

**ТУРИСТИЧНЕ  
ГОСПОДАРСТВО  
У СВІТЛІ ГУМАНІСТИЧНИХ  
ІДЕЙ Г. С. СКОВОРОДИ**  
(до 300-річчя з дня народження  
мислителя)

**МАТЕРІАЛИ**  
методологічного міждисциплінарного  
інтернет-семінару

*(м. Полтава, 3 грудня 2022 року)*



Полтава  
2022

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ» (ПУЕТ)**

*Присвячується 10-річчю кафедри туристичного  
та готельного бізнесу Вищого навчального  
закладу Укоопспілки «Полтавський університет  
економіки і торгівлі»*

**ТУРИСТИЧНЕ  
ГОСПОДАРСТВО  
У СВІТЛІ ГУМАНІСТИЧНИХ  
ІДЕЙ Г. С. СКОВОРОДИ  
(до 300-річчя з дня народження  
мислителя)**

**МАТЕРІАЛИ  
методологічного міждисциплінарного  
інтернет-семінару**

*(м. Полтава, 3 грудня 2022 року)*

**Полтава  
ПУЕТ  
2022**

УДК 338.486.2:001.9-056.87Сковорода  
Т87

*Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» заборонено*

### **Редакційна колегія:**

ГОЛОВА:

**Г. П. Скляр**, д. е. н., професор, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

СЕКРЕТАР:

**О. О. Тараненко**, к. е. н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

**Туристичне** господарство у світлі гуманістичних ідей  
Т87 Г. С. Сковорода (до 300-річчя з дня народження мислителя) : матеріали методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 3 грудня 2022 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2022. – 106 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM).

ISBN 978-966-184-438-3

Семінар проведено в межах науково-дослідної роботи «Проблеми функціонування і розвитку сфери туризму в умовах модернізації економіки» (держ. реєстр. номер 0117U004715). Опубліковані наукові дослідження авторів спрямовано на з'ясування сучасного стану та перспектив подальшого розвитку людиномірних наукових досліджень туризму на основі постнекласичної парадигми.

УДК 338.486.2:001.9-056.87Сковорода

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.  
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і  
торгівлі», 2022

ISBN 978-966-184-438-3

## **РОЗДІЛ І**

### **ДОПОВІДІ І СПІВДОПОВІДІ УЧАСНИКІВ СЕМІНАРУ**

---

*О. О. Любіцева, д. геогр. н., професорка,  
завідувачка кафедри країнознавства  
та туризму географічного факультету  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка, м. Київ  
loa13@ukr.net;*

*М. П. Мальська, д. е. н., професорка,  
завідувачка кафедри туризму  
географічного факультету  
Львівський національний університет  
імені Івана Франка, м. Львів  
Marta.Malska@lnu.edu.ua;*

*Ю. В. Зінко, ст. викладач кафедри  
туризму географічного факультету  
Львівський національний університет  
імені Івана Франка, м. Львів  
zinkoyuriy@gmail.com*

### **ПРОБЛЕМАТИКА СТАНОВЛЕННЯ ТУРИЗМОЛОГІЇ ЯК НАУКИ**

Туризмологія як наука претендує на теоретико-методологічне забезпечення туристичних досліджень [1–3]. Ця теоретична за направленістю наукова дисципліна з однієї сторони інтегрує методологічне надбання соціально-економічних і гуманітарних досліджень в туризмі, а з другої сторони вибудовує власну понятійно-категорійну і концептуальну базу теоретичних досліджень. Тому цій науковій дисципліні притаманний міждисциплінарний характер дослідження туризму як явища та чітке заявлення прав на власну теоретичну базу туристичних досліджень.

Дослідження в галузі теорії і методології важливі для становлення туризмології як окремої наукової дисципліни. Вони дадуть змогу обґрунтувати необхідність наукових кадрів різного рівня – від магістрів до докторів філософії. Одночасно туризмологічний напрям сприятиме інтеграції функціонуючих туристичних дисциплін соціально-економічного і гуманітарного пла-

ну та підвищить загальний статус досліджень в галузі туризму та рекреації. Нижче запропоновано аналіз підходів і моделей у створенні єдиної науки про туризм – туризмології, направлений на пошук оптимальних шляхів формування цієї науки.

Дослідження останніх десятиріч засвідчили актуальність тематики щодо узагальнюючої науки про туризм. На даний час у національних і зарубіжних експертів з туризму немає однієї узгодженої позиції щодо єдиної науки про туризм. Існує думка, що туристичну науку представляють окремі науки на базі фундаментальних дисциплін (географія туризму, економіка туризму, історія туризму, екологія туризму) та утворюють своєрідний міждисциплінарний підхід до вивчення цього унікального суспільного явища.

Зокрема, такий підхід демонструють провідна Ягеллонська школа туризму (Польща) і цей підхід викладений у базовому навчальному підручнику «Туристика» (за науковою редакцією Владзімежа Курека) [5]. Разом з тим, у національній туристичній школі обґрунтовано модель формування теоретичної науки про туризм – туризмології [1–3]. До її формування долучились фахівці з різних спеціалізованих туристичних дисциплін: від філософії туризму як методологічної основи до технології туризму як практики туризму. На даний час туризмологія є базовою дисципліною магістерських студій з туризмознавства, а також лежить в основі відкриття докторських студій з туризму. Тому актуальним є аналіз основних моделей створення (формування) теоретико-методологічної науки про туризм та її застосування в науково-освітній та практичній діяльності.

Аналіз джерельної бази щодо єдиної (інтегрованої) науки про туризм дає змогу виділити три діючих її моделі, що мають використання в Україні та ближньому зарубіжжі. Ми розглядаємо такі моделі на основі використовуваних підходів: *туризмологічна* з переважаючим гуманітарним підходом, *туристикологічна* (від «туристика») з переважаючим соціоекономічним підходом, *автономізаційна* з еволюційним підходом.

*Туризмологія* розглядається як методологічна, соціоекономічна та гуманітарна наука, яка вивчає закономірності функціону-

вання і розвитку феномену туризму та розробляє методи, принципи, функції, теорії туризму. Зокрема, у ній суттєву роль відіграють такі гуманітарні принципи як принцип історизму, діяльнісний принцип, культурологічний та гуманітарно-антропологічний. Одночасно підкреслюється, що турист-мандрівник головний об'єкт туристичних досліджень туризмологів, а, відповідно, він стає головним предметом туризмології. Серед основних проблем туризмології – це з'ясування сутності туризму, систематизація наукових підходів до розуміння феномену туризму, осмислення структури туризмологічного знання. Запропонована В. Пазенком (2010) [2] модель формування цієї туристичної науки про туризм охоплює синтез теоретичних надбань спеціалізованих туристичних дисциплін (розбудова «знизу») з теоретико-методичними засадами розбудови туризмологічної науки (розбудова «зверху») [2; 3]. Тому структура сучасного туризмологічного знання охоплює базові концепти та принципи і функції (теоретична надбудова) разом з методологічним і практичним доробком туристичних дисциплін.

*Модель туристикологічна* з соціально-економічним підходом в якості об'єкту науки про туризм обирає індустрію туризму, а предметом дослідження – туристичний продукт [2]. У цій гносеологічній моделі турист виступає лише як суб'єкт дослідження. Перевага соціоекономічного підходу у цій моделі дещо знижує роль і доробок теоретико-методичних гуманітарних дисциплін з туризму: філософії туризму, психології туризму, культурології туризму, педагогіки туризму. Тут основний акцент робиться на формуванні єдиної науки про туризм на туристичних дисциплінах економічного плану: економіці туризму, маркетингу туризму, туристичній статистиці [2]. Туристика розглядається як комплексна міждисциплінарна наука, об'єктом якої є сфера туризму (індустрія туризму), а досліджуються сукупність явищ, процесів, зв'язків і відношень, які виникають у соціально-економічній сфері.

Нарешті, третя модель так званої *автономізації туризму* як науки ґрунтується на еволюційному підході (рис. 1).



Рисунок 1 – Автономізація науки про туризм – концентрична модель Л. Бутовського (2011) [4]

Її автор – польський дослідник Лешек Бутовскі, – розглядає процес формування окремої науки про туризм як багатofакторний процес поступового її становлення [4].

Запропонована ним концентрична еволюційна модель включає такі етапи як формування теоретико-методичних засад в окремих туристичних дисциплінах, мультидисциплінарні та інтердисциплінарні дослідження, а також врахування напрямку змін і наукових революцій в таких мультидисциплінарних науках, до яких належить туризм (рис. 2).

На думку Л. Бутовського [4], ми перебуваємо на перших етапах інтегрування туристичних дисциплін (шлях «знизу») й існує потреба нових підходів у теоретизації знання (шлях «зверху»), щоб автономізувати туризм як окрему науку.



Рисунок 2 – Концентрична модель  
Л. Бутовського (2011) [4]

Кожна з представлених моделей формування єдиної науки про туризм має свої переваги і недоліки. Але вони демонструють основні підходи до формування туристологічної науки. Необхідною є подальша інвентаризація теоретико-методологічного матеріалу туристичних дисциплін, розбудова теоретичної надбудови (теорії, концепти) та долучення до інноваційних підходів у формуванні теоретичного знання. Цей шлях трудомісткий і потребує як організаторів, так і виконавців майбутньої науки про туризм.

## Список використаних інформаційних джерел

1. Герасименко В. Г. Теорія туризму як складова туризмології / В. Г. Герасименко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2011. – Вип. 2 (42). – С. 173–180.
2. Туризмологія (теорія туризму) : навч.-метод. посіб. зі спецкурсу / В. С. Пазенок, В. К. Федорченко, О. А. Кручек, І. М. Мініч. – Київ : КУТЕП, 2010. – 70 с.
3. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму : монографія / В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек, Т. А. Дьорова, О. О. Любіцева, М. П. Мальська та ін. – Київ : ВЦ Академія, 2013. – 368 с.
4. Butowski L. Turystyka jako dyscyplina nauki (artykul dyskusyjny) / Leszek Butowski. – Turyzm. – 2011. – № 21/1–2. – S. 17–24.
5. Turystyka / Red. nauk. Włodzimierz Kurek. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2007. – 542 s.

*А. П. Голод, д. е. н., професор  
Львівський державний університет фізичної  
культури імені Івана Боберського, м. Львів  
aholod2012@gmail.com;*

*Ю. Б. Феленчак, д. е. н., доцент  
Державний університет західної Парани,  
м. Фос-ду-Ігуасу, Бразилія  
yufelenchak@yahoo.com*

## ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Туризм у глобальному вимірі є рушієм соціально-економічного розвитку держав та регіонів, що набуває вагомого значення і фіксується у суспільній свідомості як невід’ємний компонент сучасного способу життя. Але водночас туристична діяльність у всіх своїх формах та видах – надзвичайно сприйнятлива до загроз та викликів глобального походження або поширення. З огляду на це, розвиток туристичних дестинацій, особливо в контексті міжнародного туризму, має неодмінно базуватися на гарантуванні безпеки туристів, туристичних організацій та ресурсів.

Сучасний туризм є одним із важливих компонентів глобалізації, який на різних рівнях сприяє міжнародній інтеграції у економічній, соціальній та культурній сферах, стає вагомим

чинником підвищення якості життя населення як країн, що генерують туристичні потоки, так і дестинацій.

У глобальному вимірі важливим є акцент на розвитку міжнародного туризму, який трактують як подорож особи за межі постійного місця проживання, що передбачає перетин державного кордону та здійснюється на термін від однієї доби до року з пізнавальною, рекреаційною, оздоровчою чи іншою метою, без здійснення оплачуваної діяльності в місці тимчасового перебування. За напрямом виокремлюють виїзний та в'їзний міжнародний туризм [4].

В умовах глобальної нестабільності особливого значення для розвитку туристичних систем набувають проблеми безпеки. Безпеку туризму ми трактуємо як стан функціонування певної туристичної системи у визначений період часу, що характеризується відсутністю загроз і дає можливість забезпечити стабільний розвиток цієї системи у майбутньому [1]. Базовим суб'єктом гарантування безпеки туризму є дестинація – локальна туристична система.

Розвиток дестинації, що базується на пріоритетності вирішення проблем безпеки туризму, має, на наш погляд, ґрунтуватися на трьох принципах – системності, гуманізму і сталості. Принцип системності полягає у трактуванні дестинації як сукупності елементів (туристи, туристичні підприємства та інфраструктура, туристичні об'єкти та населення) та взаємозв'язків між ними. Принцип гуманізму передбачає визначення основним пріоритетом функціонування дестинації задоволення різнопланових потреб людини. Принцип сталості полягає у забезпеченні збалансованого розвитку дестинації, у тому числі через мінімізацію загроз для її природного та соціального середовища, що виникають у процесі здійснення туристичної діяльності.

Базуючись на згаданих принципах, дестинація міжнародного туризму в умовах нестабільності має виконувати кілька важливих функцій – рекреаційну (відновлення фізичних і психічних сил туристів), соціальну (забезпечення ефективної взаємодії різних соціальних груп – іноземних туристів, працівників сфери туризму і місцевого населення), економічну (отримання доходів від туристичної діяльності як підприємствами, так і територіальними громадами).

Ключовим чинником, що впливає на функціонування дестинацій міжнародного туризму, особливо в кризових умовах, є

глобальні загрози і виклики. Тоді як загрози вимагають реагування з боку дестинації та туристичних систем, до складу яких вона входить, то виклики потребують передусім адаптації.

Як свідчать сучасні тенденції розвитку туристичної сфери, окрім власне протистояння глобальним загрозам, першочергового вирішення в контексті гарантування безпеки міжнародного туризму потребують такі три групи проблем:

- проблеми формування іміджу дестинацій міжнародного туризму;
- проблеми соціальної адаптації іноземних туристів в межах дестинації;
- проблеми забезпечення зворотного зв'язку з іноземними туристами.

У сучасних умовах, коли інформаційне середовище є настільки насиченим, що починає відігравати провідну роль у формуванні попиту і пропозиції на ринку, зокрема туристичному, постійно зростає і роль маркетингових механізмів регулювання економічних явищ і процесів. Туризм, який часто базується саме на атрактивності певних ресурсів та об'єктів, вимагає не лише ефективної рекламної політики, а й цілеспрямованих зусиль щодо формування іміджу дестинацій, зокрема у формі туристичного брендингу. Поряд із атрактивністю, одним із найвагоміших аспектів якості туристичних послуг, особливо в сучасних умовах, стає безпечність середовища тимчасового перебування туриста.

Із метою формування позитивного іміджу міжнародних туристичних дестинацій, на нашу думку необхідними є такі заходи:

- активізація інформаційної політики владних інституцій щодо популяризації дестинацій на міжнародному туристичному ринку;
- розширення представлення локального туристичного продукту на міжнародних виставкових заходах;
- створення та постійне оновлення веб-сайтів та сторінок у соцмережах, що присвячені поширенню інформації про дестинації серед потенційних іноземних туристів [3].

Результатом таких заходів має стати формування позитивного іміджу дестинації на міжнародному туристичному ринку як безпечної і комфортної для відпочинку, що очікувано призведе до збільшення потоків міжнародного туризму.

Оскільки туристичні подорожі неодмінно передбачають виїзд туриста за межі постійного місця проживання, то його тимчасова взаємодія з новим соціально-культурним середовищем обов'язково супроводжуватиметься певним періодом адаптації, який у разі максимальної безпечності туристичних послуг має бути мінімальним за тривалістю та максимально комфортним. Важливу роль у цьому процесі відіграє інформаційна безпека туриста, адже його поінформованість про особливості тимчасового місця перебування прямо пропорційна до простоти й комфортності періоду адаптації [3].

Оптимізувати процес соціальної адаптації у міжнародному туризмі, на нашу думку, можливо за умови реалізації заходів у таких напрямках:

- підвищення кваліфікації працівників індустрії туризму та гостинності, а також транспорту, для роботи з іноземними туристами;

- покращення мовних і комунікативних компетентностей персоналу закладів проживання та харчування туристів з орієнтацією на найбільш перспективні напрями потоків в'їзного туризму;

- розширення мережі вказівників, інформаційних таблиць, які дублюють інформацію іноземними мовами для туристів;

- оптимізація роботи туристичних інформаційних центрів, налагодження їх співпраці з підприємствами індустрії туризму та гостинності;

- забезпечення громадського порядку на території дестинацій;

- підвищення комфортності транспортних перевезень та якості комунальної інфраструктури у межах дестинації [2].

Вказані заходи загалом спрямовані на полегшення мовно-культурної, соціально-побутової та поведінкової адаптації туристів до середовища дестинації, що в свою чергу сприятиме підвищенню задоволеності туристів від подорожі та створить підґрунтя для перспективного розвитку дестинації.

