{j=1}^m \text{Витрати}_j$$

де i – клієнти, j – провайдери.



Цей підхід дозволяє визначити найбільш ефективний розподіл ресурсів, таких як транспорт, розміщення та управління, для оптимізації економічної ефективності логістичної системи туризму.

Використання моделювання ресурсів-виходів у логістиці туризму є цінним інструментом для економічного аналізу та оптимізації. Він забезпечує комплексну структуру для розуміння складних взаємодій між постачальниками послуг, каналами розподілу та споживачами, що дозволяє розробити більш ефективні та ефективні стратегії управління туризмом [5].

Основним показником для аналізу стануть рентабельність для кожної зони (ROI) – наскільки вигідними є інвестиції в логістику для кожного учасника ланцюга.

$$ROI = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Інвестиції}} \times 100\%$$

Швидкість виконання послуг – час, за який замовлення проходить через логістичний ланцюг, та розрахунок загальних витрат на одного клієнта дозволяє побачити, як цифрові технології впливають на вартість послуг можуть стати додатковими показниками

Розрахунок загальних витрат на одного клієнта дозволяє побачити, як цифрові технології впливають на вартість послуг[6]. Витрати можуть бути поділені на 3 категорії – прямі витрати (транспорт, проживання), цифрові витрати(використання платформ, підписки на ІТ-системи), змінні витрати (харчування, додаткові послуги):

$$C_{\text{клєнта}} = \frac{\text{Загальні витрати зони}}{\text{Кількість обслугованих клієнтів}}$$

Оцінка впливу цифрових технологій можна порахувати за допомогою аналізу частки замовлень, які здійснюються через цифрові платформи:

$$\text{Частка}_{\text{цифрова}} = \frac{\text{Кількість цифрових замовлень}}{\text{Загальна кількість замовлень}} \times 100\%$$

Висновки. Оскільки індустрія туризму продовжує розвиватися, акцент на цифровій трансформації залишатиметься ключовим фактором у забезпеченні довгострокової стійкості та адаптивності галузі.

Література

1. UN Tourism : website. URL: <https://www.unwto.org> (access date: 05.12.2024)
2. World Travel & Tourism Council (WTTC) : website. URL: <https://wtcc.org/research/economic-impact> (access date: 13.12.2024).
3. Liu, H., Islam, S. M. N., Liu, X., & Wang, J. Strategy-oriented digital transformation of logistics enterprises : The roles of artificial intelligence and blockchain. 2020 5th International Conference on Innovative Technologies in Intelligent Systems and Industrial Applications (CITISIA). 25-27 November 2020, Sydney, Australia, Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE). DOI: <https://doi.org/10.1109/citisia50690.2020.9371847>.
4. Ахмедова, О. О., Своєволін, І. О. Тенденції розвитку туристичної логістики: від світового досвіду до української реальності. Вісник соціально-економічних досліджень. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2024. No 1-2 (88-89). С. 156-165. [https://doi.org/10.33987/vsed.1-2\(88-89\).2024.156-165](https://doi.org/10.33987/vsed.1-2(88-89).2024.156-165)
5. Li, X. Operations management of logistics and supply chain : issues and directions. Discrete Dynamics in Nature and Society. 2014. DOI: <https://doi.org/10.1155/2014/701938>.
6. Wang, L., & Wang, X. Research on the risks and countermeasures of online supply chain fund operation of logistics enterprises. Advances in Economics, Business and Management Research. Vol. 126. DOI: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200306.054>.

СЕМ'ЯНЧУК Петро, к.е.н., доцент

ФАСОЛЬКО Тетяна, к.е.н., доцент

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

МАТЕМАТИЧНА КОНСТРУКЦІЯ СТРАХУВАННЯ У МЕДИЧНОМУ ТУРИЗМІ

Постановка проблеми. Медичний туризм набуває усе більшої популярності, а його різновиди і послуги постійно удосконалюються й урізноманітнюються. Цьому розвитку сприяє туристично-рекреаційна політика багатьох країн світу. Відтак, актуалізується важливість страхування у медичному туризмі, позаяк його клієнтами є платоспроможні верстви населення. Природу страхування в медичному туризмі допоможе описати математика.

