



ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 6

ТУРИЗМ ХХІ СТОЛІТТЯ:
проблеми та перспективи



ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ ІНСТИТУТ
імені Блаженнішого Володимира, Митрополита Київського і всієї України
Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

ТУРИЗМ ХХІ СТОЛІТТЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Випуск 6



Хмельницький - 2020

УДК 338.48-027.1(477)»280»

З 96

З 96 Туризм ХХІ століття: проблеми та перспективи : зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. – Хмельницький : Вид-во Хмельниц. ін-ту МАУП, 2020. – Вип. 6. – 178 с.

У збірнику наукових праць «Туризм ХХІ століття: проблеми та перспективи» представлено узагальнені тези доповідей та виступів учасників засідання круглого столу «Проблеми та перспективи розвитку внутрішнього туризму Хмельниччини». Авторами статей розкрито широке коло актуальних проблем: історичні передумови розвитку туризму на Хмельниччині, природні рекреаційно-туристичні ресурси краю, історико-архітектурна туристична спадщина, програмно-правові основи розвитку та регулювання туристичної галузі, туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку, інноваційні напрями формування регіонального туристичного продукту, інформаційне, транспортне та організаційно-технічне забезпечення розвитку туризму, проблеми та перспективи розвитку галузі туризму Хмельниччини.

Адресовано широкому колу читачів: учням, студентам, аспірантам, викладачам, науковцям.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Білий Л. Г., кандидат педагогічних наук, доцент; директор Хмельницького інституту МАУП (головний редактор); **Авсієвич А.В.**, доктор філософії в галузі права (PhD); **Коцюк В. Д.**, кандидат історичних наук; **Олійник В.В.**, кандидат педагогічних наук, доцент; **Пажимський Б.О.**, директор Державного історико-культурного заповідника «Самчики»; **Парандій В. О.**, кандидат історичних наук, доцент; **Савчук Л.О.**, кандидат педагогічних наук, доцент; **Погорілець О.Г.**, директор Державного історико-культурного заповідника «Межибіж»; **Сем'янчук П.М.**, кандидат економічних наук; **Циганюк Ю.В.**, кандидат юридичних наук, доцент; **Цимбалюк Г.С.**, кандидат економічних наук.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Кучеров Г. Г., кандидат історичних наук, доцент
Олійник О.С., кандидат економічних наук, доцент.

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Хмельницького інституту Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол №8 від 28 вересня 2020 р.)

© Хмельницький інститут
Міжрегіональної Академії управління персоналом, 2020
© автори статей

ЗМІСТ

Білий Л. Г.

ТУРИЗМ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН..... 7

Авсієвич А.В.

МІЖНАРОДНІ МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ В КРАЇНАХ ЄС..... 9

Божук К. О., Юхимович О. А.

ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ ЗА
ДОПОМОГОЮ ЗАНЯТЬ УЧНІВСЬКИМ ТУРИЗМОМ..... 19

Ботновська П. В., Юхимович О. А.

ІНФОРМАЦІЙНЕ, ТРАНСПОРТНЕ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-
ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИЗМУ ПІД ЧАС
ЕПІДЕМІЇ COVID 19..... 25

Ваврічен В. О., Юхимович О. А.

ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ НА ХМЕЛЬНИЧЧИНІ ЯК
ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ РЕГІОНУ..... 28

Ваховський Я. Д.,

ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ
ТУРИЗМУ В ДІКЗ «САМЧИКИ»..... 35

Голубова Н. В

ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ЕКСКУРСІЙ
ХМЕЛЬНИЧЧИНОЮ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ГРОМАДЯН
В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ..... 40

Гула Л. І.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЩОДО ОХОРОНИ ПАМ'ЯТОК
АРХІТЕКТУРИ МІСТА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО..... 46

Каштанова О. Е. ФОРМУВАННЯ ВСЕБІЧНОЇ ОСОБИСТОСТІ ЗДОБУВАЧА ОСВІТИ ЗАСОБАМИ ТУРИЗМУ І КРАЄЗНАВСТВА У СТУФЧИНЕЦЬКІЙ ЗОШ І-ІІІ СТУПЕНІВ.....	51
Квасній Л. Г., Щербан О. Я. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ТА АНАЛІЗУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ.....	56
Кольгофер А. В., Савчук Л. О. ТУРИСТИЧНИЙ МАРШРУТ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ.....	70
Коцюк В. Д. ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ.....	74
Коцюк В. Д., Підгорний Н. Р. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ВНУТРІШНЬОГО ТА ВІЗНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	78
Коцюк Н. В. ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ ЯК СТРАТЕГІЧНО ВАЖЛИВИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ..	85
Коцюк Н. В., Сокол Т. Р. «МЕТАЛЕВА» АРХІТЕКТУРНА СПАДЩИНА МИКОЛИ МАЗУРА ЯК РЕСУРС ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В М. ХМЕЛЬНИЦЬКОМУ.....	92
Марцонь Л. І., Ярмолюк А. Г. БІБЛІОТЕКА ТА ТУРИЗМ: ГРАНІ СПІВПРАЦІ.....	96

Матвєєв А. Ю., Дзізінський М. С., Шведовська М. В., Козацька Б. В., Попчук Д. О. РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА ХМЕЛЬНИЧЧИНІ В УМОВАХ РЕАЛІЙ КОРОНАВІРУСНОЇ ІНФЕКЦІЇ COVID-19....	102
Мельничук І. В. КРАЄЗНАВЧО-ТУРИСТИЧНІ СТЕЖКИ СЕЛА РУЖИЧАНКА ТА КАРПІВЦІ. РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ.....	108
Петлюк Ю. С. ПРАВОВІ ФОРМИ ВИКОРИСТАННЯ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИХ, РЕКРЕАЦІЙНИХ.....	114
Родіонова І. В., Небесна Л. Ф. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СФЕРИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	123
Савчук Л. О. ОРГАНІЗАЦІЯ ЯКІСНИХ ПОСЛУГ ТУРИСТІВ У ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ.....	132
Сем'янчук П. М., Фасолько Т. М. ІСТОРИКО-АРХІТЕКТУРНІ ЦІННОСТІ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ РЕГІОНУ.....	137
Сем'янчук П. М., Мельник А. Ю. ОСОБЛИВОСТІ Й ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СПЕЦІАЛЬНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ.....	146
Сем'янчук П. М., Сілін В. О. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	152

Степанова О. В.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ КРАЄЗНАВЧОЇ РОБОТИ ЗІ ШКОЛЯРАМИ (НА ПРИКЛАДІ ІСТОРИЧНОГО, ДОСЛІДНИЦЬКОГО ПРОЄКТУ «ІНТЕРАКТИВНА КУЛЬТУРНО-ТУРИСТИЧНА МАПА ХМЕЛЬНИЧЧИНИ», ЩО РЕАЛІЗУЄТЬСЯ УЧНЯМИ ГІМНАЗІЇ №2 М. ХМЕЛЬНИЦЬКОГО, ЧЛЕНАМИ ГУРТКА «ІСТОРИКИ- КРАЄЗНАВЦІ» ПРИ ХМЦКТУМ).....	157
---	-----

Цимбалюк Г. С.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ.....	170
--	-----

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....	175
-----------------------------------	------------

Л. Г. Білий,
кандидат педагогічних наук, доцент
(м. Хмельницький)

ТУРИЗМ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН

Туризм із давніх часів відіграє важливу роль у розвитку суспільства. Його можна віднести до того виду діяльності людства, чия історія починається разом з виникненням і розвитком цивілізації. У кожній історичній епосі є такі елементи діяльності людей, які так чи інакше підпадають під категорію туризму.

Необхідність і потреба в подорожах виникла у наших предків ще в глибоку давнину. Людині протягом всієї її еволюції було властиво прагнення до світопізнання і першовідкривання з метою розвитку торгівлі, завоювання і освоєння нових земель, пошуків ресурсів і нових транспортних шляхів.

У багатьох людей з'являється потреба побачити нові райони і країни, познайомитися з життям і звичаями їх народів. Все це послужило причиною виникнення особливої форми подорожей – туризму. Туризм давно став нагальною необхідністю і невід'ємною частиною життя людини. Рано чи пізно людина відчуває потребу відправитися в подорож. Прагнення людини до різноманітності вражень набуває чіткі обриси, коли вона приходить до рішення провести вільний час поза домом, розраховуючи зі зміною місць зняти нервову напругу і втому.

Інтерес населення до туризму зростає з кожним роком. Згідно зі статистичними даними СОТ протягом останніх десятиліть спостерігається постійне зростання обсягів міжнародного туризму.

Нині в світі розвиваються всі види туризму, не є винятком і молодіжний. Молоді люди від 18 до 30 років є найбільш активними туристами, тому що саме в цьому віці потреба в подорожах дуже висока. Молоді властивий оптимізм. Людина приступає до реалізації свого життєвого задуму, вона сповнена сил і енергії, бажання здійснити свої цілі та ідеали. У молодому віці найбільш доступні найскладніші види професійної діяльності, найбільш повно й інтенсивно відбувається спілкування, легко встановлюються і

розвиваються відносини дружби і любові. Молодість вважається оптимальним часом для самореалізації, чому і сприяє туризм у всіх його проявах. Таким чином, можна сказати, що молодь являє собою найбільш мотивовану категорію людей, які займаються туризмом.

Туризм – динамічна галузь у світі, жодний прогноз не передбачає призупинення її розвитку в XXI ст. Міжнародний туризм – найбільш прибуткова у частині експорту галузь, важлива складова платіжного балансу багатьох країн.

Зазначимо, що туризм відіграє важливу роль у створенні робочих місць, і за прогнозами, впродовж наступних п'яти років у світі створюватиметься 2500 нових робочих місць щодня. Охоплюючи багато секторів економіки, майже неможливим стає визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота тощо). І все ж кількість зайнятих у туристичній сфері постійно зростає. Це одна з не багатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу. Це має важливе значення, оскільки, поглинаючи більше робочої сили, туризм зменшує соціальну напругу в суспільстві.

Зауважимо, що жодна з держав світу в сучасних умовах не може існувати відокремлено від інших країн та бути ізольованою від тих процесів, які відбуваються в регіоні або частині світу, де вона знаходиться. Для реалізації цих відносин між країнами встановлюються дипломатичні стосунки, укладаються угоди, договори, що регулюють різні напрямки співробітництва. Міжнародне міжурядове та міжвідомче туристичне співробітництво держави ефективно розвивається на двосторонньому, багатосторонньому, регіональному, субрегіональному, міжрегіональному та світовому рівнях, у тому числі у рамках міжнародних організацій, і є ефективним механізмом створення сприятливого для розвитку туризму середовища, інтеграції у світові туристичні процеси. Україна значно поступається у конкурентній боротьбі на міжнародному туристичному ринку. Туристичний та курортний потенціал використовується частково, інфраструктура туристичної індустрії і курортів розвивається переважно стихійно.

Список використаних джерел та літератури:

1. Алмашій Я. І. Теоретико-методологічні засади ефективної діяльності туризму в сучасній ринковій економіці / Я. І. Алмашій // Вісник Чернівецького торговельно-економічного ін-ту. 2012. Вип. 2.
2. Воронкова В. Г. Розвиток туризму як соціального і культурного явища в умовах глобалізації та крос-культурної комунікації / В. Г. Воронкова // Наукові записки Київського ун-ту туризму, економіки і права. 2010. Вип. 8 Серія : філософські науки. – С. 23-35.
3. Колосінська М. І. Систематизація функцій туризму в аспекті їхнього впливу на національну економіку / М. І. Колосінська // Вісник Чернівецького торговельно-економічного ін-ту. 2011. Вип. III(43).
4. Краєвська О. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної політики ЄС / О. Краєвська, Ю. Присяжнюк // Вісник Львівського ун-ту. 2012. Ч. 1. С. 170-178.
5. Мальська М. П. Світовий досвід розвитку туризму підручник. / М. П. Мальська, Н. М. Паньків, А. Б. Ховалко. Київ : «Центр учбової літератури», 2017. 244 с.

А.В. Авсієвич,
доктор філософії в галузі права (PhD)
(м. Хмельницький)

МІЖНАРОДНІ МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КРАЇНАХ ЄС

Аналізуючи роль держави в організації й розвитку туристичної діяльності в різних краях світу, можна виділити 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 займають сильні позиції, тобто здатні вирішувати свої проблеми без державної участі. Подібна модель управління індустрією туризму прийнята в США після того, як в 1997 р. була ліквідована державна структура U.S. Travel and Tourism Administration (USTTA), що відповідала за розвиток туризму в країні [1].

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 у рекламну й маркетингову діяльність, інвестування в туристичну інфраструктуру тощо. Подібна модель організації управління туристичною індустрією діє в Єгипті, Мексиці, Тунісі, Туреччині та інших країнах, для яких туризм є одним з основних джерел валютних надходжень у бюджет [1].

Третя модель переважає в розвинених європейських державах. У країнах, де використовується така модель, питання розвитку туристичної діяльності в країні 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 у туристичній сфері, управління туристичними представництвами своєї країни за кордоном тощо) [2, с. 95].

Така модель участі держави в розвитку індустрії туризму отримала умовну назву «європейської». Доцільно розглянути європейську модель докладніше, оскільки вона уявляється найбільш прийнятною для України. Особливої актуальності дослідженню даної моделі надає не лише ситуація глобальних трансформацій у сучасному світі, але й вибір Україною європейського вектора розвитку, необхідність побудови в ній демократичного, відкритого громадянського суспільства.

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 з метою виконання відповідних державних завдань. Наслідком такої політики стала поява змішаних за формою власності (державно-приватних) інститутів у сфері регулювання туристичної діяльності [2, с. 95].

Варіанти реалізації третьої моделі управління туристичним сектором розглянемо на прикладі чотирьох європейських країн: Франції, Іспанії, Великобританії та Італії, на частку яких, за даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО) припадає близько 1/3 світових туристичних прибутків [3, с. 5].

У Франції питання регулювання туризму стосуються компетенції Міністерства транспорту та суспільних робіт, у структурі якого функціонують Державний секретаріат з питань туризму та Управління туризму. Дані органи відповідають за управління та регулювання галузі, інвестування й міжнародні відносини у сфері туризму. Крім того, існує ще ціла низка органів, що беруть участь в управлінні туризмом «із правом дорадчого голосу»: Рада з туризму при Міністерстві транспорту та суспільних робіт, Французьке агентство туристичного інжинірингу, Національна наглядацька рада з туризму (маркетингові дослідження й статистика в туризмі), Національне агентство з питань відпускних подорожей (соціальний туризм), Національний комітет з процвітання Франції (питання екології й озеленення міст).

На регіональному рівні діють представники центральної виконавчої влади, що вирішують питання розвитку туристичної сфери та підпорядковані безпосередньо префектам. Діяльність цих представників спрямована на координацію регіональних ініціатив, оскільки повноваження місцевої влади в галузі туризму досить вагомі.

Просуванням образу Франції як туристичного центру на міжнародному ринку займається асоціація «Maison de la France», що виникла в 1987 р. у результаті угоди про партнерство між місцевими адміністраціями, туристичними фірмами, готелями, адміністраціями

об'єктів екскурсійного показу. На даний час асоціація нараховує близько 800 членів. У штаті асоціації «Maison de la France» більше 200 співробітників, 31 його представництво працює в 26 країнах світу. Керівний орган асоціації – рада директорів складається з 27 осіб (1/3 – чиновники з держапарату, а 2/3 – представники приватного бізнесу) [4].

Діяльність асоціації на 60% фінансується з держбюджету. В 2004 р. субвенція, що передбачена в Законі про державний бюджет Франції для «Maison de la France», становить 29,3 млн євро. На 2005 р. ця сума повинна досягти 30,3 млн євро [5].

В 90-ті роки ХХ-го ст. просування французького туристичного продукту на закордонні ринки відбувалося дуже успішно. Фахівці підраховали, що кожен вкладений у просування франк приносив 100 франків надходжень. Пріоритетними ринками для Франції за обсягом і потенціалом були Японія, США, Німеччина та Великобританія, надходження від яких становили половину всіх надходжень країни від міжнародного туризму. Приклад «Maison de la France» яскраво засвідчує, як багаторазово можна збільшувати ефект від державних інвестицій, якщо їх уміло доповнювати інвестиціями приватного сектора.

В Іспанії питання туризму координує Державний секретаріат з питань торгівлі, туризму та малого бізнесу, підлеглий Міністерству економіки. Крім Держсекретаріату Міністерству підпорядковуються: Центральна дирекція з туризму (адміністративні питання, розробка загальних напрямів державної політики у сфері туризму); готельна мережа «Paradores» (83 готелі, розміщені в будинках, що становлять історичну цінність); два виставково-конгресних центри (в Мадриді й Малазі) та Іспанський інститут туризму – «Turespasa» [80].

Повноваження самого Міністерства економіки невеликі. Такі важливі функції, як ліцензування, сертифікація послуг, розробка стратегії розвитку туріндустрії є прерогативою місцевої влади. З метою координації їх діяльності в країні створена Рада з розвитку туризму, до складу якої входять представники державних органів влади всіх рівнів та представники приватного бізнесу.

На нашу думку, Україні слід перейняти в майбутньому досвід співробітництва Ради з розвитку туризму із представниками приватного сектора, що здійснюється через впровадження в

організацію й облік висунутих останніми ініціатив, особливо з питань просування специфічних та екологічних туристичних продуктів.

Іспанський інститут туризму «Turespasa» займається залученням іноземних туристів, здійснюючи рекламну діяльність та промоцію іспанських курортів за кордоном. Дана організація має широку мережу інформаційних офісів в Іспанії та 29 представництв у 21 країні світу. Інститут повністю фінансується з держбюджету [6].

Як результат, Іспанія посідає перше місце у світі за обсягом річного бюджету для проведення політики просування національного туристичного продукту за кордоном, 70% якого надається урядом країни.

У Великобританії очолює сферу туризму Міністерство культури, засобів масової інформації та спорту, якому підпорядковується орган, що безпосередньо координує діяльність у галузі туризму – «VisitBritain». Він займається залученням іноземних туристів у Великобританію, розвитком внутрішнього туризму, а також консулює уряд й інші державні установи з питань туризму. «VisitBritain» - поряд із традиційною діяльністю на іноземних ринках (поширення інформації туристичного змісту, реклама, участь у виставках) надає платні консалтингові послуги, організовує виставки та семінари, здійснює різні проекти за участю іноземного капіталу, видає та реалізовує путівники, відеофільми та іншу рекламно-інформаційну продукцію.

Правління «VisitBritain» призначається Міністерством культури, засобами масової інформації та спорту й складається з голови та 5 членів, а також голів «Wales Tourist Board», «VisitScotland» та «England Marketing Advisory Board», регіональних структур, схожих за своїми функціями з «VisitBritain». На фінансування діяльності організації в 2004-2005 рр. державою має бути асигновано 35,5 млн фунтів, неурядове фінансування становитиме приблизно 17 млн фунтів [7].

Важливим чинником у процесі реалізації державної туристичної політики є запозичення Україною досвіду «VisitBritain» з ефективного застосовування сучасних інформаційних технологій та маркетингових компаній. Успіх проектів «VisitBritain» реалізованих в 2004 р. («The City Breaks», «Touring and Good Living») позначився на зростанні прибутку від в'їзного туризму (12,3 млрд фунтів).

Розробивши власний оновлений сайт www.visitbritain.com на 19 мовах для 36 країн світу, «VisitBritain» продовжує адаптувати його для нових туристичних ринків світу. В 2005 р. в Чехії, Угорщині, Таїланді, Малайзії та Греції відкриваються локальні версії сайту на мовах даних країн [8].

В Італії Департамент з туризму входить до складу Міністерства виробничої діяльності. Основні його функції зводяться до координації діяльності регіональних турадміністрацій, розробки нормативно-правових документів загальнонаціонального характеру, досліджень та обробки статистичних даних, а також міжнародної діяльності (міжурядові угоди, взаємовідносини з міжнародними організаціями та ЄС) [9].

Повноваження місцевих туристичних адміністрацій в Італії на даний час також значно розширені. Вони видають всіма питаннями ліцензування туристичної діяльності на своїй території, здійснюють класифікацію готелів, мають право просувати й рекламувати свої регіони всередині країни та за кордоном (рекламні заходи, участь у виставках тощо).

Однак провідна роль у представленні Італії на міжнародному туристичному ринку належить Національному управлінню з туризму (Ente Nazionale Italiano per il Turismo – ENIT), основними функціями якого є рекламно-інформаційна робота, маркетингові дослідження, координація міжнародної діяльності місцевих турадміністрацій. ENIT підпорядковується Департаменту з туризму й повністю фінансується з держбюджету. У штаті ENIT 200 осіб, у тому числі співробітники 20 представництв у 16 країнах. Відповідно до заяви голови ENIT Амедео Оттавіані в 2005 р. ENIT повинна отримати з державного бюджету Італії для виконання своїх функцій близько 50 млн євро [10].

Україна зацікавлена в знайомстві з досвідом роботи ENIT щодо розвитку ділового туризму в окремих провінціях Італії, презентації турпродуктів найбільших провінцій країни на міжнародних туристичних салонах і встановленню співробітництва між державними органами та приватними туристичними підприємствами.

Ми вважаємо, що за масштабами міжнародного туризму та формою організації 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 турпродукту, здійснення маркетингових досліджень, рекламно-інформаційної діяльності, організації та проведення міжнародних туристичних виставок, конференцій, семінарів, формування базового пакету інвестиційних проєктів у галузі розвитку туристичної інфраструктури тощо.

На нашу думку, поряд з внутрішніми програмами регіонального розвитку важливу роль відіграє політика територіального регулювання на наднаціональному (глобальному) рівні, що є особливо актуальним для країн Європейського Союзу. Основними структурами, що координують дану політику, є Комітет з регіональної політики при Раді міністрів ЄС та Європейський фонд регіонального розвитку, що діє в межах бюджету ЄС.

Однак ЄС, активно координуючи туристичну діяльність, не втручається в політику кожної з країн-учасниць, адаптовану до відповідних специфічних умов, що важливо для України, яка мусить віднайти саме своє місце в європейській спільноті. Особливістю європейської регіональної політики є орієнтація на пріоритетну роль у вирішенні питань економічного розвитку окремих регіонів (виділених за спеціальною методикою) перед національними державами. Тим самим передбачається поступова трансформація «Європи національних держав» в «Європу регіонів» [11, с. 85].

У даному контексті для України варто використовувати досвід європейських країн, де діють правила розвитку міст і районів, відповідно до яких змінюються та розвиваються методи використання землі. Державний контроль спрямований на захист ландшафтів та унікальних куточків природи, запобіганню спекуляції землею. Контроль за використанням землі супроводжується регулюванням будівництва та полягає в архітектурному нагляді. У більшості країн прийняті закони, що захищають історико-архітектурні пам'ятники.

Зауважимо, що державні дотації для суб'єктів туристичної діяльності в країнах ЄС проявляються в різних формах. Серед основних видів державних інвестицій можна виділити: зниження ціни інвестиції в туристичні проєкти, що включає позики за вигідними процентними ставками (уряд відшкодовує різницю між фіксованою процентною ставкою й ринкової), продаж, оренду землі або

інфраструктури за ціною нижче ринкової, податкові пільги, захист від подвійного оподаткування за допомогою укладання угод з іншими країнами, зниження мита, прямі субсидії або надання гарантій на інвестиції з метою залучення іноземних інвесторів [1].

Для цього (ми вважаємо, такий досвід Україні слід обов'язково запозичити) уряд гарантує надання позики або репатріацію капіталу та прибутку, стежить за тим, щоб вищезгадані види заохочень були використані за призначенням та проекти відповідали цілям, на які були виділені гроші.

Європейський Союз інвестує туризм за допомогою Європейського фонду регіонального розвитку (EFRD), що був заснований в 1975 р. та надає фінансову допомогу слаборозвиненим регіонам ЄС. Перевагу при присудженні грантів EFRD віддає проектам, що сприяють розвитку сільського (зеленого) туризму та активно пропагують історичну й культурну спадщину регіону.

З інших організацій, що фінансують розвиток туризму в Європі, можна виділити Європейський інвестиційний банк (EIB), що субсидіює різницю процентних ставок за рахунок ресурсів, одержуваних на міжнародних кредитних ринках по преференційних ставках, виконуючи, таким чином, посередницькі послуги.

Наприклад, EIB фінансував будівництво тунелю під Ла-Маншем, спорудження Діснейленда в Парижі, розширення аеропортів Франкфурта, Мюнхена та Гамбургу в Німеччині та аеропорту “Стансед” у Великобританії.

Іноземні інвестиції в туристичний сектор забезпечуються як з боку приватного бізнесу, так і з боку міжнародних організацій. Основним закордонним кредитором є Світовий банк (Міжнародний банк реконструкції й розвитку - МБРР). Його діяльність спрямована на забезпечення нормального життєвого рівня в країнах, що розвиваються, за допомогою довгострокового фінансування розвитку інфраструктури даних країн та окремих туристичних проектів.

Як правило, з підвищенням значення туризму в економіці країни збільшується й участь держави в регулюванні туристичної галузі через міністерство з відповідними повноваженнями або за допомогою участі різних міжнародних організацій [12].

Флагманом міжнародного туризму є Всесвітня туристична організація (ВТО). ВТО – провідна міжнародна організація у сфері

туризму, діє як глобальний форум для обговорення питань туристичної політики та є найважливішим джерелом практичної інформації з проблематики туризму. У ВТО в 2004 р. входили 144 країни, 7 територій, а також понад 350 асоційованих членів, які представляють місцеві органи влади, туристичні асоціації й приватні компанії, зокрема авіакомпанії, готельні мережі та туроператори. Організація в основному фінансується із внесків своїх членів [73].

У 1997 р. Україна стала дійсним членом ВТО, а з 1999 – членом Виконавчої ради ВТО. У 2001 р. статус члена Ділової ради ВТО отримав Київ; раніше його мали лише такі туристичні центри, як Париж, Мадрид і Москва [13].

Підсумовуючи, зазначимо, що саморегуляція ринку туризму є необхідною умовою для його функціонування. У взаємодії «державне регулювання – ринок» первинною ланкою є ринок, а державне регулювання виступає як інструмент, що забезпечує загальні умови його існування, вирівнює стартові умови його суб'єктів та усуває, по можливості, негативні прояви ринкової стихії.

Розмір державних інвестицій у туризм залежить від важливості даного сектора для економіки країни, а вкладення міжнародних фінансових інститутів – від гарантій, що надаються урядом конкретних країн по кредитах, від репутації самої країни на міжнародному туристичному ринку та від грамотності бізнес-планів, складених урядом країни для одержання фінансових ресурсів.

Список використаних джерел та літератури:

1. Козловський Є.В. Іноземний досвід регулювання міжнародного туризму та його використання в Україні. <http://academy.gov.ua/ej/ej1/txts/KOZLOVSKIY.htm>
2. Жукова М.А. Управление индустрией туризма в современных условиях: Дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05. М. 2003. 354 с.
3. WTO World tourism barometer. Madrid, 2004. Volume 2, №1. 23 s.
4. Maison de la France. Le ministère délégué au Tourisme // http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z1/ministere_delegue/org_assoc/maison/

5. Le budget du tourisme 2004-2005. Le ministère délégué au
Tourisme // [http://www.tourisme.gouv.fr
/fr/z1/ministere_delegue/budg_tourisme/](http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z1/ministere_delegue/budg_tourisme/)

6. Secretaria de Estado de Turismo y Comercio.
<http://www.mcx.es/turismo/default.htm>

7. What is Visit Britain's Role?
http://www3.visitbritain.com/corporate/bta_role.htm

8. Для Великобритании 2004 год был успешным.
[http://www.tourua.com/ru/pft_login/
tourbusiness_news/archive-2005-01-
01.html](http://www.tourua.com/ru/pft_login/tourbusiness_news/archive-2005-01-01.html)

9. Ministero delle Attività Produttive. Direzione generale per il
turismo (DGT).
[http://www.minindustria.it/organigramma/index.php?sezione=organigram
ma&tema_dir=tema2&nodo=179](http://www.minindustria.it/organigramma/index.php?sezione=organigramma&tema_dir=tema2&nodo=179)

10. Ottaviani: Foreign tourism better than forecast in 2004. Italian
State Tourist Board.
<http://press.enit.it/press/default.asp?lang=en&sel=news&cana=varie>

11. Венгеров В.Ю. Основные направления совершенствования
государственного регулирования въездного туризма в России: Дис. ...
канд. экон. наук: 08.00.05, 08.00.14. М., 2003. 152 с.

12. Козловський Є.В. Державне регулювання в галузі туризму:
становлення та розвиток в Україні: автореф. дис... к.держ.упр.:
25.00.02. Київ, 2008. 18 с.

13. В Україні створюються умови для прийому
європейських гостей. Всеукраїнська громадська місія “Україна-
відома” // <http://www.ukrcognita.com.ua/ukr/tourism/57/>

К. О. Божук,

учениця 10-Б класу

Науковий керівник: О. А. Юхимович,

учитель-методист,

Відмінник освіти України

(м. Хмельницький)

ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ ЗА ДОПОМОГОЮ ЗАНЯТЬ УЧНІВСЬКИМ ТУРИЗМОМ

В останні роки виявилася несприятлива тенденція показників здоров'я школярів і студентів. Кількість дітей з хронічною патологією збільшилася в 2 рази. Близько 85% дітей мають відхилення у стані здоров'я. Зростає кількість школярів і студентів із захворюваннями серцево-судинної, дихальної та нервової систем, порушенням опорно-рухового апарату. Крім цього, молодшають так звані «хвороби суспільства»: алкоголізм, тютюнопаління й наркотична залежність [1]. Тому актуальною проблемою сьогодення є збереження здоров'я дітей, формування у них світогляду, спрямованого на його збереження, опанування навичок способу життя та безпечної поведінки, створення загальноосвітньою школою, та закладами системи позашкільної освіти умов розвитку учнів та студентів, які б сприяли утвердженню здорового способу життя, гармонізації їх взаємин з довкіллям.

Здоровий спосіб життя в останні роки став все більш популярним в розвинутих країнах Європейського Союзу [2]. Однак ситуація, що склалася у 2020 році в Україні та світі внаслідок карантинних обмежень через поширення COVID-19, зумовила необхідність активізації мотивації молоді до здорового способу життя. Адже майже три місяці не працювали спортивні зали та існувала заборона відвідування парків та скверів та заняття спортом на відкритому повітрі.

На сьогодні для сприяння покращенню здоров'я учнів виділяють такі напрями діяльності як формування політики, сприятливої для здоров'я; створення сприятливого для здоров'я зовнішнього середовища; активізація громадськості в напрямі

покращення здоров'я як особистості зокрема, так і нації загалом; розвиток навичок людей діяти на користь власного здоров'я.

Ще одним важливим напрямом покращення здоров'я є організація керівниками туристичних гуртків зовнішніх впливів на активізацію в молоді мотивації до здорового способу життя. Для цього слід формувати у вихованців світогляд, у якому здоров'я є найвищою цінністю особистості, нації та людства, давати їм уявлення й знання про здоровий спосіб життя, формувати навички, які дадуть їм змогу зробити вибір на користь здорового способу життя, ділитися власним життєвим досвідом.

Заняття туризмом в системі виховання дозволяють найбільшою мірою опанувати знання, уміння і навички, потрібні в житті кожної людини [3].

Кардинальна зміна поглядів молоді на своє здоров'я має ґрунтуватися на новій системі цінностей, яку потрібно розглядати, як сукупність переконань, що визначають внутрішні мотиви поведінки особистості. Випробування, що випали на долю людей у 2020 році, ще раз довели, що фізичне здоров'я та дотримання здорового способу життя є суттєвою протидією в умовах світової пандемії.

Різноманіття туристичної діяльності дають змогу учнівській молоді отримувати яскраві враження, дізнаватись корисну інформацію, укріплювати здоров'я, фізично розвиватись, набувати різних вмінь та навичок.

Туризм в Україні є засобом гармонійного розвитку, зміцнення здоров'я, виховання сучасної людини. Актуальність розвитку туристичної діяльності як суспільно-соціального явища підкреслена у змінах до Закону України «Про туризм» (2003) у якості засобів, покликаних охороняти і зміцнювати здоров'я людей, забезпечувати змістовне дозвілля населення країни. Особлива роль в розвитку туристичної діяльності відводиться позашкільній освіті [3].

Одним з ефективних напрямів позашкільної освіти, що дозволяє поєднувати навчання і виховання дітей та підлітків є дитячо-юнацький туризм і краєзнавство. Саме туризм та краєзнавство дають виняткову можливість на власні очі побачити красу рідної землі, познайомитись з історією, культурою, традиціями свого народу, загартуватись як фізично, так і морально.

Туризм – одна з найпопулярніших форм активного відпочинку, яка поєднується з активним пізнанням навколишнього світу та сприяє фізичному, психологічному та моральному вихованню молоді. Емоційні переживання, отримання корисної інформації, покращення здоров'я, оволодіння різноманітними вміннями та навичками – лише декілька позитивних наслідків заняття туризмом.

Люди з незапам'ятних часів знали, що сонячне світло, чиста вода і свіже повітря – це і цілителі, і надійні союзники у боротьбі з хворобами. Після перебування у лісі, на річці у людини непомітно зникає підвищена збудливість, поліпшується сон, з'являються бадьорість і життєрадісний настрій. Під впливом сонячного опромінення підвищується тонус центральної нервової системи, поліпшується обмін речовин і склад крові, активізується діяльність залоз внутрішньої секреції. Особливо великий вплив оздоровчих сил природи спостерігається у дитячому і юнацькому віці.

Природа – це унікальне джерело емоційного та духовного виховання, і живе спілкування з природою сприяє формуванню мотивацій до здорового способу життя у молоді. Милування природними ландшафтами впливає на послаблення стресового стану, зближує підлітка із природним середовищем, залишає у його свідомості відчуття гармонії. І порушення цієї гармонії він сприймає як своєрідну хворобу. Підсвідомо, це відчуття екстраполюється і на власне здоров'я, що, в свою чергу стає мотивацією до здорового способу життя.

Живе спілкування з природою сприяє розвитку мотивацій до турботи про власне здоров'я, а туризм дозволяє практично втілювати їх в життя. Вивчення особливостей поведінки організму людини в процесі занять туризмом дозволяє учням та студентам вирішити питання раціонального харчування в поході, особистої і громадської гігієни, життєзабезпечення в походах з екстремальними умовами, пристосованості до гірських умов, утворення стійкої гіпоксії, акліматизації організму тощо.

Цінність туризму полягає в його різнобічному впливі на організм людини й студентської молоді тренувальними, відновлювальними навантаженнями, що дуже важливо для людей, праця яких має обмежену рухову активність. Туристичні походи дають змогу відновити працездатність і зміцнити здоров'я внаслідок дії

комплексу факторів: зміни обставин, впливу кліматичних умов, раціональної рухової активності. Залежно від ступеня фізичного навантаження, туризм може бути або засобом активного відпочинку, або тренувальним засобом. Водночас світ природи виконує по відношенню до людини ряд функцій таких як психотерапевтичну, реабілітаційну, естетичну, пізнавальну. Оздоровча функція туризму спрямована на використання природних об'єктів з метою позитивного впливу на організм особистості. Сучасні досягнення науки і техніки все більше позбавляють людину від фізичних навантажень в результаті чого різко зменшується рухома активність людей. Рухому недостатність треба ліквідувати штучно, за рахунок фізичних вправ. Найбільш доступними для всіх людей є гігієнічна гімнастика, прогулянка, екскурсія, походи. На відміну від усіх видів спорту, в туризмі фізичні навантаження, хоча і можуть бути в загальному високими, цілком посилені за рахунок того, що розподілені на багато годин та днів [2].

Основними формами туристично-краєзнавчої роботи з учнями є прогулянки, екскурсії, подорожі та походи, естафети, зльоти, експедиції.

Прогулянка – це найпростіша короткочасна форма туристичної роботи (пересування пішки, на лижах, велосипедах, човнах), яка доступна для широких мас, з метою оздоровлення та загартування організму, яка має елементи техніки туризму (подолання нескладних природних перешкод, елементи орієнтування на місцевості, елементи туристичного побуту). Туристичні прогулянки спрямовані на формування туристичних навичок, необхідних при підготовці спортивних походів.

Крім таких традиційних форм, як спортивний і краєзнавчий туризм, у сучасної молоді все більшої популярності набуває так званий екотуризм – туризм з екологічно значимим наповненням, специфічна форма діяльності людей, які у спілкуванні з природою вибудовують свої відносини з нею на основі взаємної вигоди, щоб людина отримала від такого спілкування певний фізичний, інтелектуальний та емоційний запас міцності і природа при цьому не постраждала.

Основними цілями екотуризму виступають екологічна освіта, вироблення етичних норм поведінки в природному середовищі,

відновлення духовних і фізичних сил людини, забезпечення повноцінного відпочинку в умовах природного середовища.

Похід – це форма включення людини в природне середовище пов'язана з активними способами пересування, автономністю існування туристської групи. Залежно від складності походи бувають одноденними (походи вихідного дня), багатоденними, категорійними.

У туристсько-краєзнавчій діяльності найчастіше організовують походи вихідного дня з метою активного відпочинку, вони мають спортивно-тренувальну спрямованість і актуальні для будь-якої пори року.

О.О. Любіцева підкреслює, що «туризм виступає засобом комунікації та саморозвитку, підвищення рівня освіти та загальної культури шляхом ознайомлення з культурою, побутом, традиціями та віруваннями, стилем життя інших народів, з культурною спадщиною людства та перлинами природи [4]. Під час подорожі «людина не просто споглядає світ, або використовує його, а захоплюється ним, милується та засвоює багатства природи і людської культури, перетворюючи набуті враження і знання на власні надбання особистої духовності».

Зробити своєрідні відкриття під час подорожей є метою колективів центрів туризму і краєзнавства учнівської молоді та станцій юних туристів України, завдяки яким дитячо-юнацький туризм залишається одним з найбільш популярних видів діяльності дітей та підлітків у позаурочний час. В Україні діє 104 центри туризму і краєзнавства учнівської молоді та станцій юних туристів які є базовими організаційно-методичними осередками розвитку дитячо-юнацького туризму. Серед них: Український державний центр туризму і краєзнавства учнівської молоді, 22 обласних, 48 міських, 32 районних. Останнім часом серед позашкільних навчальних закладів зростає мережа закладів туристсько-краєзнавчого профілю. Український державний центр туризму і краєзнавства, а також обласні центри виступають координаторами спортивно-туристської, краєзнавчої та патріотичної роботи.

Досвід роботи позашкільних закладів Хмельниччини та Хмельницького обласного центру туризму та краєзнавства учнівської молоді свідчить про те, що процесу формування гармонійної

особистості сприяють заняття в гуртках туристсько-краєзнавчого профілю, де поєднується теоретична і практична робота.

Учнівсько-студентський туризм у позашкільному закладі виконує ряд соціокультурних функцій таких як соціальна, пізнавальна, комунікативна, екологічна, оздоровча.

Та через пандемію COVID-19 школярі дуже обмежені у виборі відпочинку, оскільки поділ країни на карантинні зони суттєво обмежує кількість місць, що можуть відвідувати туристи. Крім того туристам слід дотримуватися санітарних норм, носити маски й користуватися санітайзерами. Існують обмеження й у кількості подорожуючих: якщо раніше могли подорожувати 50 осіб, то зараз склад групи має бути до 30 осіб, а автобус має бути заповненим не більш як на 50% (Хмельниччина знаходиться у помаранчевій карантинній зоні).

Отже, здоровий спосіб життя – це діяльність, активність особистості, групи людей, суспільства, що використовують надані їм можливості в інтересах здоров'я, гармонійного, фізичного та духовного розвитку людини. Проблема здоров'я учнів стає одним із пріоритетних напрямків розвитку сучасної системи освіти, мета якої – виховання і розвиток вільної життєлюбної особистості, збагаченої науковими знаннями про природу і людину, готової до творчої діяльності і моральної поведінки. Заняття учнівським туризмом є необхідною умовою всебічного розвитку, самовдосконалення та самореалізації сучасного школяра. Займаючись різними видами туризму, школярі та студенти мають змогу покращити стан свого здоров'я, дізнатися багато корисного, налагодити спілкування з однолітками та викладачами. Усе це уможливлює опанування нових умінь і навичок, що знадобляться як у навчанні, так і в дорослому житті сучасному громадянину.

Список використаних джерел та літератури:

1. Нечаєв В. Сучасні тенденції у розвитку фізкультурно-оздоровчих технологій / В. Нечаєв // Фізичне виховання, спорт і здоров'я людини. Вісник Кам'янець-Подільського нац. ун-ту ім. Івана Огієнка : зб. наук. пр. 2010. Вип. 3. С. 129–132.
2. Підлісна В. Принципи здорового способу життя студентської та учнівської молоді / В. Підлісна, М. Гуска // Фізичне

виховання, спорт і здоров'я людини. Вісник Кам'янець-Подільського нац. ун-ту ім. Івана Огієнка : зб. наук. пр. 2010. Вип. 3. С. 149–153.].

3. Дудорова Л.Ю. Формування готовності майбутніх вчителів до організації шкільного туризму (теоретико-методичний аспект) : [монографія] / Л.Ю. Дудорова. Вінниця : ТОВ "Нілан-ЛТД", 2014. 422 с.

4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) - К.: «Альтерпрес», 2002.

5. Ткаченко Ю. Від туризму до здоров'я. / Ю. Ткаченко // Здоров'я та фізична культура. 2006. - №26. С.5-7.