Пріоритетність аналізу розвитку туристичної сфери із позицій соціалізації зумовлена також соціальною природою туризму як явища та виду економічної діяльності, до якого залучені як туристи і місцеве населення, так і персонал туристичних підприємств. Вагоме соціальне значення туризму полягає також у міжкультурній взаємодії, ціннісному та когнітивному аспектах цьо-

го виду діяльності людини. Основою соціалізації туризму є туристичний потенціал певної території, який формується не лише природними та історико-культурними туристичними ресурсами і туристичним попитом на них, а й наявністю туристичних підприємств та організацій із кваліфікованим персоналом, який може забезпечити соціальну доступність наявних туристичних ресурсів і об'єктів [5].

Соціалізація туризму як основа розвитку туристичних дестинацій в умовах глобальної нестабільності базується на таких принципах як відповідальність, доступність, безпечність, збалансованість і конвергентність. З урахуванням охарактеризованих принципів та підходів до наукового аналізу соціалізації туризму можна виокремити п'ять компонентів цього процесу, на яких має базуватися розроблення соціальної доктрини туризму: соціальний туризм, туристична акультурація, безпека туризму, якість туристичних послуг, національні цінності [5].

Варто зауважити, що практичним втіленням соціалізації туризму є процеси стратегічного планування і сформовані таким чином документи (концепції, стратегії і програми розвитку туризму як на національному, так і на регіональному рівні). Основним ефектом стратегічного планування у сфері туризму має бути модернізація туризму як виду економічної діяльності і соціального явища.

Одним із важливих напрямів функціонування дестинацій у процесі реагування на глобальні загрози є розвиток внутрішнього туризму, який, для прикладу, в умовах пандемії або війни дає змогу відкривати нові і популяризувати відомі туристичні об'єкти, що у перспективі може позитивно вплинути і на зростання потоків міжнародного туризму. Важливою передумовою таких прогресивних змін має стати ефективний брендинг дестинацій спрямований на міжнародний туристичний ринок [4].

Безпека туризму – універсальна категорія, що має як соціальну, економічну та екологічну сутність, поєднує в собі забезпечення інтересів як виробників, так і споживачів туристичних послуг, а також дестинацій. В умовах глобальних загроз, які в окремі періоди активізуються і зумовлюють кризові явища у розвитку туристичної сфери багатьох країн, функціонування дестинацій міжнародного туризму вимагає розробки та реалізації системи заходів, спрямованих, зокрема, на оптимізацію соціальної адаптації туристів [2].

Отже, в умовах глобальної нестабільності пріоритетами соціально-економічного розвитку туристичних дестинацій мають бути цілеспрямована маркетингова політика сформована на засадах сталого розвитку туризму та ефективних комунікаціях, соціалізація туризму та гарантування безпеки туристів.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Голод А. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування : монографія / А. Голод. – Львів : ЛДУФК, 2017. – 340 с.
2. Голод А. П. Безпека дестинацій міжнародного туризму в умовах глобальних загроз / А. П. Голод, О. І. Графська, М. Б. Базюк // Причорноморські економічні студії. – 2021. – Вип. 72. – Ч. 2. – С. 57–62.
3. Голод А. П. Соціальні проблеми організації міжнародного в'їзного туризму в Україні / А. П. Голод, Л. М. Федоришина // Сталій розвиток економіки. – 2019. – № 1 (42). – С. 115–121.
4. Феленчак Ю. Б. Стратегічні пріоритети соціально-економічного розвитку туристичних дестинацій в умовах глобальної нестабільності / Ю. Б. Феленчак, О. І. Графська, Т. Я. Крижанівський, М. Б. Базюк // Інтернаука. Серія: «Економічні науки». – 2022. – № 9. – URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-9-8249>.
5. Феленчак Ю. Б. Формування і реалізація соціальної доктрини туризму : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.07 / Ю. Б. Феленчак. – Львів, 2021. – 453 с.

*С. І. Лиман, д. і. н., професор  
limans@ukr.net;*

*А. Ю. Парфіненко, к. і. н., доцент, завідувач  
кафедри туристичного бізнесу і країнознавства  
parfinenko@karazin.ua  
Харківський національний університет  
імені В. Н. Каразіна, м. Харків*

### **ЛИСТИ МАГІСТРА К. Ф. РАДЧЕНКА ПРОФЕСОРУ Т. Д. ФЛОРИНСЬКОМУ ВІД 1899 РОКУ З БАЛКАНСЬКИХ КРАЇН ЯК ДЖЕРЕЛО ДЛЯ ІСТОРІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ**

Пам'ять видатного філософа й видатного мандрівника Григорія Савича Сковороди традиційно шанує уся Україна, проте у Києві, де він навчався та у Харкові, де він викладав, його життє-

вий шлях вивчають особливо ретельно. Розповіді про життя Григорія Савича вже у XVIII–XIX ст. оволоділи розумом багатьох київських та харківських учнів, бурсаків, студентів, і це життя у подорожах було своєрідним прикладом служіння справжній науці.

Серед тих, хто з дитинства чув про ці подорожі був відомий український славіст, приват-доцент Київського університету Св. Володимира та професор Ніжинського історико-філологічного інституту Костянтин Федорович Радченко (1872–1908). У 1898–1900 роках він здійснив закордонну наукову подорож, під час якої відвідав, зокрема, балканські землі Австро-Угорської імперії, Сербію, Грецію.

Про цю подорож досить стисло повідомляють сучасні українські автори, які досліджують розвиток міжнародних зв'язків університету Св. Володимира [1, с. 86], української славістики [2, с. 317] та медієвістики [4, с. 274]. Нещодавно опубліковані дев'ять листів К. Ф. Радченка своєму науковому керівникові відомому професору-славісту Т. Д. Флоринському від 1899 р. [8] також ще не стали предметом спеціального дослідницького аналізу істориками міжнародного туризму та істориками славістики, хоча їх зміст може істотно доповнити уявлення учених різних галузей щодо балканських реалій наприкінці XIX ст. Це був час, коли вітчизняний розрізнений туристичний рух почав набувати конкретних організаційних форм [5, с. 208], а в балканських землях, зокрема у Хорватії, вже існували туристичні курорти [7, с. 265].

Мета пропонованої статті – аналіз листів К. Ф. Радченка з Белграду, Загреба та Салонік Т. Д. Флоринському в контексті вивчення особливостей наукового туризму в період створення в Російській імперії перших туристичних фірм, специфіка організації туристичного господарства на Балканах. У тематичному плані вона є продовженням публікацій про науковий туризм київських учених, зокрема Т. Д. Флоринського [див.: 6].

Костянтин Федорович Радченко народився 20 травня 1872 р. у Києві у дворянській родині. У 1882–1890 р. навчався у Першій Київській гімназії, яку закінчив із золотою медаллю [10, с. 373]. Вже під час навчання він виявив схильність до наукового пошуку та отримав престижну Пирогівську премію за учнівську працю «Трибні та центуріальні реформи Сервія Туллія» [10, с. 373]. Однак після вступу у 1890 р. на історико-філологічний факуль-

тет Університету Св. Володимира у Києві К. Ф. Радченко не став продовжувати наукової роботи в галузі історії Стародавнього Риму, а присвятив себе славистиці. Його вчителем став професор кафедри слов'янської філології Т. Д. Флоринський (1854–1919) – визнаний фахівець з історії та літератури південних слов'ян. Під його керівництвом у рік закінчення університету К. Ф. Радченко опублікував монографію про родоначальника сербської світської літератури Досітея Обрадовича (1842–1811), за яку отримав золоту факультетську медаль (1894).

Балканська тематика на все життя залишиться головним напрямом наукових досліджень К. Ф. Радченка. Залишений на два роки магістрантом для приготування до професорського звання при кафедрі слов'янської філології, він у 1896 р. здійснив наукове відрядження до Москви та С.-Петербурга, де вивчав південнослов'янські рукописи XIV ст. Зібраний матеріал дозволив йому захистити в 1898 р. в університеті Св. Володимира дисертацію «Релігійний та літературний рух у Болгарії в епоху перед турецьким завоюванням», після чого він був удостоєний наукового ступеня магістра слов'янської філології [10, с. 374].

У своїй дисертації К. Ф. Радченко дослідив проблему візантійського культурного впливу на Болгарію [4, с. 202], на широкому джерельному матеріалі переконливо доводив, що «релігійний рух Болгарії розглядуваного періоду веде свій початок з Візантії і не може бути з'ясований поза зв'язком з явищем релігійного життя Візантії, культурний вплив якої на Болгарію у XIV ст. відзначається особливою інтенсивністю» [9, с. 52]. Саме з цією метою автор провів компаративний аналіз ідейних рухів на Балканському півострові, здійснив докладний розбір релігійно-морального стану Ромейської імперії в розглядувану добу [4, с. 202–204]. Він істотно доповнив та конкретизував висновки Ф. І. Успенського щодо боротьби між ісихастами Григорія Палами та послідовниками Варлаама. Принципово важливим, зокрема, слід вважати розгорнуту систему доказів ученого, наведену ним на підтвердження тези про схожість у творах західноєвропейських і візантійських містиків та їхньої зосередженості на внутрішньому сенсі релігії й протидії церкві, «у якій зовнішність, форма, змінили суть релігії» [9, с. 79, 84]. Оскільки К. Ф. Радченко встановив аналогію в релігійному та розумовому житті Візантії й Західної Європи XIV ст., він дійшов висновку про те, що подібна схожість із західноєвропейським релігійним і

розумовим життям існувала і в Болгарії [9, с. 336]. Сучасна українська славістика вважає, що дослідження К. Ф. Радченка стало «вагомим внеском в історіографію середньовічної Болгарії» [2, с. 220].

Балканська наукова тематика приваблювала вченого й надалі, але подальші вивчення історії Болгарії й інших балканських країн передбачало обов'язкову для молодих вчених імператорських університетів дворічну наукову подорож. Під час таких подорожей вітчизняні науковці знайомилися з науковцями інших країн, слухали лекції провідних професорів зарубіжних університетів, вдосконалювали знання мов та залишали у звітах й листах неповторні спостереження, які дозволяють скласти уявлення щодо особливостей тодішнього міжнародного наукового туризму.

Дворічна наукова подорож К. Ф. Радченка у 1898–1900 рр. охопила головним чином балканські землі Австро-Угорщини, Сербію, Грецію [10, с. 374; 4 с. 275]. Свої подорожні нотатки він виклав у листах до свого наукового керівника Т. Д. Флоринського. Ці листи – цінне джерело для відтворення особливостей системи гостинності балканських земель кінця XIX ст., організації дозвілля, освіти, менталітету та суспільної свідомості різних балканських країн тощо.

Всі дев'ять листів 1899 року, надіслані до Києва з балканських земель надають об'єктивну картину розвитку туристської індустрії, науки, політичної культури Сербії, Греції, південно-слов'янських територій Австро-Угорщини. 9 березня 1899 р. К. Ф. Радченко прибув до столиці Сербії Белграду, а вже через 2 дні надіслав науковому керівникові перший лист, в якому відверто скаржився не лише на байдужий прийом з боку сербських науковців, але й на умови проживання. «Дуже сумно, – підкреслював у листі київський дослідник, – що я не отримав від Вас жодного рекомендаційного листа. Ви знаєте, яке значення мають тут рекомендації, особливо для мене, якого ніхто не знає і який, як Вам відомо, не займає жодного офіційного становища (адже я навіть не приват-доцент)» [8, с. 320].

Подальший зміст першого листа розповідає про те, як К. Ф. Радченко випадково знайшов у Белграді знайомого священника, з яким відправився на пошуки місця наступного проживання. Він не повідомляв про свій матеріальний стан (відомо, що усі наукові мандрівники більш ніж задовільно фінансувалися

з Міністерства народної освіти), але навіть якщо розміри гаманця чи стан здоров'я, збереження якого передбачало великі фінансові витрати<sup>1</sup>, не дозволяли оселитися у дорогому готелю, можна було обрати готель з меншою кількістю зручностей – але за умови, що справжній вибір все ж таки був. З подальших строк листа стає зрозумілим: готельна справа у Белграді у 1899 р. не була розвиненою настільки, щоб задовольнити потреби «бюджетного туриста» тих часів. Зі своїм знайомим священиком «ми цілий день шукали квартиру», – повідомляв К. Ф. Радченко, – і «знайшли, але таку, з якої потрібно якнайшвидше забратися. Не знаю навіть, чи варто повідомляти Вам адресу» [8, с. 320]. Але про адресу було повідомлено – Скоплянська вулиця, дім 25 (ця вулиця під цією ж назвою зберігається у Белграді й зараз).

На цю адресу всього за 9 днів вже прийшла з Києва відповідь Т. Д. Флоринського, а разом з нею – й необхідні рекомендаційні листи. Ці листи, немов ключі, відкрили молодому вченому і двері, і душі деяких відомих у наукових та політичних колах сербів; принаймні другий і третій листи К. Ф. Радченка містить не тільки вибачення «за безпідставне ремствування», а й перші позитивні враження про бібліотеки і Академію Наук, де він опрацював сербські середньовічні рукописи. Особливо він підкреслював допомогу з боку професора Белградського університету, філолога Л. Стояновича, активного члена Сербської Радикальної партії, майбутнього прем'єр-міністра, який, за словами К. Ф. Радченка, надав йому «найбільші послуги» [8, с. 321]. Інший активний член цієї ж партії, депутат Скупщини, директор Народної бібліотеки Д. Станосвич запам'ятався іноземному гостю політичними прогнозами щодо виключної ролі його країни та майбутнього Європи, з яких майже жоден не став реальністю.

Але хоча наукові заняття київського вояжера рухалися у тому напрямі, про який він мріяв, його житлові умови мало покращилися. Він тричі за перші півтора місяці змінював місця проживання. «Белградом я незадоволений, – відверто писав К. Ф. Радченко. – По-перше, не можна знайти стерпне приміщення (тепер живу у євреїв, і кімната рясніє клопами) і, по-дру-

---

<sup>1</sup> Напередодні подорожі лікарі повідомили К. Ф. Радченка, що у нього почалася рання стадія туберкульозу, яка через 10 років й стала причиною його передчасної смерті. Стан здоров'я певною мірою пояснює песимістичний настрій, який дослідник відразу побачить, вивчаючи його листи.

ге, стерпного столу за стерпну плату. У Відні куди зручніше в цьому відношенні. Та ще колишня моя господиня обібрала мене порядком» [8, с. 324].

Ці зізнання не на користь белградської готельно-ресторанної справи доповнювалися вузькими рамками культурної програми. «Не можу дочекатися оригінальної п'єси у тутешньому театрі, – скаржився К. Ф. Радченко. – Усі ставлять переклади з німецької та грають дурні речі, і що цікавіше всього, чим дурніша п'єса, тим більше вона має успіху» [8, с. 325]. Важко було очікувати блискучих постанов від театру, який не належав до кола найкращих у Європі. Що ж до постійних змін київським дослідником місць життя, то повіримо йому в скаргах на готельну та квартирну дорожнечу у балканських землях. Ще за чверть століття до нього відомий одеський славіст О. О. Кочубинський, що подорожував тією ж Сербією, Хорватією, Грецією, писав про головні перешкоди для повної успішності мандрівки, про «два неминучі супутники будь-якої подорожі слов'янськими землями: дорожнечу життя і ще більшу дорожнечу кочувань» [3, с. 48]. А ось Т. Д. Флоринський помітив різницю між 1886 та 1898 роками, коли двічі відвідував Белград: він писав про появу трамваю, електричного освітлення, великої кількості нових кав'ярень та ресторанів, а місцем свого проживання всього за рік до прибуття у столицю Сербії свого учня київський професор обрав розкішний готель «Імперіал» [6, с. 58–59].

З листів К. Ф. Радченко складається враження, що з точки зору розвитку туризму, його інфраструктури, столиця Сербського королівства зразку 1899 року зовсім не належала до справжніх перлин на шляху молодого мандрівника. «Час у Белграді проводжу нудно, – зізнавався К. Ф. Радченко. – Займаюсь у бібліотеці, читаю – от і все. Ніяк не можу ближче зійтись із белградським суспільством» [8, с. 324]. Але дозволимо собі висловити припущення щодо надмірних очікувань київського вченого. Принаймні в іншому листі він розповідає про те, як гостинно цілий тиждень зустрів його у своєму рідному Шабацькому окрузі відомий драматург та критик сербської влади Янко Веселінович: «Познайомився ґрунтовно із сербською гостинністю і знаходжу її досить важкою. Час провів взагалі весело, спогади найприємніші, але боюсь, що для науки цей час майже пройшов безплідно. Компанія, в якій я був, вирушила спеціально з метою повеселитися, і весь час проходило у

переходах та переїздах з одного будинку в інший: гулянках, пиятиках тощо. З життям селянина я не мав можливості ознайомитись... Загальні веселощі затьмарювалися одним – після свят Веселінович мав вирушити на тримісячний арешт за образу у пресі міністра-президента» [8, с. 323–324].