Виклад основного матеріалу. На думку багатьох учених «теоретичний аспект розвитку медичного туризму визначається його особливістю – поєднанням відпочинку з отриманням високоякісної медичної допомоги. Забезпечення якісної медичної допомоги стає важливішим як локально, так і глобально. Медичний туризм може стати способом забезпечення високоякісного лікування або профілактики за кордоном, що вимагає дослідження та обговорення його переваг і недоліків в умовах кризових викликів. Медичний туризм може бути важливим ресурсом для залучення інвестицій та збільшення прибутків у сфері охорони здоров'я і туризму» [1].

Якщо взяти до уваги, що медичний туризм поділяється на такі чотири різновиди як діагностика, профілактика, лікування і реабілітація – тоді математична характеристика страхування здійснюватиметься з урахуванням цих чотирьох різновидів. Вважаємо за необхідне застосувати багатовимірний простір – у нашому випадку він буде чотиривимірним. Страхування туристів і рекреантів у фазі діагностики позначимо як x_1 , страхування туристів і рекреантів на стадії профілактики позначимо як x_2 , страхування туристів і рекреантів на етапі лікування позначимо як x_3 , страхування туристів і рекреантів на стадії реабілітації позначимо як x_4 . Відтак:

$$x_t = (x_1, x_2, x_3, x_4) \quad (1)$$

Елементи страхування (x_1, x_2, x_3, x_4) у медичному туризмі (x_t) можуть одночасно бути і точками з p координатами і векторами з t компонентами чотиривимірного простору. Відстані між елементами страхування у медичному туризмі на стадіях діагностики (x_1), профілактики (x_2), лікування (x_3) і реабілітації (x_4) описуються такою моделлю:

$$d(x_t, y_t) = \sqrt{\sum_{i=1}^4 (x_{it} - y_{it})^2} \quad (2)$$

Послідовність елементів страхування у медичному туризмі $\{x_t^{(n)}\} \subset R^4$ є збіжною до величини $x_t \in R^4$, якщо $\forall \varepsilon > 0 \exists n_\varepsilon \in N \quad \forall n > n_\varepsilon : d(x_t^{(n)}, x_t) < \varepsilon$.

Відомо, що прямування $x_t^{(n)} \xrightarrow{n \rightarrow \infty} x_{nt}$ може справдитися тільки за умови $\forall k = \overline{1, n}$ і при цьому $\lim_{n \rightarrow \infty} x_{kt}^{(n)} = x_{kt}$.

Якщо вважати, що кількість застрахованих випадків у медичному туризмі є заданою множиною $D_t \subset R^4$ – тоді кожній точці відповідає $x_t = (x_1, x_2, x_3, x_4) \in D_t$ конкретне число застрахованих осіб (z_t). Відповідно, на множині D_t задано функцію чотирьох змінних:

$$z_t = f(x_t) = f(x_1, x_2, x_3, x_4) \quad (3)$$

Таким чином, множина D_t є областю визначення функції $z_t = f(x_t)$.

Нехай функція $z_t = f(x_t)$ визначена в деякому околі точки

$$x_{0t} = f(x_1^{(0)}, x_2^{(0)}, x_3^{(0)}, x_4^{(0)}) \in R^4 \quad - \text{тоді,} \quad \lim_{x_t \rightarrow x_{0t}} f(x_t) = a$$

де a – дійсна чисельність застрахованих осіб під час медичного туру. Описана ситуація стає можливою якщо:

$$\forall \varepsilon > 0 \exists \delta = \delta_\varepsilon > 0 \forall x_t, \quad d(x_t, x_{0t}) < \delta : |f(x_t) - a| < \varepsilon \quad (4)$$

Цю математичну модель можна подати за допомогою послідовностей:

$$\forall \{x_m\} \subset R^4, \quad x_m \xrightarrow{n \rightarrow \infty} x_{0t} \quad (5)$$

$$f(x_m) \xrightarrow{n \rightarrow \infty} a \quad (6)$$

Це означає, що якою не була б швидкість збільшення чисельності застрахованих туристів і рекреантів на стадіях діагностики, профілактики, лікування та реабілітації – прямування послідовності параметрів x_1, x_2, x_3, x_4 до граничної точки. x_{0t}

За цих умов така ж сама послідовність значення функції $f(x_m)$ прямує до дійсної чисельності застрахованих осіб під час медичного туру – себто, до показника a .