П. В. Ботновська,
учениця 5-Г класу

Науковий керівник: О. А. Юхимович,
учитель-методист, Відмінник освіти України
(м. Хмельницький)

ІНФОРМАЦІЙНЕ, ТРАНСПОРТНЕ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО- ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИЗМУ ПІД ЧАС ЕПІДЕМІЇ COVID 19

Карантин через коронавірус цього року зачинив людей у домівках. Серед перших, хто відчув це – туристична галузь. Спорожнілі міста, готелі, курорти. Без відвідувачів залишилися музеї та галереї.

Туристичні фірми несуть великі втрати. Втрати тільки туристичної галузі в Україні оцінюються у понад 1,5 млрд дол. США. Обмежувальні карантинні заходи вплинули як на індустрію відпочинку та подорожей, так і на супутні галузі – готельно-ресторанний бізнес, пасажирські перевезення, торгівлю, індустрію розваг та діяльність установ культури. Адже усі ці галузі разом покликані створювати туристу комфортні умови для відпочинку.

В умовах карантину велика відповідальність покладається на туристичні фірми, які мають не просто заохотити туристів до подорожей, а ще забезпечити їм безпечні умови. Туристичні компанії

повинні забезпечити доступною та достовірною інформацією щодо можливого обмеження подорожей та їх скасування в залежності від ступеня епідемічної загрози. Саме здоровий глузд має перемогти бажання туристичних фірм отримати прибутки. Крім того не слід забувати про необхідність дотримання соціальної дистанції під час подорожі, що полягає в заповненні автобуса на половину, розсаджування по одному пасажиру на сидінні, насіння маски впродовж усієї подорожі, наявність санітайзерів та достатньої кількості води та мила. Але не всі туристичні фірми мають власний транспорт. Здебільшого вони користуються послугами перевізників. Значить, відповідальність за дотримання санітарних умов ділиться між ними. Але ж і ризик порушення санітарних умов подвоюється.

Обов'язковим під час подорожі є контакт з екскурсоводом, що теж підвищує ризик зараження вірусом COVID 19.

Початок навчального року наш клас вирішив відзначити туристичною подорожжю. Ми не бачилися більш як півроку – з березня місяця, тому дуже заскучали за своїми однокласниками, спільними розмовами, спільними заняттями. Тому й маршрут для подорожі обирали такий, щоб якомога довше часу провести разом. А зробити це виявилось не просто. Багато цікавих місць Хмельниччини ми вже відвідали у початкових класах. Це і Маліївці, і Сатанів, і Меджибіж, і Самчики.

Тому ми вирішили відвідати Джуринський водоспад, що у Тернопільській області. Зупинитися по дорозі ми вирішили у місті Чортків. Та на туристичній фірмі нам сказали, що це місто відноситься до червоної карантинної зони, тож закрите для відвідування туристів. Можливо відвідаємо печеру Вертеба? На превеликий жаль це теж виявилось неможливим, оскільки екскурсоводи знаходяться на самоізоляції. Ми давно мріяли подивитися неповторні дерев'яні скульптури в Чагарах, але ...селище теж в червоній зоні. Рятівною для нас стала можливість полюбуватися неповторними та незабутніми Заліщиками.

Подорож розпочалася.... Та розпочалася вона з прикросців. На першій же санітарній зупинці на автозаправці автобус перевірів поліцейський патруль. І хоч всі учні класу та водій були в масках, а поліцейські ні, настрій від цієї зустрічі у нас трохи зіпсувався. Впродовж усієї подорожі ми декілька разів перетинали санітарні

пости, бо то заїзжали в червону зону, то виїзжали у помаранчеву, то потрапляли у жовту.

Та неповторні Заліщики зачарували нас! Місто-півострів! Унікальне мальовниче місто з трьох сторін огорнуте водами Дністра! Місто-курорт! Неймовірні краєвиди на Дністровський каньйон!

А далі такий же неповторний Червоноград та Джуринський водоспад! Неймовірної краси природа! Незабутні краєвиди! Чудові спогади!

До чого тут, запитаєте, карантин? А всі ця краса серед поля, лісу та води знаходиться у самісінькому центрі червоної карантинної зони. Але у цих місцях не було крім нас жодної людини! Чи виправдані такі обмеження? Не знаю. Чи мають нести втрати туристичні фірми, дотримуючись заборони відвідувати червону зону, не знаю. Думаю, що карантин має бути розумним. Хіба може бути зелена лісова зона та блакитна зона водойм червоною?

Задумуюсь, що б ми втратили, якби відмовилися від подорожі? Неповторні враження від краси Дністровського каньйону та прекрасного водоспаду, спілкування з друзями, відпочинку на природі... Навіть важко все перерахувати...

В умовах карантину, обмежень виїзду за кордон, заборони великих концертів та інших масових зібрань, подорожі на природу – це чи не єдина можливість духовно збагатитися, отримати задоволення від єднання з природою та спілкування з друзями... І треба обов'язково скористатися такою нагодою.

Тільки при цьому слід ретельно обирати надійну туристичну компанію, надійного та безпечного перевізника, відповідального екскурсовода та неповторну українську природу. А ще дотримуватися самим необхідних санітарних норм. Бо в наших руках не тільки наше особисте здоров'я, а ще здоров'я наших рідних та друзів. Ми всі маємо бути відповідальними і тоді нам відкриються всі кордони та зникнуть всі обмеження!

Світ – це книга, і той хто не подорожує, читає лише одну її сторінку! Давайте будемо читати цю книгу сторінка за сторінкою!

Список використаних джерел та літератури:

1. 3 14 вересня – нові зони карантину: перелік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.dtki.ua/society/community/64835>

2. Завдяки пандемії коронавірусу в Україні виграв внутрішній туризм – експерт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://suspilne.media/53033-zavdaki-epidemii-koronavirusu-v-ukraini-vigrav-vnutrisnij-turizm-ekspert/>

3. Коронавірус завдасть світовому туризму \$2,1 трлн збитків – дослідження. Журн. «Бізнес», 31 берез. 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://business.ua/news/9513-koronavirus-zavdast-svitovomu-turizmu-2-1-trln-zbitkiv-doslidzhennya>.

4. Уряд продовжив адаптивний карантин в Україні до 31 жовтня. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://covid19.gov.ua/karantynni-zakhody>.

В. О. Ваврічен,
учениця 10-Б класу
Науковий керівник: О. А. Юхимович,
учитель-методист; Відмінник освіти України
(м. Хмельницький)

ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ НА ХМЕЛЬНИЧЧИНІ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Сучасний період реформ та економічних перетворень у країні відзначається посиленням соціально-економічних проблем. Особливо гостро вони торкнулися українського села. Зменшення чисельності населення, зростання безробіття, масова заробітчанська міграція спонукають до розвитку галузей, які не вимагають великих фінансових вкладень. До них відноситься туризм, а особливо такий його вид, як сільський зелений туризм.

2020 рік не тільки не відзначився розвитком туризму, а й призвів до втрат через коронавірус та карантин у \$1,5 млрд (за інформацією кабінету міністрів України) [1].

Співзасновник і головний виконавчий директор американського сервісу бронювання житла Airbnb Inc. Брайан Чески вважає, що туризм ніколи не повернеться до того, яким він був до COVID-19, він вже не буде таким, як раніше. Він вважає, що в

майбутньому відпочивальники будуть триматися ближче до домівки, обмежуючи свої поїздки, при цьому ще більшої популярності набудуть національні парки.

В Україні сільський туризм як об'єкт дослідження розглядають передусім у контексті вирішення проблем розвитку сільських територій, сільських громад, зайнятості сільського населення. Це зумовлено необхідністю розвитку додаткових видів підприємницької діяльності в сільській місцевості, створення повноцінних умов оздоровлення й відпочинку жителів міст і мегаполісів. Теоретичні засади розвитку сільського зеленого туризму на території України дослідили вітчизняні вчені В. П. Васільєв, Ю. В. Зінко, Т. О. Коберніченко, М. Й. Рутинський та інші.

Зелений сільський туризм – це рекреаційні подорожі в сільську місцевість як реакція на тисняви та перенаселеність у містах. Це також один із видів малого бізнесу, який піднімає роль краєзнавства, створює життєве середовище, що наближене до природи. Зелений туризм у 2020 році іноді виглядав як варіант для карантинного усамітнення.

Сільський туризм може бути чистого і змішаного видів. Сільський туризм чистого виду передбачає надання туристичних послуг на базі приватного міні-готелю. У такому разі ця діяльність є основним джерелом доходів. Сільський туризм змішаного виду – це надання послуг гостинності із веденням особистого селянського (фермерського) господарства. У цьому випадку доходи від діяльності з надання гостинності відпочиваючим, як правило, будуть доповненням до основного доходу від сільськогосподарської або інших видів діяльності.

Сільський зелений туризм – явище багатостороннє. Один з його аспектів– соціальний. Сільський зелений туризм розглядається як один з засобів диверсифікації джерел прибутків сільського населення, як складова комплексного розвитку сільських територій та сільської інфраструктури та як один з факторів стратегії подолання бідності в сільській місцевості. Другий аспект полягає в отриманні додаткових можливостей для популяризації української культури, розповсюдження знань та інформації про історичні, природні, етнографічні особливості України, яка є основою для визнання

сільського туризму суспільно цінною та корисною сферою відносин, яка заслуговує на всебічну підтримку з боку держави.

Центральною фігурою в організації відпочинку на селі виступає сільська родина, яка мешкає в селі, здійснює основну діяльність, пов'язану з веденням особистого сільського господарства, а також побічну, – з використанням майна цього господарства для надання послуг у сфері сільського зеленого туризму, а саме: забезпечення відпочиваючих житлом, харчуванням, ознайомленням з місцевою культурою та традиціями. Таким чином головною рушійною силою бурхливого розвитку сільського зеленого туризму є швидко зростаючий попит не рекреацію на природі, визначається збільшенням невідповідності середовища проживання сучасної людини її фізіологічним і психологічним потребам. Збільшення попиту на сільський відпочинок зростає внаслідок зменшення тривалості робочого часу, збільшення кількості платних відпусток, зростання рівня освіти, розвитку транспортної мережі – залізничної, автодорожньої, повітряної та морського транспорту.

Фундаментом успішного процесу розвитку агротуристичного бізнесу у сільському зеленому туризмі є рекреаційні ресурси. Туристичні ресурси виступають передумовою виробництва конкурентного туристичного продукту.

Усі рекреаційно-туристичні ресурси поділяють на чотири складові: природні, історико-етнокультурні, соціально-економічні та інформаційні ресурси.

Природні агорекреаційні ресурси – це навколишнє середовище з мережею сільських поселень, наявними природними об'єктами, що мають рекреаційні властивості, та ареалами малозмінених людиною природних екосистем.

Історико-етнокультурні агорекреаційні ресурси – це об'єкти та явища матеріальної і духовної культури життєдіяльності етносу на території його історичного розвитку. До цього виду ресурсів належать пам'ятки історії, матеріальної етнокультури, продукція народних ремесел, сакральної архітектури, духовної етнокультури.

Соціально-економічні агорекреаційні ресурси – це історично сформована система сільського розселення, типи і розміри поселень, традиції народної забудови, традиції аграрної культури місцевого населення, соціальний клімат на селі.

Інформаційні агорекреаційні ресурси – це інформація про сільську територію, її історію, культуру, природу і людей, яку турист отримує в турфірмі чи через Інтернет.

Сільський зелений туризм – динамічний вид підсобної діяльності, який можна розглядати як додатковий щодо основної сільськогосподарської діяльності, тобто вид підприємницької діяльності, який дає селянам певні додаткові доходи, а також є способом підвищення зайнятості членів сільських родин.

Власником агрооселі можуть бути: фермер, селянин, який працює індивідуально на присадибній ділянці, селянин, який працює у сільськогосподарському підприємстві, а також інші мешканці села, зайняті у сфері обслуговування та соціальній сфері, тобто працівники сільради, пошти, вчителі, продавці тощо.

Розвитку сільського зеленого туризму в Україні сприяють такі фактори:

- зростаючий попит мешканців українських міст та іноземців на відпочинок у сільській місцевості;
- унікальна історико-етнографічна спадщина українських сіл;
- багаті рекреаційні ресурси;
- екологічна чистота сільської місцевості;
- відносно вільний сільський житловий фонд для прийому туристів;
- наявність вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів;
- традиційна гостинність господарів та доступна ціна за відпочинок;
- можливість надання комплексу додаткових послуг з екскурсій, риболовлі, збирання ягід і грибів, катання на конях тощо.

Перспективним висококонкурентним різновидом сільського зеленого туризму, поширеним у курортно-рекреаційних районах України, є побудова сільськими підприємцями житлових будівель готельного типу, призначених для надання населенню рекреаційних послуг у сільській місцевості.

На відміну від здачі сільськими господарями окремих кімнат у своїх оселях, цей вид сільського зеленого туризму є прогресивною формою малої підприємницької діяльності, що дає селянам основні

доходи та сприяє підвищенню рівня зайнятості, а отже, добробуту членів сільських громад.

Селяни, які бажають розпочати діяльність у сфері малого туристично-готельного підприємництва, та ті, які вже надають цього виду послуги відпочиваючим на базі своїх пансіонатів, мають усі підстави розраховувати на підтримку держави. Вона, насамперед, має зводитись до встановлення пільгових ставок оподаткування сільських підприємств.

Що пропонує Хмельниччина в сільському зеленому туризмі у 2020 році? На території Хмельницької області нараховується 56 агроосель. Найбільша їх кількість знаходиться у Кам'янець-Подільському, Новоушицькому, Чемеровецькому та Шепетівському районах. Наприклад, «Медова хата» в Кам'янець-Подільському районі розташована у затишному куточку в 6 кілометрах від міста, поруч — невеликий ліс. Лісова прохолода, домашній затишок, тиша та п'янке солодке повітря — приблизно так можна змалювати атмосферу та відчуття, що притаманні при відвідуванні садиби «Медова хата» [3].

У Новоушицькому районі в сфері зеленого туризму працюють 20 фізичних осіб, які надають туристичні послуги. Крім того діють база відпочинку «Батьківська хата» та база відпочинку Красилівського агрегатного заводу «Корді». На здоровий та змістовний відпочинок у сільському середовищі Кам'янець-Подільського району гостинно запрошує 31 приватна садиба.

У Головинцях на березі Південного Бугу 24-річний Олександр відкрив нетипову ферму. Він не просто вигодовує тварин, а й створив умови для туризму [4]. На території має два будиночки, пропонує прогулянки на конях, рибалку, катання на гойдалках тощо. А ще можна посидіти біля багаття, посмажити м'ясо. Є умови для ловлі риби. Пропонують у Меджибізькій громаді і прогулянки на конях. Вже зараз туристу з міста можна досліджувати саме ранчо. А незабаром на території ферми ще й облаштують чани. Планують і активні розваги на воді.

Однак організація сільського туризму в українських селах обмежується низкою обставин. Зокрема, до найнесприятливіших можна віднести наступні:

– наявну досі велику недовіру мешканців села до чужих, а отже, і до потенційних туристів;

- політично-економічну та екологічну нестабільність;
- низький рівень інфраструктури, господарські подвір'я в більшості випадків невимощені, відсутня централізована каналізація, в межах садиб не вистачає місця для організації активних видів відпочинку і «зелених» зон з доглянутим трав'яним покривом для, скажімо, змагання чи дитячих забав;
- санітарний стан питної води також незадовільний;
- будинки, призначені для туристів, мають переважно нетипову архітектуру, позбавлену сільських рис.

Сільське населення України здатне отримувати реальні доходи у сфері сільського туризму від таких видів діяльності, як облаштування туристичних маршрутів; облаштування й експлуатація стоянок для туристів; роботи гідами чи екскурсводами; транспортне обслуговування туристів; егерська діяльність (полювання, аматорське та спортивне рибальство); послуги з прокату туристичного спорядження; послуги з прийому туристів та їх ночівлі; кулінарні послуги для туристів; підготовка культурних програм.

Розвиток туризму в регіоні – це розвиток туристської індустрії даної території як складного комплексу міжгалузевих взаємовідносин. Щоб бути конкурентоспроможною туристська індустрія не може розвиватись стихійно. Вона потребує уважного та кваліфікованого управління.

3 березня 2020 р. через карантин всі агрооселі Хмельниччини припинили приймати туристів, після послаблення карантину відчинилися для відвідувачів тільки половина, причому в їх діяльності існує ряд карантинних обмежень. Часті перевірки відповідних органів, чи дотримуються на туристичних об'єктах всіх правил, яких потрібно, масковий режим, велика кількість санітаїзерів, завантаженість не більш як наполовину. Власники агроосель несуть великі матеріальні та моральні збитки. Не вистачає живого спілкування та дитячого щибету.

2020 рік в Україні проголошений Роком розвитку туризму в регіонах і на сільських територіях. Особливо в теперішніх умовах світової пандемії, пов'язаної з поширенням вірусу COVID-19, посилюються позиції внутрішнього туризму. Зокрема сільський зелений туризм та його різновиди набирають все більшої актуальності.

Період коронавірусу і карантину чітко показав, наскільки важливим є розвиток саме внутрішнього туризму... Ті садиби, поодинокі, які відкриваються і в нашому регіоні, розуміють, що наші туристи також вже є вибагливими: хочуть певного рівня сервісу, певного рівня інфраструктури, не тільки скуштувати, а ще й залишитися на ніч, можливо порибалити, зайнятися якимось дозвіллям. Додатково туристам слід запропонувати екскурсії, риболовлю, збирання ягід і грибів, катання на конях, прокат спорядження (бігових лиж для зими, палиць для походів, велосипедів, м'ячів, фрізбі тощо); майданчики для занять спортом чи мотузкові парки; майстер-класи (зараз це один з трендів активного відпочинку); екскурсії в музеї, сон на вуликах, зоокуточки зі свійськими тваринами; місцеві сувеніри; залучення туристів до фермерської діяльності тощо.

Отже, зелений туризм відкриває нові можливості. Краса сільських подільських пейзажів, близькість річок, озер, лісів, гір, відсутність стресів, здорове харчування добре впливають на людину, зміцнюють її і духовно, і фізично. Для популяризації подорожей Україною COVID-19 зробив більше, ніж всі українські уряди разом взяті. Українці нарешті почали подорожувати Україною, і це чудово. Зелений туризм – це прекрасна можливість повернутися до природи, до землі, до свого коріння, суті і стати самим собою. Цю можливість дарує нам наш багатий Подільський край!

Список використаних джерел та літератури:

1. Втрати туристичної галузі України через коронавірус можуть скласти \$1,5 млрд [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://hromadske.ua/posts/vtrati-turistichnoyi-galuzi-ukrayini-cherez-koronavirus-mozhut-sklasti-dollar15-mlrd-uryad>.
2. Матеріали Державного агентства України з туризму і курортів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://tourism.gov.ua/ua>.
3. Гловацька, В. В. Розвиток підприємництва в системі становлення сільського (зеленого) туризму: автореф. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук за спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / В. В. Гловацька. Житомир, 2008. 20 с.

4. Ферма у Головчинцях стала туристичною принадою [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://medzhybizka-gromada.gov.ua/news/1596128513>
5. Рутинський, М. Й. Сільський туризм / М. Й. Рутинський, Ю. В. Зінько. К.: Знання, 2008. 271 с.
6. Кравченко, Н. Роль сільського туризму в розвитку регіонів Полісся / Н. Кравченко. Ніжин, 2007. 250 с.
7. Медова хата [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.welcomkr.com.ua/index.php?Itemid>
8. Скрипник, Н. Я. Рекреаційна географія / Н. Я Скрипник, А. М. Сердюк. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 296 с.
9. Лизогуб, В. А. Можливості впливу сільського зеленого туризму на функціонування соціальної інфраструктури агропромислового комплексу / В. А. Лизогуб, О. В. Перов // Вісник юридичної академії України ім. Я. Мудрого. 2010. № 3. С. 64-68.
10. Ткаченко Ю. Від туризму до здоров'я. / Ю. Ткаченко // Здоров'я та фізична культура. 2006. №26. С.5-7.

Я. Д. Ваховський,
заступник директора ДІКЗ «Самчики»
(с. Самчики)

ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ДІКЗ «САМЧИКИ»

Основою розвитку туристичної індустрії в Україні є збереження та належне використання історико-культурних пам'яток, на базі яких створено музеї, національні та державні заповідники. Пріоритетним напрямком розвитку музейного менеджменту та туризму є панські садиби, адже інтерес до них виникає чи не найбільший.

Палацово-паркові ансамблі серед інших історико-культурних пам'яток України мають особливий статус, зумовлений їх унікальними історичними та культурними особливостями. Будучи чи не найбільшими за розмірами по - території в забудові населених

пунктів і, завдяки своїм масштабам, композиційними центрами багатьох міст та сіл України, палацово-паркові комплекси потребують окремих підходів у справі охорони та використання на сучасному етапі.

Значного розповсюдження набуває створення заповідників як місць комплексного збереження цінних пам'яток національного значення. Вони включають історичні комплекси, ансамблі, що становлять наукову, історичну, мистецьку цінність і охороняються державою та вилучаються з майже усіх видів господарського використання.

Однією з умов ефективного використання пам'ятки архітектурної спадщини – заповідник «Самчики», є створення сприятливих умов для розвитку туристичної інфраструктури із збереженням автентичності пам'ятки. Створення на базі Державного історико-культурного заповідника «Самчики», сприяло не лише збереженню та музеєфікації об'єкту, а й розкриття пам'ятки для широкого загалу туристів, науковців та краєзнавців, що цікавляться історією та архітектурою краю.

Однією з пріоритетних умов розвитку потужної туристичної індустрії та залучення значної кількості туристів є розуміння світогляду сучасного відвідувача. Поступово, але досить стрімко створюється тенденція до «сімейного туризму», набуває поширення розкриття туристичних об'єктів через призму малих містечок. Відомі та великі сформовані туристичні центри України (Кам'янець-Подільський, Львів, Київ та ін..) сприймаються наряду з малознайомими окремими пам'ятками національної культурної спадщини регіону.

Розвиток музейного менеджменту покликаний перш за все керувати туристичною політикою музейного закладу, адже головне завдання музею та заповідника – це дати можливість відвідувачам ознайомитися з культурним надбанням певного регіону та внести свій вклад (плата за вхідний квиток) у відновлення культурної спадщини.

Необхідність формування потужних музейних закладів та заповідників, які б реалізовували політику збереження і популяризації національної культурної спадщини, актуалізує проблему удосконалення підходів та засобів управління заповідниками та музеями не лише Хмельниччини, а й України.

Одна з сучасних рис розвитку музейної справи в світі – зміна стилю керівництва музеями з боку адміністративно-владних структур, що виражається у тенденції до децентралізації. Зважаючи на політичні, економічні та соціальні зміни, які відбулися в Україні, є актуальним введення в обіг поняття музейного менеджменту для позначення новітньої практики управління музейними закладами.

Складовим елементом музейного менеджменту є маркетинг, тобто дослідження споживчих смаків, формування попиту і задоволення потреб у сфері музейних та супутніх послуг. Досвід свідчить – в європейських країнах велика увага приділяється наявності у музеях кафе і ресторанів, магазинів сувенірів та іншої продукції, необхідної для задоволення потреб відвідувачів. На відміну від західних країн, в Україні недостатньо розвинені практики надання музеями супутніх послуг, що негативно відбивається на рівні їх відвідуваності. Завдання музейної маркетингової – підвищення популярності закладу, сприяння формуванню національної ідентичності через проведення лекцій, курсів, екскурсій іноземними мовами, створення пересувних виставок, музейні магазини тощо.

Дедалі гостріше постає питання формування навколо туристичного об'єкту певної інфраструктури, покликаної задовольнити як звичні потреби туристів, так і можливість запропонувати спецпропозиції. Кожна пам'ятка індивідуальна, з притаманними виключно для неї можливостями та властивостями, створює неповторний місцевий бренд. З розвитком продуманої PR-компанії, можливість «Розкрутити» об'єкт для туризму складає досить високий відсоток, але потрібно врахувати не лише пам'яткоохоронне законодавство, а й важливість не перетворити пам'ятку виключно на джерело прибутку, знехтувавши основним завданням музейного закладу.

Перенесення кращого досвіду західних країн в сфері музейного обслуговування на український туристичний ринок дасть можливість створити потужний центр регіональних туристичних послуг по обслуговуванню не лише вітчизняного, а й закордонного відвідувача. Недоліком українського музейного менеджменту є розпорошеність та місцева регіональність, зумовлена лише початком становлення даного напрямку.

Вживання музею у сьогодишніх умовах зумовлюється його здатністю до пошуку джерел додаткового позабюджетного фінансування. Проте, вітчизняні музеї, як бюджетні організації, мають обмежені можливості для ведення комерційної діяльності і заробляння коштів на власне утримання. Податкове законодавство не відкриває перед музеями реальних перспектив для переходу на ринкові моделі господарської діяльності. Існуюча практика бюджетного фінансування музеїв не створює стимулів для нарощування обсягу супутніх послуг.

Пошук потенційних «Донорів» і робота зі спонсорами (фандрейзинг) є одним із завдань музейного менеджменту. Проте, у вітчизняних музеях відсутні відділи, або фахівці, які спеціально займаються цим питанням.

Розвиток музейного маркетингу в Україні на регіональному рівні дасть можливість залучення додаткових коштів для підтримання та часткового відновлення пам'ятки. Відсутність стимулювання спонсорства і меценатства стримує процес залучення позабюджетних коштів на розвиток музейної справи. Для залучення додаткових ресурсів окремі музеї проводять на власній території презентації, вистави, концерти, фестивалі тощо. Однак такі масштабні акції можуть собі дозволити здебільше великі популярні туристичні об'єкти: Національний історико-архітектурний заповідник «Кам'янець», Держаний історико-культурний заповідник «Старий Луцьк», відділи Національного заповідника «Софія Київська», Державний історико-етнографічний заповідник «Переяслав», музей «Київська фортеця» тощо. На Хмельниччині існує три основних потужних історико-культурних об'єкти: Кам'янець-Подільський, Меджибіж та Самчики.

Садиба «Самчики» побудована на березі р. Случ на півдні історичної Волині побіля міста Старокостянтинів, заповідник «Самчики» це не тільки комплекс унікальних музеїв та поєднання двох стилів парку а й дух споконвічної старобутности. Щоб сформувати дієвий туристичний об'єкт замало лише самої пам'ятки, потрібно створити та максимально розвинути навколо об'єкту «обслуговуючу зону». Проаналізувавши особливості території ДІКЗ «Самчики» та охоронної зони, без значних фінансових затрат можливо впровадити наступні види туристичної індустрії:

- Видавнича діяльність (путівники, буклети, карта Самчик, календарі, вітальні листівки та ін.).

- Сувенірний магазин чи лавка (ексклюзивні сувеніри з логотипом заповідника чи написами).
- Заклад харчування (на правах оренди, невеличка кав'ярня з фірмовими тістечками, кавою та іншими стравами по-самчиківськи).
- Фото в одязі 18 – 19 ст.
- Різноманітні розваги (кінні прогулянки, водні прогулянки на човнах, стрільба з лука).
- Проведення на території палацового терену фестивалів, конференцій, презентацій, приватних урочистостей та ін.

На сучасному етапі інформаційні технології є невід'ємним компонентом музейного менеджменту. Більшість районних і обласних музеїв популяризують свою діяльність у соц. мережах та мають власні Web-сайти. Відповідно більшість українських музеїв, національна культурна спадщина є доступна для перегляду та сприйняття по всій планеті. Не вирішеною проблемою для музейних закладів залишається комп'ютеризація і автоматизація обліку музейних експонатів, оцифровування найбільш цінних пам'яток культури і мистецтва.

У вітчизняних ЗМІ та часописах, навіть таких як журнали «Музеї України», «Пам'ятки України», бюлетень «Український музей» публікують замало матеріалів, які присвячені музейним технологіям, новим формам роботи з відвідувачами, удосконаленню сучасного музейного та пам'яткоохоронного законодавства.

Не краще виглядає кадрова ситуація самих музейних установ. На заваді покращенню кадрового складу у вітчизняних музеях у порівнянні з багатьма іншими країнами є збереження колишньої радянської системи призначення керівних кадрів музейних закладів. В залежності від статусу (національний, державний, обласний, районний) музеї отримують різне фінансування і заробітну плату, що автоматично створює проблеми у залученні молодих фахівців у заклади без найвищого статусу національного. Директорів національних музеїв і заповідників призначає Міністерство культури та інформаційної політики України, а державних і комунальних: місцеві органи влади – міські та обласні департаменти культури. Зважаючи на інертність і консерватизм музейних працівників, на часі стоїть проблема призначення на керівні посади музеїв професійних управлінців, які б працювали над успішною реалізацією державної

музейної політики. Також важливою є проблема підбору наукових співробітників у невеликих населених пунктах. Відсутність спеціалістів у селах та містечках, де розміщуються музеї та заповідники призводить до зниження престижу даної пам'ятки. Досить часто дану посаду займає людина без належної профільної освіти, що створює негативну ситуацію в науково-дослідній роботі музейної установи.

Отже, підсумовуючи аналіз туристичної індустрії та музейного менеджменту бачимо, що державою не створені дієві законодавчі механізми для адаптації роботи музеїв в ринкових умовах, залученню позабюджетних ресурсів на їхній розвиток, активізації спонсорства і меценатства. Потребує удосконалення можливість залучення з боку музеїв позабюджетних ресурсів, які варто було б спрямувати на модернізацію музейних закладів.

Н. В. Голубова,
викладач
(м. Хмельницький)

ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ЕКСКУРСІЙ ХМЕЛЬНИЧЧИНОЮ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ГРОМАДЯН У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ

У статті досліджено сучасні тенденції та напрямки розвитку туризму в Хмельницькій області під час пандемії на COVID-19.

Туристична галузь, яка завжди була стабільним джерелом доходу, зараз переживає складний період своєї історії. Неможливість подорожувати була компенсована новими віртуальними сервісами: відвідування музеїв, виставок, концертів та спектаклів онлайн. Поширення набули онлайн-тури і онлайн-розваги. Інформатизація суспільства призвела до формування цифрової, віртуальної реальності зі специфічними соціальними, культурними, споживчими практиками, що багато в чому обумовило інноваційні процеси в сфері туризму.

Віртуальність стала найсуттєвішою характеристикою сучасної соціальної реальності. Інформаційні технології достатньо ефективно можуть замінити людині пряме спілкування з природними, історичними, архітектурними й іншими духовними і реальними об'єктами дійсності. Усі ці процеси зумовили виникнення нового виду туризму – віртуального.

Створення віртуального туристичного маршруту Хмельниччиною дозволить підвищити якість виконання організаційної, координаційної, інформаційно-комунікаційної, довідкової, інноваційної, науково-практичної та навчальної функцій, що забезпечуватиме розвиток туристичної індустрії Хмельницької області за рахунок просування туристичної продукції та інформування про туристичні можливості регіону. Віртуальні туривиконуватимуть роль реклами та слугуватимуть поштовхом для туриста до реального маршруту в майбутньому.

Пропонується рішення щодо збільшення зацікавленості громадян різних країн віртуально побувати на Хмельниччині, і в подальшому, після пандемії, приїхати сюди.

Abstract

The article examines current trends and directions of tourism development in Khmelnytsky region during the COVID-19 pandemic.

The tourism industry, which has always been a stable source of income, is now going through a difficult period in its history. The inability to travel was compensated by new virtual services: visiting museums, exhibitions, concerts and online performances. Online tours and online entertainment have become widespread. IT penetration into society has led to the formation of digital, virtual reality with specific social, cultural, consumer practices, which considerably led to innovative processes in the field of tourism.

Virtuality has become the most essential characteristic of modern social reality. Information technology can quite effectively replace human direct communication with natural, historical, architectural and other spiritual and real-life objects. All these processes led to the emergence of a new type of tourism - a virtual one.

Development of a virtual tourist route in Khmelnytsky region will improve the quality of organizational, coordination, information and communication, reference, innovation, scientific, practical and educational

functions, which will ensure the development of the tourism industry of Khmelnytsky region by promoting tourism products and informing potential travellers about tourism opportunities in the region. Virtual tours will play the role of advertising and stimulate the tourist to buy a real tour in the future.

This article proposes a solution to increase the interest of foreigners to visit the Khmelnytsky region online, and later, after the pandemic, to come here in person.

Ключові слова: *віртуальний тур, пандемія коронавірусу, розвиток туризму на Хмельниччині, туристичний імідж, віртуальні екскурсії для іноземців.*

Key words: *virtualtour, COVID-19 pandemic, tourismdevelopmentin Khmelnytskyregion, tourismimage, virtual excursions for foreigners.*

Хмельниччина, володіючи великим туристичним потенціалом, в даний час має порівняно нерозвинену туристичну інфраструктуру, що не дозволяє істотно збільшити розвиток як вітчизняного, так і іноземного туризму.

Таким чином, Хмельницька область повинна виходити на світовий ринок туризму, щоб залучати іноземних туристів та інвесторів.

Туристична сфера в усьому світі зазнає збитків внаслідок заходів щодо протидії пандемії COVID-19. Водночас, ситуацію, що склалася, слід розглядати не лише як проблему, але і як можливості для виведення туристичної сфери Хмельниччини на якісно новий рівень.

Зі стрімким розвитком інноваційно-інформаційних технологій та широким спектром їх застосування, зокрема в туристичній сфері, виникають нові аспекти у формуванні позитивного іміджу міста, області, туристичного регіону. Основним засобом на цьому шляху є створення й упровадження віртуальних турів, які здатні значно розширити коло потенційних споживачів турпродукту, роблячи доступними туристичні об'єкти для різних категорій населення, а також викликати неабиякий інтерес у потенційних інвесторів не лише туристичної сфери, а й інших галузей господарювання [2].

Віртуальний тур – інтерактивний засіб презентації, що становить сукупність кількох віртуальних панорам, що дозволяє користувачеві в буквальному сенсі пересуватись в обраному просторі і відчувати ефект присутності. Інтерактивні панорами представляють собою ряд зображень, знятих на ширококутний об'єктив послідовно один за одним і з'єднані разом. Вони є більш інформативним матеріалом, ніж статичні фотографії, залишаючи у віртуального гостя повну ілюзію присутності в приміщенні [1].

Сьогодні на базі інтерактивних панорам створюються екскурсії, тури, а також презентації окремих країн. Держави, прагнучи підвищити привабливість тих чи інших напрямків, створюють цілі віртуальні проекти, за допомогою яких просувають національний тур продукт і залучають до регіону туристський потік. Так, наприклад, колишній королівський палац, а в даний час найбільш відвідуваний в світі музей – «Лувр», при державній участі та підтримки спонсорів, в особі директора Жана-Люка Мартінеса, створив віртуальний тур по Лувру. Це, мабуть, один з найбільш просунутих віртуальних музеїв в світі, і чимось нагадує комп'ютерну 3D гру. Використовуючи віртуальний тур по Лувру можна отримувати повноцінну інформацію про всі експонати. Також, можна пильно і ретельно розглянути будь-яку картину. І, безумовно, проект додав ще один плюс до іміджу країни в цілому і Парижу зокрема [4].

Світова тенденція не обійшла стороною й Україну, де віртуальний туризм наразі набирає обертів. Досить доступною для різних категорій населення є інформація, розміщена в системі Інтернет у вигляді віртуальних екскурсій, віртуальних 3D-турів. Наприклад, проекти «Віртуальний Миколаїв» або «Віртуальний Львів» дають змогу користувачам подорожувати містом, докладно розглядаючи ті чи інші туристичні об'єкти. Такі проекти є вагомим засобом у створенні позитивного іміджу будь-якого українського міста. Більше того, здійснювати віртуальну подорож може кожен, хто має доступ до системи Інтернет [5].

Для формування віртуальних турів в усьому світі використовують найбільш атрактивні, значущі і визначні пам'ятки. Для успішного впровадження і розвитку віртуального туризму необхідне використання найвідоміших об'єктів, які виражають все

культурно-історичне, релігійне і природна спадщина регіону, а також можуть стати його «візитною карткою».

При створенні віртуального туру необхідно враховувати, що віртуальний туризм має ряд специфічних рис і різко відрізняється від традиційних форм подорожей.

Програма маршруту буде інтерактивною, а сам маршрут чітко фіксованим. Його користувачі не зможуть відхилитися від курсу і будуть обмежені наперед заданій траєкторії. Крім цього, аудиторія буде обмежена в сприйнятті. Якщо в реальній подорожі турист сприймає інформацію за допомогою всіх органів чуття: зір, слух, дотик, нюх, а також смакових органів, то у віртуальному турі спектр одержуваної інформації буде кілька звужений.

З усього сказаного можна зробити висновок, що віртуальний тур повинен бути побудований таким чином, щоб найбільш повно і глибоко відображати суть об'єкта, реалістично відтворювати дійсність, а також відтворювати атмосферу, навколишнє об'єкт.

При створенні віртуального туру для іноземних громадян, головною метою стане збільшення обсягу продажів і отримання додаткового прибутку. Завдання: стимулювання збуту, за допомогою впровадження нових технологій, залучення уваги до регіонального турпродукту і його реклама.

Далі проходить вибір головного об'єкта. Пам'ятки, відображені в віртуальному турі, повинні бути впізнаваними, досить атрактивними і, що найголовніше, повинні бути цікаві цільовій аудиторії.

Для відбору найбільш вдалих об'єктів для створення віртуального туру було проведено огляд основних визначних пам'яток Хмельницької області.

Список пам'яток – потенційних об'єктів для створення віртуальних турів досить широкий. В Хмельницькій області існує безліч музеїв і пам'яників, які можна використовувати в інтерактивних екскурсіях. Але головним об'єктом для створення віртуальної екскурсії вважається заповідник «Подільські Товтри» [3].

Після визначення головного об'єкта туру, був складений план маршруту і його тривалість.

Отже, маршрут по заповіднику "Подільські Товтри", відповідно до таблиці 1, складається з 5 панорам. Маршрут пролягає через весь заповідник, охоплюючи велику територію і демонструючи

всі основні визначні пам'ятки. Загальна тривалість віртуального туру складає 17 хвилин.

Таблиця 1

Маршрут віртуального туру по заповіднику "Подільські Товтри"

№	Опис	Тривалість
1	Бакотська затока. Загальний план Бакотської затоки. На панорамі зображена долина Дністровського водосховища. Панорама прокручується на 360 градусів і повертається в початкове положення. Далі з'являється активна зона, при натисканні на яку, користувачі переносяться до скельного монастиря.	5 хвилин.
2	Смотрицький каньйон. Панорама прокручується на 280 градусів, відкриваючи вид на Польську і Руську брами та передмістя Карсавари потім на 90 градусів вгору, показуючи чисте блакитне небо. На завершення повертається в початкове положення. З'являється активна зона, при натисканні на яку користувачі переносяться на оглядовий майданчик, з якого добре видно сам каньйон і Старе місто.	5 хвилин
3	Китайгородське відслонення. Панорама прокручується на 360 градусів. Віртуальні туристи можуть побачити повний розріз силурійських відкладів третього та четвертого періодів палеозойської ери.	2 хвилини
4	Печера "Атлантида". Наступна панорама демонструє користувачам неймовірно красиву "Партизанську галерею", яка складається з чорного марганцю.	3 хвилини
5	Совий яр, який тутешні жителі називають "маленькою Швейцарією". Панорама прокручується на 180 градусів, після чого з'являється активна зона, яка відкриває вид на гірськоподібну річку Студеницю.	2 хвилини

Таким чином, було створено віртуальний тур, були розроблені унікальні маршрути, який допоможе зконструювати позитивний

туристичний імідж Хмельниччини та привабити іноземних туристів у наш край.

Даний проект дає змогу користувачу подорожувати містом, докладно розглядаючи ті чи інші туристичні об'єкти.

У Хмельницькій області є дуже багато природних ландшафтів, які варто відвідати, але багато про них не знають. Слід широко розрекламувати такі місця, створивши книги, брошури, спеціальні веб-сайти та віртуальні тури задля ознайомлення іноземців з принадами нашого краю.

Список використаних джерел та літератури:

1. Божко Л.Д. Віртуальний туризм: нові віяння часу. Культура України. 2015. Вип. 49. С. 151-161.
2. Харчевнікова Л.С. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Україні / Л.С. Харчевнікова URL: <http://dSPACE.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/1073/1/24.pdf>
3. 7 Природних чудес України URL: <https://www.npptovtry.org.ua/>
4. Віртуальний тур українськими музеями просто неба URL: museums.authenticukraine.com.ua/ua/
5. Всесвітня туристична організація URL: www.unwto.org.

Л. І. Гула,

*кандидат філологічних наук
(с. Ступчинці)*

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЩОДО ОХОРОНИ ПАМ'ЯТОК АРХІТЕКТУРИ МІСТА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

На території України знаходиться велика кількість об'єктів культурної спадщини. Культурна спадщина – це фундамент, на якому сьогодні стоїть національна культура, що включає пам'ятки історії, архітектури, монументального мистецтва, археології, садово-паркового мистецтва та ландшафтів. Ретельно збережена й належним чином представлена культурна спадщина – невмируще джерело зростання і духовного розвитку українського народу, національної

самосвідомості. Ефективне збереження, відновлення та відповідне використання культурної спадщини Хмельницької області потребує не лише наукового підходу, а й людського фактору розуміння поставленої проблеми.

Хмельницька область знаходиться на третьому місці в Україні за кількістю пам'яток архітектури національного значення, включаючи замки, палаци, поодинокі пам'ятки та цілі комплекси. До Списку історичних населених місць України входять 24 населених пункти Хмельниччини. Проте, особливу увагу варто зупинити на збереженні та належному використанні архітектурної спадщини міста Хмельницького.