Відвідування лекцій та домівок відомих сербських істориків та письменників, зокрема Л. Ковачевича, Д. Рувараца, Й. Дучича залишали в душі й на сторінках листів К. Ф. Радченка як позитивні, так і критичні відгуки про ступінь їхнього професіоналізму. Наприклад, лекціями автора «Історії сербського народу» академіка Л. Ковачевича молодий київський магістр був «не зовсім задоволений»: «занадто багато сирого матеріалу у викладі, відсутність широких узагальнень, зосередження уваги на зовнішніх політичних подіях – ось, на мою думку, найбільші недоліки його читання; до того ж він і лектор неважливий» [8, с. 325]. Такий відгук демонструє нам не стільки рівень викладання в Белградському, скільки у Київському університеті Св. Володимира с глибокими узагальненнями його викладачів та їх неабиякими ораторськими даруваннями.

Після весняного та літнього перебування в Сербії й Греції у вересні 1899 р. К. Ф. Радченко перетнув австро-угорський кордон і прибув до хорватського Загреба. «Загребом я також не лишився задоволений. Не в сприятливий час прибув я до Загреба» [8, с. 326], – песимістично писав К. Ф. Радченко, проте його песимізм був пов'язаний не стільки з якістю послуг у кафе, ресторанах, готелях, на залізниці, скільки з реальною, а не вигаданою картиною ставлення хорватів до ідей слов'янської взаємності. «Нині настрої хорватського суспільства істотно змінилися стосовно слов'янських справ, – відзначав К. Ф. Радченко. – Ставлення до Росії недовірливе, а то й прямо вороже. Навпаки – співчуття малорусам та полякам. Симпатії до болгар. Про стосунки до сербів не буду поширюватися. Вони Вам відомі. Скажу тільки, що особливо у молоді поширений антагонізм по відношенню до сербів ще більш сильного ступеня, ніж малорусів по відношенню до великорусів» [8, с. 326]. Несхожі настрої демонстрував лише академік та президент Південнослов'янської Академії наук та мистецтв, автор «Історії Хорватії» Т. Смічіклас, лекції якого київський мандрівник відвідував у Загребі.

Інша частина наукової спільноти Хорватії була проавстрійською та мадяронською. Серед них – професор славістики

Загребського університету Т. Маретіч, який сказав К. Ф. Радченку, що «викладає лише хорватську мову, оскільки інтересу до славістики у студентів не виявляється», і взагалі, на його думку, «жодної небезпеки не загрожує хорватам ані з боку німців, ані з боку маляр» [8, с. 327].

Проте віддамо належне відвертості К. Ф. Радченка, який фактично в розріз з уподобаннями свого вчителя Т. Д. Флоринського та офіційною позицією його держави за результатами власних спостережень на Балканах писав: «Зі свого боку, я більше співчуваю хорватам, ніж сербам. Останні тримаються зухвалим чином проти хорватів», «взагалі показують себе своїми претензіями непомірними ... шовіністами, як і у Македонії, більше того, просто зрадниками слов'янству» [8, с. 326]. В іншому листі з грецьких Салоник К. Ф. Радченко ще більше посилив свою критику: «Я знаходжу, що серби, за всіх своїх природних обдарувань, не здатні ані до самостійної державного життя, ані до такого ж культурного розвитку... Легковажність, хвалькість, фразерство, відсутність будь-якої одностайності у питаннях, що стосуються найважливіших сторін народного та державного життя – ось риси, що характеризують більшою чи меншою мірою всіх сербів» [8, с. 327].

Віддамо належне і пророчим висновкам К. Ф. Радченка щодо майбутніх проблем Сербії. Серед них він називав переселення албанців («арнаутів») у Косово («Стара Сербія») й писав з цього приводу: «у Старій Сербії арнаути витісняють сербів» [8, с. 328]. Щодо можливості створення єдиної південнослов'янської держави, то на роль гегемона тут серби, за спостереженнями К. Ф. Радченка, були здатні значно менше ніж болгари.

До створення єдиного Королівства сербів, хорватів, словенців залишалося всього 19 років й 92 роки – до його остаточного кривавого розпаду...

Після повернення із дворічного закордонного відрадження у 1900 р. К. Ф. Радченка було призначено приват-доцентом кафедри слов'янської філології університету Св. Володимира, рік по тому – екстраординарним, а у 1906 р. – ординарним професором кафедри церковнослов'янської та російської мови і слов'янських нарід Історико-філологічного інституту князя Безборолко у Ніжині [2, с. 317–318; 4, с. 275; 10, с. 374]. Але захворювання на туберкульоз перервало у 1908 р. життя цього талановитого вченого, який залишив після себе наукові твори, спогади, та листи,

що дозволяють відтворити його подорожні враження від стану готельно-ресторанної справи, народної гостинності, менталітету, політичної свідомості видатних та звичайних представників балканських народів. Критичні відгуки про дорожнечу, незадовільну якість житла для іноземних мандрівників, далеко ненайвищий рівень університетського викладання, прояви внутрішньослов'янської ворожнечі, слабке поширення серед балканських слов'ян, особливо хорватів, ідей слов'янської взаємності значною мірою коригують існуючі уявлення про те, чому Балкани вже на зламі XIX–XX століть мали репутацію «порохової бочки Європи».

### Список використаних інформаційних джерел

1. Іваненко О. А. Університети України в міжнародних наукових зв'язках Російської імперії (друга половина XIX – початок XX ст.) / О. А. Іваненко. – Київ : Інститут історії України НАН України, 2013. – 375 с.
2. Копилов С. А. Проблеми історії слов'янських народів в історичній думці України (остання третина XVII – початок XX ст.) / С. А. Копилов. – Кам'янець-Подільський : Оіом, 2005. – 464 с.
3. Кочубинский А. Записка о путешествии по славянским землям / А. Кочубинский. – Одесса : Тип. Ульриха и Шульце, 1874. – 48 с.
4. Лиман С. І. Медієвістика в Україні в кінці XIX – на початку XX ст. (1880–1917): Дисертація на здобуття вченого ступеня канд. іст. наук / С. І. Лиман. – Харків, 1993. – 346 с.
5. Лиман С. І. Історія туризму : навч. посіб. (для студентів спеціальності «Туризм») / С. І. Лиман, А. Ю. Парфіненко, І. С. Посохов. – Суми : ПФ «Видавництво «Університетська книга», 2018. – 372 с.
6. Лиман С. І. «Подорожні нотатки 1886 р.» та «Короткий щоденник подорожей слов'янськими землями 1898 р.» Т. Д. Флоринського як джерела для історії міжнародного туризму / С. І. Лиман // Туристичне господарство у світлі ідей С. М. Булгакова про людяність (до 150-річчя з дня народження мислителя) : матеріали методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 16 червня 2021 року). – Полтава : ПУЕТ, 2021. – С. 52–60.
7. Парфіненко А. Ю. Туристичне країнознавство: підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. / А. Ю. Парфіненко, В. І. Сидоров, О. О. Любіцева. – Київ : Знання, 2015. – 551 с.
8. Радченко К. Ф. Письма Т. Д. Флоринському // Русские о Сербии и сербах. Том II (архивные свидетельства). – Москва, 2014. – С. 320–330.
9. Радченко К. Ф. Религиозное и литературное движение в Болгарии в эпоху перед турецким завоеванием. – Киев : В университетской типографии, 1898. – 344 с.

10. Радченко Константин Федорович // Столетие Киевской первой гимназии (1809–1811–1911). Т. 1. Именные списки и биографии должностных лиц и воспитанников гимназии. – Киев, 1911. – С. 373–376.

**Б. М. Мізюк, д. е. н., професор**  
*mizjuk.bohdan@gmail.com;*

**Ю. Б. Миронов, к. е. н., доцент**  
*yuriy@myronov.com*

*Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

## **ІНТЕРАКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПЕДАГОГІЦІ ТУРИЗМУ**

Зміни умов господарської діяльності в туристичній сфері вимагають перегляду мети і призначення навчального процесу. На сьогодні значно знижується функціональна значущість і привабливість традиційної організації навчального процесу для здобувачів освіти. Виникає нагальна потреба в розумінні зміни суті організації процесу набуття знань і практичних навичок майбутньої професії. Важливо викликати інтерес до предмету вивчення майбутнього фаху і перетворити аудиторію в активних учасників. Як наслідок, виникає проблема активізації навчального процесу. Її вирішення базується на використанні інтерактивних методів, які б забезпечили дієвий зв'язок не лише між викладачем та студентами, але і між самими студентами.

Інтерактивні методи навчання є надзвичайно актуальним підходом у системі підготовки фахівців сфери туристичного бізнесу. Вони, на відміну від традиційного підходу, базуються на активній взаємодії учасників навчального процесу. При цьому, основна увага припадає на взаємодії учасників процесу між собою. Це дає можливість активізувати хід навчального процесу, зробити його більш цікавим і менш втомлюючим.

Традиційні методи навчання, які переважно використовуються на даний час в Україні, не дають очікуваного швидкого ефекту, оскільки носять пасивний характер. Активізація навчання пов'язана з інтерактивністю, що тісно пов'язана з інноваціями. Інтерактивність – це поняття, що розкриває характер та ступінь взаємодії між «суб'єктом – об'єктом» чи «об'єктом – суб'єктом». Це поняття використовується при встановленні взаємозв'язків, взаємовідносин та взаємодії між суб'єктами та

об'єктами, чи навпаки. Це поняття має важливе місце в сфері послуг, особливо в сфері туризму, оскільки одна сторона має певні потреби чи запити, а друга покликана їх задовольняти.

Розрізняють три види інтерактивності:

- 1) лінійна (простий зв'язок);
- 2) реактивна – негайна реакція на певні запити чи дії;
- 3) множинна – реакція на велику кількість запитів та дій від різних об'єктів.

Слово «інтерактивність» англійського походження: *inter* – взаємний, *act* – дія [2, с. 210]. Відтак, інтерактивність означає взаємодію, сприяння. Поняття інтерактивності тісно пов'язане з інтерактивними технологіями. Це – організація, формування та засвоєння певного обсягу знань та набуття навичок через сукупність особливим чином організованих дій, що полягають у активній взаємодії учасників та побудові міжособової взаємодії, спрямованої на досягнення наперед визначених цілей. На нашу думку, важливим для ефективного використання інтерактивних технологій є дотримання певних принципів, а саме:

- активність учасників;
- зворотній зв'язок;
- взаємодія між учасниками;
- рівність позицій сторін;
- експериментування і пошук шляхів розв'язання проблем та вирішення завдань.

Позаяк інтерактивні технології спрямовані на підвищення результативності та рентабельності діяльності туристичних організацій, власне встановлення науково-практичних підходів до вибору напрямків їх використання робиться визначальним для їх успіху. На даний час таких підходів є доволі багато. Однак основними є підхід покращення процесу діяльності, системний підхід та цільовий підхід.

Перший – підхід покращення процесу діяльності – по суті є аналітичним. Він полягає у виявленні причин відхилень фактичного стану справ від запланованого, їх усунення та покращення фінансово-господарських показників. Суть його також полягає в інтроспекції, тобто дослідженні від загального до глибинних складових, причому вважається, що причини появи проблем і виходів з них лежать в межах самої туристичної організації. Власне усунення проблеми іде від змін у часткових організаційних та функціональних складових до загального процесу

діяльності. Фактично відбувається синтез системи шляхом проведення часткових змін у структурних компонентах організації й об'єднанні цих змін на рівні цілої туристичної організації.

Системний підхід також передбачає зміни, але іншого характеру, та відрізняється цілями, масштабами, методологією і результатами. Він полягає у дослідженні способів функціонування складових організації з врахуванням складності взаємозв'язків із позицій організації як цілого. Тобто встановлюються різноманітні зв'язки між особистими й організаційними елементами у процесі здійснення туристичної діяльності. При цьому розрізняються структурні та функціональні напрямки бізнес-процесів діяльності туристичної організації. У функціональному ракурсі аналізуються алгоритми поведінки складових. Під функціями в цьому випадку розуміють певну властивість, що впливає на виконання поставленого завдання. Важливо, що за системного підходу потрібно враховувати значну кількість складних стохастичних зв'язків як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі туристичної організації.

Використання системного підходу зазвичай відбувається двома етапами: макроетапом і мікроетапом. На макроетапі виконуються такі процедури:

- будується модель зовнішнього середовища;
- виявляються можливі ресурсні обмеження;
- вибираються критерії оцінювання діяльності організації;
- встановлюється траєкторія поведінки керівництва туристичної організації.

Структура проходження мікроетапу залежить від конкретних умов, у яких перебуває туристична організація:

- визнаються основні фінансово-господарські показники діяльності;
- аналізується раціональність організаційної побудови;
- визначається матеріально-технічний, транспортний, фінансовий, кадровий потенціал;
- визначаються основні бізнес-партнери, конкуренти, фіскальні органи;
- встановлюється порядок та ієрархія прийняття рішень.

Цільовий підхід – це орієнтація діяльності туристичної організації на кінцевий результат із врахуванням змін цілей, змін у зовнішньому і внутрішньому середовищах. Цей підхід базується на побудові «дерева цілей», в якому відображаються стратегічні,

тактичні та оперативні цілі і відповідно може бути побудоване «дерево ресурсів», у якому визначаються обсяги різноманітних ресурсів для досягнення кожної цілі. При цільовому підході потрібно дати відповідь на такі питання:

- що повинно бути зроблено, ким, коли і чому;
- яким чином це має бути вирішено;
- скільки це буде коштувати;
- якими мають бути критерії оцінювання результатів;
- хто повинен контролювати, коли і які мають бути коригуючі заходи.

Випускникам закладів вищої освіти, які здобули кваліфікацію за спеціальністю «Туризм», часто бракує спеціальних знань і умінь, практичного досвіду, знань сучасних технологій та іноземної мовної підготовки. Випускники мають недостатню професійну компетентність відповідного спрямування, не готові адаптуватись до змін середовища і самостійно приймати рішення. Часто роботодавці приймають на роботу випускників із хорошою мовною підготовкою і технічною освітою. Цілком зрозуміло, що якісна підготовка та перепідготовка кадрів у сфері туризму є однією з головних конкурентних переваг туристичної організації, тому що якість послуг досягається за рахунок компетентності їх працівників. У роботі з розвитку професійної компетентності здобувачів освіти – майбутніх фахівців туристичної сфери доцільно використовувати такі інтерактивні методи: тренінг, робота в мікрогрупах (малих групах), мозковий штурм, дискусія, інтерактивна лекція, кейс-метод (аналіз реальних ситуацій), ділові та рольові ігри [3, с. 161].

Інтерактивне навчання має за мету:

- 1) залучення всіх учасників до процесу навчання;
- 2) надання можливості кожному учаснику розуміти і рефлексувати з приводу вирішення конкретного завдання;
- 3) розвиток в учасників комунікаційних якостей і здібностей;
- 4) створення атмосфери співпраці та взаємодії.

У процесі інтерактивного навчання одночасно можна вирішувати такі завдання:

- навчити працювати в команді, прислухатись до думки інших учасників;
- знизити в учасників освітнього процесу емоційне напруження;

– розвинути здатність до аналізу ситуації і прийняття рішень;

– наповнювати інформаційну базу власних знань.

Ділові та рольові ігри доцільно розробляти та використовувати для студентів випускних курсів (бакалаврів та магістрів) та практичних працівників туристичних фірм та офісів. Їх мета – поглибити та розширити діапазон прийняття рішень щодо формування туристичних продуктів та реалізації бізнес-процесів туристичної організації. В основі цих форм інтерактивного навчання лежить імітація, що в гіпотетичному режимі скерована на програвання розв’язку проблем та завдань, що виникають у динамічному процесі змін ситуацій при функціонуванні та взаємодії різноманітних підприємств, задіяних у туристичному бізнесі. Коли мова йде про ділові ігри, то вони базуються на імітаційних моделях стохастичного характеру, що відрізняються динамічною напруженістю та невизначеністю і представлені в комп’ютерному вигляді у формі програмних систем. Актуальність використання ігрових технологій обумовлена тим, що проведення інтерактивного експерименту в реальних умовах є дорогим і часто неможливим. І тоді в ролі замітника виступає ігровий метод, який дозволяє в інтерактивному режимі програвати варіанти вирішення проблемних ситуацій, а саме рольові ігри.

Класичні ділові ігри зазвичай доволі проблемно впроваджувати у навчальний процес через складну модельовану предметну область, складні технології проведення, дороговартісне програмне забезпечення, труднощі з підбором необхідного ігрового матеріалу [1; 4]. Тому ми вважаємо більш доцільним використання рольових ігор. Рольова гра є груповою формою навчання, в процесі якої використовується рольова структура ведення заняття, тобто набір ролей, які регламентують поведінку студентів. Основне призначення такої гри – забезпечення усебічного аналізу ситуацій, які виникають у процесі туристичної діяльності й імітують поведінку учасників технологічного процесу, які умовно обіймають певні посади та повинні приймати рішення за умов різних бізнес-ситуацій.