Висновки. Отже, зростання популярності медичного туризму сприяє інтенсивнішому страхуванню його клієнтів. Туристи і рекреанти, в залежності від обраного напрямку медичного туризму, можуть застрахуватися на таких стадіях як: діагностика, профілактика, лікування і реабілітація. За допомогою багатовимірного простору можна змодельювати страхування в медичному туризмі й побачити до яких величин рухатимуться аргументи і значення функції, що представляють чисельність застрахованих осіб на усіх стадіях досліджуваного туристично-рекреаційного туру.

Література

1. Сайчук В.С., Дудник І.М., Фокін С.П. Медичний туризм в кризових умовах: чинники та перспективи. Економіка та суспільство. 2023. Вип 54. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2767/2687>
2. Функції багатьох змінних: методичні вказівки до виконання типових індивідуальних завдань з математичного аналізу для студентів факультету математики та цифрових технологій / Уклад. Т.В. Боярищева, М.С. Герич, П.В. Слюсарчук, А.М. Тегза. Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2023. 55 с.

СТУЖУК Дмитро, здобувач вищої освіти
Науковий керівник: **ІВАНЧУК Світлана**, к.е.н., доцент
Національний транспортний університет, м. Київ

СВІТОВИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ АТРАКТИВНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ПОСЛУГ

Постановка проблеми. Сучасний світовий ринок туризму характеризується високим рівнем конкуренції, глобалізацією та швидкими змінами у вимогах і вподобаннях туристів. У таких умовах питання формування атрактивності туристичних дестинацій набуває особливої важливості. “Формування атрактивності туристичної дестинації на міжнародному ринку послуг” обумовлена потребою у створенні конкурентоспроможних та привабливих туристичних продуктів, які відповідають сучасним вимогам ринку. Це вимагає комплексного підходу, що включає аналіз туристичного потенціалу, розробку ефективних маркетингових стратегій, впровадження інновацій та забезпечення сталого розвитку. Успішне вирішення цих завдань сприятиме економічному розвитку регіонів, підвищенню рівня життя місцевого населення та збереженню культурної спадщини.

Виклад основного матеріалу. Світовий досвід формування атрактивності туристичних дестинацій на міжнародному ринку включає наступні ключові аспекти:

1. Оцінка та розвиток туристичних ресурсів і атракцій. Дестинації повинні проводити комплексну оцінку своїх природних, історико-культурних, соціально-економічних ресурсів, визначати їх унікальність та туристичну цінність, а потім розробляти стратегії їх ефективного використання та просування.[1]

2. Вдосконалення туристичної інфраструктури. Успішні дестинації приділяють значну увагу розвитку засобів розміщення, закладів харчування, транспортного сполучення, розважальних закладів, підвищує комфорт та задоволеність туристів.[2]

3. Забезпечення доступності дестинації. Важливо покращувати фізичну та інформаційну доступність дестинації, зручність пересування в її межах, що значно підвищує привабливість для туристів.[3]

4. Гарантування безпеки та комфорту. Провідні дестинації світу приділяють велику увагу забезпеченню високих стандартів безпеки та комфорту для туристів, мінімізуючи ризики та загрози.[4]

5. Ефективне маркетингове просування. Успішні дестинації використовують комплексні маркетингові комунікації для позиціонування на міжнародному ринку, формування позитивного іміджу та репутації [5].

Таким чином, світовий досвід формування атрактивності туристичних дестинацій на міжнародному ринку свідчить про необхідність комплексного підходу, який включає розвиток туристичних ресурсів, інфраструктури, забезпечення доступності та безпеки, а також ефективне маркетингове просування.

Формування атрактивності туристичних дестинацій є ключовим завданням для багатьох країн, які прагнуть збільшити потік туристів та підвищити конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Різні країни використовують свої унікальні підходи та стратегії, які ґрунтуються на їх природних, культурних, історичних та економічних особливостях. Ось деякі приклади світового досвіду у формуванні атрактивності туристичних дестинацій, які ми представимо в таблиці.