Період 80-х років ХІХ ст. – поч. ХХ ст. став часом найбільшого злету тогочасного Проскурова у економічному та культурному житті за попередні роки. Частку загальноміського населення у другій пол. ХІХ ст. становили представники заможного класу – дворяни, купці, промисловці, які мали фінансову змогу купувати собі земельні ділянки та зводити на них окремі власні особняки. Саме цей тип споруд став основним елементом у забудові певних кварталів та вулиць. Основним престижним місцем спорудження особняків у Проскурові наприкінці ХІХ – початку ХХ ст. були квартали на південь від центральної вулиці – Олександрівської (нині – Проскурівська). Інтенсивне будівництво особняків відбувалося на вулицях Комерційній (нині – Грушевського), Старобульварній (нині – Гагаріна) та Дворянській (нині – Володимирська).

Міські садиби-маєтки, були характерні для багатьох губернських і повітових міст, як правило, складались з окремого житлового будинку – особняку, «служб» (флігель для обслуги, господарські будівлі), невеликого саду. Вони різноманітні за своєю стилістикою, художністю, монументальністю та якістю будівлі. Кожна з них демонструє художню творчість архітекторів, сумлінність будівельників, які базувались на фінансовій спроможності замовників. Відповідно, всі процеси в економіці, містецькому житті та соціальному розвитку міста відобразилися у цих спорудах [1].

У місті Хмельницькому на сьогодні під охороною перебуває понад 120 пам'яток та об'єктів містобудування й архітектури місцевого значення. Серед них 26 репрезентують саме міську садибну забудову. Стан та пристосування таких об'єктів культурної спадщини

різний – від офісних приміщень до кафе та ресторанів. Невідповідне використання таких об'єктів призводить до руйнації, а пізніше і повної втрати архітектурної спадщини міста.

Внаслідок історичних подій, руйнівних сил часу, знецінення об'єктів у певні періоди, а також через перебудови, переобладнання під відповідні установи, організації тощо, збережені архітектурні пам'ятки міста змінили свої функції та первісний вигляд. Саме проблема збереження, передачі культурної спадщини наступним поколінням ставить перед науковцями та користувачами завдання забезпечення життєздатності історичному середовищу.

З кожним роком проблеми збереження національної культурної спадщини набувають все більшого значення. Свідченням того є подальше вдосконалення нормативної бази пам'ятко-охоронної діяльності, зокрема базового Закону України «Про охорону культурної спадщини», суттєві доповнення до якого з'явилися у 2010 році у вигляді нового закону, розгляд питання про невідкладні завдання у сфері збереження та охорони культурної спадщини в Україні на засіданні Громадської гуманітарної ради при Президентові України.

На території Хмельницької області контроль за дотриманням пам'ятко-охоронного законодавства та охорони культурної спадщини здійснює управління культури, туризму і курортів облдержадміністрації – уповноважений орган з питань охорони культурної спадщини.

Основною проблемою залишається і виготовлення пам'ятко-охоронної облікової документації на пам'ятки архітектури. На сьогодні жоден об'єкт архітектурної спадщини міста такої документації не має [1].

В останні роки обсяг фінансування щодо збереження архітектурних пам'яток практично відсутній. Значна кількість пам'яток та об'єктів культурної спадщини міста потребує ремонту та проведення реставраційних робіт. Досить гостро стоїть питання протиаварійних, консерваційних, реставраційних робіт на пам'ятках, об'єктах архітектури та містобудування. Для вирішення цих проблем подальшого вдосконалення потребують система обліку, використання, консервації, реставрації, музеєфікації об'єктів культурної спадщини, контролю за виконанням власниками, уповноваженими ними

органами, користувачами зобов'язань щодо утримання пам'яток та об'єктів у належному стані та підписання охоронних договорів.

На сьогодні основними завданнями в галузі охорони архітектурної спадщини міста Хмельницького є:

- забезпечення державного обліку та контролю за збереженням і використанням об'єктів культурної спадщини;
- проведення на сучасному інформаційному рівні паспортизації об'єктів культурної спадщини;
- сприяння залученню інвестицій у діяльність щодо збереження, реставрації, реабілітації і використання пам'яток та об'єктів;
- укладання охоронних договорів між органом охорони культурної спадщини та власниками і користувачами пам'яток;
- сприяння залученню об'єктів культурної спадщини до національних та світових туристичних маршрутів.

Проте, п'ятнадцять пам'яток архітектури Хмельниччини можуть включити до державної програми «Велике будівництво», в рамках якої планується відновлення сотні культурних об'єктів України [3].

Фахівці відділу з питань культури, мистецтва, охорони культурної спадщини та туризму області, охорони пам'яток Хмельницького обласного науково-методичного центру культури і мистецтв та відділу наукової та культурно-освітньої діяльності НІАЗ «Кам'янець» опрацювали перелік та внесли до нього об'єкти історико-архітектурної спадщини Хмельницької області, що потребують першочергового здійснення протиаварійних, ремонтно-реставраційних та консерваційних робіт.

Зокрема, до цього переліку увійшли:

- Садиба Сангушків у місті Ізяславі (складові: Палац, Дворик з аркадами, Місток, Костьол місіонерів, XVII-XVIII ст.).
- Замок (Скарбниця) у місті Ізяславі (уточнене датування XVI ст. – поч. XIX ст.).
- Кафедральний костьол (Костел Іоанна Хрестителя) у місті Ізяславі, XVI ст.
- Церква-фортеця у селі Сутківці Ярмолинецького району (XV – XVI ст. (уточнене датування XIII ст. – друга половина XVIII ст.)).

- Замок XIV – XVII ст. у селі Сутківці Ярмолинецького району.
 - Замок XV – XVIII ст. у смт Сатанів Городоцького району.
 - Замок XVI ст. у селі Жванець Кам'янець-Подільського району.
 - Садиба Патона у с. Хребтіїв Новоушицького району, XVIII ст. – перша половина XIX ст.
 - Вежа-каплиця аріанська (соцініанська) у селі Тихомель Білогірського району.
 - Флігель палацу у смт. Антоніні Красилівського району.
 - Комплекс споруд замку (руїни) у селі Чернокозинці Кам'янець-Подільського району, друга половина XV – XVI ст.
 - Комплекс споруд замку (руїни) у селі Панівці Кам'янець-Подільського району середина XV – XVI ст., 1770 р.
 - Комплекс споруд Польської брами XV – XVI ст. на вул. Руська, 26.
 - Пам'ятка архітектури національного значення, охор. № 727.
 - Руська брама з баштами та укріпленнями, XV – XVIII ст., на вул. Руська, 93.
 - Кушнірська башта XVI ст. на вул. Старопоштовий узвіз, 1.
- Наразі в області сподіваються, що отримають фінансування на усі 15 об'єктів, які визначені фахівцями [2, 3].

Сьогодні йде активне обговорення та прийняття Загальнодержавної програми охорони культурної спадщини на 2012 – 2022 роки, яка дозволить забезпечити охорону та сучасний стан збереження об'єктів історико-культурного надбання. Програма передбачатиме комплексне вирішення актуальних проблем збереження культурної спадщини України, забезпечення його ефективної взаємодії з державними та громадськими інститутами, що провадитиметься в рамках програми. Об'єднання ресурсів держави, місцевих громад, громадських організацій, наукових і архівних установ дозволить забезпечити ґрунтовне дослідження, збереження та ефективне використання об'єктів культурної спадщини, популяризацію історичних і культурних надбань, виховання шанобливого відношення до культурної спадщини.

Отже, об'єкти культурної спадщини, мають важливе значення для збереження середовища історичної забудови м. Хмельницького. Трагічні події ХХ ст. – громадянська та Друга світова війни,

тоталітарне правління більшовиків – завдали непоправної шкоди не тільки справі вивчення здобутків зодчества межі XIX та XX ст. а й збереженню цих пам'яток. У наш час, коли місто зазнає досить інтенсивної реконструкції, особливо його центральних районів, варто звернути увагу на численні пам'ятки архітектури, які опинилися у центрі будівельних робіт, оскільки збереження усіх надбань української культури історичної давнини залишається важливим питанням сьогодення.

Список використаних джерел та літератури:

1. Актуальні проблеми щодо охорони пам'яток архітектури міста Хмельницького. Режим доступу: <http://dunrda.gov.ua/ehdiniij-den-informuvannya/aktualni-problemi-shhodo-okhoroni-pam%e2%80%99yatok-arkhitekturi-mista-khmelnickogo/>
2. Півтора десятка пам'яток архітектури Хмельниччини можуть відновити за державний кошт. Режим доступу: https://ye.ua/kultura/50046_Pivtora_desyatka_pam_yatok_arhitekturi_Hmelnichchini_mozhut_vidnoviti_zhdezavniy_kosht.html
3. Хмельниччина: До «Великого будівництва» ввійдуть пам'ятки архітектури. *Голос України*. № 173 7(430). Київ, 2020.

О. Е. Каштанова,
учитель вищої категорії
(с. Ступчинці)

ФОРМУВАННЯ ВСЕБІЧНОЇ ОСОБИСТОСТІ ЗДОБУВАЧА ОСВІТИ ЗАСОБАМИ ТУРИЗМУ І КРАЄЗНАВСТВА У СТУФЧИНЕЦЬКІЙ ЗОШ І-ІІІ СТУПЕНІВ

Туристсько-краєзнавча діяльність є вагомими чинником формування в учнів почуття любові до свого села, міста, рідного краю, батьківського дому, родини, предків, духовних і культурних надбань свого народу, усвідомлення приналежності до українського народу. Тому значну увагу слід приділяти вивченню кожним учнем свого

родоводу, традицій і звичаїв родини, краю, написанню історії сім'ї, свого села, міста, краю. У процесі аналізу цієї теми з'ясовано, що ефективною формою пізнання школярами свого краю є туристсько-краєзнавчі гуртки («Мій рідний край», «Пізнай свій край», «Історичне краєзнавство», та ін.), туристські походи, походи вихідного дня, одно та багатоденні подорожі, експедиції, тощо.

Вихованці Стуфчинецької ЗОШ активно долучаються до екскурсій, подорожей широко використовують такі форми роботи, як зустрічі старшокласників з видатними постатями краю, представниками мистецтва, майстрами, народними умільцями, відвідування народних свят, ярмарок та інше. Такі форми роботи сприяють кращому пізнанню вихованців історії свого народу, краю, країни, традицій, розширенню кругозору, збагаченню новими знаннями про духовні і культурні надбання.

Оскільки, Стуфчинецька ЗОШ – це школа патріотичного виховання, то відповідно туристсько-краєзнавчої роботи насичена змістом патріотичного спрямування, що стимулює емоційно-ціннісну сферу старшокласників і сприяє формуванню у них почуття захоплення, любові до свого народу, краю, Батьківщини, поваги і причетності до духовних і культурних надбань, тобто сприяє досягненню мети патріотичного виховання.

Виховний вплив екскурсій, зустрічей, пізнання і безпосередньої участі у народних традиціях і святах полягає ще й у тому, що здобувач освіти не тільки пізнає історію і культуру свого краю, народу, але й відчуває свою причетність до неї.

Проте, розпочавши 2020/2021 навчальний рік в умовах карантину, наразі ми можемо лише мріяти про мандрівки з рюкзаками та нові місця.

Ймовірно, багато світових пам'яток довгий час будуть закриті для відвідувачів. Але якщо ми не можемо помандрувати ногами – зробимо це хоча б очима! Під час карантину чимало туристичних місць по всьому світі можна відвідати онлайн. Пропонуємо традиційні відео-екскурсії, інші – трансляції у реальному часі.

Інтернет в умовах карантину – це майже телепорт. Сьогодні не виходячи з дому, можна потрапити до музею, відвідати виставку або подивитися виставу [1].

Введений карантин вніс свої корективи в життя багатьох. Особливо складно усидіти на місці тим, хто веде активний спосіб життя і звик щодня пізнавати щось нове.

Результати наукових досліджень і практики туристсько-краєзнавчої роботи свідчать, що вона передбачає різні рівні за ступенем складності види і форми діяльності – від простого споглядання, пізнання і засвоєння знань до пошуку, систематизації, узагальнення і осмислення нових. Закономірно, що різні види і форми туристсько-краєзнавчої роботи, направлені на вивчення і розуміння історії свого народу, процес формування державності, його культуру, духовність, сучасну соціально-економічну ситуацію, здобутки і надбання. Тому після «проходження етапу пізнання знань» логічно здійснити перехід до етапу «пошуку нових знань і їх осмислення».

Власне на основі таких міркувань ми дійшли висновку про доцільність упровадження у туристсько-краєзнавчу роботу загальноосвітніх навчальних закладів завдань пошуково-дослідної і суспільно-значимої діяльності, направленої на поглиблення і розширення їх знань про історію і сучасність українського народу і України і формування готовності працювати на їх благо.

У процесі туристсько-краєзнавчої діяльності доцільно будувати роботу таким чином, щоб старшокласники не тільки глибше пізнавали історію свого народу, краю, країни, їх минуле і сучасність; але й вчилися аналізувати, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки, шукати істину, цінності життя, пізнавати себе у цьому процесі, окреслювати способи своєї життєвої і професійної самореалізації у контексті майбутнього свого народу і своєї Батьківщини. Тому у процесі туристсько-краєзнавчої діяльності доцільно залучати вихованців школи до вирішення пошуково-пізнавальних і пошуково-дослідних завдань, що передбачають вивчення історії родини, села, краю; життя і діяльності земляків і видатних постатей краю (країни); історії і сучасного стану духовних і культурних надбань (історичних будівель, пам'яток архітектури, скульптури, живопису, народних ремесел); сучасного стану фауни і флори краю, актуальних соціально-економічних проблем.

З метою вирішення цих складних завдань, у гуртках туристсько-краєзнавчого спрямування були впроваджені доручення –

«посади» консультантів (наприклад, консультант з історії краю різних періодів: періоду Великої Вітчизняної Війни, сучасної України тощо).

Метою є ознайомлення дітей з початками похідного та змагального туризму, краєзнавчої роботи, формування базових компетентностей особистості засобами туризму і краєзнавства [2].

Основні завдання полягають у формуванні таких компетентностей:

навчально-пізнавальна компетентність:

– уміння знаходити необхідну інформацію з теми, спостерігати за навколишнім середовищем, знайомитися з пам'ятками історії і культури, формувати особистісне ставлення до досліджуваного матеріалу;

практична компетентність:

– уміння орієнтуватися на місцевості за допомогою карти та компасу, встановлювати намети, в'язати туристські вузли, розпалювати вогнища, укласти рюкзак, готувати страви в похідних умовах на вогнищі, долати елементарні природні перешкоди, дотримуватися основних правил техніки безпеки в туристських подорожах та під час змагань;

творча компетентність:

– набуття досвіду по складанню опису маршруту 1–2 денного походу, участь в екскурсіях, експедиціях, акціях;

соціальна компетентність:

– здатність до співробітництва, культура спілкування, свідоме ставлення до власної безпеки та безпеки оточення, формування позитивних якостей (самостійність, працелюбність, ініціативність, відповідальність), вміння працювати в колективі

Краєзнавчий матеріал, що зібраний в шкільному музеї «Військової слави» доцільно використовується на уроках історії, літератури, при проведенні багатьох позашкільних заходів, наприклад Участь вихованців у пошуково-дослідній діяльності сприяє формуванню творчого ставлення до діяльності, здатності взаємодіяти з державними і громадськими структурами конкретного соціуму для вирішення наявних у ньому проблем та ліквідації причин їх виникнення, формуванню вмінь розробляти і втілювати рекомендації щодо вирішення певних проблем.

Саме тому упровадження елементів пошуково-дослідної роботи, направленої на поглиблення і розширення знань учнів про історію і сучасність народу і країни розглядається нами як важлива умова удосконалення їх патріотичного виховання засобами туристсько-краєзнавчої діяльності.

У процесі дослідження ми виходили з міркувань, що майбутнім громадянам країни важливо вміти компетентно аналізувати матеріали, що стосуються гострих екологічних, соціальних і економічних проблем, привертати до них увагу громадськості, мати власну думку щодо можливих способів їх вирішення, вміти пропагувати свої погляди, переконання й ідеї. Для цього у процесі дослідно-експериментальної роботи особливу увагу було звернено на оволодіння старшокласниками різноманітними оціночними і діагностичними методиками і підходами, наприклад, «оцінювати потреби суспільства», «оцінювати ефективність конкретних соціальних проєктів і програм», «здійснювати моніторинг, діагностику ситуації», що дозволяє краще усвідомлювати найбільш важливі соціально-економічні проблеми села, мікрорайону, попереджувати їх виникнення, використовувати ефективні способи допомоги і підтримки.

Як свідчать результати спостереження, для учнів важливе значення має серйозне ставлення оточення до здійснюваної ними роботи і створення ситуації «визнання оточенням» проведеної роботи.

Ми будемо правову державу, громадянське суспільство, тому в дітей необхідно виховати певні суспільні цінності. Випускник нашої школи є здатним до самовизначення й самореалізації.

Отже, завдяки реалізації гурткової роботи в учнів формуються активна громадська позиція і почуття відповідальності, тому вони зможуть розв'язувати ті проблеми, з якими зіткнуться вже зараз, і тих, з якими зустрінуться після закінчення школи. Проєкт дає молодій людині алгоритм поведінки в громадянському суспільстві. Завдяки цій педагогічній технології учні здобудуть теоретичні знання, практичні навички, виховуватимуться як громадяни.

Список використаних джерел та літератури:

1. <https://www.unian.ua/tourism/lifehacking/10922969-top-10-naykrashchih-virtualnih-ekskursiy-v-ukrajini.html>

2. vasylkivschool8.edukit.kiev.ua/vipusknikam/pozaklasna_robota/gurtok_sportivnij_turizm/

3. Формування всебічної особистості школяра засобами туризму і краєзнавства в сільській та гірській місцевостях Івано-Франківщини. *Гірська школа Українських Карпат*. 2013. № 10. С. 189-193.

Л. Г. Квасній,

кандидат економічних наук, доцент

(м. Дрогобич)

О. Я. Щербан,

кандидат економічних наук

(м. Львів)

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ТА АНАЛІЗУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

INFORMATION PROVISION OF EVALUATION AND ANALYSIS OF INVESTMENT TOURISM DEVELOPMENT

У статті розглянуто термінологічний зміст поняття інформаційного забезпечення оцінки та аналізу розвитку туризму. Обґрунтовано фактори впливу на розвиток туризму в окремо взятому регіоні. Проаналізовано джерела інформаційного забезпечення регіональної політики розвитку туризму. Обґрунтовано важливість чотирьох стратегічних цілей розвитку Хмельницької області, представлених у Державній стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року. Доведено роль інформаційного забезпечення оцінки та розвитку туризму в окремому регіоні. Основою інформаційного забезпечення регіональної політики розвитку туризму є показники, які характеризують потенціал цього розвитку та рівень його використання.

Доведено, що з метою диверсифікації структури економіки області та покращення діяльності економічних суб'єктів необхідним є розвиток промислового потенціалу регіону. Такий розвиток

передбачає збільшення частки високотехнологічних видів діяльності в обсягах промислового виробництва та експорту, задоволення потреб внутрішнього ринку у продукції власного виробництва, зростання зайнятості, що може призвести до підвищення добробуту населення. На нашу думку, цього можна досягти на основі провадження інноваційної діяльності в перспективних сферах економіки, створення науково-інноваційно-виробничих кластерів у високотехнологічних галузях на базі комерціалізації власних наукових розробок з використанням незадіяних виробничих потужностей та можливостей використання потенційних туристичних ресурсів. Акцентовано увагу на тому, що інвестиційні продукти призначені для формування позитивного іміджу області шляхом пропаганди та «реклами» конкурентних переваг регіону, його економічного потенціалу та інвестиційних можливостей. Досліджено організацію, джерела формування та інструменти інформаційного забезпечення розвитку туризму в регіоні, у тому числі з метою розробки та реалізації регіональної політики розвитку туризму.

Обґрунтована практика використання інформаційних технологій для посилення зв'язків з громадськістю в органах місцевого самоврядування м. Дрогобича. За прикладом м. Дрогобича запропоновано створення та використання інформаційної платформи Смарт-Сіті в межах реалізації концепції «Держава в смартфоні».

Ключові слова: туризм, розвиток туризму, інформаційне забезпечення, регіон, регіональна політика, джерела інформаційного забезпечення, рекреаційно-туристичний потенціал, ІТ-спеціалісти, інформаційна платформа Смарт-Сіті, концепція «Держава в смартфоні».

Abstract. The terminological content of the concept of information support of assessment and analysis of tourism development is considered in the article. Factors influencing the development of tourism in a particular region are substantiated. The sources of information support of the regional policy of tourism development are analyzed. The importance of four strategic development goals of Khmelnytsky region, presented in the State Strategy of Regional Development for the period up to 2020, is substantiated. The role of information support for the assessment and development of tourism in a particular region is proved.

The basis of information support of the regional tourism development policy are indicators that characterize the potential of this development and the level of its use. It is proved that in order to diversify the structure of the region's economy and improve the activity of economic entities, it is necessary to develop the industrial potential of the region. This development involves increasing the share of high-tech activities in industrial production and exports, meeting the needs of the domestic market in domestic production, increasing employment, which can lead to increased welfare.

In our opinion, this can be achieved on the basis of innovation in promising areas of the economy, the creation of research, innovation and production clusters in high technological industries on the basis of commercialization of own scientific developments with use of unused production capacities and possibilities of use of potential tourist resources. Emphasis is placed on the fact that investment products are designed to form a positive image of the region by promoting and "advertising" the competitive advantages of the region, its economic potential and investment opportunities.

The organization, sources of formation and tools of information support of tourism development in the region are studied, including for the purpose of development and realization of regional policy of tourism development.

The practice of using information technologies to strengthen public relations in the local governments of Drohobych is substantiated. Following the example of Drohobych, the creation and use of the Smart City information platform within the implementation of the concept of "State in a smartphone" is proposed.

Key words: *tourism, tourism development, information support, region, regional policy, sources of information support, recreational and tourist potential, IT specialists, Smart City information platform, the concept of "State in a smartphone"*

Вітчизняна практика показує, що для розвитку сучасного суспільства характерними є тенденції наростаючої глобалізації на фоні зближення та взаємопроникнення національних культур та способу життя населення тієї чи іншої громади або регіону в цілому. Такі риси формуються на основі прагнення кожного етносу,

національності зберегти свою самобутність, культурно-історичні традиції і тим самим – зберегти себе та зацікавити інших до своєї історії та культури. На фоні таких процесів саме час активно розвивати туризм в Україні і в окремих її регіонах.

Стратегія регіонального розвитку Хмельницької області на 2011–2020 роки спрямована на забезпечення комплексного та збалансованого соціально-економічного розвитку регіону на основі інноваційного підходу і знань, становлення Хмельниччини як динамічно розвиваючої та приємної для проживання частини України через досягнення чотирьох стратегічних цілей розвитку, які за змістовним наповненням відповідають цілям, визначеним у Державній стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року. У Стратегії визначено 4 стратегічні цілі:

1. Диверсифікація структури економіки області та покращення діяльності економічних акторів.
2. Реалізація туристичного потенціалу регіону.
3. Розвиток сільських територій та територій навколо міст регіону.
4. Забезпечення росту регіонального потенціалу (вирішення наскрізних проблеми).

Тому особливої уваги потребує належне інформаційне забезпечення оцінки та аналізу розвитку туризму в кожному окремому регіоні чи туристичній території регіону.

Під *інформаційним забезпеченням* оцінки та аналізу розвитку туризму розуміємо комплекс різноманітних видів етнокультурної, соціальної, природно-географічної, економічної інформації, що характеризує цей розвиток, інструменти збору відповідних первинних даних, їх систематизації, обробки, збереження, пошуку, актуалізації і поширення. Результати аналізу і систематизації джерел формування інформаційного забезпечення розвитку туризму в регіоні наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Джерела інформаційного забезпечення регіональної політики розвитку туризму

Вид інформації	Джерела	Переваги	Недоліки
Інформація про рекреаційний потенціал регіону	Наукові розробки, публікації, дисертаційні дослідження. Результати розробки та реалізації туристичних інвестиційних проектів	Різносторонній характер даних про рекреаційні ресурси регіонів. Можливість використання інформації у маркетинговій, підприємницькій туристичній діяльності	Недостатньо розроблені методи комплексної оцінки рекреаційного потенціалу з точки зору можливостей їх практичного використання. Неповний характер інформації про якість і обсяги рекреаційних ресурсів територій. Суб'єктивність оцінок
Рекламно-довідкова інформація про туристичні продукти (види, ціни, особливості)	Туристичні організації	Первинна інформація про конкретні туристичні продукти, які можуть зацікавити різні категорії споживачів	Рекламний характер інформації про турпродукти зацікавленої сторони
Рекламно-довідкова (систематизована) інформація про туристичні продукти різних зацікавлених суб'єктів туристичної діяльності [10]	Посередницькі та інші організації (комерційні і некомерційні), які надають інформаційні послуги на туристичному ринку	Розробка інформаційних каталогів туристичних продуктів різних суб'єктів туристичної діяльності. Можливість розміщення відгуків споживачів про отримані туристичні послуги	Рекламний характер інформації про турпродукти Каталоги, як правило, містять дані лише про турпродукти та суб'єкти туристичної діяльності, які виявили бажання розмістити інформацію про себе
Рекламно-довідкова інформація про рекреаційний потенціал території місцевих органів влади	Презентаційні (друковані, електронні) та аналітичні матеріали місцевих органів влади	Офіційний характер інформації, що може зацікавити інвесторів. Можливість використання інформації для розробки та реалізації конкретних інвестиційних проектів і бізнес-планів	Комерційно-реklamний характер Недоліки у зовнішньому вигляді рекламної продукції - Більшість рекламної інформаційної продукції оформлено українською мовою без англійського перекладу

Статистичні дані про суб'єктів туристичної діяльності та туристичні потоки. Аналітична інформація про туризм у регіоні.	Відомча звітність туристичних організацій (форма 1 - ТУР) до регіональних управлінь Державної служби туризму і курортів. Статистична звітність готелів (форма 1-готель) до регіональних управлінь органів державної статистики.	Офіційний статус інформації. Періодичність її формування. Різносторонність даних.	Обмежений перелік показників, що характеризують потенціал туризму. Публікації офіційних матеріалів через кілька місяців після звітного року. Неповна інформація про діяльність фізичних осіб-підприємців у сфері туризму. Невідповідність методики оцінки туристичних потоків європейській практиці.
---	---	---	--

Основою інформаційного забезпечення регіональної політики розвитку туризму є показники, які характеризують потенціал цього розвитку та рівень його використання. Такими групами показників вважаємо наступні:

- показники, які характеризують наявні рекреаційні ресурси регіону, забезпечують їх економічну та комплексну оцінку;
- показники загальної кількості та різновидів суб'єктів підприємницької діяльності у сфері туризму, умов її здійснення;
- показники внутрішніх та зовнішніх туристичних потоків;
- показники обсягів економічної та соціальної ефективності розширення переліку та обсягів туристичних послуг.

З метою диверсифікації структури економіки області та покращення діяльності економічних суб'єктів необхідним є розвиток промислового потенціалу регіону, який передбачає збільшення частки високотехнологічних видів діяльності в обсягах промислового виробництва та експорту, задоволення потреб внутрішнього ринку у продукції власного виробництва, зростання зайнятості, що може призвести до підвищення добробуту населення. На нашу думку, цього можна досягти на основі провадження інноваційної діяльності в перспективних сферах економіки, створення науково-інноваційно-

виробничих кластерів у високотехнологічних галузях на базі комерціалізації власних наукових розробок з використанням незадіяних виробничих потужностей.

Диверсифікація структури економіки області та покращення діяльності економічних суб'єктів можлива при розробленні та популяризації інвестиційних матеріалів про інвестиційний потенціал області шляхом створення сприятливого інвестиційного клімату на території області; забезпечення інформаційного супроводу інвесторів під час їх роботи на території області; запровадження нових форм налагодження контактів між вітчизняними та зарубіжними інвесторами; підтримка активності вітчизняних підприємців у пошуку партнерів.

Інвестиційні продукти призначені для формування позитивного іміджу області шляхом пропаганди та «реклами» конкурентних переваг регіону, його економічного потенціалу та інвестиційних можливостей. У цьому напрямі заслуговують на увагу підготовка та розповсюдження відповідних друкованих промоматеріалів – інвестиційні паспорти області та кожного окремого району (міста, ОТГ), буклети, брошури тощо, а також поширення інформації про інвестиційні продукти та можливості області в мережі Інтернет з метою розвитку та стимулювання економіки, інвестиційного потенціалу та можливостей для ділового партнерства.

При цьому особливо важливою є підготовка кваліфікованих ІТ-фахівців та комплексне використання рекреаційно-туристичного потенціалу для забезпечення конкурентних переваг вітчизняних туристичних компаній. Практика показує, що в нинішніх умовах туристичні компанії потребують кваліфікованих співробітників, що мають не тільки теоретичні знання, але і практичний досвід комплексної оцінки стану та можливостей розвитку туризму в кожному окремо взятому регіоні, а також на цій основі – досвід реалізації проєктів. Тому актуальним на часі є створення в регіонах сертифікованих навчальних центрах якісної фундаментальної освіти. Надання у сертифікованих навчальних центрах якісної фундаментальної освіти дозволить отримувати професійну прикладну ІТ-спеціальність. У кінцевому результаті, це сприяє забезпеченню молодим фахівцям робочих місць у найбільш перспективній галузі економіки – індустрії інформаційних технологій.

Вважаємо, що саме комплексна оцінка найкраще відповідає потребам практики, оскільки передбачає поєднання основних елементів галузевих оцінок, а її результати є інформаційним джерелом розвитку туристичної діяльності території чи регіону в цілому.

Стафійчук В.І. вважає, що комплексна оцінка рекреаційного потенціалу регіону передбачає комплексну оцінку не лише рекреаційних ресурсів, а й матеріально-технічної бази галузі, рекреаційної місткості. Метою комплексної оцінки є відображення того, що втрачає суспільство при відмові від рекреаційно-туристичного використання території на користь інших видів господарської діяльності [1, с. 55-56].

В. І. Мацола пропонує одну із найбільш ємних, але зручних у користуванні методик комплексної оцінки рекреаційно-туристичного потенціалу регіону. [2, с. 77-78] За методикою В.І. Мацоли складовими об'єктами комплексної оцінки рекреаційно-туристичного потенціалу є наступне: естетичні якості території; мінеральні води; ліси; кліматичні умови; водоймища; природоохоронні території; історико-культурний потенціал; транспортна доступність; забезпеченість санаторно-курортними закладами; рекреаційне навантаження.

Визначені критерії комплексної оцінки автор пропонує вимірювати у 3-бальній шкалі (3 – територія з найсприятливішими умовами для розвитку рекреації, 2 – з посередніми умовами, 1 – з несприятливими умовами). Комплексна оцінка рекреаційно-туристичного потенціалу території є сумою балів усіх показників. На її основі визначають рекреаційно-туристичну цінність регіону як відношення величини комплексної оцінки (в балах) до мінімально можливої кількості балів (10 балів).

Комплексна оцінка рекреаційно-туристичного потенціалу регіону найбільш повно відображає можливості територій для розвитку туристичної індустрії і може виступати теоретичною базою для здійснення прикладних досліджень економічного потенціалу регіону.

Індикаторами ефективності використання рекреаційно-туристичного потенціалу регіону можна вважати соціальні та економічні показники, що характеризують розвиток туризму як складової регіональної економіки. Ключовими інструментами у

розробці комплексу таких показників є адміністративні і статистичні реєстри, групування та класифікації, звітність суб'єктів туристичної діяльності та спеціально організовані спостереження.

Проблемою сьогодення в плані інформаційного забезпечення оцінки та аналізу розвитку туризму в окремому регіоні є неможливість одержання повного і достовірного переліку всіх суб'єктів підприємницької діяльності у галузі туризму на основі даних одного відомства, зокрема Державної служби курортів і туризму. Такий перелік формується за рахунок ведення з 2004 року органами державної реєстрації Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, але вони не формують бази даних про показники діяльності фізичних осіб-підприємців, оскільки останні ведуть спрощену систему обліку і звітуються лише органам ДПА. Водночас органами державної статистики здійснюють ведення ЄДРПОУ, де містяться відомості лише про юридичних осіб, що здійснюють туристичну діяльність по регіонах.

Проблема неповноти обліку фізичних осіб-підприємців, що здійснюють туристичну діяльність обумовлена також невизначеністю та недосконалістю описів в існуючому законодавстві. Основну частину фізичних осіб-підприємців становлять особи, які надають послуги зеленого туризму. Згідно із Законом України «Про туризм» [3], фізичні особи-підприємці належать до суб'єктів туристичної діяльності, на право здійснення якої вони повинні володіти ліцензією. У Законі України «Про особисте селянське господарство» [4] не передбачено необхідності ліцензування такої діяльності. Згідно з проектом закону «Про зелений туризм» [5] діяльність з надання послуг у сфері сільського зеленого туризму не підлягає ліцензуванню. Такі суперечності створюють труднощі у визначенні статусу суб'єкта туристичної діяльності та його чіткого обліку.

Для забезпечення повноти первинної інформації про перелік суб'єктів господарської діяльності у галузі туризму на певній території (як комерційних, так і неприбуткових організацій) доцільним є, на нашу думку, розробка і ведення відповідного реєстру. Методологічну базу ведення такого реєстру може забезпечити Державна служба курортів і туризму в Україні, підтримку та актуалізацію інформаційного фонду реєстру у регіонах – місцеві органи влади при активній участі громадських та інших організацій у

рамках відповідних проєктів. Таким чином, вважаємо, що первинною базою для маркетингу та реклами туристичних послуг регіону може служити Інформаційний фонд реєстру суб'єктів туристичної діяльності.

Умови розвитку та реалізації рекреаційно-туристичного потенціалу регіону на ринку туристичних послуг значно пов'язані з розвиненістю туристичної інфраструктури регіону, оскільки саме низький рівень інфраструктурного забезпечення загалом та окремих населених пунктів зокрема, суттєво гальмує зростання кількості суб'єктів туристичної діяльності.

Одним із інструментів вирішення проблеми ефективного використання рекреаційно-туристичного потенціалу окремих територій є активна участь місцевих органів влади, громадських організацій, населення цих територій у розробці та реалізації проєктів, які фінансуються як з власних коштів, так і за фінансової підтримки Європейського Союзу. В таких проєктах доцільним і важливим вважаємо передбачити: розроблення та реалізацію спільної концепції розвитку транскордонного регіону; створення спільного інформаційного поля (інтернет-сайт, спільні бази даних, обмін інформацією тощо); мережі локальних центрів туристичної інформації; проведення спільних навчально-освітніх програм та обмін досвідом; диверсифікація економіки регіонів та підтримка транскордонних кластерів; охорона природи та підвищення екологічної освіти мешканців району тощо. Одним з основних завдань проєкту є створення центру збору та обробки транскордонної статистичної інформації.

В зарубіжних країнах, які мають багатолітній і, навіть, столітній досвід взаємодії органів влади з громадськістю, такі технології вже дістали подальшого розвитку. Зараз на їх основі формуються нові форми та засоби залучення громадськості до спільного з владою вирішення існуючих проблем; органи влади залучають громадськість для покращення своєї діяльності, особливо при наданні послуг населенню та при вирішенні виникаючих проблем у окремих громадян (розгляд скарг і таке інше). Розглядаючи нові форми такої співпраці, американський дослідник Джон Клайтон Томас виділяє 5 основних з них:

– омбудсмени та центри громадської активності;

- спільне створення та надання послуг;
- волонтерство;
- інституціоналізація ролі громадськості у процесі прийняття рішень;
- структури для захисту інтересів громадян.

Використання цих форм співпраці влади з громадськістю корисні як для владних структур, так і для громадських об'єднань та окремих громадян. Проте вважаємо, що участь громадськості повинна мати свої межі.

Ефективним засобом презентації та інформування широкого кола громадськості, потенційних інвесторів про рекреаційно-туристичний потенціал території є участь місцевих органів влади, представників бізнесу цієї території у виставковій діяльності, де органи місцевої влади можуть повинні виступати посередниками між авторами – розробниками проєктів та потенційними інвесторами у туристичну галузь окремої території чи регіону. Ефективність такої посередницької діяльності органів місцевої влади може визначатися відсотком проєктів, які зацікавили інвесторів та реалізуються у певній місцевості. У зв'язку з цим, доцільною є розробка електронного каталогу проєктів регіону з метою розширення можливостей пошуку потенційних інвесторів для їх реалізації.

Рис. 1. Інформаційна платформа Смарт Сіті



Практика використання інформаційних технологій для посилення зв'язків з громадськістю в органах місцевого самоврядування м. Дрогобича показала, що особливо актуальною стала інформаційна платформа Смарт-Сіті в межах реалізації концепції «Держава в смартфоні» (рис. 1).

Реалізація концепції «Держава в смартфоні» представлена на рис. 2

Рис. 2. Реалізація концепції «Держава в смартфоні»

Реалізація концепції «Держава в смартфоні»



Практика показує, що сьогодні всі сучасні інформаційні технології об'єдналися під однією загальною ідеєю Електронного уряду, поява якого стала закономірним підсумком розвитку сучасних інформаційних технологій у сфері державного й місцевого управління.

Дослідження організації, джерел формування та інструментів інформаційного забезпечення розвитку туризму в регіоні, у тому числі з метою розробки та реалізації регіональної політики розвитку туризму, дозволяє зробити такі висновки:

1. Під *інформаційним забезпеченням* оцінки та аналізу розвитку туризму можна розуміти комплекс різних видів етнокультурної, природно-географічної, соціальної, економічної інформації, що характеризує цей розвиток, інструменти збору відповідних первинних даних. їх систематизації, обробки, збереження, пошуку, актуалізації і поширення.

2. Інформаційні ресурси про рекреаційний потенціалу розвитку туризму регіону є різносторонніми, а тому потребують комплексного використання. Проте інформація про рекреаційні ресурси території може мати суб'єктивний характер (здійснюватися в інтересах замовника), а методика оцінки рекреаційного потенціалу регіону потребує удосконалення з точки зору обґрунтування та

можливостей практичного використання пропонованих показників для комплексної оцінки території.

3. Актуальним є удосконалення переліку показників, які характеризують розвиток туризму як складової регіональної економіки, організації їх збору зокрема:

- потребує поновлення формуляр 1-ТУР статистичного звіту туристичних організацій у частині такого показника як «балансовий прибуток», якого вже давно немає у чинних положеннях з бухгалтерського обліку та фінансової звітності;

- для оцінки реальних результатів у вітчизняній системі освіти щодо мобільності студентів, доцільним було б у згаданій формі звітності 1-ТУР виділи в окрему графу «облік поїздок з метою навчання»;

- для більш повного відображення у доступних статистичних виданнях ресурсів та результатів діяльності туристичних організацій варто передбачити подання їх звітності (форми 1-ТУР) регіональним управлінням статистики. Існуюче методологічне, кадрове і технічне забезпечення обробки таких звітів є, як правило, набагато кращим у статистичних органах, ніж в обласних управліннях з питань культури та туризму, куди звітують на теперішній час туристичні організації;

- необхідною є розробка досконалішої вітчизняної методики обліку туристичних потоків, що забезпечує коректність подальших міжнародних порівнянь, оскільки суттєві розбіжності виникають в обліку іноземних туристів в Україні та інших країнах світу.

В Україні туристами вважаються практично всі, хто перетнув державний кордон, за даними Державної прикордонної служби України визначаються обсяги туристичних потоків в Україну іноземців та з України нашими громадянами. Мета поїздки визначається за інформацією заповненої декларації, яка не завжди є достовірною. Водночас, за кордоном кількість туристів визначають на підставі ліжко-діб ночівель у різних закладах розміщення.

4. До основних завдань розвитку туризму на Хмельниччині відноситься наступне: спрямувати розвиток туристичної галузі на охорону історико-культурної спадщини. Рекреаційно-туристичний потенціал краю формують чисте навколишнє середовище, багата культурна та історична спадщина. Серед головних факторів, які впливають на покращення динаміки розвитку туризму, є достатня

інформативна база про туристичні можливості та послуги. Видання та розповсюдження в електронному форматі, у тому числі у соціальних мережах, офіційного туристичного путівника дозволить зорієнтуватися туристам у мальовничій місцевості, інформувати гостей про наявну туристичну інфраструктуру.

5. На нашу думку, доцільною є розробка та запровадження інформаційної платформи «Смарт- Сіті», інформаційно-туристичних путівників і розміщення на спеціально створеному веб-сайті електронного каталогу презентаційних версій проектів, які передбачають розвиток рекреаційного потенціалу території (на рівні населеного пункту, району, області, регіону) з метою розширення можливостей пошуку потенційних інвесторів для їх реалізації у регіоні.

6. Реалізація даних пропозицій сприятиме втіленню в життя основної мети Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області на 2018-2020 роки, [6] яка полягає у формуванні комплексної системи заходів, які виходячи із розуміння поточної ситуації та рівня розвитку Хмельницької області зможуть забезпечити динаміку економічних перетворень у напрямку формування в області економіки з високою доданою вартістю, де стале економічне зростання спирається на знання, довкілля та якість життя.

Список використаних джерел та літератури:

1. Стафійчук В.І. Рекреалогія. Навчальний посібник. К: Альтерпрес, 2006. 264 с.
2. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України. Львів. 1997.
3. Про туризм: Закон України від 15.09.1995року № 324/95-ВР. URL: www.rada.kiev.ua (дата звернення: 10.09.2020).
4. Про особисте селянське господарство: Закон України від 15.05.2003 року № 742. URL: www.rada.kiev.ua (дата звернення: 14.09.2020).
5. Про сільський зелений туризм: Закон України від 23.10.2003 № 4299. URL: www.rada.kiev.ua (дата звернення: 14.09.2020).
6. План заходів з реалізації Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області на 2018-2020 роки. URL: www.adm-km.gov.ua/wp-content/uploads/2019/04/План-захо... (дата звернення: 15.09.2020).