Нами пропонується авторська методика рольової гри «RITUR» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності «Туризм», яка сприяє підвищенню якості навчання за рахунок повної віддачі учасників, їх комунікатив-

ного спілкування у процесі імпровізованого розігрування ролей при аналізі реальних практичних ситуацій. Оскільки це потребує використання запасу знань студентів із різних предметів, які вони попередньо вивчили, а також практичних навичок та особистих здатностей до аналізу, швидкого реагування на зміни ситуацій та вміння пошуку обґрунтованих рішень, рольову гру найкраще використовувати на 3–4 році підготовки.

Рольова гра «RITUR» імітує діяльність туристичної фірми та пов'язаних із нею бізнес-партнерів, що забезпечують туристичну діяльність на певному сегменті туристичного ринку. Вона має організаційну та функціональну структуру, етапність проведення, чітко визначені завдання та критерії оцінювання роботи кожної ігрової групи. Загалом гра проводиться у три етапи:

- 1) початковий (підготовчий);
- 2) основний;
- 3) заключний.

На початковому етапі учасникам роз'яснюються навчальні цілі, окреслюються функції та завдання; на основному – приймаються управлінські рішення в середині кожної ігрової команди, а на заключному оцінюється робота кожного учасника кожної команди та підводяться підсумки інтерактивної гри.

Учасники цієї інтерактивної гри набувають навиків прийняття управлінських рішень, подібних до тих, що приймаються керівниками туристичних підприємств, а також організацій, які сприяють здійсненню та розвитку туризму в певному територіальному регіоні.

Основне навантаження у рольовій грі «RITUR» припадає на ігрові команди «Турфірма». Їх рекомендується мати не менше двох. Це залежить від кількості студентів в академічній групі, в якій проводиться практичне заняття з використанням інтерактивної (ігрової) технології. Число учасників у команді – 3–4 студенти. Виконувані ролі вирішуються учасниками самостійно. Основні завдання цієї ігрової групи:

- 1) проведення маркетингового дослідження потенційного туристичного середовища, встановлення цільових туристичних груп та визначення видів туристичного продукту, який би зацікавив вибрану цільову групу;

- 2) визначення особливостей турпродукту, його привабливості, ціни, часу реалізації, необхідного ресурсного забезпечення;

3) встановлення джерел отримання інформації щодо виявлення та формування потенційних цільових груп, наявних та перспективних туристичних продуктів;

4) розроблення логістичної схеми реалізації обраного туристичного продукту для визначеної цільової туристичної групи у вигляді технологічної мережі;

5) розрахунки витрат, доходів та потенційного прибутку в результаті вирішення попередніх чотирьох завдань.

Окрім ігрової групи «Турфірма» у рольовій грі задіяні команди «Бізнес-партнери» та «Експерти». «Бізнес-партнери», у свою чергу, містять у собі такі ігрові підрозділи: «Транспорт», «Проживання», «Харчування». Вони мають достатню кількість ресурсів для забезпечення туристичних процесів, покладених на команди «Турфірма».

До ігрових команд відноситься також ігрова група «Експерти», яка аналізує та оцінює якість рішень, які приймаються кожною ігровою командою. Її склад визначається викладачем-організатором із числа найбільш підготовлених студентів. Критеріями оцінювання можуть бути, наприклад, атрактивність представлених турпродуктів, обсяги залучених цільових груп потенційних туристів, фінансові показники діяльності і т. п.

Цілі, завдання, функції кожної ігрової групи визначаються членами команди під керівництвом викладача. Етапність проведення гри визначається детальним описом рольової гри «RITUR» і залежить від обсягу виділеного академічного навчального часу. У випадку, коли гра проводиться із керівниками або менеджерами реальних туристичних фірм, то етапність та час залежить від кількості туристичних продуктів, формування та реалізація яких визначається організаторами гри.

Особливе місце у рольовій грі відводиться інформаційному забезпеченню. Основним джерелом отримання необхідних відомостей є мережа Інтернет. З її допомогою учасники мають можливість моніторити дані про наявність різних туристичних продуктів, здійснюють маркетингові дослідження щодо формування потенційних цільових туристичних груп, динамікою цін на туристичні послуги, появу нових туристичних дестинацій тощо.

Головне місце в інтерактивній грі «RITUR» відводиться ігровим командам «Турфірма». Вони конкурують між собою до отримання найкращих результатів своєї діяльності. А це зале-

жить від їх вміння приймати рішення щодо формування цільових туристичних груп, клієнтів, їх кількості, вибору привабливих туристичних продуктів, їх вартості, складання логістичних схем, реалізації турпродуктів, які б приносили туристам найбільше задоволення. У грі таких груп має бути щонайменше дві, щоб існувала певна конкуренція.

Використання інтерактивних технологій як основи активізації навчання має різноманітні форми прояву – від використання комп'ютерних засобів засвоєння навчального матеріалу до проведення занять у формі рольових та ділових ігор. Оскільки потенційні фахівці в сфері туризму повинні володіти набором визначених компетентностей, необхідних для їх майбутньої діяльності, їх надбання найбільш ефективно в імітаційному режимі при розігруванні імітаційних ситуацій прикладного характеру.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Катеруша О. В. Ділові ігри як засіб активізації пізнавальної діяльності студентів / О. В. Катеруша // Вища школа. – 2009. – № 12. – С. 53–60.
2. Мізюк Б. М. Інтерактивні технології підготовки фахівців у сфері туризму / Б. М. Мізюк // Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції : матеріали наук. конф. (м. Львів, 10–11 травня 2018 р.). – Львів : ЛТЕУ, 2018. – С. 210–212.
3. Сингаївська І. В. Використання інтерактивних методів навчання при підготовці майбутніх фахівців туристичної сфери / І. В. Сингаївська // Регіональний туризм: сучасний стан та шляхи оптимізації: Матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 2 квітня 2021 р.). – Київ : КРОК, 2021. – С. 160–162.
4. Скрипник М. І. Інтерактивні технології в післядипломному навчанні : довідник / М. І. Скрипник. – Київ : НАПН України, ДВНЗ «Ун-т менеджм. Освіти», 2013. – 202 с.

*Г. П. Скляр, д. е. н., професор  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава  
turizm@puet.edu.ua*

### **МЕТОДОЛОГІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ГУМАНІСТИЧНИХ ІДЕЙ Г. С. СКОВОРОДИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМОЛОГІЇ**

Обумовлена майбутнім постать Г. С. Сковороди невпинно мандрує у просторі вічності. Воєнне сьогодні сакралізує

образ легендарної особистості філософа-богослова як одного зі символів і маркерів національної автентичності України. Сучасні науковці отримали дар права та мають можливість проведення дослідження творчої спадщини і досвіду минулих подорожніх практик видатного мислителя. Певна частка таких наукових пошуків здійснюється представниками молодого науки туризмології. Тому тема статті в умовах відзначення 300-річчя з дня народження Г. С. Сковороди є, на наш погляд, актуальною.

Метою написання статті є узагальнення та адаптація опублікованих результатів туризмологічних досліджень спадщини Г. С. Сковороди з погляду формування методологічних засад постнекласичної економічної туристичної науки про людину.

Соціально-гуманітарний поворот у світовій науці кінця ХХ – початку ХХІ ст. поставив у центр дослідження людину [29]. Німецький філософ К.-О. Апель у статті «Ситуація людини як етична проблема» звернув увагу людства на необхідність взяти на себе спільну відповідальність через спільну небезпеку ядерної війни, руйнації «людської еко- та біосфери» [15, с. 231]. Британський соціолог польського походження З. Бауман при аналізі впливу глобалізації на людину і суспільство увів поняття «стиснення простору/часу», що містить ідею «безперервної багатопланової трансформації стану людства». Глобалізація, на погляд науковця, має суперечливий характер. Для одних це те, що потрібно для щастя, для інших – причина всіх бід [1, с. 6]. Важливим у контексті теми нашого дослідження є твердження З. Баумана щодо першості мобільності, свободи пересування серед «омріяних цінностей» [1, с. 7]. Український філософ С. Кримський сформулював поняття «ціннісно-смысловий універсум» [21, с. 19] та показав, що «дослідження ціннісного потенціалу практики... є евристичним для розуміння людиною себе і сенсу свого життя ... для усвідомлення моделей життєвого успіху, тієї психокультури, яка мотивує економічну діяльність як таку» [21, с. 26]. Вітчизняні економісти Г. В. Задорожний і І. В. Колупаєва наголосили на необхідності цілісного бачення біо-соціо-духовної природи людини, де «біологічне співвідноситься переважно з виробництвом продуктів споживання як товарів; соціальне – з розвитком сфери послуг і виробленням знань; духовне – з вільним часом як «мірою суспільного багатства» різнобічно розвинутої людини [17, с. 140–141]. Названі автори дослідили трансформацію структури людської

діяльності у сучасному господарському розвитку і визнали, що «під людською діяльністю ... варто розуміти свідоме, насамперед, духовно-творче виробництво необхідних матеріальних і духовних благ для життя людини як процесу її саморозвитку. Процес людської діяльності проявляється як процес самореалізації людини» [17, с. 141].

Відповідно, виникла потреба у розробці постнекласичних методологічних засад дослідження сучасного господарства [16], зокрема, туристичного господарства. Французькі науковці С. Перро і Ж. М. Оернер у статті «Необхідність туризмології» відмітили, що туризм «має служити Людині, розквіту її розумових здібностей і культури в цілому». Учені навели вислів М. Бідо «Туризм співзвучний гуманізму» [26, с. 170]. Дослідники передбачили, що «туристична наука має розвинутися в самостійну науку, головним питанням буде людина-турист або, точніше, людина дозвілля. Це означає, що туризмологія вивчатиме людину, яка спроможна самостійно організувати своє дозвілля ... туризмологія повинна розглядати людину в аспекті її взаємовідносин: туристи з тур агентами, а останні – віч-на-віч з клієнтурою» [26, с. 172]. Наразі об'єктом дослідження вітчизняної наукової соціогуманітарної і соціоекономічної дисципліни туризмології є людина-турист [41, с. 24]. На наш погляд, об'єктом туризмології як науки має бути людина у туризмі.

На етапі становлення туризмології вітчизняні дослідники зверталися до певних фактів з життя та ідей з творчої спадщини Г. С. Сковороди, що знайшло місце у наукових працях означеного періоду. Так, М. В. Цюрупа у статті «Осмилення феномена туризму в європейській історико-філософській традиції» згадав «подорожуючого Сократа України» Григорія Сковороду [26, с. 40]. У контексті розгляду потреб і мотивів духовного туризму Т. С. Пархоменко у статті «Антропологія туризму» виділив «простір мандрів», що надавав філософу-мандрівнику Г. С. Сковороді «можливість вивіряти правильність обраного життєвого шляху» [26, с. 62]. Посилається на приклад Григорія Сковороди як мандрівника С. В. Горський у статті «Соціологія туризму» [26, с. 135]. У свою чергу, О. В. Головашенко у статті «Туристська активність як форма реалізації людиною свого потенціалу» звертає увагу на світоглядні орієнтації і ментальні риси українців, які знайшли відображення в активності і творчості «мандрівного вчителя життя» Г. С. Сковороди. На погляд

О. В. Головащенко, «мандрівництво зробило Г. С. Сковороду одним з найбільш освічених людей свого часу» [26, с. 181]. Характеристику Г. С. Сковороди як великого українського ученого XVIII ст. розвиває відомий історик туризму С. І. Лиман. Окремо С. І. Лиман акцентує увагу на способі життя мандрівного філософа-богослова, ідеях особистої та суспільної свободи, що отстоював Г. С. Сковорода, який «був видатним представником Європейського Просвітництва» [24, с. 176–177]. Сучасні туристологи О. А. Кручек і Т. А. Дьорова наголосили на тому факті, що «свої враження від мандрівок» Г. С. Сковорода виклав у праці «Розмова п'яти подорожніх про істинне щастя в житті» [41, с. 38]. Наукова проблема дослідження концепту «щастя у подорожах» розглядається нами у більш широкому контексті формування постнекласичного туристичного знання [30; 31; 34], зокрема участі у проєкті реабілітації блага [2; 33]. Що важливо, означена проблема цілком методологічно доступна для розгляду на рівні господарюючих суб'єктів у контексті інтеграції двох гілок туристичної науки («чистої» та бізнес-орієнтованої) завдяки опублікованим результатам сучасних теоретичних досліджень щодо прикладних аспектів трансформації у свідомості людства на інтегральній, інклюзивній стадії розвитку [9; 23; 37].

Сучасні умови розвитку туризму не відповідають, що цілком зрозуміло, умовам подорожніх практик за земного життя Г. С. Сковороди. Разом з тим можливим є використання сучасними вітчизняними науковцями методологічних ідей Г. С. Сковороди, зокрема, щодо сутності людини [7; 20]. Така наукова проблема має трансдисциплінарний характер і набула особливо важливого статусу у форматі проблеми екзистенційної автентичності людини в умовах промислової революції 4.0, пандемії COVID-19 і воєнного стану в Україні. Провідні сучасні вітчизняні економісти у процесі дискусії щодо теоретичних проблем інформаційно-цифрової економіки наголошують на принципово важливих аспектах цієї проблеми. Так, В. М. Геєць прогнозує можливе постання «питання існування особистості як такої в біологічному, фізіологічному і соціальному відношеннях» [5, с. 5]. В наукових працях А. А. Гриценко використовує актуальні у такому контексті терміни «цифрова», «мережева» і «штучна» людина [12], а В. М. Тарасевич окреслює перспективу появи машинізованої людини як продукту сучасної кореволуції [39]. Вплив глобальних чинників цифровізації і пандемії

COVID-19 призвів, на погляд А. М. Колота і О. О. Герасименко, до появи феномена атомізації економічно активної людини, «негативної» індивідуалізації особистості, її вимушеної самоізоляції [19, с. 69]. У наслідок відсутності живого спілкування, навичок володіння так званою «материнською мовою» значною частиною цифровізованих людей слід очікувати формування розколу у суспільстві з «поглибленням у ньому соціальної абсурдності» [5, с. 24]. Разом з тим, вплив чинників цифровізації, пандемії і воєнного стану в Україні викликав, на думку І. М. Бобух, «ціннісні зсуви в суспільній свідомості», а саме «посилення ролі людини як мети, а не тільки засобу реалізації економічної політики» [3], пріоритету цінностей солідарності і колективізму [19].

Перспективи розвитку сфери туризму, пов'язані, зокрема, з формування віртуальної, доповненої і змішаної реальності завдяки досягненням промислової революції 4.0. [42]. На погляд А. А. Мазаракі, М. Г. Бойко, А. Г. Охріменко, цифрові зміни здійснюють вплив на трансформацію туристичної системи та її компонентів [25]. На думку вітчизняної дослідниці А. Гаврилюк, в умовах трансформаційних процесів необхідним є «осмислення сутності інтернет-туризму ... та ... нового типу мандрівника-людини, що здійснює віртуальні мандрівки» [4, с. 22]. Корисним для нашого дослідження є висновок О. А. Сущенко і В. В. Кравченко, які вважають, що віртуальний туризм є «альтернативою, що не потребує грошових та додаткових витрат» [38, с. 22]. Разом з тим, автори сподіваються, що віртуальний туризм «залишиться зручним додатком до справжніх (підкреслено нами – Г. С.) туристичних подорожей» [38, с. 23].

Однак, у визначенні глибинного сенсу термінів «інтернет-туризм» і «віртуальний туризм», їх сутності як економічного виду діяльності, має місце суперечність, що полягає, на наш погляд, у підміні поняття туризму як серйозного виду дозвілєвої діяльності людини поняттям інтернет-дозвілля, що «асоціюється з терміном «віртуальне дозвілля» [18, с. 47]. Тому, головним має бути усвідомлення необхідності застосування економіко-правового підходу до ідентифікації туризму як людської діяльності, що регулюється чинним законодавством України, зокрема законом України «Про туризм». Тому ми вважаємо, що віртуальний туризм є видом інтернет-дозвілля, а не видом туризму. Разом з тим, у випадку виїзду особи з постійного місця

проживання для занять інтернет-дозвіллям у інтернет-кафе у іншому населеному пункті ми можемо говорити про інтернет-туризм як компоненту дозвіллево-туристської активності людини та, відповідно, окремий різновид пізнавально-розважального туризму.