Таблиця – Світовий досвід формування атрактивності туристичних дестинацій

Країна	Стратегія	Приклад	Інновація
Франція	Франція використовує свій багатий культурний спадок, архітектурні пам'ятки та гастрономію для залучення туристів.	Париж зі своєю Ейфелевою вежею, Лувром і вуличними кафе; Прованс з його виноградниками та полями лаванди.	Розвиток культурного туризму, впровадження технологій для покращення туристичного досвіду (наприклад, мобільні додатки для екскурсій).
Італія	Італія акцентує увагу на своїй історії, мистецтві та кулінарних традиціях.	Рим з його історичними пам'ятками, такими як Колізей і Ватикан; Тоскана з її мальовничими пейзажами та виноробними господарствами.	Створення тематичних маршрутів (наприклад, винні тури), розвиток агротуризму.
Іспанія	Іспанія фокусується на різноманітності своїх туристичних пропозицій, включаючи пляжний, культурний та гастрономічний туризм.	Барселона з її архітектурними шедеврами Гауді; Коста-Брава з прекрасними пляжами; Андалусія з фламенко та традиційними святами.	Розвиток спортивного туризму (наприклад, гольф-туризм), створення комплексних туристичних пакетів.
США	США пропонують широкий спектр туристичних продуктів, від природних парків до мегаполісів.	Нью-Йорк з його хмарочосами і культурними інституціями; Національні парки, такі як Єллоустоун та Гранд-Каньйон.	Використання сучасних технологій для туристичних послуг (наприклад, віртуальні тури), розвиток тематичних парків розваг.
Японія	Японія акцентує увагу на своїй унікальній культурі, традиціях та природних красотах.	Токіо з його сучасними розвагами і традиційними святами; Кіото з численними храмами та садами.	Впровадження смарт-технологій у туризмі (наприклад, роботи-гід), розвиток медичного туризму.
ОАЕ	Об'єднані Арабські Емірати використовують свої фінансові можливості для створення надсучасних туристичних об'єктів.	Дубай з його хмарочосами, штучними островами та торговими центрами; Абу-Дабі з культурними і розважальними проектами.	Будівництво розкішних курортів, розвиток тематичних парків, залучення міжнародних спортивних подій.

Джерело: сформовано автором

На сьогодні 63% туристів використовують мобільні пристрої для планування своєї подорожей, тому зростання кількості мобільних додатків у туристичній сфері є важливою складовою розвитку галузі у цілому. Мобільні додатки дозволяють планувати поїдки, бронювати готелі та квитки, отримувати рекомендації щодо туристичних напрямків, одержувати швидкий доступ до інформації прямо зі свого смартфона.

VR-подорожі дозволяють туристам занурюватися у віртуальний світ, ніби вони знахо-

дяться в іншому місці. Вони можуть використовуватися для реклами демо-версій турів, а також для надання туристам захоплюючих вражень. AR-технології дозволяють туристам доповнювати реальний світ віртуальною інформацією. Вони можуть використовуватися для надання додаткової інформації про туристичні об'єкти, а також створювати інтерактивність у турах.

Штучний інтелект дозволяє персоналізувати послуги, допомагає в прогнозуванні попиту та управлінні логістикою. Також штучний інтелект застосовується у наданні персоналізованої інформації, у запропонуванні рекомендацій та акцій, що відповідають інтересам користувачів. Аналіз даних дозволяє туристичним компаніям та організаціям збирати інформацію про своїх клієнтів, таку як історія подорожей, інтереси, демографічні дані тощо. Такі дані можуть використовуватися для персоналізації послуг, подальших рекомендацій, прогнозування попиту, а також підвищенню ефективності маркетингу.

Висновки. Ці тренди відображають перехід туристичної індустрії до цифрової трансформації, де інноваційні рішення стають необхідними для забезпечення конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг та для відповідності рівню задоволення зростаючих очікувань туристів.