А. В. Кольгофер,
здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Л. О. Савчук,
кандидат педагогічних наук, доцент
(м. Хмельницький)

ТУРИСТИЧНИЙ МАРШРУТ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Туристичний бізнес є основною складовою туристичної інфраструктури, відіграє важливу роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Ця сфера в комплексі туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і, не дивлячись на сьогоднішні карантинні перестороги є важливим важелем прибуткових ринкових відносин в Україні.

Актуальність. У наш час туризм став масовим явищем, що має розважальне, пізнавальне значення та реалізує функцію естетичного, культурного, духовного збагачення особистості. Основним ринковим продуктом у туристичному бізнесі є тури – спеціально розроблені програми в комплексі з системою заходів спрямованих на задоволення мети відпочинку. Розробка турів, туристичних маршрутів, їх організація, ринкова реалізація є основою діяльності туроператорів і турагенцій. Виконання цієї трудомісткої роботи вимагає різнобічних знань і навичок як теоретичного, так і практичного характеру. Вибір географічного напрямку і рівня відпочинку під час туру залежить від наявності грошових коштів, досвіду попередніх поїздок, а сьогодні ще й і від кольору карантинної зони. Особливо це стосується специфіки розробки маршрутів і турів вихідного дня, процесів обслуговування туристів під час таких турів, особливостей обрання закладів розміщення, харчування, підбору екскурсій, транспортного забезпечення.

Метою цієї статті є визначення основних етапів створення туристичного маршруту. У відповідності з поставленою метою необхідно вирішити такі завдання: дослідити туристичний маршрут як

складову туристичного бізнесу; визначити етапи розробки туристичного маршруту.

Туристичний маршрут відповідно до чинного Українського законодавства визначається як попередньо спланована туристами або суб'єктом туристичної діяльності подорож (екскурсії, походи), що може охоплювати один чи декілька туристських шляхів і характеризується визначенням порядком пересування туристів через певні географічні пункти [2]. Регіональний туристичний маршрут слід розглядати як попередньо намічений шлях туристичної подорожі в умовах певного регіону. Регіональний туристичний маршрут характеризується запланованим порядком пересування туристів через географічні пункти протягом визначеного проміжку часу з метою надання їм передбачених програмою послуг.

Важливим компонентом індустрії обслуговування в туризмі є незбитковий розрахунок калькуляції туристичної послуги. Калькуляція туру: повна собівартість, матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизаційні відрахування, інші витрати.

Проектування туристичного маршруту включає такі етапи: вибір пунктів маршруту; визначення ієрархізації пунктів маршруту; вибір пунктів початку та закінчення маршруту; розробка схеми маршруту та його оптимізація.

Проектування маршруту та його забезпечення є нерозривно пов'язаними паралельними процесами. Розрахунок вартості туру ґрунтується на проведених організаційно-технічних заходах з пошуку партнерів та укладених з ними угод [6, с. 45].

Критерієм відбору пунктів маршруту є можливість забезпечити різноманітність програми перебування в даному пункті маршруту, його транспортна доступність та забезпеченість послугами гостинності.

Ієрархізація пунктів маршруту провадиться з дотриманням критеріїв гостинності, при цьому основна увага повинна бути звернута на клас гостинності та транспортну доступність обраних пунктів маршруту. Метою даного етапу є виділення пунктів маршруту відповідно до цілей подорожі, з обранням пунктів дислокації, з тривалим програмним забезпеченням та наявністю екскурсійних пунктів.

Вибір початкового та кінцевого пунктів маршруту здійснюється за показником транспортної доступності, тобто зв'язаності з місцем постійного проживання потенційних туристів, взаємозамінності видів транспорту, типу транспортних засобів.

Розробка схеми маршруту залежить від транспортної системи: конфігурації транспортної мережі, її густоти та технічного стану, рівня розвитку окремих видів транспорту, рівня розвитку транспортної інфраструктури. Важливо забезпечити максимально можливу інформативність подорожі, охопити якнайбільше об'єктів показу задля задоволення пізнавальної мети.

Алгоритм проектування регіональних туристичних маршрутів

1. Збір та вивчення матеріалів щодо рекреаційних можливостей регіону: збір та аналіз джерел з історії регіону; вивчення та огляд пам'яток природи (заповідники, урочища, ботанічні сади) та культури (пам'ятники, церкви, музеї); визначення основних напрямків розвитку туризму в регіоні.

2. Дослідження інфраструктури регіону збір даних про стан транспортної мережі в регіоні (аеропорт, залізничні та автовокзали, дороги).

3. Дослідження існуючих на туристичному ринку пропозицій.

4. Поява ідеї розробки нового туристичного маршруту та доцільність його проектування.

5. Проектування туристичного маршруту: визначення мети та змісту туристичного маршруту (визначення форми організації маршруту, клієнтури на цей маршрут, визначення розміру груп, сезонності, тривалості); розробка траси маршруту та вибір варіанту його побудови; відбір об'єктів для включення у програму перебування на маршруті; пошук партнерів, вибір оптимальних закладів розміщення та харчування на маршруті, транспортних перевізників, страховиків; підбір переліку додаткових послуг на маршруті; повне комплектування пакету пропозицій за обраним маршрутом.

6. Складання технологічної карти маршруту.

7. Складання кошторису туристичного маршруту: калькуляція вартості туристичного маршруту.

8. Пробний заїзд на маршруті та усунення виявлених недоліків.

9. Реклама нового туристичного маршруту: оформлення інформаційного листа маршруту, проспектів, буклетів.

10. Реалізація нової туристичної пропозиції та контроль за обслуговуванням туристів: обслуговування туристів на маршруті; розгляд реклаमाцій та внесення необхідних коректив; удосконалення маршруту.

Висновки. Головною метою подорожей є ознайомлення з туристичними визначними місцями різних країн, пам'ятками історії, архітектури, етнічними особливостями, звичаями та привернення уваги до національних туристичних перлин, до розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Базовими умовами розробки туристичних маршрутів є: хороші погодно-кліматичні умови; комфортні готелі; наявність визначних пам'яток історії та культури. Проектування туристичного маршруту передбачає надання туристам комплексу послуг у відповідності з їхніми вимогами до рівня обслуговування, змісту туру і технології надання послуг. Отже, туристичний бізнес є особливим сектором національної економіки, що має значну кількість різноманітних чинників, які впливають на ефективний розвиток туристичного продукту.

Список використаних джерел і літератури:

1. Борушак М. Стратегія розвитку туристичних регіонів: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: спец. 08.00.05 / Мирослава Борушак. Л., 2008. 35 с.
2. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/168-2017-%D1%80>
3. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. Чернівці : Книги-ХХІ, 2003. 300 с.
4. Лук'янова Л.Г. Освіта в туризмі : Навч.-метод. посіб. / Л.Г. Лук'янова. К. : Вища шк., 2008. 719 с.
5. Любіцева О.О. Методика розробки турів: [навч. посіб.] / О.О. Любіцева. К. : Альтерпрес, 2003. 104 с.
6. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей: [навч. посіб.] / Г.І. Михайліченко. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. 156 с.

В. Д. Коцюк,
*кандидат історичних наук,
(м. Хмельницький)*

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ

Туризм – унікальне соціально-економічне явище, що охоплюють життя і діяльність людей у всьому світі як сфера рекреації та дозвілля, розвитку особистості, підприємництва, професійних інтересів і зайнятості, а також регіонального розвитку. Туризм став стилем життя сучасного суспільства, способом пізнання світу і значною частиною світової економіки. За даними Всесвітньої туристської організації (ЮНВТО) в 2018 р. міжнародні туристські прибуття досягли 924 млн, тобто впритул наблизилися до позначки в 1 млрд. На жаль, світова пандемія COVID-19 знизила туристський попит у другій половині у 2020 році, в зв'язку з чим сповільнилися темпи зростання туристських прибуттів у багатьох регіонах світу. Однак багато експертів вважають, що туризм – саме та сфера, яка швидше за все здатна адаптуватися до складної економічної ситуації завдяки гнучкості, властивій малому і середньому бізнесу [4].

На думку експертів, основними тенденціями розвитку туризму в найближчим часом з урахуванням наслідків кризи будуть: зниження витрат на подорожі, скорочення тривалості і частоти туристських поїздок, пізні бронювання, вибір кращих цінових пропозицій, повторні візити і відвідування родичів. Всі ці фактори призводять до значного зростання подорожей «ближче до дому», тобто до бурхливого розвитку внутрішнього туризму. Росія має великий потенціал, з точки зору розвитку внутрішнього туризму, як з боку туристських ресурсів, так і як величезний ринок туристського попиту. Тому питання управління розвитком внутрішнього туризму дуже актуальні для нашої країни і вимагають пильної уваги для забезпечення максимально ефективного розвитку сфери туризму для регіонів, суспільства і держави в цілому.

Туристичні оператори та туристичні агентства Хмельниччини також опинились у досить важкому становищі: при закритих кордонах

необхідно було за лічені дні розробляти нові незвідані туристичні маршрути. Адже Хмельниччина є одним із найбільш привабливих регіонів з точки зору туристичного освоєння, оскільки саме на його території містяться значні ландшафтні, історико-культурні, рекреаційні ресурси. Відносно невисока концентрація промисловості, порівняно сприятлива екологічна ситуація також створює необхідні передумови для активізації розвитку туризму. Крім того, вигідне економіко-географічне розташування регіону, цікавий із точки зору історичного генезису статус регіону, що певним чином обумовив унікальну ментальність мешканців Хмельниччини, теж відіграють не останню роль у розвитку туристичного потенціалу регіону [6]. Зокрема, на території Хмельницького регіону розташовані історико-культурні пам'ятки загальнодержавного значення, найбільша кількість котрих зосереджена у містах Кам'янець-Подільський та Старокостянтинів, а також відповідних районах та селищі Меджибіж. Основний туристичний потенціал регіону охоплює мальовничу природу (р. Дністер, національний природний парк «Подільські Товтри», ліси та озера на півночі області), мінеральні води (Нафтуса, Миргородського типу, хлоридні та радонові води), архітектурну спадщину (м. Кам'янець-Подільський, селище Меджибіж, с. Самчики тощо) і санаторії [7].

Відповідно до даних офіційної статистики, щорічно у середньому 30 тис. мешканців Хмельниччини стають споживачами туристичних послуг, у тому числі, біля 50% із них – споживачами внутрішніх туристичних послуг. Тобто, де-факто, лише 0,02% жителів Хмельницького регіону є реально-потенційними користувачами наявного туристично-рекреаційного потенціалу регіону та споживачами туристичних послуг і туристичного продукту в його межах, а 0,01% – гіпотетично-потенційними. Разом із тим, як свідчить практика, зовсім незначна кількість жителів Хмельниччини практикують внутрішньорегіональний туризм [5]. Такий стан речей обумовлюється низьким рівнем поінформованості жителів регіону про його туристичні приваби, недосконалою, а подекуди і відсутньою інфраструктурою туристичних об'єктів, неналежним логістичним забезпеченням туристичних маршрутів, відсутністю централізації у наданні інформаційно-логістичних послуг тощо. Вирішення зазначених вище проблем вбачаємо у створенні та подальшому

розвиткові й нарощуванні потужностей логістично-туристичного центру в м. Хмельницький. Доцільність вибору м. Хмельницького у якості логістично-туристичного центру обумовлюється такими факторами, як вигідне економіко-географічне розташування міста; його статус адміністративно-територіального центру регіону, що означає концентрацію у ньому економічних, соціальних, управлінських, кадрових тощо ресурсів, що, у свою чергу, створює усі передумови для оперативної, якісної та ефективної реалізації проекту; розвинуте транспортне (автомобільне та залізничне) сполучення із практично усіма зазначеними вище туристичними центрами регіону; доволі насичена інфраструктура (22 готелі, 491 заклад харчування, торгово-розважальні комплекси); налагоджене культурне життя, включаючи 7 щорічних фестивалів, тощо [1].

Найбільш активно в області працюють кластерні об'єднання у туристичній галузі, які формуються з урахуванням існуючої інфраструктури та ефективного залучення туристично-рекреаційних ресурсів. Щоб охопити більшу кількість туристів, презентувати регіон як єдине ціле, а не окремі туристично-привабливі території, реалізується проект “Туристичний кластер” – це добровільне об'єднання підприємств галузі туризму, які взаємодіють між собою з метою створення туристичного продукту. Головні умови – територіальна ознака та галузева спорідненість підприємств. Групи підприємств спільно використовують туристичні ресурси, інфраструктуру, ринок праці та взаємодоповнюють один одного. У рамках проекту туристичного кластеру реалізуються різні кроки, зокрема, інформаційна робота щодо важливості галузевого об'єднання, проведення зібрань, напрацювання спільного формату роботи, фестивалів, брендування регіону, ведення єдиного порталу Хмельниччини туристичної, розробка додаткових туристичних продуктів спільними зусиллями учасників кластеру [2].

Основними завданнями розвитку туризму на Хмельниччині є формування туристично-рекреаційного комплексу, який задовольняв би потреби населення в санаторно-курортному лікуванні, відпочинку і туризмі; формування ринку конкурентноздатних на міжнародному рівні рекреаційних послуг на основі ефективного використання наявних природних і культурно-історичних ресурсів з одночасним збереженням екології, залучення максимальної кількості туристів на

територію області, збільшення обсягів надходження коштів, в тому числі валютних, до місцевих бюджетів, збереження чистоти природного середовища та охорона рекреаційних ресурсів області [3].

Для досягнення загальних цілей розвитку туризму на Хмельниччині управління туризмом дуже важлива координація зусиль учасників ринку, вироблення перспективних напрямків діяльності на регіональному та місцевому рівні, консолідація для вирішення спільних завдань. Тільки в цьому випадку бюджетні кошти і кошти підприємств, що виділяються на розвиток туризму, будуть приносити реальний економічний ефект і сприяти планомірному розвитку туризму в Україні. Тому для успішної реалізації функцій управління туризмом на всіх рівнях необхідно правильно сформулювати завдання, які стоять перед кожним рівнем управління [8].

Сьогодні перед системою управління туризмом в Україні та на Хмельниччині зокрема і всіма учасниками процесу розвитку туризму стоїть найважливіше завдання координації зусиль на всіх рівнях управління туризмом для досягнення спільної мети – формування на Хмельниччині високоефективного туристично-рекреаційного комплексу. Створення сприятливих умов для спільної цілеспрямованої роботи всіх учасників ринку в рамках єдиної концепції розвитку українського та подільського туризму є наймогутнішим каталізатором всіх процесів розвитку туристично-рекреаційної сфери і досягнення поставлених цілей в оптимальні терміни [7].

Список використаних джерел та літератури:

1. Баженова С.Е. Сучасний стан туристичної галузі в Хмельницькій області / С. Е. Баженова // Вісн. Кам'янець-Подільського нац. ун-ту ім. І. Огієнка. Економічні науки. 2013. Вип. 8. С. 314-315.
2. Буторіна В. Б. Сучасні тенденції діяльності підприємств туристичної сфери України та Хмельницької області // Науковий вісн. Міжнар. гуманітарного ун-ту. 2016. №19. С. 57-60.
3. Любинська І.Б. Оцінка кліматичних ресурсів Хмельницької області для організації рекреаційної діяльності / І.Б. Любинська // Наукові записки Тернопільського нац. пед. ун-ту ім. Володимира Гнатюка. Сер. Географія. – 2010. – Вип. 2 (28). – С. 256-260.

4. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні (Електронний ресурс) / Режим доступу: URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>

5. План заходів з реалізації Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області на 2018-2020 роки (Електронний ресурс) / Режим доступу: URL: https://www.adm-km.gov.ua/wp-content/uploads/План_заходів_з_реалізації_Стратегії_регіонального_розвитку_Хмельницької_області_на_2018-2020_роки.pdf

6. Танасійчук О.Ю. Особливості природної складової рекреаційного комплексу Хмельниччини / О.Ю. Танасійчук // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2014. Т. 10. Вип. 2. С. 790-798.

7. Хмельниччина туристична : історико-культурні, природногеографічні та економічні аспекти розвитку : [колективна монографія] / за ред. С.А. Копилова (гол. ред.), С.Е. Баженової (наук. ред.)). – Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський нац. ун-т ім. І. Огієнка, 2015. Розд. 7. С. 120-149.

8. Шоробура І., Долинська О. Туризм Хмельниччини // Проблеми безперервної географічної освіти і картографії. Збірник наук. пр. Харків, 2017. Вип. 25. С. 69-73.

В. Д. Коцюк,
кандидат історичних наук
Н. Р. Підгорний,
магістрант
(м. Хмельницький)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ВНУТРІШНЬОГО ТА В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У статті аналізується місце і роль внутрішнього і в'їзного туризму на сучасному етапі розвитку України. Згідно з визначенням Всесвітньої туристської організації внутрішній туризм як категорія складається з двох форм – власне внутрішнього національного і в'їзного міжнародного туризму. Але теоретичні уявлення в світовій

практиці значно пішли вперед від подібного спрощеного розуміння функціонального складу внутрішнього туризму.

Сучасною тенденцією є перехід до чітко спланованої й організованої моделі розвитку внутрішнього туризму, від простого заохочення в'їзного туризму до цілеспрямованих стратегій його планування на рівні національної політики [6].

Категорія «внутрішній туризм (internal tourism)», згідно з визначенням ЮНВТО, складається з двох форм – в'їзного (inbound tourism) як категорії міжнародного (international tourism) і внутрішнього (domestic tourism) як категорії національного (national tourism). Це найбільш вигідна для економіки держави категорія туризму. При цьому на ринку в'їзного туризму між різними країнами має місце дуже жорстка конкуренція мало не за кожного окремого в'їзного туриста. Національна Організація Туризму Республіки Корея прийняла рішення ввести спеціальний термін для визначення пріоритету у своїй діяльності – «Intrabound tourism», що відрізняється від стихійно розвивається внутрішньої туризму (domestic tourism) тим, що передбачає, перш за все, розробку чіткої національної стратегії та політики його розвитку. Тим самим запропоновано перейти до нового акценту в стимулюванні турпотоків – від простого заохочення в'їзного туризму до просування intrabound-туризму. Найбільш яскравими прикладами подібних стратегій є кампанії «See America» в США, «Malaysia Truly Asia» в Малайзії, «Get Going Canada» в Канаді, «Wow Philippines» на Філіппінах, «Uniquely Singapore» в Сінгапурі, «100% Pure New Zealand» в Новій Зеландії, «Incredible India» в Індії та ін. [3, с. 76-83].

В контексті даних світових практик і тенденцій резонно поцікавитися, а як же в даному напрямку розвивається туристський ринок в нашій країні? Проблема розвитку внутрішнього і в'їзного туризму в Україні присвячено чимало виступів і друкованих видань. Але, скільки б ми не говорили про них, відчутного зсуву в цьому питанні, можна сказати, до сих пір немає. І основна проблема полягає в тому, що в Україні немає належної нормативно-правової бази розвитку цих видів туризму.

Ігнорування проблем в'їзного та внутрішнього туризму полягає в тому, що чинна нормативно-правова база, перш за все, орієнтована «під в'їзного оператора», а тому інші проблеми українського туризму

або не вирішуються, або вирішуються недостатньо активно. Складається враження, що в установах федеральної влади немає жодного фахівця з внутрішнього та в'їзного туризму і немає бажання цю проблематику вивчати [2].

Проблемами розвитку туризму займалися такі вчені, як Г. Бак (2010), Ю. Бараш (2014 року), В. Данильчук (2011), та інші. Кожен з них вніс свій вагомий внесок в дослідження по перспективі розвитку туризму в нашій країні, але до сих пір наша держава, незважаючи на великий природний та історико-культурний потенціал, використовує його не в повну силу. Згідно статистичними даними, в області подорожей і туризму Україна займає 78 місце серед усіх країн світу.

Туризм є одним із найбільш перспективних напрямків соціально-економічного розвитку регіонів. Сьогодні стримують розвиток туризму багато факторів, серед яких і недосконалість законодавчої бази, і обмеженість асортименту пропонованих послуг і відсутність коштів на реконструкцію пам'яток історії та архітектурного мистецтва і повноцінної інформації про можливі туристичних маршрутів. Цей перелік можна ще і далі продовжувати [4, с. 30-34].

Аналіз вітчизняного туристичного ринку свідчить про те, що розвиток туризму в Україні знаходиться лише на початковій стадії. Для вирішення поставлених проблем необхідна міцна підтримка держави. Спочатку потрібно створити належні умови для роботи туристичних підприємств, установ і організацій. Вимагають розробки і впровадження прогресивні методи і стандарти туристичного обслуговування; потрібно пропонувати вигідні умови для підприємців малого та середнього бізнесу; підвищувати ефективність використання рекреаційних ресурсів та об'єктів культурної спадщини; зміцнити матеріально-технічну базу туризму. Серед важливих напрямків роботи з розвитку туризму є потужна інформаційна політика.

Регулювання туристичної діяльності в Україні здійснюється різними шляхами, одним з найважливіших державних регуляторів є правове регулювання. Так, Законом «Про туризм» встановлено, що державна політика в галузі туризму визначається Верховною Радою України [1].

Головною метою вищевказаного закону визначалося створення правової бази для розвитку туризму як високорентабельної галузі економіки та важливого засобу культурного розвитку громадян, забезпечення зайнятості населення, захист законних прав та інтересів туристів і суб'єктів туристичної діяльності, визначення їх обов'язків і відповідальності.

Одним з найважливіших кроків державної політики в сфері туризму має стати створення позитивного іміджу України як туристичної держави та активне просування туристичного продукту.

Основою туристичної індустрії є насамперед туристична інфраструктура і тур-послуги. Нинішній стан інфраструктури не задовольняє ні вітчизняних, ні іноземних туристів, а якість послуг робить сучасні туристичні продукти неконкурентоспроможними. Незадовільний стан дорожнього покриття, низький розвиток єдиної транспортної мережі, відсутність інформаційного облаштування – все це характеризує нинішній стан транспортної інфраструктури більшості територій України. Безумовно, для вирішення всіх перерахованих проблем необхідне значне бюджетне і приватне фінансування. При цьому необхідно, щоб інвестори отримали дієвий механізм сприяння інвестиціям [7].

Створення конкурентоспроможного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни і забезпечити розвиток територій – це і є стратегічна мета розвитку туристичної галузі в Україні. Розвиток туризму в Україні дозволить створити додаткові робочі місця, поповнити валютний запас, відновити занедбану інфраструктуру, зміцнити авторитет у світовому співтоваристві.

Музиченко К. А. у своїй публікації [4] на основі аналізу літературних та статистичних даних, соціологічних опитувань виділяє наступні основні проблеми, що стримують розвиток туризму в Україні, з якими ми не можемо не погодитись:

- недоліки в системі регіонального управління розвитком туризму;
- недостатнє фінансове забезпечення туристичної діяльності та недоліки в системі оподаткування, не сприяють вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму. відсутні кошти на реконструкцію пам'яток історії та архітектурного мистецтва, а залучення інвестицій

стримується не врегульованою нормативно-законодавчою базою країни. Як відомо, значна кількість населених пунктів України мають пам'ятники архітектури, для відновлення яких необхідні значні капіталовкладення. Але туристична індустрія України страждає не тільки від нестачі інвестицій, але і від їх неконтрольованого характеру, наслідком якого стає руйнування існуючого туристичного потенціалу;

- відсутність розгалуженої і прозорої інформації про результати розвитку туристичної діяльності в Україні, об'єктивної рекламної інформації, недостатня кількість туристичних представництв України за кордоном. У засобах масової інформації активно проводиться реклама міжнародного туризму і майже відсутня реклама внутрішнього туризму, за винятком загальновідомих зон туризму та рекреації. В містах Україна не практикується тенденція безкоштовно роздавати буклети-путівники історико-культурних пам'яток міста. Крім того, не у всіх містах є такі путівники, що впливає на малу обізнаність про різноманіття туристичних послуг;

- не вирішеність проблеми розвитку туризму в регіонах України. Історичні і культурні туристичні центри знаходяться в містах-мільйонниках, містах загально визнаних зон рекреації і туризму (Карпати, Поділля, Львів, Київ). Розвиток туристичної інфраструктури в певних місцевостях не сполучається з розвитком їх історико-культурної спадщини, а місцевості з багатою спадщиною, зокрема за межами великих міст, практично не мають належної туристичної інфраструктури. В більшості міст України можна розвивати промисловий, оздоровчий та інші види туризму, для цього потрібні інвестиції для створення бізнес-центрів, рекреаційних зон відпочинку;

- відсутність дієвого механізму відродження внутрішнього туризму в Україні. Більшість туристичних фірм орієнтуються на зарубіжний туризм. Такий бізнес не вимагає значних інвестицій і забезпечує стабільні доходи, тоді як внутрішній туризм вимагає значних капіталовкладень;

- якість надання туристичних послуг. За цим показником Україна значно відстає від багатьох держав з подібним рекреаційно-туристичним потенціалом. Внаслідок цього багато наші співвітчизники надають перевагу іноземним курорти, отримуючи фактично за ті ж гроші набагато вищий рівень обслуговування та комфорту і стають при цьому інвесторами в економіку іноземних

держав. Підняття рівня якості вітчизняних туристичних послуг до європейських стандартів значно б прискорило розвиток туризму в Україні і привернуло б більше відпочиваючих

Ситуацію, що склалася на українському туристичному ринку, без перебільшення можна назвати критичною. І єдиний вихід з неї – на 180 змінити існуюче ставлення до галузі не тільки з боку чиновників, а й світової громадськості. Нас не повинні сприймати виключно через призму війни з Росією. Тим більше що конфлікт має локальний характер [5].

Найбільш дієвий і не витратний варіант – популяризація нашої культури, звичаїв, традицій, національної кухні серед європейців. За підтримки українських посольств в країнах ЄС, представників діаспори та туристичного бізнесу можна організовувати, так звані, «дні України» в європейських столицях з використанням різних інструментів подієвого маркетингу: презентацій, прес-конференцій, семінарів, фестивалів, ярмарків. Це стане важливим кроком на шляху розвитку партнерських відносин України з Євросоюзом [2].

Однак туризм є елементом не тільки зовнішньої, але й внутрішньої політики держави. Крим ми втратили багато в чому завдяки тому, що більшість жителів півострова жодного разу не виїжджали на територію материкової України. Недостатня поінформованість про ментальні особливості різних регіонів зробила кримчан легкою здобиччю російських пропагандистів. На жаль, в більшій частині України склалася подібна з Кримом ситуація. Вихідці з різних частин країни практично нічого не знають один про одного, багато ніколи не виїжджали за межі своєї області [3].

З метою об'єднання нації необхідно розробляти державні програми, спрямовані на розвиток внутрішнього туризму в Україні. Люди повинні подорожувати, вивчати історію і традиції своєї країни. Тим більше що у нас чимало місць, які заслуговують на відвідування. Це і Черкащина – Шевченківський край, де можна почерпнути багато нового про життя знаменитого поета, і Азовське узбережжя, де зберігся дух козацтва, і Полтавщина – батьківщина класика світової літератури Миколи Гоголя.

Дуже важливо переймати закордонний досвід. Наприклад, в США після закінчення Громадянської війни між Північчю і Півднем була впроваджена масштабна програма, яка стимулює американців

подорожувати по країні. Суть її зводилася до того, що справжнім громадянином Америки міг вважатися лише той, хто побував більш ніж в п'яти штатах. Як підсумок – в США превалує внутрішній туризм, а американців називають однією з найбільш мобільних націй [5].

В цілому розвиток туристичної галузі в Україні має стати національним пріоритетом. Тим більше що для цього є всі умови – виняткові природно-рекреаційні та культурно-пізнавальні ресурси. До перспективних напрямків подальших наукових досліджень розвитку туристичного господарства можна віднести формування та підтримання сприятливого інвестиційного клімату для активізації підприємництва в довгостроковому аспекті, підвищення ефективності функціонування туристичної галузі через вдосконалення державного регулювання. Україна, яка має багату історико-культурну спадщину і володіє потужним туристично-ресурсним потенціалом, вибравши вектор європейської інтеграції, повинна створити належні умови для розвитку туристичного господарства.

Список використаних джерел та літератури:

1. Богуш Д. Міжнародний імідж України: проблеми і перспективи / Д. Богуш // Всеукраїнська Експертна Мережа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.experts.in.ua/inform/news/detail.php?ID=81606>
2. Марценюк Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні // Economics Bulletin, 2015, №3. С. 76-82.
3. Музыченко К. А. Проблемы и перспективы развития туристической отрасли в Украине // Вектор науки ТГУ. Серия «Экономика и управление» № 3 (6), 2011. С.30-34.
4. Опанасюк Н. А., Охріменко А. Г. Організаційно-правові засади розвитку внутрішнього туризму в Україні // Глобальні та національні проблеми економіки. Вип. 2. 2014. С. 848-850.
5. Офіційний сайт UNWTO (Електронний ресурс) / Режим доступу: URL: <https://www.unwto.org/ru>
6. Проблемы и перспективы украинского туризма (Електронний ресурс) / Режим доступу: URL: https://lb.ua/blog/aleksandr_liev/322253_problemi_perspektivi_ukrainskog_o.html

Н. В. Коцюк,
старший викладач
(м. Хмельницький)

ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ ЯК СТРАТЕГІЧНО ВАЖЛИВИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Туризм, будучи однією з найважливіших сфер діяльності сучасної економіки, націлений на задоволення потреб людей і підвищення якості життя населення. При цьому на відміну від багатьох інших галузей економіки туризм не призводить до виснаження природних ресурсів. Будучи експортоорієнтованою сферою, туризм проявляє більшу стабільність в порівнянні з іншими галузями в умовах нестійкої ситуації на світових ринках.

Туристська діяльність визнається однією з пріоритетних галузей економіки України. Цільові програми розвитку туризму в Україні закликають стимулювати процес становлення сучасних ринкових відносин в сфері туризму, створення бази для формування і розвитку конкурентоспроможного туристичного кластера, збільшення кількості робочих місць, збереження та раціонального використання культурної і природної спадщини, оздоровлення економічної обстановки, залучення додаткових інвестицій в туризм [1].

Підприємства сфери туризму в значній мірі схильні до впливу зовнішніх і внутрішніх факторів, що знижує об'єктивність стратегічного планування в індустрії. У зв'язку з цим виникає необхідність відстеження тенденцій змін туристичного ринку і розробки стратегії управління, як інструменту сталого розвитку підприємств галузі та регіону в цілому.

Внутрішній туризм, будучи частиною ємного поняття сучасного туризму безсумнівно є його найважливішим і значущим елементом. У розрізі чинного російського законодавства в сфері туризму внутрішній туризм (domestic or internal tourism) розглядається, як туризм в межах території України осіб, які постійно проживають в Україні. При цьому з позицій диференціації видів туризму по його формам внутрішній туризм є частиною національного туризму, який являє собою сукупність діяльності у сфері внутрішнього та виїзного

туризму, тобто обслуговування туристів з числа мешканців своєї держави [2].

Україна має великий потенціал, і володіє практично всіма курортними ресурсами: природними термальними водами, гідроресурсами, лікувальними грязями, хвойними змішаними лісами і морським узбережжям. Сучасний стан формування та реалізації наявного туристичного потенціалу, з огляду на український ринок туристичних послуг, можна охарактеризувати як нерівномірний. Така ситуація зумовлена концентрацією на ринку туристичних послуг декількох атрактивних регіонів, передумови розвитку туризму у яких «лежать на поверхні», а власне місто є інфраструктурним центром і його огинання часто є неможливим чи нелогічним в силу географічного та адміністративного розташування, або ж в силу відповідно проведених маркетингових дій та їх результатів [3, с. 257].

Як зазначають учені-дослідники Н. В. Погуда та О. Г. Розметова [4, с. 74-76], туризм є однією з провідних сфер економіки України, забезпечуючи не лише надходження до бюджетів, але й створюючи робочі місця, розвиваючи позитивний імідж держави, підвищуючи конкурентоспроможність національних туристичних продуктів. Тому і виявляє вагомий вплив на економіку України, однак частка доходів від надання туристичних послуг не досягає й 1% у ВВП, в той час у країнах, де сфера туризму добре розвинена, вона може генерувати до 10% ВВ.

Внутрішні туристичні потоки є проблематичними для дослідження. Особлива проблема полягає у дослідженні їхньої структури та мети відвідування туристів. Оскільки Міністерство інфраструктури України не має ресурсів для опитування і обліку всіх приїжджих в міста України, то обмежуються реєстрацією пасажирів різних транспортних відомств. Такі дані є дещо узагальненими і не відображають справжньої мети перебування осіб, що приїжджають. Якщо користуватись даними з готельних закладів розміщення, то відпадає досить великий сегмент туристів, що мандрують між областями без ночівлі, або ночують у приватному секторі. Значним науковим інструментом дослідження є опрацювання даних незалежних Центрів туристичної інформації, прикладом якого є Львівський туристичний центр, вебсайт, який подає в онлайні постійно оновлену інформацію про кількість звернень громадян з

інших міст до офісів Центру туристичної інформації міста Львова, що розташовуються на перетині найбільших туристичних потоків [4, с. 74].

Динаміка внутрішніх потоків України мала позитивні тенденції зростання до початку соціально-економічної кризи, що охопила економіку багатьох країн в кінці 2008 року. У перші роки незалежності України популярність туристично-відпочинкових об'єктів країни стрімко зменшувалась. Це пов'язане з тим, що турбази, санаторії, пансіонати не були готові до ринкових умов господарювання та надання високоякісних послуг. Лише наприкінці 90-х років простежується перелом у сфері обслуговування внутрішніх туристів. Так, темпи зростання внутрішніх туристів і кількість екскурсантів на початку XXI ст. поступово збільшувались. Винятком були 2004 і 2005 рр., коли внутрішні політичні події в Україні (Помаранчева революція) суттєво вплинули на зменшення туристичних потоків. Починаючи з останнього кварталу 2008 р., коли проявила себе в Україні фінансово-економічна криза, потоки внутрішніх туристів постійно зменшувались. Незважаючи на розбіжності у показниках Міністерства інфраструктури та Державної служби статистики України, зберігаються загальні тенденції до зменшення внутрішніх туристичних потоків [5].

Також роком випробувань для туристичної галузі України, та й усього світу став 2020 рік – рік поширення вірусного захворювання на COVID-19, що набув характеру пандемії. Станом на 20 квітня 2020 року через пандемію 100% усіх міжнародних дестинацій ввели обмеження на в'їзд. Опубліковані наразі сценарії прогнозують зниження кількості міжнародних туристичних прибуттів від 58% до 78 % за рік, що залежить від швидкості поширення вірусу, тривалості діючих обмежень на пересування та закриття кордонів, однак з точністю визначити перспективи подальшого розвитку подій українською важко. Уряди країн моментально відреагували на необхідність мінімізувати економічні наслідки пандемії COVID-19, узявши за основу два загальних підходи з опанування ситуації: перший підхід направлений на забезпечення доступних кредитних ліній для бізнесу, а другий – на відтермінування сплати боргових і податкових зобов'язань [6].

В Україні сьогодні спостерігається значне відставання у темпах впровадження заходів на підтримку туристичного сектора, що ставить під серйозну загрозу конкурентоспроможність галузі на глобальному ринку протягом прогнозованого періоду відновлення впродовж 2021 року. Ключові представники галузі, зокрема міжнародні готельні мережі, вводять ряд зовнішніх і внутрішніх заходів для мінімізації наслідків пандемії COVID-19, серед яких гарантії забезпечення ринку (перенесення заброньованих номерів на пізніший термін або відшкодування їх вартості, оптимізовані програми лояльності, підтримка спільнот), впровадження обов'язкових заходів із захисту здоров'я та безпеки та внутрішня реорганізація (скорочення, відпустки без збереження заробітної плати, скорочення/відмова від капітальних вкладень) [1].

Карантин через COVID-19 змусив більшість країн світу закрити кордони для туристів. А ті, хто зважився відкрити туристичний сезон, постійно змінює правила в'їзду. У таких непередбачуваних обставинах багато українців не ризикнули їхати за кордон, обравши відпочинок вдома.

Із послабленням карантину на українські курорти поїхала рекордна кількість відпочивальників. Традиційно багато туристів було на Півдні (зокрема, в Одеській, Херсонській, Миколаївській областях), а також в Карпатах. Однак не лише там. Притік готей зафіксували майже в усіх регіонах, адже через карантин багато хто шукає менш популярні місця.

За спостереженням експертів, поштовх для розвитку отримав «зелений» туризм – садиби у віддалених селах та хуторах. Також набрав обертів гастротуризм – різноманітні екоферми, винні погребі тощо [2].

Орієнтація українців на внутрішній туризм у 2020 році – це крок відчаю. Адже внутрішній туризм в принципі не може дати того, що дає закордонний. Небагато українських готелів можуть забезпечити такий рівень, як в популярних туристичних країнах, за помірні гроші. Друге: чистота пляжів і сервіс в Україні суттєво відстають. Місцеві готелі хочуть більше грошей, а відповідної якості переважно не дають. Та ще й конкуренція невелика, бо місць розміщення надзвичайно мало. На жаль, порахувати туристичний потік внутрішнього туризму України надзвичайно складно, оскільки

чіткої статистики від українських готелів немає. Частина місць розміщення не працюють офіційно та не платять туристичного збору, за яким можна порахувати, скільки мандрівників та по скільки днів відпочивали на курорті. Фактор невизначеності пояснюється тим, що свої подорожі на Чорне та Азовське моря українці найчастіше організовують самостійно, не звертаючись ні до турфірм, ні до офіційних готелів, тож точно порахувати їхню кількість навряд чи можливо. Проте компанія «Vodafone Україна» заявила, що на українських південних курортах цього літа значно побільшало абонентів, порівняно з літом 2019 [6]:

- у Одеській, Миколаївській та Херсонській областях, судячи зі зростання мобільного трафіку, нині на 30% більше туристів, ніж в аналогічні дні минулого літа;
- на курорті Кирилівка (Запорізька область, Азовське море) мобільний трафік свідчить, що приїхало на 55% більше відпочивальників, ніж торік;
- в місті Бердянськ (Запорізька область, Азовське море) курортників, імовірно, на 37% більше, ніж в аналогічні дати 2019 року;
- на азовських курортах підконтрольної Києву частини Донеччини (Ялта, Урзуф, Білосарайська коса) людей побільшало на 100-170%.

На другому місці за популярністю серед внутрішніх туристів після морів – Західна Україна, на третьому – столичний регіон та, власне, Київ, на четвертому – локальні туристичні цікавинки в інших місцях, стверджують експерти.

Цікаво, що в Карпатах, на думку туроператорів, більшою є частка легальних місць розміщення та менше проблем з якістю, ніж на морях. Однак тут туристичний потік дещо обмежила нещодавня руйнівна повінь. З іншого боку, гори, замки та міста Західної України не є альтернативою для пляжного відпочинку, тож говорити, що Карпати уповні замінюють поїздки на море, не варто. Потік українських відпочивальників на західноукраїнські курорти наразі зростає, але не так швидко, як міг би [5].

Фахівці виділяють декілька чинників, які обмежують розвиток внутрішньо українського туризму, навіть попри карантинне закриття кордонів:

1) Українські готелі, перевізники та туроператори не можуть налагодити постійного партнерства, як це роблять закордонні гравці ринку. Відтак немає «гуртових» знижок, спеціальних цін та взаємного інтересу поліпшувати сервіс.

2) Гірша якість послуг стосовно їхньої вартості. В Україні майже нереально отримати такий сервіс, як у Туреччині, за ті ж гроші, визнає Ігор Голубаха.

3) В Україні мало готелів, здатних приймати туристів та забезпечувати сервіс на ту кількість «зірок», яку вони формально мають. І загалом українська туристична галузь – вкрай маленька в порівнянні з країнами-сусідами. Так, місто Краків у Польщі щороку приймає 14 мільйонів туристів. Для порівняння – український Львів приймає трохи більше від двох мільйонів гостей на рік.

4) Чистота пляжів, безпека, якість доріг та води у водоймах – все це в Україні зазвичай гірше, ніж на популярних закордонних курортах.

5) В Україні – значно гірший інвестиційний клімат для туристичної галузі, ніж в інших країнах регіону.

6) Коронавірус став фактором невизначеності не лише для зовнішнього, але й для внутрішнього туризму.

7) Українці, для яких ціни на морських і в карпатських курортах є зависокими, подорожують у відомі їм мальовничі місця самотійно: на своїх автовіках, з власними наметами замість готельних номерів [2].

Таким чином, на основі проведеного дослідження ситуації, що склалася в сфері внутрішнього українського туризму можна констатувати, що за останній час спостерігається поступове зростання інтересу до сфери туризму з боку державних органів влади. На регіональному рівні ведеться можливо не настільки інтенсивна діяльність по реалізації та розробці програмних заходів та ініціатив щодо подальшого стимулювання розвитку внутрішнього туризму, як сильного соціально-економічно значущого елемента української економіки, як би нам хотілося.

Можна зробити висновок, що туризм – сфера, яка приносить не лише доходи, але й має великий потенціал для розвитку. Володіючи значними природними ресурсами, вдалим географічним розташуванням країни, великою кількістю туристичних атракцій,

маючи висококваліфікований персонал, долаючи інфраструктурні та інвестиційні проблеми, туризм може розвиватися за оптимістичним сценарієм розвитку, тим самим покращуючи не лише свою ефективність, але й результативність суміжних з ним сфер. Однак занедбаність об'єктів туристичної спадщини, нераціональність у використанні наявних природних ресурсів, відсутність інвестицій у розвиток не лише інфраструктури, але й туризму в цілому, відтік персоналу за кордон можуть стати ключовими факторами вибору песимістичного шляху розвитку. Тому оцінюючи реальну ситуацію на ринку туристичних послуг України слід відмітити, що туризм тільки почав відновлюватися за економічними показниками, а головне – зростає довіра не лише іноземних туристів, але в першу чергу, українських громадян, що свідчить про позитивні зрушення, однак без державної підтримки даної сфери економіки туризм не зможе розвиватися за оптимістичним сценарієм, що і стане предметом подальших досліджень.