Дестабілізаційні процеси в економіці України, пов'язані з умовами воєнного стану, суттєво загострили проблеми функціонування та розвитку окремих галузей, комплексів і сфер діяльності. Суперечливо-неоднозначний вплив воєнного стану на туризм, суб'єкти господарської діяльності якого тільки адаптувалися до проявів глобальної пандемії COVID-19 завдяки використанню, зокрема, безконтактних технологій, сформував перед практиками туристичного бізнесу, інституціями громадянського суспільства, органами державної виконавчої влади і місцевого самоврядування туристських дестинацій низку викликів, до розв'язання яких слід залучати науковців. Практика розвитку сфери туризму сформулювала методологічний виклик для сучасної економічної науки, пов'язаний з умовами воєнного стану. Нами сформульовано робочу гіпотезу щодо людиномірного характеру якісної трансформації відносин розвитку сфери туризму в умовах воєнного стану в Україні. У теоретичному термінологічному плані також важливо відмітити наявність компоненти людяності у використанні у офіційній фразеології, замість терміну «біженці», термінів «вимушені мігранти-переселенці», «тимчасово переміщені особи», «внутрішньо переміщені особи» тощо.

У більш прикладному плані необхідно сформулювати основні чинники трансформації сфери туризму в умовах воєнного стану. По-перше, це якісна зміна характеру відносин обслуговування людей у туристських дестинаціях – відбувається обслуговування вимушених мігрантів-переселенців, а не туристів. Свідомо організована евакуація свідчить про першість уваги держави до збереження людей. По-друге, це подальший потужний розвиток волонтерського руху, пов'язаний з діяльністю демократичної людиноцентричної держави, інституцій громадянського суспільства та соціально-відповідального бізнесу. Третім чинником трансформації ми вважаємо посилення соціальної компоненти, зокрема надання значних обсягів гуманітарної допомоги.

У процесі аналізу нами виділено особливості трансформації процесів у окремих сегментах сфери туризму. Автомобільний та залізничний транспорт у початковому періоді воєнного стану використовувався переважно безоплатно для евакуації людей з населених пунктів регіонів, де відбуваються бойові дії, а також повернення раніше евакуйованих громадян до місць постійного проживання через певний період. Транзитні потоки тимчасово переміщених осіб потребували розміщення на короткий термін. Внутрішньо переміщені особи, які обрали населені пункти для більш тривалого тимчасового проживання, стали використовувати більш комфортне житло, зокрема готелі, а також орендувати квартири та будинки у містах і сільській місцевості. Значна кількість тимчасово переміщених осіб переважно розміщувалася у спортивних залах закладів комунальної та приватної форм власності, гуртожитках тощо. Мережі закладів ресторанного господарства наразі працюють у звичайному режимі, а також забезпечують внутрішньо переміщених осіб та військовослужбовців гарячим харчуванням. Характерним є розширення власного виробництва випічки у значних обсягах. З метою організації дозвілля громадян з інших регіонів, створені та функціонують анімаційні кімнати для дітей та дорослих, проводяться концерти та інші заходи. Є попит і пропонуються безкоштовні екскурсійні послуги. Внутрішньо переміщені особи отримують у пунктах з надання гуманітарної допомоги харчові набори, дитяче харчування, одяг та взуття, засоби гігієни, посуд та миючі засоби, іграшки, дитячі візки тощо. У відповідних пунктах задіяна значна кількість волонтерів з метою забезпечення процесів розвантаження, фасування, зберігання товарів та їх видачі громадянам, які звернулися за допомогою.

Надання традиційних туристичних послуг ускладнювали ризики логістичного характеру. Слід зазначити, що у I півріччі 2022 р. мали місце суперечливі процеси зростання обсягів сплати туристичного збору суб'єктами господарської діяльності у регіонах, що прийняли значну чисельність внутрішньо переміщених осіб, на фоні зниження обсягів надходження податків від туристичної діяльності. Це підтверджує, зокрема, слушність нашої гіпотези щодо наявності перетворених форм туристичної ренти (поряд з ринковою сакралізацією особистості).

Таким чином, трансформація розвитку сфери туризму пов'язана з якісною зміною характеру відносин обслуговування лю-

дей у туристських дестинаціях – відбувається обслуговування вимушених мігрантів переселенців, а не туристів. Посилилася соціальна складова розвитку сфери туризму, що знайшло прояв у наданні безоплатних послуг, появи сегменту послуг з надання гуманітарної допомоги, активізації волонтерського руху, посиленні соціальної відповідальності бізнесу. Відбувається реалізація цінностей солідарності і колективізму.

Сучасні тенденції розвитку туристичного господарства, обумовлені впливом чинників цифровізації, пандемії і воєнного стану в Україні, оцінюються нами у світлі гуманістичних ідей Г. С. Сковороди, зокрема «сродної (спорідненої) праці» і «нерівної рівності». Саме завдяки методологічним ідеям Г. С. Сковороди ми продовжуємо участь у проєкті реабілітації блага. На погляд Л. Ушкалова, ідея «нерівної рівності» спирається на «два основні принципи: природовідповідність... та етичний плюралізм» [35, с. 28], що є близьким до положень етики автентичності [40]. Практичне утілення таких ідей і принципів у сучасних умовах концептуально пов'язане, на наш погляд, з реалізацією мети інклюзивного розвитку туризму, туризму для усіх. Концепція власне інклюзивного розвитку передбачає розуміння необхідності включення людей із різних соціальних груп у процеси економічного зростання з метою їх продуктивної зайнятості і участі у розподілі суспільних благ. Тобто, результати економічного зростання мають відчути усі члени сучасного суспільства. На наш погляд, такий підхід співпадає з принциповими положеннями Глобального етичного кодексу туризму.

У контексті теми дослідження необхідно, на наш погляд, звернути увагу на певні аспекти розуміння сутності туризму, доступного для усіх. Проблеми розвитку інклюзивного туризму у більшості пов'язуються лише з реалізацією прав і розвитком доступної саме для осіб з особливими потребами інфраструктури туризму. Наш власний досвід туристичних подорожей у складі інклюзивних груп дозволяє говорити про реальне існування туризму, доступного для усіх. У нашому розумінні, інклюзивні групи включають туристів різного віку, статі та інтересів, зокрема осіб з певними ознаками і вадами фізичного і психічного здоров'я. Разом з тим, слід говорити не тільки про осіб з особливими потребами у фізичному доступі до об'єктів відвідування, але й про осіб з особливими пізнавальними потребами. Як правило, у великих туристичних групах вини-

кають мікрогрупи за певними інтересами у конкретній подорожі. Крім того, певні соціальні групи людей відчують дефіцит коштів для здійснення подорожей. Таким чином, може бути, на наш погляд, досягнута певна послідовність і адекватність підходів до дослідження інклюзивного розвитку туризму та інклюзивного туризму. Останній вид туризму може бути розглянутим як різновид, зокрема, соціального туризму. Усі члени суспільства, при відсутності критичних обмежень, повинні мати економічну можливість реалізувати своє право на туризм, на туристську активність.

Забезпеченню реалізації концепції інклюзивного розвитку туризму сприяє створення побудованих на етичних цінностях людиномірних організаційно-правових форм господарювання суб'єктів туристичної діяльності. Однією з таких форм є кооперативи, актуальність розвитку яких посилюється в пост-конфліктній економіці в Україні [6]. Розвиток якісних характеристик суб'єктів кооперативних відносин сприяють свідомому об'єднанню креативних особистостей [32]. Кооперативна ідея за час свого розвитку та кооперативні теорії, доктрини, концепції, що виникли в процесі її практичної реалізації, трансформувалися в напрямку від ідеалізму до прагматизму. Аналіз показав, що норми моралі є важливою засадою розвитку кооперації. Феномен кооперації сформувався для розв'язання низки економічних суперечностей на основі розвитку певних ідей у сфері християнської культури і є конкретним проявом усвідомленої протидії злу моральною силою в економіці, генезису економічних відносин і механізмів, що формують сферу суспільної організації, заснованої на цінностях добра.

Відносини взаємодопомоги, моральності та довіри найбільш адекватні відносинам соціального капіталу, характеристикою якого у випадку кооперативів є кооперативні цінності та принципи, сумісно-розділена природа яких знаходить прояв у поєднанні в часі кооперативних цінностей та практичної діяльності членів і працівників кооперативів. Дія принципів виявляє свою ефективність у досягненні кооперацією цілей свого розвитку лише за умови використання їх у сукупності. До кооперативних цінностей відносять самодопомогу, відповідальність, демократію, рівність, справедливість, солідарність. Етичними цінностями є чесність, відвертість, соціальна відповідальність, турбота про інших. Принципами кооперації є економічна участь членів;

добровільність і відкрите членство; демократичний членський контроль; автономія та незалежність; турбота про громаду; співробітництво між кооперативами; освіта, підвищення кваліфікації, інформація.

Подорожні практики є універсальним досвідом людства. Зародження інституційних форм організації туристичної діяльності вітчизняні дослідники традиційно пов'язують з серединою XIX ст. та територією Великої Британії [24, с. 181]. Аналогічно протікав процес становлення інституційних форм кооперації. Для розуміння суті кооперації важливим є визначення осьових координат, в яких відбувається її розвиток. У цьому контексті скористаємося ідеями К. Ясперса щодо осьового часу і Д. Белла щодо осьових принципів. Отже, на наш погляд, осьовими координатами розвитку кооперації слід вважати: осьовим часом – середину XIX ст., коли виник кооперативний рух; осьовим простором – країни Західної Європи (Велика Британія – батьківщина споживчої кооперації, Німеччина – кредитної та сільськогосподарської, Франція – промислової кооперації), що складають ядро західної цивілізації; осьовою структурою – кооператив; осьовим принципом – моральність та економність; кінцевою метою – реалізацію сенсу життя.

Як показав попередній аналіз, осьовою структурою кооперації є кооператив. З позицій концепції сумісно-розділених відносин кооперація є добровільним об'єднанням людей, а не капіталів, з метою реалізації своїх особистих, у першу чергу економічних, інтересів. Кооператив зобов'язаний задовольняти потреби тільки цих людей, членів-власників кооперативу, які є носіями кооперативної ідеї. Науковці виділяють окремі певні групи кооперативів за найсуттєвішими ознаками. У контексті нашого дослідження важливим є час появи кооперативів у сфері послуг. Вітчизняна дослідниця М. П. Гриценко показує, що «перші обслуговуючі кооперативи були створені в Західній Європі і США в кінці XIX ст.» [13, с. 26]. У наукових публікаціях А. О. Пантелеймоненко і Ю. А. Пархоменко наведені факти щодо виникнення саме туристичних кооперативів – у 1905 р. у Великій Британії [28, с. 158] і 2003 р. в Україні у сфері сільського зеленого туризму [27, с. 117]. Цікавими є сучасні практики надання туристичних послуг споживчими кооперативами у країнах Європейського Союзу [11] та в Україні [14]. На наш погляд, розвиток кооперативного руху у сфері туризму має перспективне значення для України.

Важливими з погляду продовження теми нашого дослідження є запитання – відповіді Н. Я. Горбача стосовно особливостей життєвого шляху Г. С. Сковороди. Після відмови у 1775 р. щодо повернення на посаду викладача Харківського колегіуму «мислитель протягом 19 років до самої смерті... залишився мандрівним філософом... чи мала б Україна Сковороду-мислителя такого масштабу... очевидно такого змісту праць, які він написав, будучи вільним мандрівним мислителем-філософом, ми не мали б» [8, с. 100–101]. На наш погляд, свобода творчості є важливою умовою самореалізації особистості. Досвід показує, що творча особистість самореалізується під час і завдяки власній дозвіллевій активності, а не під час виконання службових обов'язків. Свобода вибору туристської дестинації, готелю, програми туру, польотної програми, факультативних екскурсій, умов харчування тощо дозволяє туристу відтворити власну автентичність, зрозуміти власні інтереси і потреби, сформувати подальші життєві орієнтири, зокрема, теми мистецької, художньої і наукової активності тощо.

Методологічно важливими у контексті нашого дослідження є основні положення вчення про «внутрішню людину» і про «істинну людину» Г. С. Сковороди [10], що дозволяють посилити теоретичне обґрунтування нашого концепту «особистості-пасіонарії-бренди» у туризмології. Важливим у становленні творчих особистостей є основний принцип теорії навчання і виховання Г. С. Сковороди – природовідповідність [36, с. 230]. Як зазначає вітчизняний дослідник В. Скотний, в українській педагогіці Г. С. Сковорода одним із перших «наголосив на необхідності врахування у навчанні та вихованні обдарувань, природних уподобань і здібностей» [36, с. 231]. У вихованні Г. С. Сковорода «з'єднує науку та етику, фізичний та етичний розвиток» [36, с. 232]. Формування у цьому контексті терміну «дозвіллево-туристична діяльність» відображає сферу самореалізації творчої особистості на противагу «туризму пересічної особистості» або масового туризму та споживання масової культури. Крім того, потребує дослідження концепт «багато домівок», ідея формулювання якого сформувалася під час оцінки подорожніх практик Г. С. Сковороди і П. Величковського, а також власного досвіду туристської активності автора. Вивчення досвіду туристичної активності і туристичної діяльності має знайти, на наш погляд, належне місце в освітньому процесі,

побудованому на цінностях «мудрості і знання» [36, с. 71]. Туристські цінності, як поняття «належного» та «бажаного», того, що заслуговує на позитивну оцінку (благо, добро), набуває для учасника туристських акцій статусу «значення» [22, с. 225] та на нашу думку, є визначальним сенсом і мотивом діяльності людини у туризмі. Досягнення блага можливе завдяки ціннісно-орієнтованій партнерській взаємодії усіх суб'єктів господарського розвитку у туризмі.

Таким чином, нами розглянуті такі положення вчення Г. С. Сковороди про людину, що є актуальними з погляду наукової дисципліни туризмології. Виділені основні чинники, що впливають на трансформацію онтологічної сутності людини-туриста та сфери туризму в умовах глобалізації, цифровізації, пандемії COVID-19 і воєнного стану в Україні. Концепти Г. С. Сковороди «сродна праця», «нерівна рівність» використані у процесі обґрунтування мети і сутності інклюзивного розвитку туризму. Виявлена відповідність цінностей кооперації людино-мірному характеру інклюзивного розвитку туризму. Концепти «внутрішня людина» та «істинна людина» сприяють обґрунтуванню наших термінів «особистості-пасіонарії-бренди», «дозвіл-лево-туристична діяльність», «туризм пересічної особистості», «щастя у подорожах». Гуманістичні ідеї Г. С. Сковороди відтворені у проєкті реабілітації блага у туризмі.

Подальші наукові дослідження пов'язані з обґрунтуванням включення у структуру навчальної дисципліни «Туризмологія» для магістрів з туризму тем «Туристична філологія» (погоджено з В. В. Сарапин), «Туристичне дозвіллєзнавство» та «Туристичне господарствознавство».

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Бауман З. Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства / З. Бауман. – Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 209 с.
2. Баумейстер А. О. Буття і благо : монографія / А. О. Баумейстер. – Вінниця : Т. П. Барановська, 2014. – 418 с.
3. Бобух І. М. Україна у вимірах інклюзивності та інституційного розвитку / І. М. Бобух Економіка // України. – 2022. – № 5. – С. 38–58.
4. Гаврилюк А. Теоретико-методологічні засади історико-філософського осмислення сутності туризму як соціогуманітарного феномену / А. Гаврилюк // Зб. наук. пр. Національної академії держав-

- ного управління при Президентові України. – 2019. – Вип. 2. – С. 17–25.
5. Геєць В. М. Соціальна реальність у цифровому просторі / В. М. Геєць // Економіка України. – 2022. – № 1. – С. 03–28.
  6. Геєць В. М. Актуальні аспекти політики соціальної якості в постконфліктній економіці України / В. М. Геєць, В. В. Близнюк, О. І. Никифорчук // Економіка України. – 2022. – № 6. – С. 03–22.
  7. Глива Є. Онтологічний образ людини в творчості Григорія Сковороди / Є. Глива. – Київ : Вид-во ТОВ «КММ», 2006. – 256 с.
  8. Горбач Н. Я. Специфіка української філософії / Н. Я. Горбач. – Львів : Каменярь, 2006. – 216 с.
  9. Гоулман Д. Соціальний інтелект. Нова наука про людські відносини / Д. Гоулман. – Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2020. – 400 с.
  10. Грибовська М. Вчення про «істинну людину» Григорія Сковороди як філософське підґрунтя елітарності / М. Грибовська // Вісник Львівського університету. Серія філософські науки. – 2016. – Вип. 18. – С. 202–210.
  11. Гринюк Н. А. Європейські тенденції розвитку споживчої кооперації: уроки для України / Н. А. Гринюк // Молодий вчений. – 2018. – № 4 (56). – С. 776–779.
  12. Гриценко А. А. Інформаційно-цифровий етап розвитку соціально-економічних систем / А. А. Гриценко // Економіка України. – 2022. – № 1. – С. 29–46.
  13. Гриценко М. П. Економічно-фінансові аспекти створення і функціонування обслуговуючих кооперативів у курортно-рекреаційній галузі / М. П. Гриценко // Економіка та держава. – 2012. – № 9. – С. 26–29.
  14. Думанська І. МІСЕ – сервіс як нова концепція для кооперативного бізнесу / І. Думанська, О. Зелінська // Вісті Всеукраїнської центральної спілки споживчих товариств. – 2022. – № 36. – С. 4–5.
  15. Єрмоленко А. М. Комунікативна практична філософія : підруч. / А. М. Єрмоленко. – Київ : Лібра, 1999. – 488 с.
  16. Задорожна О. Г. Постнекласичні методологічні засади дослідження сучасного господарства : монографія / О. Г. Задорожна. – Харків : Точка, 2017. – 452 с.
  17. Задорожний Г. В. Людська діяльність: зміст і трансформація структури у сучасному господарському розвитку / Г. В. Задорожний, І. В. Колупаєва. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. – 158 с.
  18. Кобобел А. Інтернет-дозвілля як форма діяльності дітей з особливими освітніми потребами / А. Кобобел // Дидаскал. – 2021. – № 21. – С. 46–49.