Література

1. Гаврилюк О. В. Формування конкурентоспроможності туристичних дестинацій в Україні // Вісник історії. – 2021. – Вип. 1(1). – С. 269938-270022. – Режим доступу: <http://visnyk-history.knlu.edu.ua/article/view/269938/270022> (дата звернення: 20.08.2024).
2. Бриць О. В. Розвиток туристичної інфраструктури в Україні // Наукові записки. – 2020. – Випуск 16. – С. 1-10. – Режим доступу: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/41026/1/%D0%91%D1%80%D0%B8%D1%87.pdf> (дата звернення: 20.10.2024).
3. Мельник І. А., Станіславський О. Ю., Ковальчук Т. М. Світовий досвід формування атрактивності туристичних дестинацій // Сучасні проблеми туризму: теорія та практика. – 2021. – Сторінки 5-15. – Режим доступу: <https://ntb.pstu.edu/images/Postuplenia/2021/soderzania/Svitovii.pdf> (дата звернення: 20.10.2024).
4. Герасименко, О., Бондаренко, С., Левчук, І., Грищенко, О., Козловська, О., Музиченко, В. Розвиток інфраструктури туризму в Україні // Інтелект XXI: економіка, право, управління. – 2017. – № 5(1). – С. 9-14. – Режим доступу: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2017/2017_5/9.pdf (дата звернення: 20.10.2024).
5. UNCTAD statistics : website. URL: <http://www.unctad.org>.

ТЮРИНА Діна, канд. пед. н., доцент

Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В МУЗЕЯХ НІМЕЧЧИНИ: ПРИКЛАДИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ

Постановка проблеми. Німеччина є однією з провідних країн у впровадженні інноваційних рішень у культурну сферу, особливо в музейну галузь. Її музеї не обмежуються традиційною функцією збереження історичних артефактів, а трансформуються у сучасні

центри інтерактивного досвіду. Технології, що активно впроваджуються, допомагають музеям адаптуватися до нових викликів цифрової епохи. Це включає залучення нової аудиторії, особливо молоді, яка очікує інтерактивних та візуально привабливих форматів подачі інформації. Завдяки таким підходам, музеї стали більш доступними та цікавими для широкого кола відвідувачів. Водночас технології забезпечують збереження культурної спадщини у цифровому форматі, що дозволяє не лише зберегти важливі експонати, а й зробити їх доступними для глобальної аудиторії.

Сьогодні відвідувач музею має змогу не лише оглянути експонати, а й зануритися у події минулого через віртуальну реальність, дослідити експонати у 3D-форматі або поспілкуватися з інтерактивними роботами-гостями. Такий підхід змінює не лише роль музею, а й формує нові можливості для навчання, розваг і саморозвитку. Німецькі музеї стали піонерами у впровадженні інновацій, що значно підвищує їхній статус на міжнародній арені.

Виклад основного матеріалу. Новітні технології, такі як віртуальна реальність, інтерактивні дисплеї, голограми та діджиталізація, дозволяють залучати відвідувачів, робити експозиції доступнішими та створювати унікальний культурний досвід.

У таблиці наведено ключові технологічні інновації, їхній вплив на музейну сферу Німеччини, а також конкретні приклади музеїв, які їх успішно впровадили. Це допоможе зрозуміти, як сучасні рішення трансформують музейний простір, роблячи його привабливішим і кориснішим для відвідувачів.

Таблиця - Технологічні інновації в музеях Німеччини

Технологічна інновація	Опис	Приклади музеїв у Німеччині	Переваги
VR/AR технології	Віртуальна та доповнена реальність для інтерактивного досвіду та занурення в історію.	Німецький музей у Мюнхені	Можливість “побувати” в історичних подіях або експонатах, відтворення минулого.
Інтерактивні екрани	Сенсорні дисплеї з додатковою інформацією та інтерактивними можливостями.	Пергамський музей у Берліні	Доступ до мультимедійного контенту, пояснення експонатів у інтерактивному форматі.
Голографічні проєкції	Голограми для представлення історичних постатей, подій або експонатів.	Німецький історичний музей у Берліні	Ефектне відтворення об’єктів, які неможливо експонувати фізично.
Аудіогіди зі штучним інтелектом	Персоналізовані аудіоекскурсії, що адаптуються до інтересів відвідувачів.	Музей сучасного мистецтва у Франкфурті	Індивідуальний підхід до кожного відвідувача, багатомовність, інтерактивність.
Діджиталізація колекцій	Створення цифрових копій експонатів для збереження і онлайн-доступу.	Дрезденська картинна галерея	Забезпечення доступу до колекцій онлайн, захист оригіналів від зносу.