Список використаних джерел та літератури:

1. Внутрішній туризм в Україні – на підйомі через COVID-19. Чи надовго? (Електронний ресурс) / Режим доступу: URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turyzm-v-ukraini-covid19/30726545.html>
2. Внутренний туризм в Украине должен бы расти: как изменилась отрасль и куда исчез "бюджетный" путешественник (Електронний ресурс) / Режим доступу: URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/09/23/665405/>
3. Пестушко В. М. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи / В.М. Пестушко // Географія та основи економіки. 2015. № 7. С. 257-265.
4. Пилюпенко Н. Сучасні тенденції туристичних потоків України // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування" (м. Львів, 11-12 травня 2017 р.). Львів: ЛДУФК, 2017. С.74-76.
5. Погуда Н. В., Розметова О. Г. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка і перспективи розвитку Н. В. Погуда, О. Г. Розметова // Електронне наукове видання «Ефективна економіка»

www.economy.nayka.com / №10, 2018 (Електронний ресурс) / Режим доступу: URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/59.pdf

6. Як пандемія коронавірусу вплинула на внутрішній туризм? (Електронний ресурс) / Режим доступу: URL: <https://denzadnem.com.ua/aktualno/65123>

Н. В. Коцюк,
старший викладач
Т. Р. Сокол,
здобувач вищої освіти
(м. Хмельницький)

«МЕТАЛЕВА» АРХІТЕКТУРНА СПАДЩИНА МИКОЛИ МАЗУРА ЯК РЕСУРС ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В М. ХМЕЛЬНИЦЬКОМУ

“Є лише одна річ, яка змінюється: “бажання пізнавати світ”, – так просто сказав про себе і власну життєву й мистецьку філософію один із найвідоміших подільських митців, Народний художник України Микола Мазур [3].

Мазур Микола Іванович (02.01.1948-10.10.2015). Народився у Кушівському зернорадгоспі Кушівського району Краснодарського краю (Росія) в українській родині із чернігівським корінням. Закінчив у 1968 році відділення живопису Одеського художнього училища ім. М. Грекова.

Під час навчання познайомився зі своєю майбутньою дружиною. У серпні 1968 році двадцятирічним юнаком, слідом за своїм лебединим коханням – красунею-подолянкою Людмилою Савчишин, яку у творчих колах знають як Людмилу Мазур, приїхав до Хмельницького. Згодом у них народилося двоє дітей – син Богдан та донька Оксана [1, с. 98].

Микола Іванович з 1968 року працював учителем, а з 1973 року – директором Хмельницької дитячої художньої школи. З 2002 року – викладачем фахових дисциплін Хмельницького національного університету.

Серед мистецьких уподобань Миколи Мазура – скульптура та живопис. Як художник-монументаліст, скульптор, живописець Микола Мазур брав участь у виставках різних рівнів із 1972 року. Ним було проведено більше 20 персональних художніх виставок. Його металеві скульптури прикрашають набережну річки Случ у місті Старокостянтинові, сквери, парки та площі м. Хмельницького, центральні площі міста Мирного в Якутії.

Неповторний Микола Іванович і як живописець. Цим видом мистецтва він займався постійно, ще з часу навчання в училищі. Виробив свій неповторний почерк, власну палітру. Живописні полотна Миколи Мазура представлені в картинних галереях і художніх музеях багатьох міст України, а також зарубіжжя: Болгарії, Сербії, Німеччини, Бельгії, США, Канади, Росії. Микола Іванович неодноразовий учасник обласних, республіканських, союзних, міжнародних та всеукраїнських виставок. У творах митця перш за все привертає увагу органічний зв'язок із прадавньою культурою народу, умовно-символічна образність, густий, насичений колорит [2, с. 67].

Його творчості присвячені документальні телефільми різних студій, у тому числі й Санкт-Петербурзької (1994 р.). Він Лауреат Республіканської премії імені М. Островського (1989 р.), обласної імені Т. Шевченка (1993 р.) та ім. В. Розвадовського (1995 р.), член НСХУ (1999 р.).

Дитинство... Там наші витoki: генетика, оточення, перші інтелектуальні та емоційні надбання, що складають фундамент особистості. Саме тоді формувалися естетичні смаки та уподобання Миколи Мазура. З десяти років його босоніге дитинство проходило на Новокаховській ГЕС, куди батьки переїхали із Краснодарського краю. Батько працював будівельником, а мати – кранівницею. Малий Миколка коротав своє дозвілля серед звалищ металобрухту, якого було вдосталь на грандіозній будові. Там вперше складав свої металеві конструкції [7, с. 107-108].

З 1968 року працював учителем, а згодом директором Хмельницької художньої школи. Перейшовши на творчий хліб, одержав перше монументальне замовлення. Монументальна творчість Миколи Мазура у м. Хмельницькому розпочалася наприкінці 1970-х років, коли він отримав замовлення від Хмельницького обласного управління внутрішніх справ на побудову в міському парку (нині парк

ім. Чекмана) ігрового майданчика для дітей з метою ознайомлення останніх з основними правилами дорожнього руху.

Ще одна об'ємно-просторова композиція «Космос» з елементами кінематики була створена протягом 1986-1987 років для дітей у тому ж міському парку. Це 25-метровий «Космічний корабель», піднятий на шестиметрову висоту, і велетенський «Космонавт» заввишки 5 метрів. Об'єкти виконані з металу методом зварювання. За комплекс об'ємно-просторових композицій на дитячих ігрових майданчиках Миколі Мазуру у 1987 році було присвоєно обласну премію «Корчагінець», а у 1989 році – республіканську премію ім. Островського [6].

Наприкінці 1980-х років виникла ідея організації простору і декоративного прикрашення площі біля кінотеатру «Сілістра» (нині клуб СВ). У 1991 році тут було встановлено 8 металевих скульптурних композицій, виконаних Миколою Мазуром.

Вони, різні за формою (дерева і куці з птахами, плодами, символічними людськими фігурами), створюють уявний світ Саду, з якого ніколи не відлетять птахи, а будуть завжди співати, вічно молодою буде залишатись Весна-Веснянка, закликаючи нас розділити радість пробудження землі після довгого зимового сну.

Унікальність скульптур у тому, що виконані з металобрухту, барвисті композиції викликають подив, навіть захоплення тим, як труби, колеса, пружини, поршні, підшипники, баки, резервуари, зношені автодвигуни продовжують жити в іншій якості [6].

Публікації про твори з металобрухту Миколи Мазура обійшли всю Європу, а в далекій Якутії вони настільки сподобались, що скульптора було запрошено до створення подібного саду, дитячих майданчиків із чудернацькими іграшками, вовків, коней та інших оригінальних металевих скульптур, які він протягом 1994 року виконав у якутському місті Мирному (Росія).

Мазур Микола Іванович – автор концепції, головний художник експозиції на вшанування пам'яті жертв Голодомору 1932-1933 років. в Україні у Державному історико-культурному заповіднику «Межибіж» (2008 р.).

Нині Меджибіж став туристичною Меккою і вражає усіх фантастичною панорамою українського буття. З'явилась експозиція у

рекордно короткі строки – за три місяці. Хоча в неї, здається, вкладено досвід і любов усього життя...

За значний особистий внесок у розвиток національного образотворчого мистецтва, вагомі досягнення у професійній діяльності та з нагоди 70-річчя від дня заснування Національної спілки художників України Указом Президента України №919/2008 Мазуру Миколі Івановичу присвоєно почесне звання "Народний художник України" [5].

За свою мистецьку діяльність та вагомий внесок у духовно-культурне життя Мазур Микола Іванович нагороджений Орденом "За заслуги" III ступеня, знаком Почесної відзнаки "За заслуги перед Хмельниччиною", був визнаний "Людиною року" в номінаціях "Митець", "Духовність", присвоєно звання "Почесний громадянин міста Хмельницького" [4].

10 жовтня 2015 року на 68-му році життя Микола Мазур помер.

Список використаних джерел та літератури:

1. Гуренко А. Людяна сутність металу // Микола Мазур: Альбом. К., Софія А, 2005. С.98.
2. Климчук О. Микола Мазур: „Що більше вмію, то менше знаю” // Музейний провулок. 2005. №1. С.67.
3. Мазур Микола Іванович (1948-2015 рр.) (Електронний ресурс) / Режим доступу: Скрипка І. Полігон для неометалістів // Подільські вісті. 2000. 08.07.
4. Слободянюк Т. Старий парк і „нові” українці // Подільські вісті. 2000. №85 (25.07).
5. Скульптуры Николая Мазура из парка им. Чекмана реставрируют (Електронний ресурс) / Режим доступу: URL: <https://khmelnytskyi-future.com.ua/ru/news/1891-skulptury-nikolaya-mazura-iz-parka-im-chekmana-restavriruyut>
6. Тимофєєва Д. Міське середовище: агресія псевдокультур // Вісник ХДАДМ. 2007. № 3. С. 106-110.

Л. І. Марцонь,
*зав. відділом наукової інформації
та бібліографії Хмельницької ОУНБ*
А. Г. Ярмолюк,
*головний бібліограф відділу наукової інформації
та бібліографії Хмельницької ОУНБ
(м. Хмельницький)*

БІБЛІОТЕКА ТА ТУРИЗМ: ГРАНІ СПІВПРАЦІ

LIBRARY AND TOURISM: FACETS OF COOPERATION

У статті на прикладі Хмельницької обласної універсальної наукової бібліотеки (ОУНБ) висвітлено взаємодію бібліотек з туристичною галуззю.

Ключові слова: *Хмельницька ОУНБ, бібліотека, туризм, туристичний бізнес.*

The article highlights the interection of libraries with the tourism sector on the example of Kmelnytskyi Regional Universal Scientific Library.

Key words: *Kmelnytskyi Regional Universal Scientific Library, library, tourism, tourism business.*

В останні роки туризм все більше завойовує пріоритетне місце серед різноманітних форм відпочинку і все більше стверджується як прибутковий та перспективний вид підприємницької діяльності [7, с. 3]. Ця діяльність передбачає тісний взаємозв'язок з економічним, культурним та суспільним життям певної громади, має безліч напрямків та вирішує важливі завдання у сфері навчання, виховання та дозвілля населення. Водночас, діяльність бібліотек покликана задовольняти практично ті ж самі потреби і вирішувати ті ж самі завдання. Отже, прослідковується взаємний інтерес і тісний зв'язок, в якому можна виділити два основних напрямки: вплив бібліотеки на розвиток туристичного бізнесу; проникнення індустрії туризму в бібліотечну справу.

Вплив бібліотеки на розвиток туристичного бізнесу базується, в першу чергу, на краєзнавчій роботі, а саме формування документних

чи електронних баз даних: про туристичні об'єкти регіону; про інфраструктуру регіону; про визначних осіб.

Бібліотека виступає інформаційним центром для місцевих мешканців, для туристів, і, звичайно ж, для підприємців туристичної сфери та екскурсоводів. Тому цілком можлива участь бібліотеки у створенні і розробці різноманітних туристичних маршрутів та інших туристичних послуг [5]. Також це можуть бути збір та формування музейних експозицій, створення фотогалерей пам'яток місцевості, допомога організаторам чи екскурсоводам певного туристичного маршруту у наповненні екскурсій, інформаційний супровід (інформування та організація навчання) щодо основ ведення туристичної діяльності, популяризація літератури про історію, культуру, географію певної місцевості, що сприяє залученню як туристів у регіон, так і відвідувачів у бібліотеку. Окремим пунктом слід відмітити таку важливу ділянку роботи – використання сучасних інформаційних технологій у просуванні як туристичного, так і бібліотечного продукту. Організація ресурсної бази бібліотеки з питань туризму та її популяризація в соціальних мережах щодо обговорення історії, культури краю, розвитку різних видів туризму; блогів та сайтів, що представляють туристичну привабливість регіону, дають можливість значно розширити можливості обслуговування даної категорії користувачів. До перспективного напрямку взаємодії бібліотеки з туризмом варто зарахувати і можливість бібліотеки організовувати та проводити тренінги, семінари, практикуми для початківців в галузі туризму, для студентів навчальних закладів та інших зацікавлених осіб.

Водночас відбувається проникнення індустрії туризму в діяльність бібліотек. Бібліотека має можливість самою виступити туристичним об'єктом завдяки, наприклад, унікальності будівлі з точки зору архітектури чи з точки зору історичної спадщини. Наявність у бібліотеці певних колекцій (рідкісних та цінних книг, фото, картин тощо) чи створення при ній музею чи музейної кімнати (зазвичай етнографічного характеру) також можуть слугувати своєрідною туристичною локацією. Окрім того, такою локацією можуть бути і створені при бібліотеках рекреаційні і дозвілєві зони та ін.

Хмельницька ОУНБ має значний досвід та напрацювання у цій сфері. Насамперед діяльність одного із структурних підрозділів – відділу краєзнавства зосереджена на популяризації та просуванні краєзнавчого інформаційного продукту, завдяки якому користувачі знайомляться з туристичними ресурсами і культурним надбанням Хмельницької області. На базі унікального книжкового фонду краєзнавчого спрямування розвивається, в першу чергу, видавнича діяльність бібліотеки в сфері туризму. Через серію довідково-бібліографічних та бібліографічних видань як користувачі бібліотеки, так і туристи або ж організатори турів мають змогу долучитися до пізнання історії, культури, пам'яток краю.

Як приклад, варто уваги довідково-бібліографічне видання «Сакральні пам'ятки Хмельниччини» (2018) [6], в якому подається інформація про храми і монастирі Хмельниччини, що внесені до Державного реєстру національного культурного надбання (пам'ятки містобудування і архітектури). Посібник містить довідковий матеріал про історію храмів і монастирів та бібліографічні списки літератури на основі фондів бібліотеки.

Змістовну інформацію про видатних персон Хмельниччини можна знайти у:

- довідково-біобібліографічному виданні «Герої України: Хмельницька область» (2016) [3], метою якого є ознайомити читацьку аудиторію з іменами наших земляків і пов'язаних з Хмельниччиною особистостей, які були відзначені високим званням – Герой України. У посібнику подано короткі відомості про історію нагороди, описи нагородних атрибутів звання Героя України, Положення про нагороду та персоналії Героїв в алфавітній послідовності, що доповнені бібліографічним списком літератури [3, с. 3].

- біобібліографічних покажчиків із серії «Видатні особистості Хмельниччини»: «Герої Радянського Союзу: Хмельницька область» (2012) [1], де міститься інформація про Героїв Радянського Союзу – уродженців Хмельниччини; Героїв Радянського Союзу, які отримали звання за визволення Хмельниччини та Героїв Радянського Союзу, пов'язаних з Хмельниччиною [1, с. 3] та «Герої Соціалістичної Праці: Хмельницька область» (2012) [2], які були приурочені 75-річчю створення області. Цей перелік можна доповнити і рядом персональних біобібліографічних посібників і щорічним довідковим

виданням «Календар знаменних і пам'ятних дат Хмельниччини» [4] тощо.

Звернення до теми туризму прослідковується і в роботі інших структурних підрозділів Хмельницької ОУНБ. Відділом наукової інформації та бібліографії було видано бібліографічний покажчик «Туристичний бізнес» (2004) [8] та «Туризм: соціально-економічні аспекти та види» (2017) [7], який є продовженням та доповненням виданням попереднього. Посібники мають на меті розкрити і показати ту частину фондів ОУНБ, яка стосується основ організації туристичної діяльності, її соціально-економічної складової, види туризму взагалі та стан туристичної діяльності на Хмельниччині.

Яскравим прикладом співпраці бібліотеки з туризмом є проведена пізнавально-туристична онлайн-зустріч з хмельницькими веломандрівниками Сергієм Толстіхіним та Юлією Мазур «Чи знаєте ви Україну?» на платформі Zoom [9]. У заході взяли участь 60 представників публічних бібліотек області, працівників освіти та ін.

Запрошені ділились враженнями про розвиток велотуризму в Україні та за кордоном. Подорожуючи Європою, мандрівники переймали досвід як популяризувати «зелений» туризм та зробити його прибутковим. Розповіли про цікаві ситуації, які траплялися з ними у дорозі, відповіли на запитання слухачів. Відвідавши 31 країну та накрутивши понад 25 тисяч кілометрів педалями велосипеда, «зелені» туристи не планують зупинятися на досягнутому та мають досить далекоглядні плани на майбутнє. Тепер отриманий західний досвід розвитку велотуризму хочуть впроваджувати на Хмельниччині.

На підставі угоди про співпрацю між Хмельницькою ОУНБ та гімназією № 2 м. Хмельницького, бібліотека бере активну участь в реалізації проекту «Інтерактивна культурно-туристична мапа Хмельниччини». Створена робоча група, яка готує та подає інформацію про музейні кімнати, пов'язані з діяльністю літераторів області, бібліотеки-музеї, бібліотеки у пам'ятках історії та культури на інтерактивній туристичній мапі Хмельницької області відповідно до встановлених організаторами обсягів та критеріїв. Мета проекту – створення інтерактивної карти публічних бібліотек ОТГ Хмельниччини, полегшення пошуку бібліотек в онлайн-режимі, надання інформації про їх ресурси та послуги, графік роботи, привернення широкого кола користувачів до роботи бібліотек,

розробка краєзнавчих екскурсійних екологічних стежок, туристичних маршрутів і проведення екскурсій, пов'язаних з певними подіями.

Отже, сучасні бібліотеки, маючи краєзнавчі ресурси та багатий досвід культурно-просвітницької, пошукової та дослідницької діяльності, здатні стати унікальними центрами інформації в регіональній туристичній інфраструктурі. Перш за все, це стосується внутрішнього туризму. Бібліотеки мають досвід інформаційного супроводу туристичної діяльності [5].

Інтеграція бібліотек як закладів культури у сферу туризму виявляється перспективним напрямком роботи сучасних бібліотек. Прерогативи: популяризувати літературу, яка висвітлює сторінки історії рідного краю, його етнічні, мовні, культурні традиції, творчість його талановитих людей, допомагати молоді в кращому пізнанні старожитностей регіону, залучати відвідувачів та туристів.

Сфери співпраці і розвитку туристичних послуг дуже широкі і можуть базуватись саме на розвиненій краєзнавчій функції і значному досвіді краєзнавчої діяльності бібліотек. Слід констатувати, що наявність краєзнавчих ресурсів та ґрунтовна дослідницька робота бібліотек щодо вивчення історії, традицій окремого регіону може стати основою для ініціювання і запровадження нових послуг для місцевої громади, гостей та туристів.

Список використаних джерел та літератури:

1. Герої Радянського Союзу: Хмельницька область: 75-річчю області присвячується: біобібліогр. покажч. / Упр. культури, туризму і курортів Хмельниц. облдержадмін., Хмельниц. ОУНБ ім. М. Островського. Хмельницький, 2012. 160 с. (Сер. «Видатні особистості Хмельниччини»).
2. Герої Соціалістичної Праці: Хмельницька область: 75-річчю області присвячується: біобібліогр. покажч. / Упр. культури, туризму і курортів Хмельниц. облдержадмін., Хмельниц. ОУНБ ім. М. Островського. Хмельницький, 2012. 136 с. (Сер. «Видатні особистості Хмельниччини»).
3. Герої України: Хмельницька область: довід.-біобібліогр. вид., 2-ге допов. і переробл. / Упр. культури, національностей, релігій та туризму Хмельниц. облдержадмін., ХОУНБ ім. М. Островського.

Хмельницький, 2016. 52 с. (Сер. «Видатні особистості Хмельниччини»).

4. Календар знаменних і пам'ятних дат Хмельниччини на 2020 рік: реком. бібліогр. довід. / Упр. культури, національностей, релігій та туризму Хмельницької облдержадмін.; Хмельницька ОУНБ; Хмельниц. міська орг. НСК України. Хмельницький: ФОП Стрихар А. М., 2019. 156 с.

5. Польова В. Бібліотечні туристичні проекти: досвід реалізації [Електронний ресурс]. Режим доступу:http://bibliotourism.blogspot.com/2015/05/blog-post_5.html. Назва з екрана. Дата перегляду: 17.09.2020.

6. Сакральні пам'ятки Хмельниччини: довід.-бібліогр. вид. / Упр. культури, національностей, релігій та туризму Хмельниц. облдержадмін.; Хмельниц. ОУНБ / уклад. В. Мельник. Хмельницький: ФОП Стрихар А. М., 2018. 68 с.

7. Туризм: соціально-економічні аспекти та види: реком. бібліогр. покажч. / Упр. культури, національностей, релігій та туризму Хмельниц. облдержадмін.; Хмельниц. ОУНБ. 2-ге вид., перероб. і доп. Хмельницький: ФОП Стрихар А. М., 2020. 32 с.

8. Туристичний бізнес: бібліогр. покажч. / Уклад. Л. І. Марцонь; ред. Т.Г. Безвушко. Хмельницький, 2004. 12 с.

9. Чи знаєте ви Україну? [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://ounb.km.ua/news/2020/2020_08_08_1/2020_08_08_1.php. Назва з екрана. – Дата перегляду: 17.09.2020.

А. Ю. Матвєєв,
голова циклової комісії суспільних дисциплін
М. С. Дзізінський,
викладач циклової комісії суспільних дисциплін
М. В. Шведовська,
здобувач вищої освіти
Б. В. Козацька,
здобувач вищої освіти
Д. О. Попчук,
здобувач вищої освіти
(м. Хмельницький)

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА ХМЕЛЬНИЧЧИНІ В УМОВАХ РЕАЛІЙ КОРОНАВІРУСНОЇ ІНФЕКЦІЇ COVID-19

Туризм ХХІ століття став невід’ємною частиною економіки багатьох країн світу, в тому числі і України. Як на рівні підприємницькому, так і на рівні державному періодично ведеться мова про пошуки шляхів щодо формування та функціонування туристично-рекреаційної сфери. Розвиток туристичної індустрії часто залежить від доволі неочікуваних та непередбачуваних умов, в яких можуть перебувати не лише окремі країни, а й цілі континенти. В статті робиться спроба проаналізувати можливі шляхи розвитку туризму України, як перспективного сегмента економічного зростання країни, зважаючи на пандемію коронавірусної інфекції, яка вже внесла свої корективи.

Внутрішній туризм, який до пандемії COVID-19 не був поширений серед українців, набуває нового значення і, значною мірою, розглядається, як альтернатива туризму закордонному. Через це, звернено окрему увагу на Хмельниччину, як регіональний центр туризму з багатьма перевагами: давньою культурно-історичною спадщиною, вигідним географічним розташуванням, непоганою інфраструктурою та сприятливими природно-кліматичними умовами. Запропоновано декілька варіантів щодо розвитку туризму на місцях під час карантину з використанням сучасних он-лайн технологій, а також ведення активної реклами в медійному просторі.

Також автори звертають увагу на популяризацію «зеленого» туризму в Україні – тема актуальна та своєчасна. Це дозволить наповнити, головним чином, бюджети міст, містечок та ОТГ, створити нові робочі місця, відкрити для туристів нові місця для відпочинку. І найголовніше – сприятиме відродженню українського села.

Ключові слова: туризм, туристично-рекреаційна сфера, туристичні потоки, коронавірусна інфекція, «зелений» туризм, Україна, Європейський Союз.

Abstract: The development of the tourism industry often depends on quite unexpected and unpredictable conditions which may impact not only single countries but also entire continents. The article attempts to analyze possible ways of developing tourism in Ukraine as a promising segment of economic growth in the country, given the pandemic of coronavirus infection, which has already made its adjustments.

Key words: tourism, tourist and recreational sphere, tourist flows, coronavirus infection, «green» tourism, Ukraine, the European Union.

Сучасна **індустрія туризму** – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, що можна розглядати і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс.

Туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури – готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення дохідної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямыми (збільшення заробітної плати робітників сприяє збільшенню податкових нарахувань на доходи фізичних осіб, що сплачується ними в бюджет). Крім цього, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій. Не менш важливою економічною функцією туризму являється диверсифікації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації.

Також вплив туризму на економічний розвиток країни проявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів. З економічної точки зору привабливість туризму як галузі, що надає послуги, полягає у більш швидкій окупності

вкладених коштів та отриманні доходу у вільно конвертованій валюті. У багатьох країнах туризм входить у першу трійку провідних галузей держави, розвивається швидкими темпами і відіграє важливе соціальне та економічне значення, оскільки він:

- збільшує місцеві доходи, в т. ч. валютні надходження;
- створює нові робочі місця;
- розвиває суміжні галузі, пов'язані з виробництвом туристичних послуг;
- розширює соціальну та виробничу інфраструктури у туристичних центрах;
- активізує діяльність народних промислів і розвиток місцевої культури;
- забезпечує зростання рівня життя місцевого населення.

Україна була і залишається унікальним комплексом історичних, культурних та природних пам'яток і має значні рекреаційні можливості, що сформувалися завдяки географічному положенню та історичному розвитку нашої держави. Тому вона мала і має значні та реальні перспективи розвитку туристичної галузі, завдяки чому повинна зайняти одне з достойних місць серед країн – світових туристичних лідерів[1].

Але все змінилося із пандемією коронавірусної інфекції COVID-19, яка накрила світ у березні поточного року. Постраждали великі та малі економіки, зазнали втрат цілі галузі та сфери бізнесу. Та чи не найбільше постраждала туристична галузь: закривались на певний термін або взагалі не пережили весняного карантину ряд готельно-ресторанних закладів; перевізники зазнали втрат. Умань, через запровадження карантинних заходів, не змогла прийняти всіх бажаючих хасидів, які традиційно тут святкують Рош га-Шана – Свято початку нового року, що цьогоріч розпочалось 18 вересня [2].

Але життя триває: потрібно виживати, в нових умовах навестувати втрачене, чи взагалі шукати нові засоби для існування.

Головний виконавчий директор американського сервісу бронювання житла Airbnb ІнсБрайан Ческі у липні 2020 р. зробив приголомшливу заяву: «Я офіційно заявляю, що туризм ніколи не повернеться до того, яким він був до COVID-19, він вже не буде таким, як раніше. Я гадаю, ви побачите, що туризм стане набагато ближчим, більш місцевим. Люди не літають на літаках, вони не

перетинають кордони, вони особливо не здійснюють поїздок до міста, вони не їздять у справах» [3].

Звідси стає точно зрозуміло, що нинішній туризм буде більш локальним, зважаючи на те, що поширення коронавірусної інфекції у світі не йде на спад. На тлі карантинних обмежень у світі українці стали подорожувати своєю країною значно більше, ніж торік. Це визнають і експерти, і туристичні оператори, і навіть компанії мобільного зв'язку, які фіксують аномально велику кількість абонентів на українських курортах. І «зелений» туризм – це один із варіантів для тих, хто все ж хоче цього року вирватися за межі квартири.

Одним із найпопулярніших і найрозвиненіших напрямків для «зеленого» туризму в Україні завжди був Карпатський регіон. Але 2020 р. виявився найбільш несприятливим саме для західних областей через високу захворюваність там на COVID-19, а ще дощову погоду та повені. Власне тому, Хмельницька область асоціюється в туристичній сфері України, як центр інноваційних видів туризму і є однією з найбільш потенційно привабливих у плані туризму, в тому числі і «зеленого» [4].

Окремою перевагою для Хмельниччини може слугувати те, що регіон характеризується м'яким кліматом, значною сонячною активністю, що особливо проявляється в період з травня по вересень, котрий найбільш сприятливий для відпочинку. Тому суттєвий вплив на розвиток місцевої туристичної діяльності має тривалість комфортного періоду [1].

Серед природних туристичних ресурсів помітне місце посідають водні ресурси – через область протікає 38 річок. Серед них великі – Дністер та Південний Буг, що дозволяє розвивати водні види туризму, збільшувати будівництво туристичних комплексів на Дністрі. Позитивним є те, що через Хмельницьку область проходять важливі автомобільні шляхи як державного, так і міжнародного значення [5].

Місцеві експерти з розвитку туризму напрацьовують серію зелених маршрутів по регіону спільно з громадами Хмельниччини, використовуючи європейські практики. Вони включатимуть інформацію про те, де можна туристам пообідати, заночувати, відвідати майстер-класи, екскурсії, що цікавого подивитися. Кожен маршрут наразі на різній стадії готовності. Деякі з них – «Легенди

Пониззя» Староушицької громади, «Край Бога і Божка» Меджибізької громади, практично вже готові. Є надруковані туристичні карти, їх роздають туристам. У Староушицькій громаді встановили інформаційні туристичні стенди [6].

Цікавим є досвід місцевого туроператора, директора туристичної агенції «НІКА-Тур-Вояж» Стрельбицької Наталі Іванівни, члена Національної спілки краєзнавців України. Ще до сумнозвісних подій березня 2020 р. агенція мала у своєму арсеналі туристичні тури ледь чи не в усі куточки Європи. Зараз, в нових умовах, розроблено ряд цікавих екскурсійних турів не тільки по Україні, але й по нашому краю зокрема – «Меджибіж – місто святих і чудотворців», «В гості до князів Острозьких», «Подільська Швейцарія (Маліївці – водоспад «Бурбун» – Сокілець)», «Самчики», «Таємниці давнього Сатанова», «Містичний Проскурів», «Легенди Подільського краю» [7].

Крім того, досить цікавою є ідея мерії Кам'янця-Подільського – наприкінці квітня було презентовано туристичний потенціал регіону засобами цифрових технологій. Кращі гіді міста та фахівці-співробітники місцевих музеїв запрошують бажаючих на оригінальні он-лайн екскурсії та дводенний марафон віртуальних подорожей містом. Користувачі соціальних мереж можуть відвідати Кам'янець-Подільський on-line: познайомитися з музейними експозиціями та історичними пам'ятками, пройтися вуличками старовинного міста, не виходячи з дому. Популярним серед кам'янчан та гостей міста стало проведення різноманітних майстер-класів. Цікаві онлайн-студії з виготовлення унікальних подільських сувенірів пропонують місцеві майстри на своїх сторінках в мережі Facebook [8].

Туризм у світі відіграє важливу роль у створенні робочих місць. Охоплюючи багато секторів економіки, майже неможливим стає визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у галузі туризму. Крім того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова зайнятість тощо). Це одна з не багатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу. Важливість цього фактору в тому, що поглинаючи більше робочої сили, туристично-рекреаційна сфера зменшує соціальну напругу в суспільстві. Крім того, вже сьогоднішній світовий досвід показує, що індустрію туризму

можна розвивати і в період економічних криз, і в умовах адаптивного карантину, що має важливе значення для України.

Список використаних джерел та літератури:

1. Баженова С.Е. Сучасний стан туристичної галузі в Хмельницькій області / С. Е. Баженова // Вісн. Кам'янець-Подільського нац. ун-ту ім. І. Огієнка. Економічні науки. 2013. Вип. 8. С. 314–315.
2. «Хасидская народная республика». Как в разгар пандемии проходит еврейский Новый год в Умани. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2020/09/18/7266780/>
3. Інтерв'ю Брайана Ческі порталу Axios. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.axios.com/airbnb-travel-coronavirus-3f7ac17c-89d7-4ba6-9b5b-8905e4aa888a.html>.
4. Зелені маршрути Хмельниччини [Електронний ресурс]– Режим доступу: https://ye.ua/podorozhi/50137_Zeleni_marshruti_Hmelnichchini__yak_roz_buduvati_selo_za_dopomogoyi_turizmu.html.
5. Гуменюк О. В. Розвиток туризму в Хмельницькій області як складова характеристика міжнародного бізнесу регіону / О. В. Гуменюк // Актуальні проблеми розвитку рекреаційного бізнесу в Україні та підвищення його конкурентоспроможності. 2014. С.27.
6. Долинська О. Особливості туризму Хмельницької області// Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка / Географія. 2017. Вип. 1. С. 146–149.
7. Nika–Tour–Vjjage[Електронний ресурс]. Режим доступу:<http://nika-tour.net.ua/uk/c/>
8. Кам'янець-Подільський туристичний. [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.kamianets.travel.

І. В. Мельничук,
учитель-методист
(с. Ружичанка)

КРАЄЗНАВЧО-ТУРИСТИЧНІ СТЕЖКИ СЕЛА РУЖИЧАНКА ТА КАРПІВЦІ. РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

*„Краєзнавство – це перший ступінь,
перша прикмета національної освіти –
знати своє найближче оточення,
знати минуле і сучасне свого народу”*

Ми знаємо, що предметом краєзнавчого дослідження є ваша Батьківщина, її природа, корисні копалини, рослинний і тваринний світ, історія, архітектура, мистецтво, історико-культурні пам'ятки та багато іншого. Особливий інтерес для краєзнавства становить життя людей, які населяють той чи інший край, їх етнічна приналежність, традиції, звичаї, побут, видатні політичні, культурні діячі, які там народилися, жили, творили, залишили свій слід в історії, тобто - повсякденність.

Краєзнавство і туризм. Таке поєднання є цілком закономірним, бо краєзнавство, подорожі, екскурсії, а згодом і туризм здавна стояли поруч, були тісно пов'язані одне з одним спільним прагненням пізнати навколишній світ, свій рідний край, свою Вітчизну.

Національна туристична організація України оголосила 2020 рік – роком сільського туризму, який містить у собі як екотуризм, так і відвідування різних місцевостей, громад.

Сільський туризм, відповідно до закону, – один із видів господарської діяльності, в тому числі із залученням майна особистого селянського господарства (ОСГ) шляхом надання послуг із тимчасового проживання, харчування, проведення відпочинку (рибаловля, катання на конях, купання в басейнах, озерах і річках), практичний показ процесів вирощування та догляду за рослинами, тваринами і бджолами, а також із виготовлення виробів із глини, вишивання, різьблення по дереву, лозоплетіння та ін.), народних обрядів, ознайомлення туристів із побутом та умовами проживання

селян минулого століття, з особливостями регіону, природним ландшафтом і тому подібне.

Тобто, зелений туризм – це відпочинок на приватних садибах чи фермерських господарствах у сільській місцевості. Цей вид туризму передбачає перебування туристів у власному житловому будинку селянина, окремому будинку або на території особистого господарства. Він дасть можливість розвинути села і дати поштовх для збагачення і озеленення території, стимулюватиме розвиток селянських господарств, активізує розвиток місцевої інфраструктури, сприятиме збуту надлишків сільськогосподарської продукції, збільшенню додаткових доходів селян і відрахувань до місцевих бюджетів, буде активізований місцевий ринок праці, підвищення зайнятості населення.

Зелений туризм дасть змогу збереження етнокультурної самобутності українців і всіх громад етнічних меншин, зокрема сільську, культуру, традиції, звичаї. Здійснить позитивний вплив на підвищення культурного рівня та екологічної свідомості жителів села. Села Ружичанка та Карпівці можуть похвалитися хорошими дорогами на території сіл, великою кількістю ставків та лісів. Але для залучення туристів, на території нашої громади потрібно розчистити ліси, садки та водойми, деякі з них які зараз на жаль, не в найкращому стані.

Сільський туризм це можливість для повноцінного змістовного відпочинку малозабезпеченого прошарку населення.

Позитивний вплив сільського туризму на вирішення соціально-економічних проблем села полягає в розширенні сфери зайнятості сільського населення не тільки у виробничій галузі, але й у галузі обслуговування, і сприянні розвитку сільських територій, а також стимулюванні розвитку галузі послуг: транспорту, зв'язку, торгівлі, служби побуту, відпочинково-розважальних та інших закладів у селі.

Села Ружичанка та Карпівці Хмельницького району наділене розкішною природою, цікавою флорою, стратегічною географією, цікавою історією. Так, перша писана згадка про села Ружичанка та Карпівці зустрічається в актах XVI століття. Село Ружичанка в той час було невеликим хутором, який був приписаним до села Карпівці. Документальні дані говорять, що у XVI столітті землі цих населених пунктів належали знатним польським магнатам

Волконським. Існувала фільварково-панщинна система господарства, яка використовувала працю селян-кріпаків. Панщина становила 2-3 дні на тиждень. Крім землеробства в селах була розвинена гончарна справа (залишки кар'єрів глини-сивухи на території села).

За період ХVІ до початку другої половини ХVІІІ ст. Ружичанка переходить внаслідок купівлі-продажу від одного пана до іншого. Останнім поміщиком - володарем Ружичанки були поміщики Чарторійські. В 1837 році володіння Чарторійських були конфісковані із-за участі їх у національно-визвольному русі 30-х років ХІХ століття (Польське повстання 30-31 років).

Землі села Ружичанка були передані військовому відомству для організації військових поселень. Село стало військовим поселенням, яке увійшло до складу новоствореної Києво-Подільської округи військових поселень.

Жителі стали солдатами-землеробами. Вони обробляли землю, забезпечували себе продовольством і разом з тим несли військову службу. Існував суровий режим, який до дрібниць регламентував життя кожного поселенця. Доведені до відчаю важкими умовами життя і праці поселенці сіл Ружичної і Ружичанка у 1845 році відновились працювати і склали скаргу. На розгляд скарги прибув Інспектор військових поселень граф Нікітін. Він влаштував ексекуюцію, після чого багатьох поселенців було вислано до Херсонської губернії, а на їх місце в Ружичанку переселили людей з Бахматовець, Бозулинець та військових служилих людей.

Що ж до села Карпівці, то воно, так і залишалось поміщицьким селом аж до 1917 року. В переддореформлені роки село Карпівці належало поміщику графу Крузеру, а згодом барону Майделю. В 1845 році в селі Карпівці було 276 чоловік селянського населення. Селяни відробляли барщину по 2-3 дні в неділю.

В 1885 році в селі Ружичанка та Карпівці відкрились церковно-приходські школи. Діти вивчали грамоту і Закон Божий. 1890 році в школі села Ружичанка навчалося 14 дітей, першим учителем був Василь Довганюк.

Дуже цікавим туристично-краєзнавчим місцем у нас в селі є урочище «Безодня». Існує легенда, що на берегах болотистої річечки, притоки річки Вовк, у глибоку давнину, ще до нашої ери

розташовувалось слов'янське селище. Кілька хаток, невеличка каплиця, все було обнесене частоколом. А знаходилося поселення на пагорбі, як на острові. Навкруги була така густа та непрохідна роща, що людей, які там жили прозвали рощанами.

Село було вгорі, а велика, широка річечка знаходилась внизу і коли дивився згори униз то здається, що внизу бездна. Люди займалися землеробством, ловили рибу, та із році мали непоганий урожай. Та одного дня на село насунулась страшна, чорна хмара, смерч змів із лиця землі поселення, задвигтіла земля, розкололася і весь острівець упав у ту розщелину, як у безодню. Річка зробилась вузьенька, але глибока. Над річкою височіє ліс, мовби хоче розказати давню легенду. Адже говорять, що коли приложиш вухо до землі біля тієї річки, здається, що там б'є церковний дзвін. Люди, які чудом залишились живі, перебрались жити далі від отого страшного місця. Знову побудували хатки, завели господарство. Село розросталось, і біля кожної хати, в пам'ять про свої предків росли красиві квіти - ружі.

Існує, ще одна версія походження «Безодні». У видолінку на підвищенні була добротна церква неподалік проходив «Чорний шлях», яким Монголо-татари гнали молодих людей-невільників під конвоєм до Золотої орди.

Щоб не потрапити до рук яничар, люди, помітивши ворогів, сховалися до церкви. Під вагою людей церква провалилась під землю. На місці церкви з-під землі пробилось сильне джерело, яке зараз називають «Святе». Холодна прозора вода джерела має лікувальні властивості. В наші дні, коли довго немає дощу, вдови ідуть чистити джерело, а через кілька днів обов'язково піде дощ.

Священник села завжди освячує це джерело у перший понеділок після Великодня. Біля джерела поставили хрест. Коли нахилитися до самої води в тиху днину, з глибини джерела здається чути церковні дзвони. По долині річки Вовчик є ще багато маленьких джерелець, кажуть, що це душі померлих із тієї церкви появляються на світ, щоб нагадати про себе перед Великоднем. Сьогодні, неподалік від цього місця стоїть база відпочинку «Братська воля», там відпочивають, як дітки так і дорослі.

Ще одним мальовничим місцем у нашому селі є Заплава річки Вовк. Вона розташована між двома руслами річки Вовк – старим і новим. Старе русло – це природний потік річки, що в'ється змієюю

під городами людей від села Ружичанка. Русло мілке, обросле вільхами і верболозом. Це урочище називають Підвільшина (давно там росла ціла вільхова посадка, а зараз поодинокі дерева).

Нове русло річки Вовк – це штучне русло, прорите від Великого ставу у 80-х роках, коли будували Деражнянський цукровий завод, тягнеться попід городами від села Карпівці. Це глибше русло, береги якого заросли травою і верболозом. Заплава заповнюється водою під час весняної повені, коли тане сніг і крига на ставку.

Дуже гарна заплава весною, коли верболози вкриваються котиками, а на зеленій траві кругленькі купки жовтих квіток калюжниць. Саме у цей період, ми радимо завітати сюди.

Важливе місце посідає третя форма краєзнавчої діяльності – шкільне краєзнавство. Педагогіка розглядає його як дієвий засіб всебічного розвитку особистості дитини, виховання її моральних і духовних рис. В основному, краєзнавчим дослідженням історії та природи наших сіл, займаються вчителі та діти Ружичанського НВК. За допомогою наших педагогів, дітей та мешканців села, було зібрано легенди та перекази про наше село. Матеріали про це можна знайти у Ружичанській сільській бібліотеці.