19. Колот А. М. Новітні формати організації трудової діяльності: природа, виклики, траєкторії розвитку / А. М. Колот, О. О. Герасименко // Економіка України. – 2022. – № 5. – С. 59–76.
20. Кривцова Н. Психологічна філософія Григорія Сковороди. Проблема людини у філософії / Н. Кривцова, І. Доннікова. – Харків : Майдан, 2019. – 454 с.
21. Кримський С. Б. Під сигнатурою Софії / С. Б. Кримський. – Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 718 с.
22. Кручек О. А. Основи туризмології : навч. посіб. / О. А. Кручек, С. Ф. Соляник, О. В. Парубець, С. І. Гордієнко. – Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. – 234 с.
23. Лалу Ф. Компанії майбутнього / Ф. Лалу. – Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2019. – 544 с.
24. Лиман С. І. Історія туризму : навч. посіб. (для студентів спеціальності «Туризм») / С. І. Лиман, А. Ю. Парфіненко, І. С. Посохов. – Суми : ПФ «Видавництво «Університетська книга», 2018. – 372 с.
25. Мазаракі А. А. Трансформації туристичних систем в умовах цифровізації / А. А. Мазаракі, М. Г. Бойко, А. Г. Охріменко // Економіка України. – 2021. – № 12. – С. 03–21.
26. Пазенок В. С. Філософія туризму : навч. посіб. / В. С. Пазенок, В. К. Федорченко. – Київ : Кондор, 2009. – 268 с.
27. Пантелеймоненко А. О. Перспективність розвитку обслуговуючої кооперації у сфері зеленого туризму / А. О. Пантелеймоненко, Ю. А. Пархоменко // Проблеми розвитку туристичного бізнесу : монографія / за заг. ред. Г. П. Скляра, В. Г. Шкарупи. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – С. 106–119.
28. Пантелеймоненко А. О. Про європейський досвід функціонування кооперативів у сфері туристичного бізнесу / А. О. Пантелеймоненко, Ю. А. Пархоменко // Модернізація економіки в умовах зростання суспільної свідомості: людинорозмірність, духовність, партнерство, кооперація : матеріали І Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 1 листопада 2016 р.) – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 157–161.
29. Поліщук О. П. Постнекласична наука: соціально-гуманітарний поворот / О. П. Поліщук // Вісник Житомирського державного університету. – 2010. – Вип. 53. – С. 3–7.
30. Скляр Г. П. Генезис постнекласичного прикладного туристичного знання: онтологічні виклики практичного розуму / Г. П. Скляр // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2018. – № 1. – С. 49–55.
31. Скляр Г. П. Щастя як об'єкт міждисциплінарних туризмологічних досліджень у постнекласичній парадигмі / Г. П. Скляр, Л. В. Дробиш // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2020. – № 1. – С. 49–57.

32. Скляр Г. П. Економічні умови і протиріччя розвитку споживчої кооперації в перехідній економіці : монографія / Г. П. Скляр. – Полтава : ПУСКУ, 2008. – 279 с.
33. Скляр Г. П. Особистість і благо туризму: постнекласичні студії / Г. П. Скляр // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2017. – № 5. – С. 160–166.
34. Скляр Г. П. Міждисциплінарний підхід у постнекласичних наукових дослідженнях туризму / Г. П. Скляр, Л. В. Дробиш, І. Р. Прокopenко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2019. – № 1. – С. 108–115.
35. Сковорода Григорій. Повна академічна збірка творів / за ред., проф. Леоніда Ушкалова. – Харків – Едмонтон – Торонто : Майдан ; Вид-во Канадського Інституту Українських Студій, 2011. – 1400 с.
36. Скотний В. Філософія освіти: екзистенція ірраціонального в раціональному / В. Скотний. – Дрогобич : Вимір, 2004. – 348 с.
37. Смарт Р. Agile – маркетинг. Перетворення досвіду клієнтів на вашу конкурентну перевагу / Р. Смарт. – Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2019. – 208 с.
38. Сущенко О. А. Становлення віртуального туризму як напрямку розвитку інформатизації діяльності туристичного підприємства / О. А. Сущенко, В. В. Кравченко // Комунальне господарство міст. – 2018. – Вип. 140. – С. 19–24.
39. Тарасевич В. М. Сучасна кореволуція: машинізована людина і / або олюднена машина / В. М. Тарасевич // Економіка України. – 2022. – № 2. – С. 20-36.
40. Тейлор Ч. Етика автентичності / Ч. Тейлор. – Київ : ДУХ і ЛІТЕРА, 2013. – 128 с.
41. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму : монографія / [В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек та ін.]. – Київ : ВЦ «Академія», 2013. – 368 с.
42. Шваб К. Четверта промислова революція. Формуючи четверту промислову революцію / К. Шваб. – Харків : Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2019. – 416 с.
43. Шей Т. Доставка щастя. Шлях до прибутку, задоволення і мрії / Т. Шей. – Львів : Вид-во Старого Лева, 2019. – 304 с.

## **РОЗДІЛ II**

### **ВИСТУПИ У ДИСКУСІЇ УЧАСНИКІВ СЕМІНАРУ**

---

*І. М. Звягольська, к. б. н., доцент  
Українська медична стоматологічна  
академія, м. Полтава  
zviaholska.iryana@gmail.com*

#### **МЕДИЧНА МІКРОБІОЛОГІЯ ЯК СКЛАДОВА БІО-СОЦІАЛЬНОЇ МІСІЇ ТУРИЗМУ**

Туризм, попри сьогоднішні негаразди різного масштабу розмаху (пандемія коронавірусної інфекції COVID-19, певні соціальні зрушення, воєнні події в Україні та інших країнах світу), продовжує виконувати свою біо-соціальну місію у світогосподарській діяльності людства. Завдяки гнучкості та злагодженій спрацьованості всіх ієрархічних рівнів туризму у поєднанні із провідними напрямками соціально-економічного та культурного життя більшості країн світу відбувається практична реалізація цільових програм та проєктів щодо оптимального життєзабезпечення існування сучасної людини, а отже вирішується таке актуальне питання як збереження і відновлення загальносвітового, популяційного та індивідуального здоров'я – найважливішої цінності людської спільноти [1]. Адже саме туризм відкрив вікно можливостей для збереження ціннісно-сміслової ідентичності *Homo sapiens*, відтворення духовно-біосоціальної природи людини, її особистісної самореалізації в умовах нової реальності [2; 3]. І в той же час, людина, яка залишила постійне місце проживання і у відповідності зі своїми обставинами і прагненнями увійшла в певну модель подорожі, зазнає впливу біотичних та абіотичних факторів нової екологічної системи, негативний ефект дії яких сукупно або в окремих випадках може стати причиною порушення її біологічного гомеостазу, і як наслідок – замість очікуваного збереження чи відновлення фізичних і духовних сил, спостерігається погіршення стану здоров'я подорожанина, що, беззаперечно, призводить до порушень психо-емоційного стану організму, зниження потенціалу пізнавальної діяльності, адекватності оцінки конкретної ситуації, а отже унеможливує ефективно акумулювати, узагальнити і транслювати одержаний обсяг інформації з метою

оновлення свого основного середовища проживання. Одним із напрямків профілактики щодо усунення можливих несприятливих чи навіть життєво небезпечних моментів під час подорожі чи перебування подорожуючих в будь-яких локаціях, є практичне впровадження наукових засад медичної мікробіології у провідні сектори сфери туризму [4]. В цьому контексті за допомогою загальнонаукових методів дослідження і використанням базових елементів міждисциплінарної методології [5–7] автор неодноразово доводив ефективність «симбіозу» цих галузей науково-практичної діяльності сучасної людини. За останні п'ять років векторно-спрямованим був розгляд таких питань: роль імунної системи в адаптаційних механізмах подорожуючих людей та їх біобезпека в новій соціально-екологічній системі з притаманною їй клімато-ландшафтною структурою, а також сукупністю культурно-господарчих об'єктів; географія інфекційних захворювань; можливі механізми та шляхи передачі патогенних та умовно-патогенних мікроорганізмів різної таксономічної належності; профілактичні заходи щодо захисту від збудників природно-осередкових та емерджентних інфекцій; аналітичний розгляд науково доведених матеріалів для інформованості людей, вже потенційно готових до подорожі, про епідемічну ситуацію того регіону, куди вони вирушать, про комплекс елементарних індивідуальних заходів по упередженню інфікування їх організму, про санітарний стан природних об'єктів та об'єктів соціального призначення, а також харчовий асортимент та санітарну оцінку якості продуктів харчування у визначеному регіоні та інші численні й значимі питання.

Динаміка розвитку суспільства і особливості реалій сьогодення потребують внесення доповнень, корекцій до вже опрацьованих аспектів імплементації медичної мікробіології до різноманіття туристської діяльності, а також розгляду нових напрямків їх співпраці.

Так, доведеним є той факт, що важливу роль у формуванні ефекту адаптації відіграє не тільки стан імунного статусу/профілю організму, але й його мікробіота. Саме природна мікробіота тіла людини є одним із перших бар'єрів природженого імунітету, що захищає неспецифічну резистентність і гомеостаз організму. Нормальний стан природної мікробіоти (еубіоз) характеризується стабільним складом і повним об'ємом її фізіологічних функцій. У нормі мікробіота тіла є достатньо

стійка до дії ушкоджуючих факторів, проте, рівновага між ними є рухливою і мікробіологічні нормативи можуть коливатися в досить широких межах. Найбільш часто виявляються міжпопуляційні відмінності, які залежать від клімато-географічних умов проживання і традицій харчування. Важливим є врахування віку і статі людини, її професійної діяльності. І в той же час, у подорожан можливі суттєві негативні зміни у складі нормобіоти, і навіть розвиток дизбіозу, за умов виникнення нервово-психічного стресу, гострої кишкової інфекції, загострення хронічних хвороб шлунка, кишечника, печінки, при голодуванні, нерациональному харчуванні, авітамінозі. Аутомікробіота може постраждати і за умов нерациональної антибіотико- та гормонотерапії, самопризначенні імунодепресантів, а також на тлі підвищеного радіаційного фону, впливу отруйних речовин.

Значний біоризик для подорожуючих становлять сапронозні інфекції, при яких природним резервуаром збудників є субстрати зовнішнього середовища (переважно ґрунт, вода). Деякі сапронози можуть паразитувати в організмі тварин. У такому разі зараження людини можливе як від ґрунту, води, рослинних решток, так і від тварин чи харчових продуктів тваринного походження (ботулізм, холера, клостридіальні інфекції, легіонельоз). Особливої актуальності натеper набули питання профілактики та лікування раньових анаеробних інфекцій, збудниками яких є клостридії газової гангрені і клостридії правця. Без своєчасної діагностики, специфічної профілактики та лікування ці захворювання для людини мають летальний кінець.

Обмежуючим фактором можливостей сучасного внутрішнього туризму став спалах у ряді регіонів України такого інфекційного захворювання як сибірка. Збудник цієї гострої особливо небезпечної інфекції передається людям через продукти, приготовлені із інфікованого матеріалу, найчастіше м'яса, при догляді за хворими тваринами, контактi з хворими тваринами, обробці тваринницької сировини, використанні різних виробів тваринницького походження. У ряді випадків зараження може відбуватися через кровосисних комах (сліпні, мухи-жигалки), аерозольним шляхом. Розрізняють шкірну, легеневу і кишкову форму сибірки. В залежності від форми захворювання теж можлива летальність.

В умовах тимчасової відсутності енергопостачання підприємств харчової промисловості можливі порушення технологіч-

них процесів, що підвищує ризик зараження на ботулізм певного асортименту харчових продуктів та напоїв, зараження на кишкові інфекції етіологічно різними групами патогенних та умовно-патогенних мікроорганізмів. Підвищені ризики мікробної контамінації спостерігаються і при транспортуванні та зберіганні продуктів харчування, молочних, фруктових та інших напоїв, кулінарній їх обробці. Тож, необхідною умовою для отримання здорового харчування, як важливої складової адаптаційних можливостей подорожан під їх час перебування в обраному туристично-рекреаційному кластері, є суворе дотримання фізіологічних та гігієнічних основ харчування, а також дотримання низки визначених санітарних правил під час отримання, транспортування, зберігання та кулінарної обробки харчових продуктів та напоїв. За конкретних обставин ймовірна корекція, підготовка і впровадження додаткової документації з питань санітарної мікробіології.

Передача інфекційних агентів до сприйнятливих індивідів можлива через повітря навколишнього середовища і повітря закритих приміщень, ґрунт, воду закритих та відкритих водойм (прісних та солоних), предмети побуту, харчові продукти, вироби медичного призначення, атрибути промислових, сільськогосподарських та житлових приміщень, атрибути транспортних засобів, культурно-освітніх та спортивно-розважальних закладів, атрибути дозвіллевих зон, біологічні виділення людей і тварин (хворих і мікробносіїв) тощо. Тож, санітарне благополуччя середовища, де постійно або тимчасово перебувають люди, стан їх здоров'я знаходяться в прямій залежності від мікрооточення патогенними та умовно-патогенними мікробами. З огляду на це, рекомендовано проведення антимікробних заходів, в основі яких лежать різноманітні методи знешкодження або пригнічення життєдіяльності патогенів та умовних патогенів. Головна мета проведення заходів – перервати можливу передачу збудників від джерел їх перебування до чутливих осіб. Прямі антимікробні методи позначають терміном мікробна деконтамінація, під якою розуміють повне або часткове видалення мікроорганізмів з об'єктів зовнішнього середовища і біотопів людини за допомогою факторів прямої ушкоджуючої дії. Вирізняють два різних типи деконтамінації: мікробна деконтамінація неживих об'єктів (стерилізація і дезінфекція) і мікробна деконтамінація живих організмів (асептика, антисептика і хіміотерапія). На

практиці найчастіше використовують комбінацію декількох методів в різних сполученнях в залежності від конкретної ситуації.

Під час перебування у просторі будь-якого виду туризму для подорожан певну небезпеку становлять люди, які виділяють патогенних мікроорганізмів за причини перебування на стадії інкубаційного або продромального періодів інфекційної хвороби, здорового мікробносієства, при загостренні хронічних інфекцій і т. д. Інкубаційний період за конкретних інфекційних захворювань має різну тривалість – від кількох годин до кількох днів, місяців. У інфікованої людини в залежності від походження збудника ознаки хвороби можуть проявитись у різні строки (від кількох годин до кількох днів, місяців і навіть понад рік). В цьому аспекті надзвичайної актуальності набрало питання про можливість інфікування подорожан корона вірусом SARS-CoV-2 та іншими представниками цієї родини. Наслідки потрапляння будь якого патогена у вхідні ворота сприйнятливо організму мають двонаправлений характер: або небезпека захворіти членам тимчасового колективу ще під час подорожі, або після повернення до вихідного місця проживання. Прояв і перебіг інфекційного захворювання визначаються масивністю дози обсіменіння, інфікуючою дозою та вірулентністю збудника. Такий вплив інфекційного агента можна розглядати як дію на організм людини подразника високої інтенсивності, що викликає напруження його адаптаційних можливостей, і як наслідок – порушення фізіологічного гомеостазу, неадекватність розвитку захисної реакції організму на такий стрес-фактор, розвиток загального адаптаційного синдрому [8], а за конкретної ситуації – розвиток інфекційного захворювання різного ступеню важкості.

Слід зауважити, що на виникнення і розвиток інфекційного процесу опосередковану, проте теж вагому дію, мають різноманітні екологічні фактори, впливовий ефект яких може проявитись в окремоствях або в будь-яких сполученнях (комбінаціях) Так, внаслідок впливу екофакторів можливе зниження або підвищення сприйнятливості організму людини, зниження або підвищення інфікуючої дози та вірулентності збудника, активація механізмів зараження і відповідних до них шляхів передачі інфекції.