Інтерактивні кімнати	Приміщення з проекціями, які реагують на рухи та дії відвідувачів.	Центр мистецтв ZKM у Карлсруе	Залучення відвідувачів у творчий процес, взаємодія з мистецтвом через мультимедіа.
Big Data та аналітика	Аналіз даних про відвідувачів для покращення експозицій та управління потоками.	Німецький музей у Мюнхені	Краще управління експозиціями, адаптація до потреб аудиторії.
Роботи-гості	Роботи, які допомагають проводити екскурсії та відповідати на запитання.	Музей науки у Вольфсбурзі	Залучення молоді, інтерактивне спілкування, сучасний підхід до екскурсій.
Енергозберігаючі технології	Використання екологічних матеріалів та енергоефективних рішень у будівлях музеїв.	Музей Mercedes-Benz у Штутгарті	Зменшення енергоспоживання, підвищення екологічної свідомості серед відвідувачів.
Кіоски з доповненою інформацією	Інтерактивні інформаційні станції, які доповнюють виставковий матеріал.	Музей природознавства в Берліні	Легкий доступ до додаткових фактів, економія на друкованих матеріалах.

Новітні технології докорінно змінюють досвід відвідувачів музеїв, створюючи емоційний зв'язок із представленими матеріалами. VR дозволяє зануритися у події минулого, наприклад, побувати в античному храмі чи на полі битви, а голограми оживляють історичних постатей і втрачені об'єкти. Інтерактивні дисплеї залучають до самостійного вивчення експонатів, що особливо цікаво молоді, а діджиталізація та бази даних забезпечують доступ до знань як у музеї, так і онлайн. Технології підвищують доступність експозицій для відвідувачів з різних регіонів і культур, завдяки мультимовним інтерфейсам і персоналізованим аудіогідам. Інновації створюють «вау-ефект», стимулюючи інтерес до мистецтва й науки, сприяючи соціальній взаємодії та формуючи новий рівень залученості до культурної спадщини.

Висновки. Технологічні інновації кардинально змінюють роль музеїв, перетворюючи їх із традиційних сховищ артефактів на динамічні центри інтерактивного досвіду. Завдяки впровадженню новітніх технологій, музеї стають платформами для занурення у мистецтво, історію та науку, залучаючи різноманітну аудиторію та підвищуючи інтерес до культури.

Майбутній успіх музеїв у Німеччині залежить від здатності поєднати інноваційні рішення з повагою до культурного контексту. Гармонійний баланс між традицією та технологіями дозволяє не лише розширювати можливості експозицій, а й зберігати їхню освітню та культурну цінність.

Німецькі музеї сьогодні є прикладом ефективної інтеграції новітніх підходів. Вони демонструють, як технології можуть бути інструментом для залучення відвідувачів, формування нових форматів взаємодії та популяризації культури. Цей досвід стає орієнтиром для багатьох інших країн, підтверджуючи, що майбутнє музеїв – це поєднання інновацій,

доступності та глибокої поваги до спадщини.

Література

1. Банах В. М. Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи. *Historical and cultural studies*. 2016. Vol. 3, Num. 1. С. 1-5.

УКРАЇНСЬКА-ВАЩЕНКО Дарина, здобувачка вищої освіти, 3 курс
Науковий керівник: **ТЮРІНА Діна**, канд. пед. н., доцент
Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЗАЛІЗНИЧНОЇ СИСТЕМИ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ТРАНСПОРТНОЇ МЕРЕЖІ

Постановка проблеми. Актуальність інтеграції української залізничної системи до європейської транспортної мережі обумовлена стратегічною роллю залізничного транспорту в забезпеченні економічного розвитку країни, її інтеграції у глобальні ринки та зміцнення геополітичного статусу.

Україна має одну з найбільших залізничних мереж у Європі, що слугує важливим елементом транзитної інфраструктури. Проте технічні стандарти, такі як ширина колії, значно відрізняються від європейських (відмінності у ширині колії 520 мм проти 1435 мм), що ускладнює інтеграцію. Ця проблема стала ще більш актуальною в умовах агресії з боку Росії, яка змушує Україну шукати альтернативні логістичні маршрути і знижувати залежність від російської транспортної системи.