Варто зазначити, що на базі Ружичанського НВК, не тільки досліджують історію, але й стають справжніми туристами. На базі нашої школи та будинку культури, функціонує туристичний гурток.

Для дітей доступні та цікаві форми роботи, сприяють зміцненню здоров'я, потягу до самоствердження, вихованню лідерських якостей, та пропаганди здорового способу життя серед друзів та однолітків.

Участь у походах закріплює дружні стосунки між гуртківцями, Формує у підростаючого покоління національну свідомість, виховує юних патріотів української землі, які досліджують, знають та люблять свою Батьківщину. Учні уміють орієнтуватись на місцевості, під час походів різного ступеня складності долають найрізноманітніші природні перешкоди, в'яжуть грудну обв'язку, основні вузли, встановлюють намети, розпалюють різні типи вогнищ, складають рюкзак, готують страви на вогнищі та багато іншого.

Вихованці гуртка приймаючи активну участь у районах, обласних масових туристсько-краєзнавчих заходах показуючи хороші результати. Щороку, до дня туризму, гуртківці складають квест для

учнів нашої школи, які із задоволенням проходять різні етапи та навчаються новому. Також на базі нашої школи проходили Спортивні змагання з нагоди Всесвітнього дня туризму участь у яких драли команди шкіл Хмельницького району та команда МАУП.

У 2019 року в Хмельницькому інституті МАУП відбулося наукове засідання у форматі круглого столу «Активний туризм в рекреаційній діяльності людини», на якому порушувалися актуальні питання туристичної сфери: історичні передумови розвитку активного туризму, ресурсна база активних видів туризму, особливості розвитку активних видів туризму на Хмельниччині, в Україні та світі, активний туризм – запорука здорового способу життя, програмно-правові основи розвитку активних видів туризму в Україні та світі, інформаційне, транспортне та організаційно-технічне забезпечення в активному туризмі, роль і значення туристичних фірм регіону щодо розвитку та пропагування активних видів туризму, розвиток окремих видів туризму краю та ін., де виступав з доповіддю наш учень Люлькун Роман.

Того ж року проходила Відкрита першість ХОЦТКУМ з пішохідного туризму. Жишко Дар'я учениця тоді ще 6 клас виборола 1 місце.

Отже, розвиток «зеленого туризму» у наших селах, це по-перше кропітка праця органів місцевого самоврядування, для забезпечення умов для даного вияву туризму та підтримки осіб, які будуть впроваджувати його у себе на господарстві. По-друге, відкриття не тільки туристичного гуртка, а підтримка усіх спортивних та краєзнавчих починань на базі школи та будинку культури. По-третє, реклама даного виду туризму серед жителів села та розповсюдження інформації про саме село, та його цікаву історію та природу. Та основне, залучення усіх можливих засобів, для збирання інформації про наше село.

Список використаних джерел та літератури:

1. Горбань Ю. «Зелений туризм»-2020: іноді – як варіант для «карантинного» усамотнення [Електронний ресурс] / Ю. Горбань // Укрінформ. 2020. Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3058062-zelenij-turizm2020-inodi-ak-variant-dla-karantinnogo-usamitnenna.html>.

2. Відпустка в селі: Як зелений туризм в Україні отримав шанс для розвитку через пандемію коронавірусу [Електронний ресурс] // 112.ua. 2020. Режим доступу до ресурсу: <https://ua.112.ua/golovni-povyni/vidpustka-v-seli-yak-zelenyi-turyzm-v-ukraini-otrymav-unikalnyi-shans-dlia-rozvytku-537730.html>.

3. Історія сіл Ружичанка та Карпівці – Ружичанка, 2018. 15 с.

4. Черниш О. П. Туристсько-краєзнавчий маршрут «Ружичанка – перлина Подільського краю» / О.Черниш. Ружичанка, 2014. 26 с.

5. Корчак Д. Легенди про рідне село / Д.Корчак. Ружичанка, 2013. 10 с.

Ю. С. Петлюк,

*кандидат юридичних наук, доцент,
(м. Хмельницький)*

ПРАВОВІ ФОРМИ ВИКОРИСТАННЯ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИХ, РЕКРЕАЦІЙНИХ І ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ

LEGAL FORMS OF USE MEDICAL AND HEALTH, RECREATIONAL AND TOURIST RESOURCES

У статті розглянуто проблемні питання забезпечення правового регулювання використання лікувально-оздоровчих, рекреаційних та туристичних ресурсів як об'єктів, що мають природо-соціальне особливе значення.

Указано на те, що в основі використання лікувально-оздоровчих, рекреаційних місцевостей та туристичних об'єктів лежить невід'ємне природне право людини на відновлення й розвиток своїх життєвих фізіологічних і духовних сил шляхом експлуатації унікальних лікувально-оздоровчих, рекреаційних та туристичних ресурсів. Використання лікувально-оздоровчих, рекреаційних і туристичних ресурсів забезпечує повноцінне життя індивіда та є об'єктивно необхідною умовою для його справжнього існування та розвитку.

На основі проведеного дослідження можна зробити висновки, що основними причинами неналежного використання великого потенціалу природних лікувально-оздоровчих, рекреаційних і туристичних ресурсів є насамперед недосконалість чинного законодавства, відсутність цілісної та дієвої системи органів управління в лікувально-оздоровчій та рекреаційно-туристичних галузях, невідповідність переважної більшості лікувально-оздоровчих закладів і рекреаційно-туристичних територій та об'єктів міжнародним стандартам тощо.

Ключові слова: використання, правові форми, правове регулювання, лікувально-оздоровчі ресурси, рекреаційні ресурси, туристичні ресурси.

Summary. The article considers the problematic issues of ensuring the legal regulation of the using of health, recreational and tourist resources as objects of special importance.

It is pointed out that the using of health, recreational areas and tourist facilities is based on the inalienable natural human right to restore and develop their vital physiological and spiritual strength through the exploitation of unique health, recreational and tourist resources. The use of health, recreational and tourist resources ensures the full life of the individual and is an objectively necessary condition for its true existence and development.

Based on the study, we can conclude that the main reasons for improper using of the great potential of natural health, recreational and tourist resources are primarily the imperfection of current legislation, lack of a holistic and effective system of government in health and recreation and tourism industries, inconsistency of the vast majority medical and health facilities and recreational and tourist areas and facilities of international standards, etc.

Key words: using, legal forms, legal regulation, medical and health resources, recreational resources, tourist resources.

В основі використання лікувально-оздоровчих, рекреаційних місцевостей та туристичних об'єктів лежить невід'ємне природне право людини на відновлення й розвиток своїх життєвих фізіологічних і духовних сил шляхом експлуатації унікальних лікувально-оздоровчих, рекреаційних та туристичних ресурсів.

Таке право виникає в людини при народженні реалізується нею протягом усього життя. Воно, як вважає І. О. Костяшкін, ґрунтується на природному, біологічному рівні, який полягає в можливості природних ресурсів позитивно впливати на організм людини та в його здатності сприймати цей вплив і відновлювати свої життєві сили [1, с. 126]. Таким чином, використання лікувально-оздоровчих, рекреаційних і туристичних ресурсів забезпечує повноцінне життя індивіда та є об'єктивно необхідною умовою для його справжнього існування та розвитку.

Висвітленню питань правового регулювання використання лікувально-оздоровчих, рекреаційних і туристичних ресурсів присвячено наукові доробки таких дослідників, як О. О. Бейдик, А. Г. Бобкова, І. Г. Булах, Г. В. Горин, М. В. Краснова, Н. Р. Малишева, С. О. Любимцева, А. М. Орлов, Н. І. Палій, М. М. Скляр, О. М. Ткаченко, А. І. Черমনова тощо.

Відтак, **метою** цієї статті є дослідження окремих аспектів правового регулювання використання лікувально-оздоровчих, рекреаційних та туристичних ресурсів

Україна має великий оздоровчо-рекреаційний потенціал. Природні лікувальні ресурси (мінеральні води, морська вода, ропа лиманів та озер, лікувальні грязі, озокерит, клімат, ландшафт та ін.) є тією основою, на якій організовано курортно-санаторне лікування та масовий відпочинок. Практично в кожному регіоні країни є свої унікальні джерела здоров'я, які не поступаються закордонним: бальнеологічні, бальнеогрязьові, кліматичні, ландшафтні, фітолікувальні. Територія, на якій використання природних ресурсів підкріплено наявністю лікувальних й оздоровчих установ, називається курортом. Загальна кількість курортів в Україні на сьогоднішній день – 58; з них 45 курортів державного та міжнародного значення і 13 курортів місцевого значення. У кожній курортній зоні функціонують профільні санаторії. У нашій країні таких установ близько 400, де створено необхідні умови для повноцінного оздоровлення та відпочинку.

Загальне законодавче визначення поняття природних лікувальних ресурсів відсутнє. Однак у Законі України «Про курорти» (ст. 6) вказано на те, що до природних лікувальних ресурсів належать мінеральні і термальні води, лікувальні грязі та озокерит, ропа лиманів

та озер, морська вода, природні об'єкти і комплекси зі сприятливими для лікування кліматичними умовами, придатні для використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань [2]. Цей нормативний акт (ст.1) містить також визначення особливо цінних та унікальних природних лікувальних ресурсів (під якими розуміють ресурси, які нечасто трапляються на території України, мають обмежене поширення або невеликі запаси у родовищах та є особливо сприятливими й ефективними для використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань) і загальнопоширених природних лікувальних ресурсів (тобто ресурсів, які трапляються в різних регіонах України, мають значні запаси та придатні для використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань).

В еколого-правовій літературі природними лікувальними ресурсами визнають природні утворення, які формують особливі ландшафти та мікрокліматичні умови в регіоні, що справляють на організм людини оздоровчий ефект, пляжі, акваторії морів, внутрішні водосховища, мінеральні й термальні води, лікувальні грязі, озокерит, ропа лиманів та озер, морська вода, природні об'єкти та комплекси із сприятливими кліматичними умовами, парки, лісопарки, лісові й гірські масиви, соляні виробки тощо.

Природні лікувальні ресурси містять землі оздоровчого призначення, тобто землі курортів та лікувально-оздоровчі зони. Використання цих об'єктів здійснюється відповідно до вимог проекту організації використання цих територій та генерального плану їх забудови з урахуванням вимог до правових режимів округів та зон санітарної (гірничо-санітарної) охорони курортів.

Виявлення природних лікувальних ресурсів здійснюється через проведення комплексних медико-біологічних, кліматологічних, геолого-гідрологічних, курортологічних та інших дослідницьких робіт.

Медико-біологічна оцінка якості та цінності природних лікувальних ресурсів, визначення методів їх використання здійснюються центральним органом виконавчої влади з охорони здоров'я на підставі даних дослідницьких робіт, зазначених у частині першій цієї статті.

Визначені за результатами геолого-розвідувальних робіт експлуатаційні запаси родовищ лікувальних підземних мінеральних

вод, лікувальних грязей та інших корисних копалин, що належать до природних лікувальних ресурсів, затверджуються та вносяться до Державного фонду родовищ корисних копалин України [3] та передаються для використання за призначенням відповідно до законодавства України. Порядок надання родовищ корисних копалин, які відносяться до природних лікувальних ресурсів, у користування юридичним та фізичним особам для використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань визначається Кодексом України про надра [4].

Розробка родовищ підземних лікувальних мінеральних вод, лікувальних грязей та інших корисних копалин, які відносяться до природних лікувальних ресурсів, здійснюється за спеціальними дозволами (ліцензіями) на користування надрами. Добування, переробка та використання підземних лікувальних мінеральних вод, лікувальних грязей та інших корисних копалин, які відносяться до природних лікувальних ресурсів, здійснюється відповідно до затверджених проектів і квот, встановлених центральним органом виконавчої влади з геології та використання надр – Державною службою геології та надр України.

Родовища корисних копалин, що належать до природних лікувальних ресурсів, надаються у користування юридичним і фізичним особам для використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань. Підземні лікувальні мінеральні води можуть використовуватися для промислового розливу. Порядок надання у користування таких родовищ визначається Кодексом України про надра та іншими актами законодавства.

Мінеральні води, лікувальні грязі видобуваються в обсягах, ліміт яких затверджується Державною комісією України по запасах корисних копалин. Видобуток, підготовка, переробка та використання підземних лікувальних мінеральних вод, лікувальних грязей та інших корисних копалин, що належать до природних лікувальних ресурсів, здійснюється згідно з затвердженими проектами та встановленими Міністерством екології та природних ресурсів України квотами.

Території, на яких основним природним лікувальним фактором, наголошує А. Г. Бобкова, є мінеральні води, що використовуються для зовнішніх бальнеопроцедур, а також для приймання всередину, належать до бальнеологічних. Якщо таким

фактором виступають лікувальні грязі, що використовуються у вигляді грязьових аплікацій і грязьових тампонів для полосного лікування, то зони відносять до грязьових. Для кліматичних зон основним лікувальним фактором є сприятливий клімат, обумовлений географічним розташуванням місцевості, її висотою над рівнем моря, рельєфом, характером рослинності та іншими особливостями [5, с. 356].

Використання курортних, лікувально-оздоровчих і рекреаційних зон, як зазначає науковець, означає добування корисних для відновлення фізичних і духовних сил людини, профілактики та лікування людини екологічних, економічних, культурних властивостей як природних рекреаційних, курортних, лікувальних, оздоровчих ресурсів і факторів, так і всієї території зон.

Поняття рекреаційних зон визначається ст. 63 Закону України від 25 червня 1991 р. «Про охорону навколишнього природного середовища [6], відповідно до якої рекреаційними зонами є ділянки суші та водного простору, призначені для організованого масового відпочинку населення і туризму, а правовий режим цих зон визначається органами місцевого самоврядування. У зв'язку з прийняттям Земельного кодексу України 2001 р., який виділив землі рекреаційного призначення як окрему категорію земельного фонду, до видів діяльності, які можуть здійснюватися в рекреаційних зонах, додалася ще й спортивна діяльність.

Загальний правовий режим рекреаційних зон передбачає обмеження використання природних рекреаційних ресурсів, під якими розуміють сукупність природно-технічних, природних, соціально-економічних комплексів та їх елементів, що сприяють відновленню та розвитку духовних та фізичних сил людини, її працездатності. Так, згідно зі ст. 63 Закону «Про охорону навколишнього природного середовища» і ст. 50 Земельного кодексу України, природні рекреаційні ресурси рекреаційних зон мають використовуватися для організації відпочинку населення, туризму та проведення спортивних заходів. Забороняється використовувати природні ресурси рекреаційних зон для здійснення видів діяльності, що негативно впливають на їх природну рекреаційну якість або можуть перешкодити використанню їх для відпочинку населення.

Оскільки природні рекреаційні ресурси, до яких відносять явища та об'єкти природного й антропогенного походження, що використовуються для туризму, відпочинку і лікування впливають на територіальну організацію рекреаційної діяльності, формування рекреаційних районів (центрів), їх спеціалізацію та економічну ефективність, які розглядаються у межах рекреаційної зони як природний рекреаційний комплекс, закон забороняє здійснювати зміни природного рекреаційного ландшафту.

Україна, володіючи численними історичними та культурними цінностями, унікальними рекреаційними ресурсами, на думку С. П. Кузика, зможе досягти значного економічного ефекту в туристичному бізнесі. Туризм визнано одним з пріоритетних напрямків національної культури й економіки. І це повністю погоджується зі світовими тенденціями, які свідчать, що туристична сфера буде індустрією XXI століття. Природно-кліматичні та історичні умови створили на Україні потужну ресурсну базу для розвитку туристично-рекреаційної індустрії, та розбудови відповідної інфраструктури. Основними факторами привабливості рекреаційно-туристичних ресурсів є природа, клімат, мистецтво, історія, харчування, архітектура, релігія. Уся територія України характеризується виключно сприятливими умовами для проведення різних видів туристичної діяльності та наявністю різноманітних рекреаційних ресурсів для відпочинку й лікування населення [7, с. 56].

Туристичні ресурси є сукупність природних і соціально-культурних комплексів та їх елементів, що сприяють задоволенню фізіологічних та соціальних потреб людини, відновленню її працездатності та які при сучасній і перспективній структурі рекреаційних потреб і техніко-економічних можливостях, використовуються для прямого й опосередкованого споживання та виробництва туристичного продукту.

Акцентуючи увагу на правовому регулюванні використання туристичних ресурсів, слід зазначити, що воно має загальний, опосередкований характер. Адже у спеціальному Законі України «Про туризм» від 15 вересня 1995 року [8] відсутнє чітке визначення поняття туристичних ресурсів, не закріплені порядок, умови та види їх використання.

Хоча деякі специфічні вимоги щодо режиму використання

туристичних ресурсів у процесі здійснення туристичної діяльності передбачає цей Закон. Вони стосуються оцінки туристичних ресурсів України, їх охорони, обліку гранично допустимих навантажень на об'єкти довкілля культурної спадщини [9, с. 565].

Для забезпечення раціонального використання туристичних ресурсів України, їх охорони, збереження та відновлення органами державної влади та органами місцевого самоврядування в межах їх повноважень затверджуються державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму (зокрема, Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки, Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016-2020 роки, Програма розвитку туризму в Тернопільському районі на 2016-2020 роки, Програма розвитку туризму та курортів у Херсонській області на 2019-2021 роки). Проте, як свідчить багаторічна практика, виконання різних загальнодержавних і регіональних програм часто припиняється, у першу чергу із-за відсутності належного фінансування.

Важливе значення для забезпечення раціонального та ефективного використання туристичних, рекреаційних та лікувально-оздоровчих ресурсів у на найближчі роки має схвалення розпорядженням Кабінету Міністрів України Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [10].

На основі проведеного дослідження можна зробити висновки, що основними причинами неналежного використання великого потенціалу природних лікувально-оздоровчих, рекреаційних і туристичних ресурсів є насамперед недосконалість чинного законодавства, відсутність цілісної та дієвої системи органів управління в лікувально-оздоровчій та рекреаційно-туристичних галузях, невідповідність переважної більшості лікувально-оздоровчих закладів і рекреаційно-туристичних територій та об'єктів міжнародним стандартам тощо.

Список використаних джерел та літератури:

1. Костяшкін І. О. Право загального землекористування громадян : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.06. Київ, 2005. 185 с.
2. Про курорти : Закон України від 05. 10. 2000. № 2026-III. *Відомості Верховної Ради України*. 2000. № 50. Ст. 435.

3. Про Державний фонд родовищ корисних копалин України : постанова Кабінету Міністрів України від 02.03.1993. № 150. *Зібрання постанов Уряду України*. 1993. № 6. Ст. 187.

4. Кодекс України про надра : затв. Законом України від 27.07.1994 : за станом на 12.04. 2012. *Відомості Верховної Ради України*. 2012. № 8. Ст. 66.

5. Бобкова А. Г. Правове регулювання використання та охорони рекреаційних, курортних і лікувально-оздоровчих зон. *Екологічне право України* : підруч. / за ред. В. К. Попова та А. П. Гетьмана. Харків, 2001. С. 350–366.

6. Про охорону навколишнього природного середовища : Закон України від 25.06.1991. № 1264-ХІІ. *Відомості Верховної Ради України*. 1991. № 41. Ст. 546.

7. Кузик С. П. Географія туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 271.

8. Про туризм : Закон України від 15.06.1995. № 324/ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 31. Ст. 24.

9. Малишева Н. Р. Правові засади формування, збереження та раціонального використання національної екологічної мережі України. *Екологічне право України*. Академ. курс : підруч. 2-е вид. / За заг. ред. Ю. С. Шемшученка. Київ : ТОВ «Вид-во «Юридична думка», 2008. С. 518–599.

10. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017. № 168-р. *Офіційний вісн. України*. 2017. № 39. С. 126–130.

І. В. Родіонова,
кандидта економічних наук
(м.Хмельницький)
Л. Ф. Небесна,
магістрантка
(м.Київ)

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СФЕРИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Актуальність теми. Перебування сучасних суб'єктів господарювання в кризових умовах є результатом відсутності ними розуміння ключових засад управління, що характеризується неефективністю в управлінні або використанні застарілих підходів до управління публічно. діяльністю. Все це в комплексі спричиняє зниження прибутковості, появу неплатоспроможності та виникнення банкрутства публічного комунального некомерційного організації. З метою підтримки «фінансового імунітету», власник повинен активно моніторити ринкові зміни і конкурентне середовище та оперативно реагувати на усі тренди ринку. До того ж, досвід зарубіжних і вітчизняних суб'єктів господарювання та наукові напрацювання пропонують великий теоретичний та практичний багаж знань в галузі управління бізнесом. Однак сьогодні переважна більшість управлінців зорієнтовані на традиційні застарілі догми ведення діяльності, які ґрунтуються на принципах адміністративного управління, що часто створює негативні тенденції на ринку. Саме тому важливо, відповідно до вимог сучасної економіки, розуміти сутність, функції та підходи до ефективного управління підприємницькою діяльністю.

Аналіз наукових праць. Теоретичні засади державного управління, головною функцією якого є стратегічне планування, досліджено у працях українських дослідників В. Авер'янова, В. Бакуменка, Б. Гаєвського, В. Ребкала, Ю. Сурміна, В. Князева, С. Кравченка, А. Коваленка, В. Лугового, Н. Нижник, О. Оболенського, В. Романова, С. Серьогіна, В. Цветкова та зарубіжних – Г. Атаманчука, Г. Бернара, В. Козбаненка, Г. Райта, В. Чиркіна в їх системному аспекті

Мета статті. Метою статті є дослідження проблематики формування стратегії управління медичними послугами публічною організацією сфери охорони здоров'я.

Основний текст. Поняття стратегії є одним з основних елементів теорії стратегічного управління. Саме стратегія об'єднує цілі та можливості організації та умови зовнішнього середовища. Поряд із обранням конкретної стратегії важливого значення набуває здатність підприємств до адаптації економічним, соціальним, технологічним, кон'юнктурним та іншим змінам.

В економічній літературі зустрічається велика кількість трактувань терміну «стратегія». Насамперед, в термінологію менеджменту означений термін перейшов з військового лексикону (де тлумачився як мистецтво ведення бойових дій та теорії ігор (план дій у конкурентній ситуації залежно від поведінки опонентів)).

До будь-якої стратегії висуваються певні вимоги, зокрема: реальність та відповідність поточній ситуації, логічність та внутрішня цілісність, етичність, сумісність із зовнішнім середовищем, спрямованість на формування конкурентних переваг, врахування інтересів різних соціальних груп та суспільства в цілому.

Формування стратегії є послідовною реалізацією ряду взаємозв'язаних етапів, укрупнено представлених на рис.1.

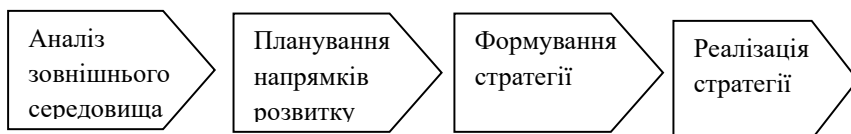


Рис. 1. Основні етапи формування стратегії

Кожен із них є системою дій, що складається з багатьох взаємозв'язаних елементів, і може бути реалізовано за допомогою різних методів.

Відтак організація формування типової стратегії, як правило, відбувається у певній послідовності відповідно до універсальних вимог щодо її змісту, який повинен відповідати стратегічним цілям організації. А сама стратегія має відповідати вимогам SMART-характеристик: Specific - точність і чіткість; Measurable - кількісне вираження; Achievable - досяжність; Related - відповідність

стратегічному баченню та інтересам виконавців; Time-bound - часовий горизонт.

За цими критеріями оцінюють відповідність стратегії науковим стандартам. Стратегія розвитку організації є результатом дослідження зовнішнього оточення і можливих внутрішніх резервів покращення діяльності з урахуванням невизначених ринкових обставин. Вона полягає у встановленні довгострокового орієнтування на будь-який вид підприємницької діяльності і заняття відповідного або планованого положення як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

Вибір конкретної стратегії означає, що з декількох альтернативних шляхів розвитку організації, приймається рішення вибрати один, у напрямку якого воно й буде розвиватися. При цьому кожен із сегментів національної економіки має певні особливості у контексті стратегічної діяльності на локальному рівні. Не є виключенням й сфера послуг.

Терміну «послуга» надають різне значення в залежності від сфери використання, тому сьогодні не сформовано єдиного загальновизнаного визначення послуг, а також не існує узагальненої концепції послуг, яка дозволила б розкрити сутність даної категорії з усіх сторін (табл. 1).

Таблиця 1

Підходи до визначення терміну «послуга»

Підхід	Зміст
Маркетинговий	Послуга – це робота (сукупність заходів), що виконується для задоволення потреб і потреб клієнтів, характеризується закінченістю і має певну вартість.
Підприємницький	Послуга – трудова доцільна діяльність, результати якої відображаються у корисному ефекті, тобто особливий споживчий вартості.
Загальноекономічний	Послуга, як загальноекономічна категорія, відображає відносини між людьми в суспільстві з приводу формування соціально-економічних умов, необхідних для функціонування суспільного відтворення.
Управлінський	Послуги – підприємницька діяльність, направлена на задоволення потреб інших осіб, за винятком діяльності, що здійснюється на основі трудових правовідносин.
Юридичний	Послуга – певна діяльність, яка не пов'язана зі створенням речі, однак сама по собі породжує

	відповідне благо, що має споживчу вартість, та в силу своїх корисних властивостей здатна задовольнити певні потреби.
--	--

Послуги є важливим індикатором розвитку країни. Адже економічне зростання призводить до збільшення добробуту населення, що у свою чергу є підґрунтям для зростання споживання послуг. Під сферою послуг розуміють частину національної економіки, яка включає всі види комерційних послуг. Організації сфери послуг задовольняють найрізноманітніші потреби – суспільні, виробничі, особисті.

При формуванні власної стратегії розвитку організації сфери охорони здоров'я повинні враховувати важливі їхні специфічні ознаки. Зокрема, невідчутність або нематеріальний характер послуг означає, що їх неможливо продемонструвати, спробувати, транспортувати, упаковувати до моменту отримання. З огляду на це, послуги зазвичай виробляються і споживаються одночасно, тому розпочинати надання послуг можна тільки після отримання замовлення або з появою пацієнта. У процесі некомерційної діяльності організаціям сфери охорони здоров'я складно обґрунтувати їхню собівартість та ціну реалізації.

Медична організація може тільки описати переваги, які отримає пацієнт внаслідок набуття послуги.

Послуги не мають гарантованих стандартів якості, адже якість послуг коливається в широких межах залежно від часу і місця надання послуг, від рівня сервісу на конкретному організації та багатьох інших чинників. На локальному рівні це виявляється через залежність попиту від репутації та професійної підготовки працівника, його ментальних особливостей, емоційного інтелекту та вміння створити «вау-ефект», а також від характеру взаємодії працівника та споживача. Включення пацієнта у процес надання послуг передбачає, що їхня реалізація, на відміну від торгівлі товарами, потребує більшої уваги, контактів, отримання інформації від споживача.

Унікальність споживачів послуг зумовлює високу ступінь персоніфікації та індивідуалізації відповідно до потреб. Це унеможливорює масовість виробництва більшості послуг, а також обумовлює необхідність врахування при формуванні стратегії

розвитку заходів щодо просування послуг та управління поведінкою споживачів.

При цьому важливою обставиною є те, що послуги неможливо виготовити наперед та зберігати для поступового продажу. Тобто якщо можливості з надання послуг перевищують попит на них, це обов'язково призведе до зменшення рентабельності. З іншого боку, навіть при різкому збільшенні попиту, людський чинник створює межу щодо максимально можливої кількості послуг за період часу.

Поряд з цим майже всім видам послуг притаманні коливання попиту, особливо в період сезонних захворювань. Універсальної стратегії розвитку для підприємств сфери охорони здоров'я не існує, адже перелічені сегменти значно відрізняються між собою. В свою чергу система управління в сфері охорони здоров'я пов'язана із цінностями, які послуги представляють для покупця й ступенем задоволеності персоналу організації сфери послуг, тому особливе значення варто приділяти стратегічному баченню послуги.

В цьому контексті дуже важливими є інноваційні та інформаційні аспекти сфери охорони здоров'я. Зокрема, досягнення науково-технічного прогресу обумовлюють появу на ринку нових класів послуг, пов'язаних з інформаційними технологіями, мобільними додатками, Інтернет-комунікаціями. Новими особливостями сфери охорони здоров'я в останні роки стали динамізм конкурентної боротьби, чутливість до ринкової кон'юнктури, індивідуальність та персоналізація для кінцевих споживачів, висока диференціація продукту в галузі, провідна роль інформаційних ресурсів.

Розвиток і перетворення системи стратегічного управління на організаціях сфери охорони здоров'я потребує використання ряду відомих методів. У зв'язку з відмінностями в структурності проблем стратегічного управління в певних межах використовуються як емпіричні (спостереження, порівняння, експеримент), так і теоретичні методи, до яких належать такі: експертні методи (інтерв'ю, аналітичні доповідні записки, «Мозковий штурм», «Дельфі» тощо); структурно аналітичні методи (складання сценаріїв, моделювання, мережевий аналіз, ієрархічна декомпозиція, матричний метод, побудова профілю середовища, SWOT-аналіз, морфологічний аналіз тощо); балансовий

метод; методи тимчасових рядів; економіко-математичні методи і моделі; метод системного аналізу і синтезу; нормативний метод та ін.

Невід’ємною складовою ефективного функціонування організації медичних послуг є впровадження методики сучасного управління на основі комплексного аналізу зарубіжного досвіду менеджменту в сфері охорони здоров’я і його адаптації до специфіки національної системи охорони здоров’я.

Проведений аналіз інформаційних джерел, представлених з цієї тематики, підтвердив актуальність заходів, спрямованих на підвищення ефективності управління як вітчизняними, так і зарубіжними закладами охорони здоров’я з метою підвищення якості медичних послуг для споживачів і результативності діяльності медичних закладів.

Основним завданням майже всіх систем охорони здоров’я на сучасному етапі залишається прагнення стримувати неухильно зростаючі витрати на медичне забезпечення за допомогою ефективного контролю над організаційними ресурсами охорони здоров’я за збереження високих стандартів надання медичних послуг.

Незважаючи на те, що системи охорони здоров’я різних країн кардинально відрізняються одна від одної, під час їх детального розгляду відзначається наявність загальних характерних особливостей, а багато проблем зарубіжних медичних організацій пов’язані з проблемами, з якими стикаються організації вітчизняної системи охорони здоров’я. Зарубіжний досвід управління організаціями охорони здоров’я свідчить про ряд тенденцій і ефективних зарубіжних практик, що є найбільш актуальними для забезпечення фінансової стійкості та ефективності функціонування медичних закладів в період фінансово-економічної кризи.

У наукових публікаціях з питань закордонних систем охорони здоров’я велика увага приділяється державній політиці, що стосується організації та фінансування надання медичної допомоги населенню, а також побудови актуальних моделей оптимізації витрат державних і приватних бізнес-структур на медичне обслуговування громадян. На корпоративному і державному рівнях наголошується на необхідності формування реєстра для отримання достовірних даних про захворювання, виявлення закономірностей їх виникнення і розвитку, розроблення управлінських рішень щодо профілактики та реабілітації.

Нині в зарубіжних системах охорони здоров'я з'явилася нова парадигма ціннісно-орієнтованої системи охорони здоров'я, яка фокусується на якості наданих медичних послуг за певного рівня витрат, на засадах якої були реалізовані проекти щодо широкомасштабного скорочення витрат, забезпечення сталого розвитку і підвищення ефективності у сфері охорони здоров'я, основною метою яких було збереження колишнього обсягу і якості надання медичних послуг без залучення додаткових фінансових ресурсів. У зв'язку з цим важлива проблема була розглянута в звіті, представленому Бостонською консалтинговою групою: зростання рівня витрат на охорону здоров'я часто не пов'язано з результатами лікування пацієнтів, з огляду на це виникає необхідність прозорості даних про результати лікування, що дає змогу прискорити впровадження ефективних клінічних рекомендацій. Основа підходу – орієнтація на результат лікування за допомогою формування реєстрів результатів лікування і необхідних даних щодо захворюваності. Поліпшення результатів лікування і скорочення кількості відхилень призводять до зниження медичних витрат і підвищення якості наданих медичних послуг. Прикладом застосування цього підходу може служити Швеція, де відзначається чіткий взаємозв'язок між витратами на душу населення та індексом якості. В результаті використання реєстру даних, що стосуються інфаркту міокарда, в Швеції за один рік вдалося знизити смертність від цього захворювання на 30%.

Актуальність здійсненого аналізу полягає в оцінюванні інформації про використання ефективних управлінських практик, впроваджених в зарубіжних медичних закладах з метою мінімізації витрат на медичне забезпечення громадян, а також програм взаємодії підприємств медичних послуг з органами державної влади та страховими компаніями. В результаті проведеного аналізу зарубіжного досвіду можна зробити такі висновки та сформулювати практичні рекомендації щодо його використання в умовах організацій охорони здоров'я України.

1) Створення ефективної системи управління неможливо без організації єдиного інформаційного простору на основі впровадження медичної інформаційно-аналітичної системи і моделювання бізнес-процесів основної медичної діяльності (досвід компанії «Asklepios» в

Німеччині). Однак, незважаючи на те, що медичні інформаційні системи є широким спектром різних модифікованих варіантів, досить часто вони неповною мірою адаптовані до особливостей конкретного середовища застосування (сфера охорони здоров'я) і не завжди відповідають вимогам користувачів.

2) Використання електронної системи охорони здоров'я дає реальні можливості для чіткого структурування та формування реєстрів захворюваності пацієнтів і результатів лікування і профілактики, що приведе до зниження витрат з боку підприємств медичних послуг та підвищення якості медичного обслуговування за рахунок поліпшення рівня діагностики та лікування (досвід Сербії з впровадження електронної системи охорони здоров'я).

3) Відсутність досвіду роботи з аналогічними практиками та професійних знань в області управлінських технологій у більшості керівників медичних організацій, недостатні ресурси (матеріальні, фінансові, людські), особливості менталітету співробітників і недостатньо високий рівень корпоративної культури медичних працівників є обмежуючими факторами застосування міжнародного досвіду. Ці проблеми загалом можна нівелювати, якщо проект починати з детального навчання керівників і персоналу організацій корпоративного менеджменту.

4) До числа основних факторів, що сприяють успіху медичних організацій, входять побудова і розвиток послідовної концепції, створення необхідних умов, що стосуються підготовки кадрових ресурсів, плавний еволюційний перехід від однієї стадії оптимізації діяльності до іншої, ефективна взаємодія між керівництвом і персоналом, створення механізмів оцінки результатів, наділення відповідних осіб необхідними повноваженнями, активна участь медичних працівників та особливо старшого медичного персоналу. Для успішного досягнення стратегічних цілей організації вищевказані фактори повинні бути інтегровані, забезпечуючи тим самим системний підхід.

Висновки. За результатами проведеного дослідження висвітлено проблематику формування стратегії управління медичними послугами публічною організацією сфери охорони здоров'я.

Список використаних джерел та літератури:

1. Калмикова Н.М. Маркетинговий менеджмент в системі управління організаціям [Електронний ресурс] / Н.М. Калмикова. Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/node/906>.
2. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Майкл Е. Портер; Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2015. 454 с.
3. Лехан В.М. Порівняльна характеристика моделі Семашка та моделі, започаткованої в рамках реформи системи охорони здоров'я в Україні / В.М. Лехан, В.Г. Гінзбург, Е.В. Борвінко // Медицина сьогодні і завтра. 2013. № 4 (61). С. 99-105.
4. Международный и отечественный опыт реформирования здравоохранения: [монография] / [М.В. Пирогов, И.В. Успенская, С.В. Козаченко]. М.: Изд. Дом «Панорама», 2012. 80 с.
5. Минцберг Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж.Б. Куинн, С. Гошал; пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб: Питер, 2014. 688 с.
6. Мороз Ю.А., Лісун Я.В. Формування системи стратегічного управління на організаціях сфери послуг [Електронний ресурс].
Режим доступу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/2799/1/20161031_515%D0%B0.pdf
7. Національна стратегія реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015–2020 років URL: <http://moz.gov.ua>.
8. Олексюк О.І. Економіка результативності діяльності організацій: монографія / О.І. Олексюк. К. : КНЕУ, 2018. 262 с.

Л. О. Савчук,
кандидат педагогічних наук, доцент
(м. Хмельницький)

ОРГАНІЗАЦІЯ ЯКІСНИХ ПОСЛУГ ТУРИСТІВ У ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ

Сьогодні створення стійкого розвитку туризму можливе лише за умови постійного підвищення якості наданих послуг, здатних задовольнити потреби сучасного туриста в організації його дозвілля. Розвиток сфери туризму впливає на соціальне, культурне й економічне життя держави.

Вагомий внесок у вивчення організації управління туристичною діяльністю та підвищення ефективності обслуговування здійснили праці вчених Карсекіна В.І., Квартальнова В.О., Мальська М.П., Окрепилова В.В., Сидоренко І.О., Смирнов І.Г., Чорненька Н.В., Шаповалова О., Школи І.М. та ін. Серед західних вчених подібна тематика є також актуальною. Вона зустрічається в працях Дж. Кендемпаллі, Б. А. Спаркс, Б. Предау, Дж. Москадо, та інших.

З поширенням коронавірусу туристична індустрія постала перед кризою, яка може виявитися найгіршою в історії. Через спалах Covid-19 оголошуються карантинні заходи та самоізоляція громадян. У Всесвітній туристичній організації ООН (UNWTO) прогнозують глобальні збитки в сфері туризму. Так, через пандемію число міжнародних туристів скоротиться на 20 – 30% в порівнянні з показниками 2019 року. Лише за лютий місяць 2020 року туристична галузь у Європі втратила близько 1 мільярда євро. Що стосується Італії, де туризм складає 13% ВВП, то країна, яка стала центром поширення хвороби вже втратила майже 10 млрд доларів [1].

Епідемія коронавірусу внесла значні зміни у діяльність готельної індустрії. Перш за все це підвищені вимоги до безпеки, нове відношення до індивідуальних засобів захисту, антисептиків, соціального дистанціювання.

Всі ці зміни не вплинули на тлумачення понять «гостинність», «приймання гостя», на фундаментальні принципи організації обслуговування у готельній індустрії.

Гостинність – це комплексна послуга, що характеризується споживчими властивостями і зумовлює необхідність створення позитивного іміджу. Позитивна оцінка готельного підприємства є проявом вторинного попиту на послуги, ознакою раціонального підходу до організації та управління виробничим процесом. Створення позитивного іміджу у сфері гостинності вирішується шляхом забезпечення високої якості послуг, вироблення стратегії і концепції гостинності.

Готель є найдосконалішим колективним засобом розміщення гостей із замкнутою технологією виробництва і споживання готельних послуг. Виробництво і споживання готельних послуг збігається в часі. Ядром просторової структури готелю є основний монопростір – житловий поверх.

Із метою встановлення відповідності готелів і їх номерів критеріям (стандартам) обслуговування у кожній країні їх класифікують по розрядам, що є свідченням престижу, впливає на формування клієнтури, вартість послуг. Класифікація готелів регламентується на міжнаціональному і національному рівнях, а також у межах готельної мережі, асоціацій, спілок. Сьогодні існує понад 30 різних класифікацій, найпоширенішими серед яких є: система зірок (від однієї до п'яти), що здійснюється на основі французької національної класифікації; система літер (А-В-С-О); система «корон» або «ключів»; система балів; система розрядів.

Запровадженню єдиної класифікації готелів у світі перешкоджають національні традиції, культурно-історичні відмінності держав, критерії якості.

Головна функція готельного підприємства – надання тимчасового житла. Зважаючи на потужний розвиток процесів суспільної глобалізації, інтернаціоналізації та диверсифікації туристичної діяльності, сучасні готелі досить часто пропонують послуги, які умовно можна вважати додатковими: трансфери, організація розважальних заходів, побутового обслуговування, лікувально-оздоровчі процедури. Може змінюватись і формат послуг гостинності для тієї частини працюючих, які залишаються працювати дистанційно. Вони будуть потребувати тимчасовий робочий простір для здійснення своєї професійної діяльності. Такі колективні офіси може забезпечити готельне підприємство.

Сьогодні готелі намагаються забезпечувати максимально високий рівень обслуговування гостей. Автоматизовані системи дозволяють гостю зменшити дискомфорт очікування, проходження процедури реєстрації завдяки терміналам самообслуговування. Сучасні інформаційні технології призводять до стрімкого розвитку індустрії готельєрів, які роблять акцент на інноваціях, через попит туристів до персонального одноосібного обслуговування. Окремі гості постійно знаходяться в стані стресу із-за боязні заразитись вірусом. Вони просять, щоб їх не турбував персонал, щоб не проводилось в їхньому номері поточне прибирання. Такі потреби гостей варто враховувати. В готельній індустрії зміниться повністю концепція обслуговування. Наявність гаджетів та дівайсів замінить обслуговуючий персонал, вмонтовані монітори планшетів замінять консьєржів, а програми смартфонів дозволять реєструватися ще до заїзду в готель, та потім відкрити номер за допомогою мобільного телефону. Гості тепер частіше використовують безконтактну оплату картою послуг за номер, пряме бронювання стає дієвим інструментом продаж.

Найважливішого значення при визначенні гостями якості і рівня організації обслуговування в готельному підприємстві має оцінка персоналу, який напряму спілкується з клієнтами. Крім службовців, які першими зустрічають гостей готелю – швейцари, посильні (коридорні), портьє – велику роль у наданні повсякденних послуг клієнтам відіграють – консьєржі.