Ще одним можливим фактором, провокуючим зрушення гомеостазу подорожуючої людини, є опортуністичні інфекції, які спричинюються понад сотнею видів так званих умовно-патогенних мікробів бактеріального, грибового, протозойного або вірусного походження. Їх розвиток відбувається, як правило, на тлі зниженої імунної реактивності організму, наявних хронічних захворювань інфекційного походження, у осіб літнього або старечого віку, недоношених немовлят, у післяопераційних осіб, у осіб хворих на серцево-судинні захворювання з регіонарними порушеннями кровообігу, у осіб, які отримують імунодепресивну лікарську терапію та інші. Однією із особливостей опортуністичних інфекцій є численні механізми, шляхи і фактори передачі, так як потенційно патогенні мікроорганізми не мають органного тропізму і здатні уражувати будь-які органи і тканини організму. Клінічно такі інфекції перебігають у формі гнійно-запальних процесів різної локалізації і ступеню важкості.

З огляду на можливі негативні наслідки взаємодії організму подорожуючої людини з представниками мікросвіту нової екосистеми вважаємо за доцільне сформувати у потенційного подорожанина об'єктивне уявлення, що провідну роль у збереженні гомеостазу організму, розвитку захисних реакцій за змінених умов існування головну роль відіграє, перш за все, анатомо-фізіологічний стан його імунної системи, який визначить рівень імунореактивності на той чи інший інфекційний та неінфекційний агент, а отже визначить і ступінь адаптованості кожного конкретного індивідуума та функціонально пов'язаний з останнім психо-емоційний стан людини під час подорожі, рівень її активності як учасника заходів, що спрямовані на задоволення певних фізичних, інтелектуальних, соціальних і культурних потреб в будь-якій рекреаційній зоні у просторі туризму і дозвілля. Окрім того, надійною перепороною щодо виникнення інфекційних захворювань, є інформованість людей, які вже теоретично готові до подорожі, про епідемічну ситуацію того регіону, куди вони вирушать, про комплекс елементарних індивідуальних заходів по запобіганню інфікування їх організму, особливості національної (кулінарної) кухні, якість води, про санітарний стан природних об'єктів та об'єктів соціального призначення, а також харчовий асортимент та санітарну оцінку якості продуктів харчування у визначеному регіоні. Науково обґрунтовану інформацію щодо висвітлених питань для кожного конкретного

туристичного проекту готують кваліфіковані спеціалісти, зокрема фахівці медико-біологічного профілю, з наступним внесенням її до суб'єктів відповідного рівня в структурі туризму. Отримана інформація у визначеному об'ємі, що надана через мас-медіа, проспекти, рекомендації тощо, дозволить потенційному подорожанину ефективно і усвідомлено оцінити масштаби можливих майбутніх біоризиків та вжити необхідних превентивних заходів (щеплення, визначення імунного профілю, прийом призначених лікарем фармацевтичних засобів, різнопланова консультативна та дієва допомога фахівців тощо). Тож і на сьогодні не втрачає своєї актуальності питання щодо підготовки фахівців різного рівня кваліфікації для роботи на підприємствах по наданню туристичних послуг, і зокрема тих, які володіють необхідними компетенціями в галузі медицини: медична та екологічна мікробіологія, інфекційні хвороби, імунологія, епідеміологія, санітарна медицина, лабораторне діло та інші.

Загалом, зміст викладеного у стислій формі науково обґрунтованого матеріалу виокремлює можливі напрями вирішення питання щодо перспектив збереження та/або відновлення здоров'я подорожуючої людини, спрямовує на його занесення до контенту створюваних платформ провідними секторами сфери туризму і ще раз заявляє, що медична мікробіологія є важливою складовою біо-соціальної місії туризму.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Бойчук Ю. Д. Загальна теорія здоров'я та здоров'я збереження : колективна монографія / за заг. ред. проф. Ю. Д. Бойчука. – Харків : Вид. Рожко С. Г., 2017. – 488 с.
2. Миронов Ю. Б. Педагогіка дозвілля у постнекласичній парадигмі освіти / Ю. Б. Миронов, М. М. Логвин // Дозвілля та туризм у постнекласичній перспективі : матеріали методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 3 грудня 2020 року). – Полтава : ПУЕТ, 2021. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – С. 57–65.
3. Скляр Г. П. Людиномірний дискурс економічних туризмологічних досліджень / Г. П. Скляр // Дозвілля та туризм у постнекласичній перспективі : матеріали методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 3 грудня 2020 року). – Полтава : ПУЕТ, 2021. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – С. 65–71.
4. Звягольська І. М. Медико-мікробіологічні аспекти здорового способу життя подорожуючої людини / І. М. Звягольська // Щастя у подорожах: реактулізація духовно-творчої спадщини і дозвіллевих

- практик мандрівного філософа-богослова Г. С. Сковороди : матеріали методологічного інтернет-семінару до 45-річчя факультету харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу (м. Полтава, 3 грудня 2019 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2020. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – С. 64–75.
5. Задорожна О. Г. Постнекласичні методологічні засади дослідження сучасного господарства : монографія / О. Г. Задорожна. – Харків : Точка, 2017. – 452 с.
  6. Скляр Г. П. Генезис постнекласичного прикладного туристичного знання: онтологічні виклики практичного розуму / Г. П. Скляр // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. – 2018. – № 1. – С. 49–55.
  7. Скляр Г. П. Особистість та етика туризму: постнекласичні цінності економічної науки / Г. П. Скляр // Людина, яка подорожує: постнекласична парадигма наукових досліджень туризму : матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 17 квітня 2018 р.) / за заг. ред. Г. П. Скляра. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – С. 15–22.
  8. Звягольська І. М. Біобезпека подорожуючих – окремі мікробіологічні ризики / І. М. Звягольська // Модернізація економіки в умовах зростання суспільної свідомості: туризм, людиномірність, партнерство, кооперація : матеріали II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 14 грудня 2017 р.) – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 236–240.

***В. О. Животенко**, к. е. н., доцент, начальник відділу з питань транспортних перевезень та зв'язку Полтавської міської ради, м. Полтава  
Vzhyvotenko@gmail.com*

## **ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У м. ПОЛТАВА ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ СТУДЕНТАМИ МАГІСТРАМИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 242 «ТУРИЗМ»**

В умовах сьогодення туристична сфера України опинилася майже на межі зникнення, що пов'язано, у першу чергу, із військовими діями. Проблеми сфери туризму, які є не відворотними та постійно загострюються, створили підґрунтя для визначення та розробки комплексу управлінських заходів. Тому визначення пріоритетності та необхідності підтримки функціонування туристичної сфери чи її окремих складових є одним із важливих завдань прифронтових регіонів та окремого приватного бізнесу. Зважаючи на це можна стверджувати, що органі-

зація прогнозування та планування розвитку туризму як окремої навчальної дисципліни для студентів магістрів спеціальності 242 «Туризм» є актуальною.

Система державного управління сфери туризму, незважаючи на воєнний стан, є чітко сформульованою та структурованою. Основними етапами визначення стратегічних цілей та пріоритетів у процесі формування державно-приватних зв'язків на ринку туристичних послуг є:

- розробка стратегії розвитку туризму та курортів в Україні;
- затвердження стратегії розвитку туризму та курортів в Україні;
- розробка стратегії розвитку туризму та курортів у Полтавській області;
- затвердження стратегії розвитку туризму та курортів у Полтавській області;
- розробка міської програми «Полтава туристична»;
- затвердження міської програми «Полтава туристична».

На сьогоднішній день в Україні діє Стратегія розвитку туризму та курортів в Україні до 2026 р. затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 року № 168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року». Відповідно до зазначеної стратегії органи місцевого самоврядування формують власні пріоритети економічного та культурного розвитку в розрізі основних туристичних ресурсів регіону.

Впровадження державної стратегії розвитку туризму потребує визначення основних можливостей та загроз розвитку туристичної сфери в окремих регіонах. Тому у 2018 р. рішенням пленарного засідання 23-ї сесії Полтавської обласної ради сьомого скликання від 21.12.2018 року № 972 «Про затвердження Стратегії розвитку туризму та курортів у Полтавській області на 2019–2029 роки» визначено основні сильні сторони туристичної сфери в регіоні.

Наступний етап прогнозування та планування розвитку сфери туризму впроваджується в органах місцевого самоврядування, оскільки лише місцеві історики, мистецтвознавці, екскурсоводи та науковці володіють унікальними знаннями щодо основних туристичних дестинацій та особливостями місцевого туристичного ринку. З метою створення належних умов для функціонування туристичної галузі, розвитку об'єктів показу

(туристичних локацій), сприяння суб'єктам підприємницької діяльності, що здійснюють туристичну діяльність, рішенням позачергової двадцять дев'ятої сесії Полтавської міської ради сьомого скликання від 20.12.2019 року, затверджено міську програму «Полтава туристична» на 2020–2026 роки. Дана програма має шість розділів та додатки.

Основними розробниками програми «Полтава туристична» на 2020–2026 рр. є:

- КО «Інститут розвитку міста» Полтавської міської ради;
- Полтавська обласна громадська організація «Спілка екскурсоводів»;
- Полтавська регіональна громадська організація «Обласний туристичний кластер»;
- ГО «ВелоПолтава»;
- Департамент культури і туризму Полтавської ОДА, регіональні (міські) суб'єкти підприємницької діяльності в галузі туризму;
- представники відповідних кафедр туристичного спрямування ВНЗ м. Полтави;
- музейні установи базової мережі закладів культури м. Полтави.

Завдяки послідовному механізму впровадження заходів програми попередніх років з популяризації та просування туристичного продукту територіальної громади міста Полтава має привабливий туристичний потенціал і є одним із регіональних лідерів розвитку туристичної галузі України. Кількісні статистичні показники, що здійснюються на базі розгалуженої музейної мережі комунальної сфери управління на принципах достовірності і прозорості, надають об'єктивну та неупереджену інформацію стану міської туристичної галузі, яка в цілому відображає загальнодержавний. Разом з тим, подальший розвиток туристичної сфери гальмується через низку причин, що належать як до сфери повноважень виконавчих органів місцевого самоврядування, так і поза нею, зокрема:

- Указ Президента України № 64/2022 «Про введення воєнного стану в Україні»;
- недосконалість існуючої законодавчої бази, а особливо підзаконних нормативно-правових актів (документів) в галузі туризму;

- відсутність єдиного державного системного підходу збору статистичних даних в туристичній галузі;
  - відсутність єдиних кваліфікаційних вимог до фахівців туристичного супроводу та так званий «кадровий голод» в туристичній галузі;
  - недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури та, зокрема, туристично-інформаційних знаків, вказівників тощо.
- Вирішуючи зазначені та інші проблеми програмою передбачено порядок виконання, який відображено у наступних розділах:

#### I. Моніторинг туристичної інформації та туристськоекскурсійні дослідження:

- збір та обробка інформації щодо основних статистичних показників музейної (туристичної) діяльності: відвідуваність, екскурсійне обслуговування, наповнення спеціальних рахунків;
- збір та обробка інформації щодо обсягів надходжень туристичного збору до міського бюджету;
- моніторинг рівня задоволеності послуг з внутрішнього та в'їзного туризму до міста Полтави;
- залучення профільних кафедр вищих навчальних закладів міста Полтави до виконання досліджень туристичного ринку, аналізу його стану розвитку, статистичних досліджень;
- організація роботи відділу туризму та культурної спадщини Управління культури виконавчого комітету Полтавської міської ради в режимі центру інформаційно-довідкового обслуговування;
- збір та обробка даних щодо визначення щорічного «профілю» туриста міста Полтави;
- дослідження доцільності відкриття туристично-інформаційного центру (ТІЦ), як окремого комунального закладу міста Полтави.

#### II. Маркетингова політика щодо підтримки та промоція туристичного продукту територіальної громади міста Полтави:

- здійснення щорічної підтримки та оновлення галузевого веб-сайту «Полтава туристична» ([www.tourism.poltava.ua](http://www.tourism.poltava.ua)), адаптація веб-сайту під мобільні пристрої (смартфон, планшет);
- адаптація галузевого веб-сайту «Полтава туристична» ([www.tourism.poltava.ua](http://www.tourism.poltava.ua)) для осіб з інвалідністю (з порушенням зору);
- встановлення сенсорних інформаційно-туристичних кіосків;

- реалізація, забезпечення технічного супроводу проекту «Віртуальна та доповнена реальність»;
- встановлення QR-кодів, інформаційних носіїв шрифтом Брайля;
- вжиття заходів з впровадження туристичного ознакування: встановлення інформаційних вказівників, сіті-лайтів, інформаційних щитів, табличок тощо;
- налагодження роботи комунального «Експурсійного автобусу»;
- встановлення та належна технічна підтримка велосипедних парковок біля об'єктів нерухомості комунальної власності міста Полтави;
- організація та проведення інформаційно-просвітницької акції «Школяр в музеї»;
- організація та проведення конкурсу туристичної фотографії «Полтава туристична»;
- організація та проведення щорічного туристичного форуму «Туристичний сезон»;
- налагодження взаємовигідної співпраці з суб'єктами підприємницької діяльності туристичної галузі міста (заклади тимчасового розміщення (проживання), харчування, змістовного дозвілля);
- підтримка перспективних видів міського туризму: гастро-туризм, фестивальний, подієвий, історико-культурний туризм тощо;
- участь в організації та роботі туристичних виставок, семінарах, форумах, конференціях тощо;
- випуск, оновлення, розповсюдження інформаційно-іміджевого поліграфічного набору «Полтава туристична»;
- організація роботи з випуску та демонстрації промовідео продукції (відеоролики, фільми);
- організація та проведення інформаційно-ознайомлювальних прес-турів для представників ЗМІ, блогерів тощо;
- матеріально-технічна підтримка та промоція сюжетно-тематичних інтерактивних форм екскурсійного обслуговування в музеях базової мережі закладів культури міста Полтави;
- підтримка та відзначення ювілейних дат і пам'ятних подій загальнодержавного значення, пов'язаних з історико-культурною спадщиною міста Полтави;
- відзначення галузевих професійних свят: Всесвітній день екскурсовода (щорічно 21 лютого); Міжнародний день туризму та День туризму в Україні (щорічно 27 вересня).

III. Розвиток людських ресурсів та туристичної інфраструктури:

– налагодження співпраці з профільними кафедрами ВНЗ міста Полтави в рамках проекту «Школа амбасадорів»;

– курси з підготовки, підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу;

– організація та проведення навчально-тематичних екскурсійних подорожей;

– організація та проведення короткотермінових навчальних курсів, семінарів, майстер-класів, вебінарів для готельно-ресторанного бізнесу міста Полтави;

– організація та проведення навчальних програм з підвищення кваліфікації та професійних навичок музейних співробітників комунальної сфери управління;

– співпраця з ГО, професійними спілками в галузі туризму, у тому числі, з КО «Інститут розвитку міста» ПМР.

Отже організація прогнозування та планування розвитку туристичної сфери є однією із основних дисциплін для студентів магістрів спеціальності 242 «Туризм» та дозволяє сформуванню основні компетентності студента для прийняття ефективних господарських рішень у майбутньому.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Закон України від 21.05.1997 року № 280/97-ВР «Про місцеве самоврядування в Україні» [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>
2. Закон України від 15.09.1995 року №324/95-ВР «Про туризм» [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 року № 168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [Електронний ресурс]. URL: <https://www.kmu.gov.ua/>
4. Рішення пленарного засідання 23-ї сесії Полтавської обласної ради сьомого скликання від 21.12.2018 року № 972 «Про затвердження Стратегії розвитку туризму та курортів у Полтавській області на 2019–2029 роки» [Електронний ресурс]. URL: <http://oblrada-pl.gov.ua/>
5. Рішення дванадцятої сесії Полтавської міської ради сьомого скликання від 15.09.2017 року «Про затвердження Стратегії економічного розвитку м. Полтава на період до 2027 року» [Електронний ресурс]. URL: <https://www.rada-poltava.gov.ua/>

6. Рішення позачергової двадцять дев'ятої сесії Полтавської міської ради сьомого скликання від 20.12.2019 року «Про затвердження міської програми «Полтава туристична» на 2020–2026 роки» [Електронний ресурс]. URL: <https://www.rada-poltava.gov.ua/>

**М. З. Паска, д. в. н., професор**  
*maria\_pas@ukr.net;*

**О. О. Кравченко, магістрантка**  
*Львівський державний університет фізичної  
культури імені Івана Боберського, м. Львів*

## **ФУНКЦІОНАЛЬНІ ЕЛЕМЕНТИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДОМ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ВИМОГ**

Сьогодні, в період розвитку інформаційної та сфери послуг, ресторанний бізнес є одним з найбільш перспективних галузей: незважаючи на важке соціально-економічне становище в країні ресторани, кафе та інші подібні заклади відкриваються, і люди їх відвідують. При цьому спостерігається також значне зростання конкуренції, тому рестораторам слід враховувати найменші, не значимі на перший погляд, економічні коливання на ринку, зміни в структурі ринку, смакові переваги клієнтів, постійно змінюватися і вдосконалюватися не просто для того, щоб домогтися успіху, але і для того, щоб зуміти його утримати надалі.