Виклад основного матеріалу. АТ «Укрзалізниця» та Європейське агентство залізниць (ERA) уклали меморандум, що має на меті підвищення безпеки та інтероперабельності української залізничної системи відповідно до стандартів ЄС. Ця співпраця є значним кроком у гармонізації української залізничної інфраструктури з європейськими вимогами та спрямована на реалізацію зобов'язань України за Угодою про асоціацію з ЄС.

Меморандум визначає ключові напрями співпраці, серед яких: адаптація європейських стандартів безпеки та технічних норм інтероперабельності (TSI); підтримка впровадження Європейської системи управління залізничним транспортом (ERTMS); обмін досвідом і найкращими практиками; співпраця в галузі сертифікації, технічного обслуговування та доступу до інфраструктури.

Партнерство включає технічну допомогу в реформуванні залізничної галузі України, створенні нових підходів до управління безпекою, сертифікації та транскордонних операцій. Важливою складовою співпраці є підготовка до ухвалення нового закону України «Про залізничний транспорт», що сприятиме гармонізації національного законодавства з європейськими стандартами.

У рамках реалізації стратегічних планів Укрзалізниця активно розвиває євроколію.

На ділянці Чоп – Ужгород уже завершено перекладку 3,5 км із необхідних 8,3 км колій, проводяться ремонтні роботи мостів і оновлення комунікацій. Загальна вартість проекту становить 1,3 млрд грн, з яких 50% фінансуються через фонд ЄС Connecting Europe Facility (CEF). Це перший інфраструктурний проєкт в Україні, що отримав співфінансування CEF.

Цей проєкт також передбачає: розробку документації для розвитку евроколії до Львова, Чернівців і пунктів пропуску на кордоні; будівництво та електрифікацію окремих ділянок евроколії; електрифікацію маршруту Чоп – Ужгород; стратегічний розвиток Львівського залізничного вузла.

До 2027 року Укрзалізниця планує завершити цей проєкт, загальна вартість якого оцінюється в 85,91 млн євро, включаючи гранти СЕФ, державний бюджет і власні кошти.

Укрзалізниця також отримала гранти від СЕФ-2022 на суму 52,5 млн євро для розбудови прикордонних переходів з Польщею, Румунією, Словаччиною та Угорщиною. Це дозволить модернізувати інфраструктуру та збільшити пропускну спроможність на ключових транзитних маршрутах.

У 2025 році Держбюджетом України передбачено понад 7 млрд грн для розвитку залізничної інфраструктури, серед яких: 4,42 млрд грн на придбання пасажирських вагонів; 1,83 млрд грн на закупівлю рейок (спільно з урядом Франції); 1,217 млрд грн на розвиток інтермодальних терміналів і евроколії; 128 млн грн на співфінансування міжнародних проєктів. Завдяки цим інвестиціям Укрзалізниця продовжує зміцнювати свою конкурентоспроможність і інтегруватися в європейську транспортну мережу, забезпечуючи безпеку, ефективність і інновації.

Висновки. Отже, виходячи з вищенаведеного, можемо зробити висновок, що інтеграція української залізничної системи до європейської транспортної мережі є стратегічним завданням, яке має вирішальне значення для економічного розвитку, забезпечення логістичної незалежності та геополітичного зміцнення України. На тлі війни та викликів, пов'язаних із необхідністю адаптації до європейських стандартів, Україна демонструє послідовність у модернізації своєї залізничної інфраструктури.

Укладення меморандуму між АТ «Укрзалізниця» та Європейським агентством залізниць (ERA) стало ключовим кроком на шляху до гармонізації національних залізничних стандартів із нормами ЄС. Спільна робота спрямована на підвищення безпеки перевезень, технічної сумісності та адаптації українських залізниць до вимог Єдиного європейського залізничного простору.

Паралельно з цим, Укрзалізниця реалізує низку інфраструктурних проєктів, включаючи розбудову евроколії, модернізацію прикордонних переходів та електрифікацію залізничних маршрутів. Завдяки міжнародній підтримці та державним інвестиціям Україна створює передумови для успішної інтеграції в міжнародні транспортні коридори TEN-T.