Враження гостей від обслуговування в готельному підприємстві відстежуються за спеціальними анкетами, які є в кожному номері. Звичайно, що гість заповнює таку анкету за бажанням. Для отримання зворотного зв'язку варто користуватись електронним анкетуванням гостей. Адже для багатьох гостей взяти в руки ручку проблематично у зв'язку з карантинними пересторогами. А завдяки методу опитування менеджмент закладу розміщення отримує важливу інформацію для винайдення шляхів підвищення якості обслуговування. [5, с. 276]

Для надання якісних послуг проаналізуємо переваги впровадження в практику роботи готелю автоматизованої інформаційної системи з управління.

Так, зниження тривалості операційного циклу дозволяє готелю скоротити терміни надання послуг і забезпечує можливість швидко реагувати на зміни попиту. При чому збільшується кількість надаваних готелем послуг, поліпшується їхня якість. Однак увесь цей зиск складно точно оцінювати або прогнозувати, оскільки він дуже сильно залежить від непередбачуваних дій конкурентів. Але, незважаючи на це, їх не слід ігнорувати, оскільки за своєю природою такі переваги є стратегічними і надзвичайно важливими для довгострокового успіху будь-якої компанії [4].

Інформаційна система готелю дозволяє у найкоротший термін виключити з асортименту послуги, що реалізуються погано, і замінити їх новими, отримати ефект за рахунок більш точного визначення того, які категорії гостей отримують конкретні послуги, у який час і як змінюються їхні смаки тощо.

У результаті використання і впровадження автоматизованої інформаційної системи значно знижуються витрати на технічне обслуговування і поточний ремонт, витрати енергії, скорочуються поточні витрати у результаті більш раціонального використання номерного фонду готелю і збільшення ефективності обслуговування гостей. Економічний ефект отримаємо також від надання послуг через Інтернет.

Таким чином, впровадження інформаційної системи відкриває нові можливості для ефективного вирішення завдань гостинності в готельному бізнесі. Інформаційний центр в сучасних умовах стає невід'ємним елементом ефективної системи управління наданням послуг гостям.

Незалежно від категорії всі готелі повинні задовольняти таким основним вимогам якісного обслуговування:

1) мати зручні під'їзні шляхи з необхідними дорожніми знаками, упорядковану й освітлену територію, майданчик із твердим покриттям для короткотермінового паркування і маневрування автотранспорту, вивіску з найменуванням підприємства та зазначенням його категорії, за наявності окремого входу до ресторану - вивіску з його назвою. Готель, що займає частину приміщення, повинен мати окремий вхід;

2) архітектурно-планувальні, будівельні елементи, технічне обладнання готелю повинні відповідати будівельним нормам і правилам;

3) розташування готелю в екологічно сприятливому навколишньому середовищі;

4) гарантування безпеки життя, здоров'я клієнтів, збереження їхнього майна. У приміщенні мають бути аварійні виходи, сходи, інформаційні покажчики, що забезпечують вільну орієнтацію гостей у звичайній і надзвичайній ситуаціях;

5) обладнання системою протипожежного захисту і повідомлення;

6) дотримання встановлених органами санітарно-епідеміологічного нагляду санітарно-гігієнічних норм і правил щодо чистоти приміщень, стану сантехнічного обладнання, прибирання відходів, ефективного захисту від комах і гризунів;

7) встановлення та експлуатація електричного, газового, водопровідного обладнання відповідно до Правил технічної експлуатації готелів та їх обладнання;

8) оснащеність інженерними системами та обладнанням, здатним забезпечити: гаряче і холодне водопостачання (цілодобово), а в районах із перебоями у водопостачанні наявність ємкості для мінімального запасу води не менше ніж на добу; відведення стічних вод (каналізація); підтримання температури не нижче 18,5°C в жилих приміщеннях і приміщеннях загального користування; вентиляцію повітря (нормальну циркуляцію повітря і запобігання проникнення побічних запахів у номери та приміщення загального користування); роботу точок радіомовлення і телебачення, телефонного зв'язку; освітлення в номерах: природне (не менше одного вікна), штучне, що забезпечує освітлення в лампах накаливання – 100 лк, люмінесцентних – 200 лк, цілодобове освітлення в коридорах;

9) наявність умов для приймання та обслуговування інвалідів, що використовують крісла на коліщатах.

10) використання і впровадження автоматизованої інформаційної системи, надання послуг через Інтернет.

Висновки. Україна належить до країн, що мають великий, але не реалізований потенціал готельного бізнесу. Готельний продукт – це комплекс фізичних, соціальних та емоційних компонентів [3, с. 24].

Важливим фактором організації якісних послуг в готельній індустрії є рівень привабливості готельних послуг, конкурентоспроможність, інноваційна діяльність, наглядна реклама, позитивний імідж, сучасні комунікаційні засоби, цифрові технології.

Список використаних джерел і літератури:

1. International tourist arrivals could fall by 20 – 30% in 2020 [Електронний ресурс]. URL: <https://unwto.org/news/international-tourism-arrivals-could-fall-in-2020>. (дата звернення: 31.03.2020).
2. Закон України «Про туризм» : Закон України : чинне законодавство зі змінами та допов. станом на 26 квіт. 2014 р. Режим доступу : zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95. Назва з екрану.
3. Бойко М. [та ін.]. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення / розроб. Офіц. вид. 2006. 24 с.
4. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Навч. посібник. К.: Кондор, 2005. 408 с.
5. Андренко І. Б. [та ін.] за ред. І. М. Писаревського]. Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект : монографія Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х. : ХНАМГ, 2010. 276 с.

П. М. Сем'янчук,

кандидат економічних наук

Т. М. Фасолько,

кандидат економічних наук

(м. Хмельницький)

ІСТОРИКО-АРХІТЕКТУРНІ ЦІННОСТІ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ РЕГІОНУ

Описано визначні історико-архітектурні пам'ятки Хмельницької області. З'ясовано реальний стан архітектурних пам'яток у Кам'янці-Подільському, Меджибожі, Самчиках, Сутківцях, Старокостянтиніві. Систематизовано проблеми, які стоять на заваді розвитку внутрішнього туризму в Хмельницькій області. Запропоновано шляхи активізації внутрішнього туризму.

Ключові слова: внутрішній туризм, турист, інфраструктура, архітектура, культура, історична цінність, проблема, перспектива.

Historical and architectural values of Khmelnytsky region as a basis for the development of domestic tourism

The outstanding historical and architectural monuments of Khmelnytsky region have been described. The real state of architectural monuments in Kamianets-Podilskyi, Medzhibozh, Samchyky, Sutkivtsi, Starokostiantyniv has been clarified. The problems that hinder the development of domestic tourism in Khmelnytsky region have been systematized. Ways to intensify domestic tourism has been proposed.

Key words: domestic tourism, tourist, infrastructure, architecture, culture, historical value, problem, perspective

Постановки проблеми. На даному етапі в Україні загалом та Хмельниччині зокрема слід формувати конкретні плани сталого розвитку. Сфера туризму повинна займати одне із провідних місць в національному й регіональному розвитку. Багато країн світу сприймаючи туризм як глибоке соціальне і політичне явище, яке істотно впливає на світове співтовариство, взяли чіткий курс на посилення цієї лінії народногосподарського комплексу. Окрім національної зростає значимість і зміцнюються позиції регіональної туристичної політики. Україна в цілому і Хмельниччина осібно мають значно більший туристичний потенціал, ніж туристично-успішніші країни з біднішою історико-культурною спадщиною і природним багатством.

Аналіз наукових досліджень. Низку теоретичних і рекомендаційних аспектів у сфері розвитку туризму узагальнили, розробили і запропонували О.В.Бабкін, В.С.Пазенко, І.В.Смаль, Т.Г.Сокол, В.К.Федорченко, Е.В.Щепанський, В.В.Щербаков та інші. Не зважаючи на глибокі та ґрунтовні дослідження у даній науково-практичній царині, дещо поза увагою залишилися дослідження історико-архітектурної спадщини як основи розвитку внутрішнього туризму регіону.

Формування цілей статті. Метою даної статті є характеристика найвизначніших історико-архітектурних цінностей Хмельниччини як підвалини розвитку внутрішнього туризму області.

Виклад основного матеріалу. Спеціалістами окреслено Сім чудес України, до яких відносять: Національний історико-архітектурний заповідник «Кам'янець» (Кам'янець-Подільський), Києво-Печерська Лавра (Київ), Національний дендрологічний парк «Софіївка» (Умань), Національний заповідник «Софія Київська» (Київ), Херсонес Таврійський (Севастополь), Хотинська фортеця (Хотин), Національний заповідник «Хортиця» (Запоріжжя) [1]. Тобто Хмельниччина володіє однією з потенційних перлин туристичної індустрії України, яка може формувати ядро внутрішнього туризму всього регіону.

Зазначимо, що Кам'янець-Подільський є одним з найдавніших міст України. Унікальне поєднання історико-архітектурної і містобудівної спадщини, а також ландшафт каньйону річки Смотрич формують неповторний краєвид і хороші перспективи для приваблення туристів. Кількість пам'яток архітектури ХІ–ХІХ століть у Кам'янці-Подільському налічує близько 200 будівель та споруд. Масивні та міцні оборонні укріплення «Старого міста», фортеця і фортечний міст, поєднання давніх споруд різних релігій захоплюють своєю гармонійною особливістю. Враховуючи багату історико-архітектурну спадщину «Старого міста», національною комісією України у справах ЮНЕСКО в травні 1994 року було рекомендовано включити його кандидатом до реєстру світової культурної спадщини [1]. Найбільшою цінністю Кам'янця-Подільського є повністю збережений історичний центр без вкраплень архітектури ХХ століття, а головною міською пам'яткою – старовинна фортеця. Перші споруди фортеці вчені відносять до періоду ХІ–ХІІ століть, а основні укріплення оцінюють ХVІ–ХVІІ століттями. Великою конкурентною перевагою для розвитку внутрішнього туризму у Хмельницькій області є те, що оборонні укріплення в Кам'янці-Подільському вважають взірцем кращих фортифікацій Східної Європи.

Саме тому Кам'янець-Подільський відзначається проведенням чисельних фестивалів, зокрема: День міста, фестиваль «Весільна фортеця», фестиваль військово-історичної реконструкції «PortaTemporis», Міжнародний фестиваль середньовічної культури «Форпост», Всеукраїнський фестиваль військово-історичної реконструкції «Остання столиця», Міжнародний фестиваль сучасного вуличного мистецтва «Республіка», Міжнародний фестиваль

військово-історичної реконструкції «Schola Militaria», Всеукраїнський фестиваль пива та повітроплавання «Октоберфест. Знову в небо», фестиваль повітроплавання «Золота омега» [2].

Вагомими осередками внутрішнього туризму Хмельницької області можуть бути Державні історико-культурні заповідники «Меджибіж» та «Самчики».

Меджибізький замок є легендарним давньоруським укріпленням, яке захищало українські землі від нападів монголо-татарських завойовників. Місто розкинулося на високому лівому березі Південного Бугу, в який впадає притока Бужок. Звідси й походить назва Меджибожа. Перша згадка по населений пункт сягає 1146 року. На території фортеці увагу туристів привертають палац, церква та вежі з мурами. Поруч із замком знаходяться руїни домініканської церкви. У містечку збереглися два цікавих турецьких обеліски XVII-го століття, які стояли над могилами турецьких воєначальників, та оборонна каплиця-ротонда XVI–XVII століть. Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 27.12.2001 року за №1759 на базі комплексу пам'яток замку в смт Меджибіж створено Державний історико-культурний заповідник «Меджибіж» [3].

З 2011 року Дирекція заповідника намагається створити туристичний бренд «Меджибізький замок». Його метою є збільшення чисельності відвідувачів та створення туристичного продукту. Вартою уваги є низка заходів, що спрямовані популяризувати історико-культурну спадщину стародавнього Меджибожа з його архітектурними цінностями. У червні 2011 року було відбулося відкриття фестивального сезону у Меджибізькій фортеці.

Ефективно-обґрунтованим заходом та доброю традицією у створенні туристичного бренду може бути регулярна участь заповідника у міжнародному русі історичних фестивалів. Так, січень 2012 року відзначився проведенням історичної реконструкції подій XVI-го століття «Зимова вежа» та відтворенням подій Визвольних змагань 1920 років «Зимова тактика у Меджибожі». Також Меджибіж відзначився щорічним Міжнародним фестивалем середньовічної культури «Стародавній Меджибіж», який присвячений Дню Незалежності України. Чисельність учасників фестивалю складає біля п'ятиста учасників (28 клубів) та шести тисяч туристів.

Принагідно відзначити, що за результатами всеукраїнського конкурсу фестивального руху фестиваль «Стародавній Меджибіж» зайняв перше місце серед історичних фестивалів України.

З метою залучення туристичних фірм для співпраці з працівниками заповідника проводяться круглі столи, присвячені відкриттю туристичного сезону в Меджибізькій фортеці. Представники Державного історико-культурного заповідника «Меджибіж» є постійними учасниками Міжнародної туристичної ярмарки в Києві та інших регіональних туристичних заходів. Меджибізька фортеця стала учасником міжнародного проєкту «Туристична марка» [3].

Попри вказані позитивні моменти, існує низка проблем, яка стає на заваді розвитку туризму. За одним із джерел – іноземці вражені старовинними архітектурними спорудами в Україні, проте їх дивує пасивність та байдужість місцевих жителів у ставленні до архітектурно-історичного скарбу. Туристи відзначають негативним явищем відсутність готелю, якісного кафе, затишної кав'ярні й елементарної громадської вбиральні. На їхню думку, замок приваблює відвідувачів, а відсутність інфраструктури – відштовхує. Даючи рекомендації місцевій владі, вони зазначають, що на туристах можна і навіть потрібно заробляти не лише заповіднику, а й населенню, облаштовуючи місця для відпочинку і дозвілля. У країнах Європи вже давно оцінили економічний ефект від розвитку туризму. В Україні ж громади, які мешкають поблизу замків та палаців, до кінця не усвідомлюють перспектив, що відкриває «історичне сусідство». Секторальний менеджер Представництва Європейського Союзу в Україні Тетяна Шульга під час міжнародного семінару «Культурна спадщина як ресурс розвитку. Можливості в рамках європейських програм» виділила чотири важливі аспекти, на яких роблять акценти у Європейському Союзі: залучення усіх верств населення до відвідування історичних об'єктів; розвиток відповідального і сталого туризму; захист історичних об'єктів; інноваційні процеси. Ця практика притаманна для більшості країн Європи, де в окремих із них доходи від туризму складали 15% від ВВП [4]. Аналогічна ситуація з неналежною інфраструктурою в населених пунктах з багатою історико-культурною спадщиною притаманна не тільки Хмельниччині,

але й Україні. Саме тому вкрай необхідно є реалізація запропонованої практики європейських країн.

Вищезгаданий палацово-парковий ансамбль «Маєток Самчики» є одним з найкращих в Україні творів архітектури та садово-паркового мистецтва доби Зрілого Класицизму. До комплексу ансамблю входять: палац, китайський будинок, мур з ворітьми початку ХХ-го століття, ворота ХVІІІ століття, дві офіщини ХVІІІ-го століття, споруда «Сад у мурах», фонтан початку ХХ століття, комора. Постановою Кабінету Міністрів України від 05.08.1997 року за № 844, з метою збереження пам'яток національної культурної спадщини, був створений Державний історико-культурний заповідник «Самчики». Територія палацово-паркового ансамблю займає 18,8 га [3].

Розвиток туристичної привабливості заповідника вимагають постійних робіт зі збереження існуючих та відтворення втрачених основних складників маєткового ансамблю. Ремонтно-реставраційні та відновлювальні роботи деталей і фрагментів автентичних оздоб споруд, будівель їх фасадів та інтер'єрів повинні гранично якісними. Відтворення типологічних інтер'єрів ХVІІІ–ХІХ століть та відродження первісних об'ємно-просторових композицій маєткового парку повинні проводитись профільними спеціалістами на основі пам'яток садово-паркового мистецтва та історичних документів, іконографічних матеріалів і типологічних аспектів культури палацово-паркового мистецтва ХVІІІ–ХІХ століть. Окрім вказаних заходів підтримання стану заповідника повинно здійснюватися шляхом збагачення породного й видового деревостану, постійного утримання в належному стані об'ємно-просторових композицій парку, прокладання нових паркових алей та стежок, догляд за існуючими та створення нових рекреаційних ділянок для відпочинку туристів і відвідувачів.

Щорічне проведення таких масових культурно-просвітницьких заходів як традиційне свято «Ой, на Йвана, на Купала» і народна забава «Зелені свята», а також музичного концерту «Дивертисмент маєтку «Самчики», із залученням хорових і струнно-смічкових професійних та аматорських колективів, і театралізовано-історичних екскурсій «Маєток Самчики» – дозволяють привабити більшу чисельність відвідувачів і туристів.

Громади повинні усвідомлювати значення і цінність об'єктів, які вони успадкували від попередніх поколінь. Євроінтеграційні процеси в Україні повинні сприяти поступовій позитивній зміні ставлення до історико-архітектурної спадщини. Подорожуючи, українці мають змогу побачити ставлення іноземців до своїх пам'яток архітектури. Разом із тим у замках та фортецях активізуються дії приваблення туристів, а саме: проведення цікавих фестивалів і майстер-класів, представлення нових експозицій.

Повага до історичної спадщини повинна закладатися іще з молодших шкільних класів. Вивчаючи Історію України, Українську мову, Українську літературу й Українознавство школярам повинні закласти повагу до природного, історичного й культурного різноманіття України, а також бажання більше пізнавати. Такий підхід розширює спектр туристичного інтересу.

Фахівці зазначають, що крайніми роками українські туристи почали самостійно шукати й визначати нові маршрути, здебільшого маловідомі історичні місця. Серед них село Сутківці, яке розташоване на берегах річки Ушиці на відстані 7 км від автодороги Хмельницький – Кам'янець-Подільський. Історико-культурною цінністю є фортеця-церква Покрови Пресвятої Богородиці – унікальна кам'яна сакральна споруда оборонного типу. Наразі церква є одним з найдавніших в Україні оборонних храмів і єдиним середньовічним оборонним храмом тетраконхового типу (найближчим аналогом є донжон у французькому Етампі) [4]. Окрім церкви-фортеці покинутою на околиці села стоїть єдина вціліла північно-західна вежа фортеці XIV–XVII століть. Наразі в селі відсутня інфраструктура для залучення туристів. Черговий раз наштовхуємося на вищеописані проблеми, які не дають розкритись історичному потенціалу Хмельниччини для розвитку внутрішнього туризму.

Відкриття невеличкого мотелю чи хостелу дозволило б залишати туристів у регіоні й дали б поштовх для розвитку малого бізнесу, адже виникла б потреба у додаткових магазинах, сувенірних кіосках та інших туристичних атракціях. Як зазначають представники місцевої влади – «Є турист – є життя» [5]. Ця теза є актуальною для більшості дрібних населених пунктів України з мальовничою природою та історико-культурними цінностями. Варто згадати сотні закритих сільських клубів, бібліотек і музеїв та залишених без

належної підтримки із загрозою руйнації архітектурних і скульптурних пам'яток України, що десятиліттями позбавлені належного фінансування. Власне цей культурно-освітній занепад спричинив тотальну кризу внутрішнього туризму

Вважаємо за потрібне згадати про замок князів Острозьких XVI століття, який знаходиться у Старокостянтинові в мальовничому місці, де зливаються річки Случ та Ікопоть. Варто додати, що захоплюючи красвиди та цікава історія не завадили появі вищенаведених проблем, що водночас є істотною перешкодою розвитку внутрішнього туризму в Україні та у Хмельницькій області. На території замку відсутня вбиральня й експозиційні зали потребують нагального ремонту. зазначимо, що у 2010 році Старокостянтинів було включено до списку «Міст пріоритетного втручання» в рамках пілотного проєкту Ради Європи «Реабілітація культурної спадщини історичних міст» [5]. Позитивним моментом є проведення фестивалів та інших культурних заходів, серед яких пленери керамістів і тематичні зліти байкерів, зустрічі лицарі та інших представники середньовічної культури, презентації, виставки і майстер-класи. Планується корегування проєкту реставрації замку, проведення державної експертизи та проведення реставраційних робіт. Реалізація вказаних заходів разом із покращенням інфраструктури дозволить розвитку внутрішнього туризму міста, а комплексне вирішення тих самих проблем в інших населених пунктах з культурно-історичними цінностями дозволить сформувати цілісну взаємопов'язану сітку внутрішнього туризму області.

Нами описана незначна частка історико-архітектурних цінностей Хмельницької області, кількість яких налічується не однією сотнею, а їхнє розташування та історія є не менш цікавими. Окремі з них в силу відсутності належної інфраструктури випали повністю з поля зору туристів, а велика кількість через описані проблеми перебуває на межі аварійного або передаварійного стану й виникає загроза безповоротно втратити безцінні пам'ятки культури й частину власної історії.

Таким чином напрямки розширення і зміцнення сфери внутрішнього Хмельниччини туризму передбачають зберігання та реставрацію історико-архітектурної спадщини, накопичення ресурсів місцевої громади і приваблення різних верств населення, організація

культурно-історичних подій та видовищ, різнобічна наукова робота і розвиток інфраструктури. Разом із тим слід посилити маркетингову компоненту шляхом створення технічних, інформаційних і сервісних умов для реалізації туристично-рекреаційних пропозицій на рівні міжнародних стандартів, а також добре продумана регулярна рекламна кампанія. Важливим кроком є створення регіональної інформаційної інфраструктури туризму як органічного доповнення загальнонаціональної. Це значно покращить можливості щодо пошуку інформації, бронювання та резервування туристичних послуг. дозволить .

Принагідним буде згадати той факт, що за умов пандемії, спричиненої розповсюдженням коронавірусної хвороби COVID-19, в Україні активізувався внутрішній туризм. Таке пожвавлення може дати поштовх у розвитку даної сфери як у регіональному, так і в національному вимірах.

Висновки. Отже, завдяки багатій культурно-історичній спадщині Хмельниччина є одним з регіонів перспективного розвитку туризму. Це також підсилюється вигідними особливостями її географічного розташування, сприятливим кліматом, багатством природно-ресурсного і туристично-рекреаційного потенціалу, добре розвинутою транспортною мережею. Окрім того, крайніми роками вищі навчальні заклади активно ведуть підготовку фахівців у сфері туризму, залучаючи до освітнього процесу практиків даної сфери. Проте, гальмування розвитку внутрішнього туризму пов'язане з низкою істотних проблем пов'язаних зі слабким фінансуванням реставрації та розвитку історико-культурних цінностей і відсутністю належних умов для розташування туристів і задоволення їхніх фізіологічних потреб.

Список використаних джерел та літератури:

1. 7 чудес України. URL:
<https://sites.google.com/site/7cudesukraienicom/7-cudes-ukraieni> (дата
звернення: 16.09.2020)

2. Фестивалі Кам'янка-Подільського. URL:
https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%96_%D0%9A%D0%B0%D0%BC%27%D1%8F%D0%BD%D1%86%D1%8F-%D0%9F%D0%BE%D0%B4%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1

%8C%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE (дата звернення: 20.09.2020)

3. Державні історико-культурні заповідники Хмельниччини в контексті розвитку туризму в Україні. URL: <http://dunrda.gov.ua/ehdiniij-den-informuvannya/tema-derzhavni-istoriko-kulturni-zapovidniki-khmelnichchini-v-konteksti-rozvitku-turizmu-v-ukra%D1%97ni/> (дата звернення: 16.09.2020)

4. Замки і палаци Хмельниччини: Ч. 1. URL: <https://ngp-ua.info/2018/05/36829> (дата звернення: 16.09.2020).

5. Замки і палаци Хмельниччини: Ч. 2. URL: <https://vdalo.info/zamki-i-palatsi-hmelnichchini-dorogovkaz-ye-povniy-vpered-chastina-2/> (дата звернення: 16.09.2020).

П. М. Сем'янчук

кандидат економічних наук

А. Ю. Мельник,

студентка

(м. Хмельницький)

ОСОБЛИВОСТІ Й ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СПЕЦІАЛЬНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ

Розкрито суть, об'єктивні причини і суб'єктивну природу виникнення спеціального туризму. Висвітлено особливості спеціалізованих видів туризму. Охарактеризовано особливості рекреаційного, лікувально-оздоровчого, пізнавального (екскурсійного), спортивного, етнічного (ностальгічного), релігійного, екологічного туризму.

Ключові слова: туризм, спеціальні види туризму, рекреаційний туризм, пізнавальний туризм, екстремальний туризм.

Features and prospects of development of special types of tourism

The essence, objective reasons and subjective nature of the origin of special tourism are revealed. Features of specialized types of tourism

are highlighted. Features of recreational, medical and health, cognitive (excursion), sports, ethnic (nostalgic), religious, ecological tourism are characterized.

Key words: *tourism, special tourism, recreational tourism, educational tourism, adventure tourism*

Постановки проблеми. Згідно ієрархії потреб Маслоу кожна людина прагне повноцінного відпочинку. Оскільки потреби людей різноманітні – відповідно уявлення про відпочинок також розмаїті. Пропозиція реагує на попит і це виливається у виникненні спеціальних видів туризму. Головною особливістю розвитку яких є створення індивідуалізованого туристичного продукту, який би задовольняв оригінальні особливості потреб у відпочинку туристів. Наслідком цього є поглиблення та розширення видів туристичної діяльності, яке покликане задовольняти різноманітні потреби сучасної людини у сфері відпочинку і дозвілля, а також вивчення й освоєння нових орієнтирів туристичної галузі.

Аналіз наукових досліджень. Теоретичні й рекомендаційні розробки у науково-практичній царині туризму здійснили О.В.Бабкін, О.Ю.Бобловський, В.С.Пазенко, І.В.Смаль, Т.Г.Сокол, В.К.Федорченко, Е.В.Щепанський, В.В.Щербаков та інші. Їхні дослідження у сфері туризму дозволили вийти на рівень вивчення спеціальних видів туризму.

Формування цілей статті. Метою даної статті є характеристика спеціальних видів туризму як перспективних напрямів розвитку й урізноманітнення даної сфери господарювання.

Виклад основного матеріалу. Особливістю сучасного туризму є те, що масовий конвеєрний туризм трансформувався в масовий диференційований. Якщо перший передбачає знеособленість послуг в розрахунку на однорідність потреб і мотивацій туристів, то другий характеризується різноманітністю пропонованих послуг і досить чітко вираженою спеціалізацією туристичної пропозиції. Такими послугами стають послуги спеціалізованого туризму [1].

Появі на ринку нових видів туристичних послуг передували такі важливі чинники:

а) науково-технічний прогрес, що уможлиблює технологічно-обслуговуюче покращення турів і відпочинку;

б) урбанізація, яка спричиняє духовний та фізичний стрес і виснаження, а відповідно виникає бажання позбавитися від цих неприємних та важких відчуттів й абстрагуватися від повсякденної рутини;

в) стабільний рівень доходу, який дозволяє подорожувати з бажанням урізноманітнити стандартні туристичні програми і пізнати нові горизонти відпочинку.

Різновидами спеціального туризму є рекреаційний, лікувально-оздоровчий, пізнавальний (екскурсійний), спортивний, етнічний (ностальгічний), релігійний, екологічний туризм.

Рекреаційний туризм відрізняється великою різноманітністю і може включати видовищно-розважальні програми, полювання, риболовлю, музичну та художню творчість, відвідування спортивних заходів в якості глядача тощо.

Лікувально-оздоровчий туризм обумовлений потребою в лікуванні різного роду захворювань та оздоровленні організму після перенесених хвороб. Тут можна говорити про тури з виключно лікувальною метою, для лікування будь-яких важких захворювань, реабілітації після травм, аварій, операцій і турах лікувально-оздоровчих, з метою підтримки молодости, краси та здоров'я, зняття стресу і втоми.

Пізнавальний (екскурсійний) туризм включає в себе поїздки з метою ознайомлення з природними та історико-культурними пам'ятками, музеями, театрами, традиціями народів в країні, яка відвідується. Поїздка може включати в себе пізнавальні та рекреаційні цілі одночасно [2].

Спортивний туризм передбачає виїзд для відвідування спортивних заходів в тих чи інших країнах і регіонах [3, с. 6-8].

Етнічний туризм має на меті відвідування місця народження або походження сім'ї, а також місця проживання родичів або близьких. Цей вид туризму носить назву ностальгічного. Пріоритетне значення цей вид туризму має для країн, де проживають великі діаспори людей родом з інших країн.

Релігійний туризм ґрунтується на релігійних потребах людей різних конфесій. Релігійний туризм можна назвати найдавнішим, а його коріння сягає сивої давнини [2]. Він має дві основні різновиди:

а) паломницький туризм з духовно-паломницьким напрямком;

б) релігійний туризм екскурсійно-пізнавальної спрямованості.

Релігійний туризм урізноманітнюється специфікою тієї чи іншої конфесії (римо-католики, греко-католики, православні, протестанти, мусульмани, буддисти тощо).

Екологічний туризм (екотуризм) – це подорожі до недосліджених, відносно диких або незабруднених територій з унікальним і первісним природним станом. Екотуризм – це природний туризм, який включає вивчення навколишнього природного середовища і служить для поліпшення становища в цьому середовищі. В основі екотуризму лежить турбота про навколишнє середовище. На перший план виходить організація поїздки з обмеженим числом учасників в природні зони з можливістю відвідин місць, що представляють культурний інтерес, з метою реалізації різних проєктів охорони навколишнього середовища та раціонального використання природних ресурсів [2]. Виокремлюють такі види екологічного туризму:

а) науковий туризм, де об'єктами є особливо природоохоронні території, заповідники, заказники, національні парки. Науковий туризм передбачає участь у різних дослідницьких експедиціях та польових спостереженнях;

б) тури історії природи, які є сукупністю навчальних, науково-культурних і туристичних екскурсій в межах спеціальних екологічних маршрутів. Найчастіше екологічні тури пролягають територіями й акваторіями заповідників, заказників і національних парків;

в) пригодницький туризм, що передбачає подорожі до віддалених регіонів, короткострокові тури на велосипедах, пішохідні маршрути по складній місцевості, подорожі зі значними фізичними навантаженнями, подорожі на спеціально переобладнаних для житла автомобілях. Тобто пригодницький туризм заохочує до активного способу пересування й відпочинку на природі з метою отримання нових відчуттів і вражень, поліпшення фізичної форми та досягнення спортивних результатів;

г) екстремальний туризм, який за своєю природою дуже близький до пригодницького та характеризується повітряним, наземним, водним, гірським та екзотичним різновидами. Відтак, екстремальний туризм у своїй програмі передбачає альпінізм, скелелазіння, льодолазіння, спелеотуризм (подорожі по природних

підземних печерах), гірський і пішохідний туризм, водний (в тому числі сплави по бурхливих річках), лижний, гірськолижний туризм, кінний туризм, дайвінг (підводне плавання та занурення у морські й океанічні глибини), парашанеризм (польоти в повітрі та по під хмарами на спеціальних засобах). Захоплення людей екстремальним туризмом зростає з кожним роком. За деякими оцінками, на частку цього сегменту припадає понад 10% туристичного ринку в світі, а темпи зростання екстремальних турів перевищують середні темпи зростання туризму в цілому. До екстремального туризму долучаються люди різного віку і професій, що мають різне сімейне та суспільне становище, істотно відрізняються рівнем культури й фізичного розвитку. Феномен екстремального туризму пояснюється зміною моралі та смаків, а його розвиток тісно пов'язаний з історією розвитку таких екстремальних видів спорту як скайсерфінг (стрибки з лижею на виконання різноманітних фігур у вільному падінні), трекінг (долання важкодоступних і маловідомих ділянок), хелі-скі (спуск по незайманих снігових схилах, далеко від підготовлених трас з підйомом до початку спуску на вертольоті), фрі-райд (катання на сноуборді або гірських лижах поза підготовленими трасами і, як правило, поза областю обслуговування гірськолижної індустрії, а також стиль катання на велосипеді, що включає їзду на велосипеді по складних, іноді штучно споруджених трасах, які використовують природні і штучні перешкоди), рафтинг (швидкісний сплав гірською річкою через пороги на надувному човні (рафті), плоті або на тюбі) тощо. Екстремальний туризм є одним зі способів легального задоволення потреби адреналінового сплеску та реального відчуття небезпеки, завойовує все більшу популярність та вважається найнебезпечнішим видом туризму загалом спеціального туризму зокрема [4, с. 63].

г) подорожі до природних заповідників і резервацій. Унікальність та екзотичність природних заповідників, національних парків і резервацій завжди відігравала важливу роль у привабленні великої чисельності туристів.

Види спеціального туризму не вичерпуються вищеописаними видами. Їхнє різноманіття, особливо підвиди пригодницького та екстремального, охоплює значно більше вузьких відгалужень з притаманною їм властивістю збільшуватися у своїй кількості,

поєднуватися, комбінуватися й модифікуватися. Варто відзначити зростаючу популярність активних та специфічних видів відпочинку в Україні.

Висновки. Розмаїття туристичних послуг та видів туризму має здатність розширюватися в залежності від потреб людей та поєднання різних сфер їхньої діяльності (спорт, екологія, етнографія, релігія, медицина тощо). В зарубіжних країнах специфічне туристичне розмаїття сягло значних успіхів. Дана тенденція відчутна своїми позитивними зрушеннями в Україні, яка завдяки своєму природно-кліматичному, історично-культурному, рекреаційному, інтелектуальному, релігійному багатству здатна на високому рівні забезпечити розвиток спеціальних видів туризму.

Список використаних джерел та літератури:

1. Бобловський О.Ю. Розвиток спеціальних видів туризму в Україні. URL: <http://dspace.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/909/1/33.pdf> (дата звернення: 16.09.2020).
2. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу / І.В.Смаль. Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.
3. Бабкін О.В. Спеціальні види туризму / О.В.Бабкін. Ростов-на-Дону: Фенікс, 2008. 252 с.
4. Щербаков В.В. Современные формы экстремального туризма / В.В. Щербаков // Бизнес-план. 2009. № 10. С. 63.

П. М. Сем'янчук,
кандидат економічних наук
В. О. Сілін,
студент
(м. Хмельницький)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Розкрито суть внутрішнього туризму та оцінено потенціал для його розвитку в Україні. З'ясовано ситуативний характер підвищення попиту серед населення на національні туристичні послуги. Окреслено проблеми успішного розвитку внутрішнього туризму. Запропоновано заходи покращення туристичних послуг в Україні.

Ключові слова: туризм, турист, внутрішній туризм, історично-культурна цінність, природно-кліматичні умови, проблема, перспектива.

Trends in the development of domestic tourism in Ukraine

The essence of domestic tourism is revealed and the potential for its development in Ukraine is assessed. The situational nature of the increase in demand among the population for national tourist services has been clarified. The problems of successful development of domestic tourism are outlined. Measures to improve tourist services in Ukraine are proposed.

Key words: tourism, tourist, domestic tourism, historical and cultural value, natural and climatic conditions, problem, perspective.

Постановки проблеми. Однією з перспективних галузей національної економіки є туризм. Її розвиток дозволить забезпечити значний внесок у працевлаштуванні, поповненні державного й місцевого бюджетів, а також підвищенні добробуту населення. Зручне географічне розташування, сприятливий клімат, різноманітний рельєф, цікава й багата культурно-історична спадщина, наявна санаторно-курортна база формують міцне підґрунтя для розвитку туризму в

Україні. Їхня фінансово-інвестиційна підтримка забезпечить Україні конкурентні переваги у сфері зовнішнього та внутрішнього туризму.

Аналіз наукових досліджень. Теоретичні й рекомендаційні розробки в історії й теорії туризму здійснили В.В.Абрамов, В.В.Величко, Л.І.Гонтаржевська, В.Ф.Кифяк, І.М.Писаревський, С.О.Погасій, М.В.Тонкошкур, та інші. Їхні ґрунтовні дослідження дозволили вийти на новий рівень наукових робіт, що стосуються перспектив розвитку внутрішнього туризму.

Формування цілей статті. Метою даної статті є характеристика внутрішнього туризму, окреслення його проблемних аспектів та перспективних напрямів розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу. Внутрішній туризм – це тимчасовий виїзд чи подорож усередині своєї країни громадян та осіб, які постійно проживають в межах своєї країни, без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування на території країни з місць свого постійного проживання для відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом тощо [1].

Зазначимо, що лідерами за обсягами туристичних відвідувань в літній період стали Одеська, Херсонська, Запорізька, Львівська, Івано-Франківська, Київська, та Миколаївська області [2].

Причиною відносного злету внутрішнього туризму влітку 2020 є карантинні обмеження внаслідок пандемії коронавірусної хвороби COVID-19. Цю тенденцію визнають експерти, туристичні оператори і компанії мобільного зв'язку, які фіксують аномально велику чисельність абонентів на українських курортах. Втім, фахівці визнають, що ця ситуація триватиме лише до кінця обмежень на закордонні мандрівки, оскільки український туризм здебільшого не витримує конкуренції з найпопулярнішими закордонними напрямками для подорожей. Адже внутрішній туризм в принципі не може дати того, що дає закордонний. Небагато українських готелів можуть забезпечити такий рівень, як у популярних туристичних країнах, за помірні гроші. Разом із тим чистота пляжів та природного середовища й сервіс в Україні суттєво відстають. Оскільки чіткої статистики від українських готелів немає – частина місць розміщення не працюють офіційно та не платять туристичного збору, за яким можна порахувати, скільки мандрівників та по скільки днів відпочивали на курорті [3].

Такий ситуативний сплеск внутрішнього туризму в Україні може вирівняти проблеми фінансування національної туристичної бази. Внутрішній туризм у силу багатьох обставин не може повністю замінити закордонний. Проте істотні покращення дозволять закріпити більшу чисельність українських туристів, які бажатимуть відпочивати в межах своєї країни. За словами туристів, у країні роки зберігається стійка ситуація невідповідності ціни та якості послуг на українських курортах. За законами конкуренції зарубіжні туристичні бази є більш привабливими та значно вигіднішими. Варто зазначити ситуацію близькою до катастрофи з багатьма пам'ятками історико-культурної спадщини України, які з року в рік зазнають фізичних руйнувань без належного догляду і реставрації. Крім того, у багатьох дрібних населених пунктах повністю або здебільшого відсутня необхідна для ведення туристичного бізнесу інфраструктура. Це значно ускладнює розвиток внутрішнього туризму та практично унеможливляє приваблення іноземців. Таким чином отримуємо замкнене коло: відсутність початкових інвестицій в розвиток туризму позбавляє громаду й державу ймовірних грошових надходжень від даної сфери, що дедалі звужує фінансування інфраструктурної та природно-історично-культурної компонент, а відтак загрожує безповоротній втраті безцінних пам'яток.

Окремі фахівці вважають, що проблема фінансування не є головною для розвитку туризму в Україні. Окрім неї існують такі перешкоди:

а) відсутність планування за 3-4 місяці до старту нового сезону;

б) швидкий зарібок, за якого господарювання оперує категоріями доходів від сезону до сезону. Як наслідок – спостерігається щорічне зростання цін за нульового інвестування розвитку інфраструктури, додаткового сервісу та навчання персоналу;

в) розтрачання ресурсів через брак розуміння, що кожен учасник туристичного ланцюга повинен займатися своєю справою: готель – сервісом, турагент – просуванням;

г) завищені ціни, які стосуються готелів і власників приватних будинків, що необґрунтовано підвищують вартість орендованого житла без явного покращення умов проживання;

г) відсутність клієнтоорієнтованості, яка полягає у браку гнучкості й поваги до потреб, смаків та замовлень гостей. Українські готелі завантажені щонайбільше на 60%, не враховуючи свят. Судячи з цін, вони орієнтовані в основному на бізнес-інтуристів, а не на залучення внутрішніх мандрівників. Крім того, практично немає сімейних номерів, які користуються популярністю серед азійських туристів. Проблема підсилюється тим, що мережевими готелями в Україні керує іноземний менеджмент, у якого відсутня мотивація розвивати вітчизняну сферу туризму;

д) неналежне рекламування внутрішнього туризму. Українці недостатньо проінформовані про місця відпочинку окрім Карпат, Львова, Одеси і Києва, а туроператорам вигідніше переорієнтувати клієнтів за кордон щоби останні були задоволені запропонованим їм продуктом та знову скористалися їхніми послугами;

е) відсутність дієвої державної програми розвитку внутрішнього туризму з жорстким контролем виконання [4].

Для розвитку внутрішнього туризму територіальним громадам слід реалізувати низку заходів:

а) створення ініціативної групи із залученням на волонтерських засадах громадських організацій, шкіл, клубів, бібліотек, музеїв та розпочати відкритий діалог у громаді;

б) визначити привабливі для туристів природні, рекреаційні, історико-культурні, бальнеологічні та інші ресурси, оцінити їхній стан та ступінь використання для розвитку туристичної сфери. Також потрібно встановити чисельність туристів, місця звідки вони прибувають, сезонні коливання, цільову аудиторію, причини відвідування та можливості приваблення. Варто вивчити наявність і якість туристичних маршрутів, закладів харчування й розміщення, а також вбиралень у відповідних для підвищення комфорту і зручності місцях;

в) оцінити реальні можливості та джерела фінансування підвищення привабливості громади та розробка відповідної рекламної кампанії за допомогою засобів масової інформації. Разом із тим слід розрахувати потоки туристів, які зможе обслужити громада за певний проміжок часу та можливості збереження потрібного рівня екологічності й очищення місцевості від сміття. Відтак потрібно

визначити потрібну кількість нових робочих місць та нових туристичних послуг і чіткий кошторис;

г) на основі наявної інформації потрібно розробити чіткий план дій на рік із заохочувальними рекламними, концертними, фестивальними та екскурсійними заходами з поступовою його реалізацією.

Висновки. Отже, в Україні є всі передумови та ресурси для розвитку внутрішнього туризму. Проте існує низка проблем, які стоять на заваді успішної перспективності цієї галузі у структурі національного народногосподарського комплексу. Наполеглива командна робота територіальних громад із державною підтримкою та залученням засобів масової інформації упродовж кількох наступних років дозволить зберегти неповторно мальовничу природу та історично-культурну спадщину, популяризувати Україну як країну якісного дозвілля й різноманітного туризму серед власного населення та іноземців.

Список використаних джерел та літератури:

1. Внутрішній туризм. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%BD%D1%83%D1%82%D1%80%D1%96%D1%88%D0%BD%D1%96%D0%B9_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC (дата звернення: 17.09.2020)
2. Як змінився внутрішній туризм в Україні? URL: <https://zaporizhzhia.city/news/lideri-vnutrisnogo-turizmu-v-ukraiys> (дата звернення: 16.09.2020)
3. Солонина В. Внутрішній туризм в Україні – на підйомі через COVID-19. Чи надовго? / В.Солонина. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turyzm-v-ukraini-covid19/30726545.html> (дата звернення: 16.09.2020).
4. Сєроухов Д. Як ми внутрішній туризм розвивати хотіли і чому з цього нічого не вийшло / Д.Сєроухов. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/02/11/656907/>. (дата звернення: 17.09.2020).
5. Коваль О. П'ять кроків для розвитку туризму в громаді / О.Коваль. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/08/1/650132/> (дата звернення: 16.09.2020).

6. Алексеева Т. Чи має перспективи внутрішній туризм та як йому допомагає держава / Т.Алексеева. URL: https://zaxid.net/chi_maye_perspektivi_vnutrishniy_turizm_ta_yak_yomu_dopomagaye_derzhava_n1503523. (дата звернення: 16.09.2020).

О. В. Степанова,
вчитель історії
(м. Хмельницький)

**СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ КРАЄЗНАВЧОЇ РОБОТИ
ЗІ ШКОЛЯРАМИ (НА ПРИКЛАДІ ІСТОРИЧНОГО
ДОСЛІДНИЦЬКОГО ПРОЄКТУ «ІНТЕРАКТИВНА
КУЛЬТУРНО-ТУРИСТИЧНА МАПА ХМЕЛЬНИЧЧИНИ», ЩО
РЕАЛІЗУЄТЬСЯ УЧНЯМИ ГІМНАЗІЇ №2
М. ХМЕЛЬНИЦЬКОГО, ЧЛЕНАМИ ГУРТКА «ІСТОРИКИ-
КРАЄЗНАВЦІ» ПРИ ХМЦКТУМ)**

На прикладі історичного дослідницького проєкту «Інтерактивна культурно-туристична мапа Хмельниччини» у статті розкривається суть методу проєктів, як одного з сучасних засобів організації ефективної краєзнавчої роботи школярів.

Ключові слова: *метод проєктів, культурно-туристична мапа, навички ХХІ століття.*

Постановка проблеми. Виховання у молодого покоління почуття любові до Батьківщини, активної громадянської позиції нині визнані проблемами загальнодержавного масштабу. Важливого значення в умовах модернізації освіти в Україні набуває проблема реалізації завдань викладання вітчизняної історії засобами історичного краєзнавства. Успішні результати шкільної краєзнавчої роботи великою мірою залежить саме від того, як учитель сам розуміє цю роботу і чи зможе він зацікавити нею своїх вихованців, використовуючи сучасні освітні технології та методи. Перевірені практикою технології західної методичної науки використовуються нашою школою, переробляються і оформляються у вигляді нових

технологій. Так, все більше вчителів у школах України цікавляться і використовують проектну діяльність учнів. Метод проєктів у краєзнавчій роботі з учнями, який супроводжується використанням сучасних інформаційних технологій може перетворити рутинний навчально-виховний процес на творчу пізнавально-пошукову роботу, яка супроводжується цікавими дослідженнями, пошуками інформації про туристичні перлини рідного краю, екскурсіями, зустрічами, подорожами та створенням конкретного суспільно-корисного продукту – сайту у мережі інтернет для популяризації туристичної привабливості Хмельниччини.

Аналіз досліджень і публікацій. Науково-педагогічні засади краєзнавства заклав К.Д.Ушинський, який підкреслював необхідність розвитку у дітей „інстинкту місцевості”, уміння бачити її в цілому, з усіма особливостями її природи, історії, життя і вважав, що використання місцевого краєзнавчого матеріалу повинно вивести дитину з ближніх околиць у неосяжну країну [1, с. 422]. Краєзнавча робота як складова навчально-виховного процесу школи висвітлена у працях Я.Коменського, С.Шацького, П.Блонського, А.Макаренка, В.Сухомлинського. У сучасних умовах це питання дослідили І. Кузьменчук, О.Огієнко, О. Ващенко, О.Жук, О.Полат, О.Косогова, С. Кримський, М. Романовська, І. Єрмаков, Л. Бондаренко, О. Голоденко та ін. У сучасній школі ідеї національного виховання органічно вписуються у зміст і методику навчальної і позаурочної роботи, в організацію життєдіяльності школярів.

Мета даної статті – розглянути використання методу проєктів у краєзнавчій роботі, як ефективного засобу формування важливих життєвих навичок ХХІ століття у сучасних школярів на прикладі проєкту «Інтерактивна культурно-туристична мапа Хмельниччини», що реалізується учнями гімназії №2 м. Хмельницького, членами гуртка «Історики-краєзнавці» при ХМЦКТУМ.

Виклад основного матеріалу. Нова українська школа – це ключова реформа Міністерства освіти і науки України. Головна мета реформи сьогодні – створити школу, у якій буде приємно навчатись і яка даватиме учням не тільки знання, як це відбувається зараз, а й вміння застосовувати їх у житті. У Концепції Нової Української школи зазначено, що найбільш успішними на ринку праці в найближчій перспективі будуть фахівці, які вміють навчатися

впродовж життя, критично мислити, ставити цілі та досягати їх, працювати в команді, спілкуватися в багатокультурному середовищі та володіти іншими сучасними вміннями [2].

Демократизація освіти передбачає постійне вирішення проблем оновлення навчально-виховного процесу в напрямку виховання самостійності учнів, розвитку їхньої ініціативи і творчості, а це, у свою чергу, потребує підвищення якості існуючих методів навчання та пошуку нових, більш продуктивних шляхів. Саме тому в практиці навчально-виховної роботи школи вчені-педагоги і вчительські колективи шукають нові, нетрадиційні моделі навчання. Зупинимось коротко на характеристиці та історії виникнення методу проєктів, а також історії його застосування в навчально-виховній роботі зарубіжної та української школи.

Слово «проект» європейськими мовами було запозичене з латині й означає «викинутий уперед», «той, що висувається», «той, що «впадає в очі». Пізніше проект починають розглядати як ідею, за якою суб'єкт може і має право розпоряджатися власними думками.

Метод проєктів (від грецької – шлях дослідження) – це система навчання, у процесі якої учні здобувають знання шляхом планування і виконання практичних завдань (проєктів), які поступово ускладнюються [3, с. 245].

Спираючись на словники, ми зрозуміли, що метод проєктів – це система навчання, у процесі якої учні здобувають знання шляхом планування і виконання практичних завдань (проєктів), які поступово ускладнюються [4, с. 245]. Метод проєктів відомий у світовій педагогіці з кінця XIX початку XX століття як метод проблем. Він пов'язувався з ідеями гуманістичного спрямування у філософії й освіті і був розроблений американським філософом і педагогом Джон Дьюї, а також його учнем Вільям Кілпатриком [4, с. 48].

Загальновизнаною є думка про те, що основою методу проєктів були педагогічні ідеї американського педагога, психолога, представника філософії прагматизму Джона Дьюї, педагогічні концепції якого можна вважати теоретичним підґрунтям цього методу. У багатьох своїх роботах Джон Дьюї наводив думку про те, що дитина, представлена як пасивний слухач, безглуздо витрачає багато енергії [4, с. 28-31]. Ґрунтуючись на аналізі здібностей дитини, він запропонував педагогам рахуватися з двома важливими факторами у

вихованні: уявою та інтересом. Ця ідея американського педагога та психолога викликає інтерес для проведення дослідження, оскільки сучасна методика проектного навчання спирається на такий принцип як навчання із захопленням та інтересом. У сучасній методиці широко використовується те, що пропонував Джон Дьюї – це «его-фактор» (Я-фактор), тобто все навчання переломлюється через особистість дитини, через його інтереси. Слід привести дитину до усвідомлення необхідності для самого себе практичного та інтелектуального уміння користуватися такими методами роботи і пошуків, які дали б йому здатність досягати потрібних йому результатів.

Отже, якщо те, що дитина вже знає, складає частину будь-якого предмета, що викладається в школі, то природним і передовим прийомом виявляється метод, що вміє використовувати таке знання, що ставить його в основу, на якій можна побудувати свідомі заняття дитини [5, с. 68-71].

Педагогічний експеримент Джона Дьюї, як зазначає дослідник зарубіжної педагогіки Огієнко О. І., здійснив колосальний вплив на розвиток шкільної освіти і став справжнім поєднанням теорії і практики. Американські педагоги В. Кілпатрик, Е. Коллінгс, Е. Паркхерст розробили та обґрунтували дидактичні основи організації навчання за методом проектів та його впровадження в освітній процес. Зокрема, американський педагог В. Кілпатрик розглядав метод проектів як цільовий акт і вважав, що найціннішою в педагогічному відношенні є така діяльність, яка породжує нову діяльність. Він трактує метод проектів як «метод планування доцільної (цілеспрямованої) діяльності в зв'язку з розв'язанням якогонебудь навчально-виховного завдання в реальній життєвій обстановці». Дослідник відкидав принципи класово-лекційної системи і предметне навчання та наголошував на самостійній й практичній діяльності учнів, але обов'язково з урахуванням їхніх індивідуальних інтересів та набутого досвіду. Він стверджував, що найціннішою в педагогічному процесі є така діяльність, яка породжує нову діяльність. Педагог підкреслював, що учні краще засвоюють те, що їх цікавить практично, з чим не можна не погодитись [6, с. 28-31].

Дослідник В. Гузєєв зазначає, що використання методу проектів було предметом реформування педагогіки в різних країнах. Наприклад, у Росії метод проектів почав широко впроваджуватися

після видання в 1925 році брошури В. Кільпатріка «Метод проектов: Применение целевой установки в педагогическом процессе» [7, с. 38-41].

У 1905 році під керівництвом С.Шацького було організовано невелику групу працівників, які намагалися активно запроваджувати проектні методи у практику викладання.

На початку 20-х років ХХ ст. в українську педагогіку метод проектів прийшов як результат дидактичних пошуків ряду експериментальних шкіл щодо активізації навчальної роботи, зв'язку навчання з життям і виробництвом, здійснення трудового виховання учнів. Метод проектів став не лише однією з основних форм організації навчання у вітчизняних школах, а й визначав зміст усієї шкільної роботи. Актуальність цієї проблеми підкреслював А. Макаренко, який в результаті своєї новаторської педагогічної діяльності дійшов висновку про проектування особистості як суб'єкта педагогічної праці. Таку думку не раз висловлював В. Сухомлинський. Проте новий метод у вітчизняній педагогіці протримався не досить довго і був заборонений постановою ВКП(б) 1931 року «Про навчальні програми й режим у початковій і середній школі».

Вітчизняні теоретико-методологічні засади використання методу проектів були закладені Г. Ващенком. Видатний український педагог відносив метод проектів до активних методів навчання, для яких характерною ознакою є практичний нахил навчання та зв'язок із практикою життя. Ним визначено, що у процесі виконання проектів особливо важливим є органічне поєднання теорії і практики, адже завданням проекту є не тільки в тім, щоб виконати якусь корисну роботу, а в тім, щоб на цій роботі поширити свій світогляд, набути теоретичних і практичних знань, що сприяють кращому розумінню життя [8, с. 221].

Розробник теоретичних аспектів методу проектів О. Жук вказував на те, що проект передбачає індивідуальну, парну чи групову (але самостійну) діяльність тих, хто навчається, що забезпечує гарантоване досягнення спланованого результату. Він передбачає відхід від авторитарних і репродуктивних методів навчання, вимагає обміркованого й обґрунтованого поєднання з різними методами, формами і засобами навчання та є однією з чималої кількості інноваційних розробок в українській освіті [9, с. 121].

У 80-х роках XX століття відлунням проектного методу були технології колективних творчих справ (комунарська методика І. Іванова). І лише з середини 90-х років XX століття метод проектів знову починає розвиватися у наукових дослідженнях вітчизняних педагогів. Так, Є. Полат його розглядає як спосіб досягнення дидактичної мети через детальну розробку проблеми (технологію), яка повинна завершитися цілком реальним, відчутним практичним результатом, оформленим тим або іншим чином [10, с. 43-45].

Повернулися до активного використання методу проектів у школах України лише на початку XXI ст. у результаті діяльності міжнародних організацій, які розробляли та поширювали різні освітні конкурси в рамках цих проектів. Як слушно зазначає О. Косогова, на сучасному етапі пошуки нових форм і методів у галузі навчально-виховної роботи конче потрібні, оскільки вони є рушійною силою оновлення педагогічної науки і практики. У зарубіжній і вітчизняній педагогіці було створено чимало нових моделей навчання, започаткованих методом проектів, які з успіхом використовуються у практиці навчально-виховної роботи в загальноосвітній школі [11, с. 5].

За І. Сергєєвим, метод проектів трактують як технологію активної самостійної пізнавальної діяльності студентів, яка орієнтована на творчу самореалізацію особистості і спрямована на підвищення його професійної підготовки у вищому навчальному закладі [12, с. 145].

Сучасна педагогічна наука розглядає «метод проектів» як спосіб організації самостійної діяльності особистості, що спрямована на вирішення завдань навчального проекту й інтегрує в собі проблемний підхід, групові методи, рефлексивні, презентаційні, дослідницькі, пошукові й інші методики. Є. Полат його розглядає як спосіб досягнення дидактичної мети через детальну розробку проблеми (технологію), яка повинна завершитися цілком реальним, відчутним практичним результатом, оформленим тим або іншим чином [13, с. 120-121].

Ідея методу проектів, на думку С. Кримського, відображає сутність поняття «проект», його прагматичну спрямованість на результат, який отримано при вирішенні тієї чи іншої практично чи теоретично значущої проблеми. Головним у даному методі є те, що

цей результат можна побачити, осмислити, застосувати в реальній практичній діяльності. Щоб досягти такого результату, необхідно вміти самостійно мислити, знаходити і вирішувати проблеми, використовуючи для цього знання з різних галузей, прогнозувати результати і можливі наслідки різних варіантів розв'язання проблеми, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки. Отже, метод проектів (проектна технологія) надає кожному учаснику освітнього процесу можливість розвивати пізнавальні інтереси, вміння самостійно конструювати свої знання, орієнтуватися в інформаційному просторі [14, с. 129].

У педагогічній літературі є різні означення навчального проекту, але в будь-якому випадку він базується на наступних моментах:

- 1) розвитку пізнавальних та творчих навичок учнів;
- 2) вмінні самостійно шукати інформацію;
- 3) самостійній діяльності учнів;
- 4) презентації підсумків проектів;
- 5) співробітництві учнів між собою та учнів і вчителя.

Ретельний аналіз показує, що трактування методу проектів можна звести до двох напрямків і розглядати його як освітню технологію чи як комплексний навчальний метод [15, с. 229]. Сутність проекту педагог І. Сергєєв визнає як «п'ять П»: проблема – проектування (планування) – пошук інформації – продукт – презентація + «шосте П» проекту – його портфоліо, тобто папка, в якій зібрані всі матеріали проекту, у тому числі чернетки, денні плани, звіти тощо. Основний сенс портфоліо – показати все, на що ти здатний під час роботи над проектом [12, с. 150].

Метод проектів є ефективним тоді, коли в навчальному процесі поставлено певне дослідницьке, творче завдання, для розв'язування якого потрібні інтегровані знання з різних галузей. Серед інноваційних методик і технологій метод проектів посідає чільне місце, тому увійшов у навчально-виховний процес сучасної школи. Як зауважує О.Голоденко, велике значення має ступінь підготовленості вчителя до керування учнівськими проектами, наявність в нього відповідних знань про сутність проекту, його етапи; досвіду й методичного забезпечення ходу проекту, банку даних виконаних проектів тощо. Тільки ретельне попереднє опрацювання

змісту майбутнього проекту, а в наступному – його презентація та захист дозволить озброїти учнів уміннями наукового пошуку. У ході роботи над проектами в учнів розвиваються пізнавальні та творчі навички, активізується дослідницька діяльність, розширюється коло інтересів і форм пізнання [17, с. 150].

Метод проектів використано учнями гімназії №2 м. Хмельницького у історичному дослідницькому продукті «Інтерактивна культурно-туристична мапа Хмельниччини». Учні гімназії №2 приступили до реалізації даного проекту з січня 2018 р. у рамках освітньої програми «Історія моєї громади. Минуле для спільного майбутнього» в межах всеукраїнського змагання «Конкурс з історії в Білорусі, Грузії, Молдові та Україні».

На підготовчому етапі роботи над проектом учасники обговорено можливі варіанти дослідження і прийшли до спільної думки, що цікаво для всіх буде розробити сайт під назвою «Інтерактивна культурно-туристична мапа Хмельниччини». Було визначено проблему, актуальність, мету та завдання проекту, розподілено обов'язки та складено план роботи над проектом.

Актуальність теми проекту полягає у тому, що Хмельниччина – це край унікальної і самобутньої культури, яка є нерозкритою та невідомою. Туристичний потенціал нашого міста та області надзвичайно великий. Але у всіх туристичних путівника ми маємо лише декілька туристичних брендів – це Кам'янець-Подільський, Меджибіж та Самчики. На жаль, дуже часто залишаються поза увагою туристів такі перлини нашого краю, як Бакота, Зіньків, Маліївці, Сутківці, Старокостянтинів, Отроків, Фельштин та багато інших. За останні роки у нашому місті Хмельницькому з'явилося багато цікавих локацій для родинного відпочинку з дітьми, було організовано велику кількість фестивалів, що теж посилює його туристичну привабливість.

Виходячи з проблеми та актуальності, учні визначили таку мету проекту:

- використовуючи можливості Google Maps, створити інтерактивну культурно-туристичну мапу Хмельницького та Хмельницької області з нанесенням на них пам'яток історико-культурної спадщини та культурно-освітніх установ;

- подати коротку інформацію про об'єкти не лише українською, але й англійською та німецькою мовами;

– до кожного об'єкту, нанесеного на мапу міста Хмельницького, зробити авторські фото;
– створити фестивальну карту міста та області;
– прокласти цікаві туристичні маршрути містом та областю;
– з метою популяризації історії громади проводити екскурсії-квести для молоді.

Для реалізації поставленої мети учні визначили такі завдання проекту:

- 1) створення ініціативної групи проекту;
- 2) розробка основних завдань, планування роботи та розподіл обов'язків між усіма дослідниками групи;
- 3) збір інформації, проведення історичних досліджень, опитування мешканців, фотозйомка об'єктів;
- 4) координування діяльності учасників проекту, аналіз досліджень;
- 5) створення сайту «Інтерактивна культурно-туристична мапа Хмельниччини» та розміщення досліджень, фото та туристичних маршрутів;
- 6) презентація готового продукту у школах, бібліотеках, музеях, ЗМІ, соціальних мережах;
- 7) підготовка екскурсів за розробленими маршрутами; проведення екскурсій та пізнавальних квестів;
- 8) перевірка валідності роботи сайту та підведення підсумків командної роботи над сайтом.

На практично-виконавчому етапі дослідження учасники проекту займалися пошуком інформації про культурно-історичні пам'ятки для наповнення нашого сайту і використовували на цьому етапі як електронні, так і друковані джерела, тому звернулися до працівників музеїв та бібліотек міста. Зібравши інформацію за категоріями, критично її проаналізувавши, учасники проекту сформували короткі та докладніші дописи.

У докладнішому дописі були розміщені фото пам'яток, зроблені двома фотографами проекту і посилання на джерела. Окрім наповнення сайту, було розроблено цікаві туристичні маршрути.

Варто зазначити, що проект зацікавила громаду Хмельницького. З метою популяризації проекту учасники приступили до активної презентації проекту громаді: у першу чергу, для учнів

гімназії №2, у бібліотеках міста, перед громадськими молодіжними лідерами у міській раді.

Роботу юних краєзнавців високо оцінено Департаментом управління молоді та спорту – учасників проекту нагородили туристичною поїздкою Хмельниччиною. Юні дослідники самі розробили маршрут для подорожі та мали змогу спробувати себе у ролі екскурсоводів

У ході роботи над проектом дослідники отримали такі результати:

- учасник проекту, учень гімназії №2 м. Хмельницького Авсієвич Володимир розробили інтернет-сайт для популяризації туристичної привабливості Хмельниччини під назвою «Інтерактивна культурно-туристична мапа Хмельниччини»

<https://turistmapa.com.ua;>

- дослідники культурно-туристичної спадщини міста Хмельницького та Хмельницької області Сис Юлія, Гончар Іван, Коваль Дмитро, Стецюк Інна, Фертюк Максим розмістили на сайті короткі та докладніші описи пам'яток об'єднавши пам'ятки по категоріях: «пам'ятники», «музеї». «пам'ятки архітектури», «пам'ятки археології», «парки», «бібліотеки», «культурно-мистецькі установи», «вищі навчальні заклади», «храми», «локації для сімейного відпочинку», «сувенірні крамниці», «книжкові магазини»;

- перекладачі Буняк Валерія та Лісова Вікторія зробили переклади коротких описів на англійську та німецьку мови;

- фотографи проекту Смоляр Вікторія та Потурняк Анастасія добавили до описів культурно-туристичних об'єктів міста Хмельницького свої авторські фото;

- учасники проекту розробили цікаві та креативні туристичні маршрути містом Хмельницьким та Хмельницькою областю, опис яких розмістили на сайті;

- на відкритті туристичного сезону у місті Хмельницькому, яке відбувається щороку у травні, автори маршруту «Металеві дива для малечі від Миколи Мазура» Вікторія Смоляр та Юлія Сис провели екскурсії для всіх охочих хмельничан і гостей міста;

- у травні 2018 року на запрошення голови ГО «Молодь за краще майбутнє» Владислава Гребенюка автор маршруту «Мандрівка

муралами міста» Потурняк Анастасія провела екскурсію для лідерів молодіжних організацій України;

- у травні 2018 року юних краєзнавців до співпраці запросила Агенція Сталого Розвитку АСТАР з метою спільної розробки інтерактивної мапи для вело туристів;

- у червні 2018 року учасники проекту проводили екскурсії «Металеві дива для малечі від Миколи Мазура» для дітей літнього мовного табору, що діяв на базі гімназії №2 м. Хмельницького та учнів ЗОШ №13 м. Хмельницького;

- у серпні 2018 року учасники проекту провели екскурсію для вчителів історії міста – учасників освітнього хакатону «Реалізація наскрізних змістових ліній Нової української школи в контексті сучасного освітнього простору» за маршрутом «Історії міста в муралах»;

- впродовж вересня – листопада 2018 року учасники проекту проводили театралізовані екскурсії «Якби будинки заговорили: таємниці міста в муралах та будинках» для постійних партнерів проекту – працівників Хмельницької обласної універсальної наукової бібліотеки, учнів гімназії №2 та учнів НВК №10;

- з вересня 2018 року учасники проекту продовжили роботу над проектом, зайнявшись дослідженням культурно-туристичних об'єктів Хмельницької області та розробкою нових цікавих туристичних маршрутів.

Таким чином можемо зробити висновок, що метод проектів – педагогічна технологія, зорієнтована не на інтеграцію фактичних знань, а на їх застосування і набуття нових. Краєзнавча робота з використанням проектної технології передбачає роботу в колективі, що сприяє соціалізації особистості, командній взаємодії один з одним, отриманню навичок самостійності, ініціативи, етичного міжособистісного спілкування, формує вміння брати відповідальність за вибір рішення, вміння критично аналізувати результати діяльності. Робота над краєзнавчим історично-дослідницьким проектом «Інтерактивна культурно-туристична мапа Хмельниччини» допомогла всім учасникам проекту отримати такі важливі практичні навички XXI століття як: уміння планувати свою роботу, уміння працювати в команді, уміння самостійно набувати знання і застосовувати їх на практиці, уміння працювати в команді, навички пізнавальної і

дослідницької діяльності, навички зіставлення та критичного аналізу інформації з різних джерел, навички критичного та креативного мислення, навички соціальної взаємодії, навички само презентації, вміння спілкуватися з однолітками не тільки своєї школи, міста, але й інших шкіл та міст, вміння конструктивно керувати емоціями та оцінювати ризики, навички популяризації історичної та культурної спадщини шляхом розробки туристичних маршрутів та проведення екскурсій, навички оформлення результатів командної роботи та презентації їх перед громадою, навички створення конкретного соціально-корисного та практичного продукту роботи, навички просування кінцевого продукту – сайту та туристичних маршрутів.

Отже, з власного досвіду можемо сказати, що метод проектів є ефективною сучасною технологією, яку варто використовувати у краєзнавчій роботі сучасних школярів.

Висновки. Серед сучасних підходів до організації ефективної краєзнавчої роботи слід виділити використання методу проектів. Робота над проектом «Інтерактивна культурно-туристична мапа Хмельниччини», що реалізується учнями гімназії №2 м. Хмельницького, показала, що метод проектів є дієвим методом розвитку таких важливих навичок XXI століття, як творчість, інноваційність, критичне мислення, вміння розв'язувати проблеми, комунікативні навички, навички співробітництва, інформаційну грамотність, медіаграмотність, освіченість у галузі інформаційно-комунікаційних технологій, гнучкість, пристосовуваність, ініціатива, лідерство та відповідальність.

Теоретичне значення дослідження полягає в з'ясуванні змісту та сутності категорій «проект», «метод проектів», «навички XXI століття», а практичне – у можливості популяризації та використання методу проектів серед сучасної молоді як дієвого методу розвитку основних навичок XXI століття.

Список використаних джерел та літератури:

1. Ушинский К.Д. Избранные педагогические сочинения. М., „Учпедгиз“, 1945.
2. Концепція Нової Української школи. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>.

3. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник. Київ: Либідь, 1997. 376 с.
4. Дьюї Д. Досвід і освіта / Д. Дьюї ; [пер. з англ. М. Василечко]. Львів: Кальварія, 2003. 84 с.
5. Дьюи Дж. Психология и педагогикамышления / Дж. Дьюи. Москва: Лабиринт, 1999. 190 с.
6. Огієнко О. І. Тенденції розвитку проектної технології у зарубіжній педагогіці ХХ століття [Електронний ресурс] / Порівняльна професійна педагогіка. 2011. № 1. URL: <http://www.khnu.km.ua/root/res/2-7001-15.pdf>
7. Гузеев В. В. Метод проектирования как частный случай интегральной технологии обучения. Директор школы. 1995. №6. С. 34-47.
8. Ващенко Г. Загальні методи навчання: підручник для педагогів. Київ, Українська видавнича спілка, 1997. С. 331-353.
9. Жук О.Л. Педагогика: учеб.-метод. комплекс для студентов пед. спец. Минск: БГУ, 2003. 383с.
10. Полат Е.С. Метод проектов: история и теория вопроса. *Школьные технологии*. 2006. №6. С. 43-47.
11. Косогова О.О. Метод проектів у практиці сучасної школи. Харків: Видавництво «Ранок», 2010. 144 с.
12. Сергеев И.С. Как организовать проектную деятельность учащихся: Практическое пособ. для работников общеобразовательных учреждений. Москва: Аркти, 2004. 250с.
13. Полат Е. С. Метод проектов: история и теория вопроса / Современные педагогические и информационные технологии в системе образования. Москва: центр «Академия», 2010. С. 120-123.
14. Кримський С. Б. Проект і проектування у сучасній цивілізації / У кн.: Метод проектів: традиції, перспективи, життєві результати / за ред. І.Г.Єрмакова. Київ, 2003. 500 с.
15. Бондаренко Л. Проект – рушійна сила в освіті /Газета «Директор школи». 2010. №18
16. Голоденко О. Метод проектів в навчальному середовищі. URL: <http://intkonf.org/golodenko-om-metod-proektiv-v-navchalnomu-seredovischi/>.

Г. С. Цимбалюк,
кандидат економічних наук
(м. Хмельницький)

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

FORMATION OF QUALITY MANAGEMENT SYSTEM FOR TOURIST PRODUCT

У статті розглянуто питання формування системи управління якістю туристичного продукту, обґрунтовано необхідність її формування та використання підприємствами, що функціонують у сфері туризму, представлено управління знаннями як необхідний елемент системи управління якістю, що приводить до розвитку всіх інших систем, що втілюється як в підвищенні якості туристичної послуги, так і в створенні нових, більш потужних конкурентних перевагах.

Ключові слова: *якість, управління, система, туристичний продукт, знання, інформація.*

Постановка проблеми. Якість послуг у сучасних умовах розвитку сфери туризму є однією з найважливіших складових ефективності та рентабельності суб'єктів туристичної індустрії. Система управління якістю у сфері туризму має стати постійним процесом діяльності, спрямованим на підвищення рівня послуг, удосконалення елементів виробництва та впровадження системи якості. Усі процеси із проектування, забезпечення та збереження якості туристичного продукту мають бути об'єднані в систему управління якістю. Даний напрям дослідження набуває особливої актуальності у зв'язку із посиленням конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках, оскільки правильно побудована система якості надає організаціям зростаючий потенціал підвищення конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До основних зарубіжних вчених, що досліджували дану проблему, слід віднести Е.

Демінга, Дж.М. Джурана, К. Ісікаву, Ф. Корсбі, Г. Тагуті, А. Фейгенбаума, В. Шухарта. Питання управління якістю туристичних послуг розкривали також такі вітчизняні науковці: Кудла Н.Є., Ткаченко Т.І., Денисенко М.П., Баєв В.В. та інші.

Метою даного дослідження є розкриття сутності і необхідності впровадження системи управління якістю на туристичних підприємствах, з обов'язковим використанням елементу «управління знаннями».

Виклад основного матеріалу. Якість туристичних послуг є комплексним поняттям, оскільки залежить від якості таких складових послуги як перевезення, розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, культурнорозважальні заходи. З огляду на це, якість туристичних послуг – це сукупність властивостей, ознак послуги, пов'язаних із організацією транспортування, розміщення, харчування, відпочинку та інших послуг, які сприяють задоволенню бажань і сподівань туриста, не суперечать вимогам законодавства, безпеки, охорони навколишнього середовища [1, с.68].

У формуванні якісного туристичного продукту надзвичайно важливу роль відіграє персонал, який безпосередньо контактує з клієнтами. Від рівня його поведінки, компетенції, обслуговування значною мірою залежить ступінь задоволення туриста. Для стимулювання персоналу до якісної праці потрібно його навчати, матеріально і морально заохочувати, що неможливо без необхідної інформації та системи знань.

Протягом останніх років відбулись суттєві зміни в економіці та туристичному бізнесі, які стимулювали домінуючі позиції в економічних системах управління знаннями, а також здатність туристичного бізнесу до їх продукування, накопичення і використання.

Як справедливо зазначають науковці [2, 3, 4], управління знаннями – це не автономна, не самостійна активність, а невід'ємна складова кожної системи управління. Таке управління, можна розглядати як модель, яка об'єднує елементи системи управління, окремі процеси, їх функції і дії, пов'язані із формуванням знань, їх кодифікацією, поширенням і використанням, а також із розвитком інновацій і навчанням. Узагальнено управління знаннями можна визначити як трансформаційне створення вартості із нематеріальних активів підприємства.

Управління знаннями неминуче призводить до змін в управлінських процесах, до переходу від старих методів управління до нових, більш прогресивних і успішних. Проте, побудова системи управління знаннями приводить до розвитку всіх інших систем, що втілюється як в підвищенні якості туристичної послуги, так і в створенні нових, більш потужних конкурентних перевагах.

За своєю сутністю знання – це більш широке і глибоке поняття у порівнянні із даними чи інформацією. Наприклад, людина, яка володіє знаннями – володіє не тільки інформацією, а й мудрістю, досвідом, освітою, здатністю глибоко усвідомлювати сутність проблеми чи досліджуваного предмета та аналізувати їх.

Під знаннями доцільно розуміти поєднання досвіду, цінностей, контекстної інформації, експертних оцінок, з допомогою яких новий досвід інкорпорується в інформацію. Знання існують у свідомості тих, хто ними володіє. В організаціях знання фіксуються не тільки в документах, а й в процесах, процедурах, нормах, і загалом, у всіх видах практичної діяльності. Отже, знання – це одночасно і процес отримання нової інформації, нового досвіду, і запас вже одержаних раніше інформації, досвіду, експертних оцінок. Відповідно, як інформація формується із даних, так і знання виникають із інформації шляхом: порівняння, аналізу, усвідомлення, визначення сфери застосування (як і коли ми можемо застосувати інформацію про дане явище стосовно до іншого, аналогічного), встановлення зв'язків (як зазначена інформація зіставляється з іншою), оцінки (як можна оцінити зазначену інформацію і як її оцінюють інші), визначення напрямів застосування (як дана інформація може бути застосована для тих або інших рішень або дій) [5, с. 87].

Людський капітал з кожним новим знанням охоплює все нові і нові об'єкти, що надає йому синергетичного ефекту. Відповідно, основою сучасних змін в економіці, інтеграційних та адаптаційних процесів виступають знання, для їх передачі та обміну – комунікації, для їх створення, обробки і накопичення – інформаційні системи та комп'ютерні технології, а для проведення таких процесів – кваліфікований персонал (людський капітал).

Таким чином, орієнтири управлінського персоналу «знання – інформація – комунікація – комп'ютеризація» виводять керовані системи на вищі рівні функціонування, нові управлінські структури,

де управлінська діяльність набуває більш тісного взаємозв'язку із особистим значенням людини, із його значенням самостійно формувати своє робоче місце і визначати свої функції.

Управління знаннями надає можливість кожному туристичному підприємству:

- підвищувати оперативність відповідей на вимоги клієнтів з допомогою більш ефективних інноваційних рішень і запобігати тому, щоб клієнти здійснювали пошук рішень у конкурентів;

- оперативно втілювати інновації в туристичний продукт з тією метою, щоб підвищити їх якість і вчасно надати споживачам;

- використовувати інтелектуальні активи партнерів, здійснюючи спільні

навчання і формування навиків у всіх членів колективу;

- здійснювати економію ресурсів за рахунок багаторазового використання правильних рішень складних завдань та їх оптимізації.

Висновки. Система управління якістю являє собою погоджену робочу структуру, що функціонує на туристичному підприємстві, та має включати ефективні технічні й управлінські методи, що забезпечують найкращі і найбільш практичні способи взаємодії персоналу туристичного підприємства, його агентів, контрагентів та споживачів туристичних послуг. Таким чином, здатність туристичних підприємств досягати своїх цілей, забезпечуючи конкурентоспроможність послуг, визначається діючою системою організації й управління – системою управління якістю.

Список використаних джерел та літератури:

1. Ільницька-Гикавчук Г. Я. Формування системи управління якістю туристичних послуг // Г.Я. Ільницька-Гикавчук, Ю.М. Римар // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2016. №6. С. 67-69.

2. Гарафонов О. І. Науково-методичні підходи до змістовного наповнення дефініції «стратегічна адаптація підприємства» / О. І. Гарафонов // Збалансоване управління економічними процесами в суспільстві та бізнес- середовищі в умовах трансформації соціально-економічних інституцій : колективна монографія / під заг. ред. Г.Г. Савіної. – Херсон : ПП Вишемирський В.С., 2016. 308 с. С. 18-22.

3. Геєць В.М. Економіка України: ключові проблеми і перспективи / В. М. Геєць // Економіка і прогнозування. 2016. № 1. С. 7-22.

4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; пер. с англ. под научн. ред. О.И. Шкаратана. М. : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

5. Цимбалюк Г.С. Формування адаптивної системи управління якістю продукції підприємств харчової промисловості: дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / Г.С. Цимбалюк. Х. : Хмельницький національний університет, 2020. 262 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Білий Леонід Григорович – кандидат педагогічних наук, доцент; директор Хмельницького інституту МАУП.

Авсісевич Алла Валеріївна – доктор філософії в галузі права (PhD); доцент кафедри права та правоохоронної діяльності Хмельницького інституту МАУП.

Божук Катерина Олександрівна – учениця 10-Б класу навчально-виховного комплексу №10 м. Хмельницького.

Бортновська Поліна Віталіївна – учениця 5-Г класу навчально-виховного комплексу №10 м. Хмельницького.

Бузиль Ірина Вікторіна – магістрантка спеціальності «Облік та оподаткування» ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом» (м. Хмельницький).

Ваврічен Вікторія Олексіївна – учениця 10-Б класу навчально-виховного комплексу №10 м. Хмельницького.

Ваховський Ярослав Дмитрович – заступник директора ДІКЗ «Самчики».

Голубова Наталія Василівна – викладач кафедри фундаментальної підготовки Хмельницького інституту МАУП.

Гула Леся Ігорівна – кандидат філологічних наук; вчитель вищої категорії Стуфчинецької ЗОШ І-ІІІ ступенів Лісовогринівецької сільської ради Хмельницького району.

Дзізінський Микола Сергійович – викладач циклової комісії суспільних дисциплін Хмельницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ.

Каштанова Олена Едуардівна – спеціаліст вищої категорії; директор Стуфчинецької ЗОШ І-ІІІ ст. Лісовогринівецької сільської ради.

Квасній Любов Григорівна – кандидат економічних наук, доцент; доцент кафедри економіки та менеджменту Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка.

Козацька Богдана Вячеславівна – здобувач вищої освіти Хмельницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ.

Кольгофер Анна Валеріївна – здобувач вищої освіти Хмельницького інституту МАУП.

Коцюк Володимир Дмитрович – кандидат історичних наук; декан гуманітарно-економічного факультету Хмельницького інституту МАУП.

Коцюк Наталія Володимирівна – старший викладач циклової комісії з туристичного обслуговування Хмельницького економіко-правового коледжу МАУП.

Марцонь Любов Іванівна – завідувач відділом наукової інформації та бібліографії Хмельницької ОУНБ.

Матвєєв Андрій Юрійович – голова циклової комісії суспільних дисциплін Хмельницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ.

Мельник Ангеліна Юрївна – студентка групи КТ-21 Хмельницького економіко-правового коледжу МАУП.

Мельничук Ірина Володимирівна – вчитель-методист; директор Ружичанського НВК.

Небесна Людмила Федорівна – магістрантка спеціальності «Публічне управління та адміністрування» ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом» (м.Київ).

Петлюк Юрій Степанович – кандидат юридичних наук, доцент; доцент кафедри права та правоохоронної діяльності Хмельницького інституту МАУП.

Підгорний Назар Русланович – магістрант 2 курсу спеціальності «Туризм» ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом».

Попчук Дмитро Олександрович – здобувач вищої освіти Хмельницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ.

Родіонова Ірина Володимирівна – кандидат економічних наук (м.Хмельницький).

Савчук Людмила Олександрівна – кандидат педагогічних наук, доцент; завідувач кафедри фундаментальних дисциплін Хмельницького інституту МАУП.

Сем'янчук Петро Михайлович – кандидат економічних наук; доцент кафедри економіки та управління Хмельницького інституту МАУП.

Сілін Володимир Олександрович – студент групи КТ-22 Хмельницького економіко-правового коледжу МАУП.

Сокол Тарас Романович – здобувач вищої освіти 1 курсу спеціальності «Туризм» Хмельницького інституту МАУП.

Степанова Оксана – вчитель історії гімназії №2 м. Хмельницького, спеціаліст вищої категорії, старший вчитель; керівник гуртка «Історики – краєзнавці» при Хмельницькому міському центрі краєзнавства та туризму учнівської молоді.

Фасолько Тетяна Миколаївна – кандидат економічних наук; доцент кафедри публічного управління та адміністрування Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова.

Цимбалюк Ганна Сергіївна – кандидат економічних наук; завідувач кафедри економіки та управління Хмельницького інституту МАУП.

Шведовська Марія Вадимівна – здобувач вищої освіти Хмельницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ.

Щербан Ореста Ярославівна – кандидат економічних наук; доцент кафедри фінансів, обліку і аналізу ВСП Н-Н ІІІІТ НУ «Львівська політехніка».

Юхимович Оксана Антонівна – вчитель-методист НВК №10 м. Хмельницького; Відмінник освіти України.

Ярмолюк Анжела Григорівна – головний бібліограф відділу наукової інформації та бібліографії Хмельницької ОУНБ.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ТУРИЗМ ХХІ СТОЛІТТЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 6

З 96 Туризм ХХІ століття: проблеми та перспективи : зб. наук. пр.
/ гол. ред. Л. Г. Білий. – Хмельницький : Вид-во Хмельниц. ін-ту МАУП, 2020.
– Вип. 6. – 178 с.

*За достовірність фактів, назв, посилань на літературні джерела від-
повідальність несуть автори. Редколегія не завжди поділяє їхні погляди.*

Фото на обкладинці з мережі Internet

Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»
*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи ДК №3262 від 26.08.2008 р.*

**Хмельницький інститут
імені Блаженнішого Володимира,
Митрополита Київського і всієї України**
29015, м. Хмельницький, проспект Миру 101 А
Тел.: (0382) 63-03-05, 63-70-24
Ел. адреса: himaup@ukr.net
www.maup.km.ua

Здано в набір 30 вересня 2020 р. Підписано до друку 30 вересня 2020 р.
Формат 60х84 1/16. Гарн. Times. Ум. друк. арк. 2,4.
Друк офсетний. Папір офсетний. Тираж 300 прим.



Хмельницький інститут
Міжрегіональної Академії управління персоналом
e-mail: himaup@ukr.net, офіційний сайт: www.maup.km.ua