Важливим результатом цих зусиль стане збільшення транзитного потенціалу країни, розвиток логістичних можливостей та забезпечення сучасного рівня комфорту й безпеки для пасажирів і вантажоперевезень. У довгостроковій перспективі інтеграція української залізничної системи до європейської мережі не лише сприятиме економічному зростанню, а й стане інструментом посилення європейської інтеграції України.

Література

1. Понад 7 млрд грн передбачено Держбюджетом-2025 на розвиток української залізниці. URL: https://uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/page-4/641533/
2. Укрзалізниця продовжує розбудову евроколії на території України. URL: https://uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/page-2/644775/
3. Укрзалізниця реалізує стратегічну програму розбудови колії евростандарту. URL: https://uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/page-7/639554/

ШИЛІН Михайло, здобувач вищої освіти, 3 курс
Науковий керівник: **ТЮРИНА Діна**, канд. пед. н., доцент
Національний університет цивільного захисту України, м. Черкаси

МІКРОМОБІЛЬНІСТЬ ЯК ТРЕНД У МІСЬКІЙ ТУРИСТИЧНІЙ ЛОГІСТИЦІ

Постановка проблеми. Сучасні міста стикаються з численними викликами, серед яких транспортне перевантаження, екологічні проблеми та необхідність забезпечення комфортного пересування для мешканців і туристів. Туристична логістика, як важлива частина міської інфраструктури, потребує інноваційних рішень для сприяння сталому розвитку туризму, задоволення потреб туристів і зменшення негативного впливу на довкілля.

Мікромобільність пропонує ефективне вирішення цих завдань завдяки своїм перевагам, серед яких екологічність, доступність і зручність пересування на короткі дистанції. Її актуальність зростає через глобальні тенденції до декарбонізації економіки та інтеграцію розумних міських технологій, які роблять мікромобільність ключовим елементом розвитку туризму.

Виклад основного матеріалу. Мікромобільність - це концепція, яка включає використання невеликих екологічних транспортних засобів, таких як велосипеди, електроскутери, моноколеса та гіроборди. Ці транспортні засоби вирізняються компактністю, енергоефективністю та мінімальним впливом на довкілля.

У туристичній логістиці мікромобільність забезпечує зручний спосіб пересування між туристичними об'єктами, такими як музеї, готелі, ресторани та пам'ятки. Її доступність дозволяє зменшити витрати туристів, адже послуги оренди часто є дешевшими за традиційний транспорт. Крім того, завдяки уникненню заторів, мікромобільність допомагає економити час, дозволяючи охоплювати більше маршрутів.

Однією з головних переваг мікромобільності є її екологічність. Використання цього транспорту сприяє зниженню рівня викидів і покращенню якості повітря, що є важливим для популярних туристичних міст із високою транспортною активністю.

Інтеграція мікромобільності з цифровими технологіями робить її ще привабливішою. Завдяки мобільним додаткам туристи можуть швидко знайти та орендувати транспортний засіб, що забезпечує максимальну зручність і доступність.

Для популяризації мікромобільності багато туристичних міст створюють спеціалізовану інфраструктуру. Велодоріжки, станції зарядки для електросамокатів і паркувальні місця забезпечують комфорт і безпеку користувачів. Яскравим прикладом є Амстердам, який завдяки своїй розвиненій велоінфраструктурі став зразком для інших міст. Велосипеди тут є не лише основним засобом пересування для місцевих мешканців, але й популярним серед туристів.

Інтеграція мікромобільності з громадським транспортом також є важливим елементом розвитку міської логістики. У багатьох містах впроваджуються комбіновані квитки, які дозволяють поєднувати користування мікротранспортом і громадським транспортом. Це сприяє не лише зручності для туристів, але й зменшує навантаження на міські дороги.

Висновки. Мікромобільність стає невід'ємною частиною міської туристичної логістики. Вона забезпечує туристам зручність, доступність і екологічність, одночасно сприяючи

сталому розвитку туризму. Подальший розвиток мікромобільності залежить від співпраці міських адміністрацій, бізнесу та туристичних організацій. Спільні зусилля у створенні безпечного та ефективного середовища для мікротранспорту дозволять повною мірою реалізувати його потенціал у міському туризмі.

Література

1. Сагінова, О.В. Міжнародний досвід розвитку мобільності в мегаполісі. Актуальні питання економіки. 2019. № 1. С. 70–81.