Метою роботи є визначення шляхів удосконалення управління закладами ресторанного господарства в сучасних умовах.

Ринок послуг ресторанного господарства постійно поширюється та видозмінюється під впливом різних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Як сфера підприємницької діяльності, ресторанне господарство виконує соціальну (задоволення потреб споживачів) та економічну (підприємницька діяльність в обслуговуванні споживачів) функції. Економічні функції сфери ресторанного господарства розглядаються як єдиний комплексний механізм виробництва й обігу продукції, що забезпечує ресторанному бізнесу певні переваги порівняно з іншими галузями народного господарства. Перш за все, це перспективна галузь для інвестування капіталу, що гарантує достатньо швидку оборотність вкладених коштів

В умовах підприємств ресторанного господарства різних областей України значення відділу маркетингу є однаково

суттєвим. Наприклад, у великих обласних центрах та містах, де є суттєва конкуренція, лише певна частина закладів має достатню кількість відносно постійних клієнтів, що дозволяє підтримувати високі рівні прибутковості та темпи розвитку. У той же час інші підприємства громадського харчування відчують брак відвідувачів, що знижує ефективність їхньої роботи [1]. Відділом маркетингу ця проблема має вирішуватись, і якщо в результаті проведення змін протягом 1–2 років ситуація не змінюється на краще, то подальша діяльність закладу в тому місці буде недоцільною.

До актуальних напрямів розвитку підприємств ресторанного господарства можна віднести технології креативної кухні та кейтерингу, організацію діяльності тематичних ресторанів; облаштування сенсорних дисплеїв меню Menu Board в холах готелів для ознайомлення з меню внутрішніх ресторанів; проведення різних шоу (наприклад, приготування шеф-поваром фірмових страв на очах у відвідувачів); розповсюдження інформації про ресторан за допомогою QR-коду [2]. Використання інформаційних технологій та відносно нових способів обслуговування клієнтів підприємствами ресторанного господарства України виконує важливі функції з їх розвитку через сприяння підвищенню якості послуг, залученню клієнтів, збільшенню прибутку, отриманню конкурентних переваг на ринку [3].

Важливим напрямком управління розвитком підприємств ресторанного бізнесу є впровадження сучасних інформаційних технологій. У сучасних умовах розвиток й ефективне ведення будь-якого бізнесу пов'язані з інноваційними підходами та автоматизацією всіх видів діяльності. До найпопулярніших інформаційних систем, направлених на автоматизацію управлінських процесів підприємств ресторанного господарства України, можна віднести систему управління рестораном R-Keereg. Вона здатна забезпечити високотехнологічне касове обслуговування клієнтів ресторану з підтримкою будь-якої форми оплати [4].

На сьогоднішньому етапі розвитку удосконалення управління підприємствами ресторанного господарства неможливий без обізнаності в питаннях менеджменту, без вміння самостійно й оперативно приймати вірні рішення з урахуванням інноваційних процесів та новітніх тенденцій розвитку бізнесу.

Сутність та специфіка ресторанної діяльності пов'язана з керівництвом та управлінням людьми, регулюванням їх поведін-

ки. Тому для ефективного управління діяльністю необхідно розглянути підходи до ресторанного господарства, визначити основні характеристики сутності та специфіки господарювання підприємствами в сучасних умовах.

Основна діяльність закладів ресторанного господарства, полягає у виробництві, реалізації та організації споживання кулінарної продукції у формі сніданків, обідів і вечерь.

Продукція власного виробництва є найбільш важливою складовою виробничо-торговельної діяльності закладів ресторанного господарства. Частка продукції власного виробництва складає близько 2/3 загального обсягу товарообігу, в той же час, вона істотно диференціюється в залежності від типу закладів ресторанного господарства. Так, у ресторанах частка власної продукції складає 45–60 %, у кафе 70–75 %, а в їдальнях доходить до 90 % [4, 6].

В умовах виробництва на функціонування потенціалу підприємств ресторанного господарства впливають безліч об'єктивних і суб'єктивних чинників, серед яких слід виділити:

- склад і сучасний стан системи наявних ресурсів;
- ступінь відповідності складників потенціалу стратегічним цілям і завданням підприємства;
- його здатність забезпечувати стійкість господарської системи до впливу зовнішнього середовища та її внутрішню гнучкість (здатність до адаптації).

Ресурсна складова є необхідною передумовою формування потенціалу, але недостатньою умовою його функціонування. Під виробничим потенціалом підприємства варто розуміти впорядковану сукупність можливостей розвитку підприємства і факторів виробництва, необхідних для реалізації виробничої стратегії розвитку підприємства [8].

Управління виробничим потенціалом варто розглядати як конкретну функцію менеджменту, виконання якої потрібно здійснювати в логічній послідовності:

- планування виробничої програми;
- організування роботи служб та підрозділів з метою виконання поставлених завдань;
- мотивування суб'єктів, які безпосередньо чи побічно впливають на виробничий процес;
- контролювання рівня якості виготовленої продукції і виконання виробничої програми загалом, регулювання виявлених проблем та недоліків [5].

За сучасних умов господарювання досить складним є дієве організування процесу управління виробничим потенціалом, адже саме цей процес потребує включення в себе розробки різноманітних класифікацій чинників та їх аналіз щодо умов розвитку потенціалу, оцінку виробничого потенціалу та ефективне використання і розвиток виробничого потенціалу на майбутнє. Що стосується оцінки виробничого потенціалу підприємств ресторанного господарства, то для них варто понад усе прорахувати зміни у: матеріальних ресурсах, трудових ресурсах, основних засобах та ін. Також доцільно застосовувати факторні моделі та діагностику прогнозування діяльності. Від правильно здійсненої оцінки виробничого потенціалу підприємства залежатиме ефективне використання та розвиток потенціалу підприємства, що допоможе здобути поставлені перед підприємством цілі [6].

Культура та якість обслуговування мають безпосередній вплив на результати господарської діяльності підприємств ресторанного господарства. Зі зростанням якості обслуговування збільшується кількість споживачів, підвищується товарообіг та рентабельність підприємств, знижуються витрати обігу. Конкуренцеспроможність ресторану «Соната» значною мірою також залежить від культури та якості обслуговування. Як відомо, до основних факторів, що визначають культуру обслуговування в ресторанному харчуванні, відносяться: наявність сучасної матеріально-технічної бази, широкий асортимент продукції, що виготовляється, впровадження прогресивних форм та методів обслуговування, надання додаткових послуг споживачам, наукова організація праці, вивчення попиту на продукцію та послуги ресторанного господарства, рівень рекламно-інформаційної роботи, підвищення кваліфікації обслуговуючого персоналу [7].

Виходячи з результатів проведеного дослідження, можна зробити висновки, що підприємство має певні негативні тенденції по деяких факторах, що визначають культуру обслуговування. Отже, одним з напрямком вдосконалення роботи закладу є підвищення культури обслуговування. Якість обслуговування визначається в основному обсягом, видами та характером послуг, що надаються споживачам. Цей показник дозволяє охарактеризувати відношення споживачів до результатів діяльності підприємств ресторанного господарства. До основних факторів, що визначають якість обслуговування, відносяться: зручність

розташування та вірний вибір режиму роботи підприємства, якість кулінарної продукції, що виготовляється дотримання санітарно-гігієнічних вимог до утримання приміщень, посуду та меблів, швидкість обслуговування, комфорт в торгівельному залі, ввічливість, увага та зовнішній вигляд обслуговуючого персоналу.

Отже, для ефективного функціонування закладу необхідне вироблення широкого формулювання того, яким буде бізнес, якими повинні бути його цілі та яка політика є необхідною для їх досягнення. Суперництво серед існуючих конкурентів набуває форми боротьби будь-якими засобами – застосовуються такі види тактики, як цінова конкуренція, рекламні баталії, виведення товарів та максимальний рівень сервісу або гарантії.

### Список використаних інформаційних джерел

1. Аветисова А. О. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку / А. О. Аветисова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – № 28. – С. 117–123.
2. Аналіз ринку громадського харчування (HoReCa, кейтеринг, а також харчування на АЗС) [Електронний ресурс]. – URL: <https://proconsulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-obshestvennogo-pitaniya-horeca-kejtering-takzhhepitanie-na-azs>.
3. Домбик О. М. Економічна суть діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу / О. М. Домбик // Торгівля, комерція, підприємство : зб. наук. пр. / [редакц. кол. : В. В. Апопій, Ю. А. Дайновський, С. В. Скибінський та ін.]. – Львів : Вид-во Львівської комерційної академії, 2016. – Вип. 15. – С. 64–66.
4. Левицька І. В. Особливості впровадження інноваційних технологій в систему управління підприємствами ресторанного господарства // І. В. Левицька, В. В. Завальнюк / Наукові праці Національного університету харчових технологій. – Київ : НУХТ, 2016. – Вип. 50. – С. 199–205.
5. Паска М. З. Інноваційні аспекти розробки нових видів делікатесних продуктів спеціального призначення / М. З. Паска, О. В. Радзімовська, М. Бурак // Наукові проблеми харчових технологій та промислової біотехнології в контексті Євроінтеграції : тези ІХ міжнар. наук.-техн. конф. – Київ : НУХТ, 2020. – С. 119–221.
6. Паска М. З. Технологія маргаринів та промислових жирів / М. З. Паска, І. М. Демидов, О. І. Жук. – Львів : СПОЛОМ, 2013. – 187 с.
7. Паска М. З. Енергозбереження в сучасних умовах на підприємствах олійно-жирової промисловості / М. З. Паска, О. І. Жук, Б. І. Галух,

- У. Р. Драчук // Науковий вісник ЛНУВМБТ ім. С. З. Гжицького. – Львів. – 2014. – Т. 16. – № 3 (60). Ч. 4. – С. 129–136.
8. Паска М. З. Сучасні тенденції формування функціональних продуктів / М. З. Паска, О. В. Лескович // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Гжицького. – 2014. – № 16. – № 3 (4). – С. 137–147.

**В. А. Худавердієва**, к. е. н., доцент  
Державний біотехнологічний університет, м. Харків  
viki75807@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0100-5079>

## **АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОЇ КОНЦЕПЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ І ТЕРИТОРІЙ**

Туристичні послуги не можуть бути пов'язані або оцінені миттєво під час процесу покупки, оскільки послуга представляє результат прямої взаємодії виробника та споживача, процес надання туристичних послуг (виробництва) відбувається паралельно споживанню. Об'єктом таких послуг насправді є покупець (мандрівник). Створення товарів у матеріальній формі, як відомо, передує його продажу, а потім відбувається споживання. Життєвий цикл туристичних послуг суттєво відрізняється від матеріальних товарів, зокрема відсутністю етапу зберігання. Незберігаємость туристичних послуг потребує ретельного вивчення кон'юнктури ринку, точного дотримання попиту та пропозиції [1].

В основі відокремлення туристичного комплексу як незалежного сектору національної економіки базується на таких обставинах: всі типи інститутів, що входять до туристичного комплексу, виконують складно інтегровані соціальні функції; галузева сукупність вищезазначених підприємств туристичного сектору має загальну територіально локалізовану систему управління; всі підприємства туристичного комплексу володіють подібним характеру впливу на інші сектори економіки регіону (будівництво, транспорт, сільське господарство тощо), стимулюючи їх розвиток; підприємства туристичного комплексу того чи іншого регіону базуються на загальному ресурсному потенціалі, технічній та соціальній інфраструктурі. Виходячи з вищевказаного, туристичний комплекс можна визначити як набір об'єднаних економічних, організаційних та територіальних груп

підприємств, що беруть участь у виконанні функції цього регіону. Максимальна ефективність функціонування туристичних підприємств, використання природно-історичних, трудових та інших потенціалів, виробничої та соціальної інфраструктури, може бути досягнута при об'єднавши їх в єдиний комплекс і організувавши єдину систему управління [2].

У даний час, як ніколи, актуальним є питання про підвищення ефективності діяльності підприємств забезпечуючих функціонування туристичної сфери нашої країни. Криза в туристичній галузі призвела до значного зменшення об'єму продажів. Раннє бронювання, до якого довго привчали клієнтів в туристичних агентствах, знизилось до обсягів, ледве помітно відрізняючись від нуля. На цьому фоні представники туристичного ринку намагаються виправити ситуацію. Туристичний комплекс об'єднує три елементи: підготовка послуги (без участі клієнта); процес надання послуги (тобто виконання певної роботи) самим виконавцем; результат цих дій у вигляді «ефекту клієнта» або персоніфікованого результату послуги. Туристичні послуги включають товари та послуги, придбані нерезидентами для ділових та особистих цілей протягом періоду їх перебування (менше одного року) на території даної країни чи місцевості. Ця категорія включає послуги туристичних компаній, туристичних агентів, екскурсійних бюро, готелів та інших туристичних приміщень. Туристичним послугам, як і будь-яким іншим послугам, притаманні відмінні особливості: вони не є матеріальними; відносяться до соціально-культурних (нематеріальних), оскільки вони визначаються діяльністю виконавця послуги (турфірмою) для задоволення соціокультурних потреб: фізичних, етичних, інтелектуальних, духовних тощо.

Сьогодні Україну можна віднести до країн із середнім рівнем розвитку туризму, який в достатній мірі не використовує сприятливі передумови для належного розвитку в'їзного туризму. Проведений аналіз дає можливість визначити напрями розвитку туристичної галузі в Україні, які вбачаються у необхідності посилити роль держави, яка зможе забезпечити матеріальну підтримку розвитку туризму; формуванні ефективної моделі співпраці приватно-державного партнерства, дотримуватися виконання «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [3].

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO) внесок туризму до світового ВВП становить 10 %, а загальна кількість робочих місць, що прямо чи опосередковано стосуються сфери туризму – 11 %, тому виважена державна політика у сфері туризму – це важлива частина сталого економічного розвитку України у світі. «Розвиток туризму стимулює зростання у дотичних сферах економіки, що є особливо важливим для регіонального розвитку України. Крім того ми маємо надзвичайно широкі можливості для залучення цілорічного туризму завдяки своїм унікальним природним можливостям, багатій історичній та культурній спадщині. Розвиток туризму є важливою складовою економічного зростання, а схвалення Стратегії розвитку дозволить більш ефективно координувати роботу у цьому напрямку», – прокоментував рішення Уряду Степан Кубів [4].

«Розробка туристичної стратегії – це одна з умов, яку ми маємо виконати в рамках імплементації Угоди про асоціацію з ЄС. Ми вже працюємо над її втіленням: створюємо план заходів реалізації Стратегії, ведемо активний діалог з представниками українського бізнесу, опрацьовуємо законодавчу базу» – зазначив заступник Міністра економічного розвитку і торгівлі України Михайло Татарчук [4]. Україна сьогодні програє європейським країнам за багатьма показниками конкурентоспроможності туристичних послуг, оскільки не приділяє належної уваги цій сфері, нераціонально використовує свої конкурентні переваги. Наша держава є практично неконкурентоспроможною, що зумовлено недостатнім розвитком інфраструктури туризму; неефективністю державної політики; відсутністю сформованого привабливого туристичного іміджу країни.

Отже, підвищення конкурентоспроможності сфери туризму – ключове завдання економіки сучасної України. Важливо спрямувати зусилля на забезпечення туристам не тільки доступність культурних і природних об'єктів для огляду, але і безпеку, високі стандарти гостинності, підвищення якості інфраструктури, розумну цінову політику. При цьому необхідно постійно працювати над забезпеченням ефективного і комплексного використання наявного потенціалу, створенням конкурентоспроможного національного туристичного продукту та просуванням цього продукту на європейський та світовий ринок туристичних послуг [2].

Основна мета ефективного функціонування туристичних підприємств є створення організаційно-правових та економічних умов для стимулювання розвитку в'їзного та внутрішнього туризму, що вимагає певного коригування поточного законодавства в частині, яка впливає на розвиток туризму, у тому числі включаючи поправки та доповнення до існуючих нормативно-правових актів, які мають регуляторні юридичні дії [1].

Необхідно створити умови для успішного розвитку гостинних засобів розміщення та іншої туристичної інфраструктури, а також створити сприятливий інвестиційний клімат для вітчизняних та іноземних компаній, які інвестують у розвиток туристичної інфраструктури в Україні. Значимим є той факт, що якість наданих туристичних послуг та обслуговування залишається на низькому рівні, що є непривабливим для іноземних та високоприбуткових вітчизняних туристів, які віддають перевагу відпочинку за кордоном.

Поліпшення якості обслуговування в галузі туризму вимагає:

- розробки нових правил стандартизації та сертифікації туристичних послуг;

- розробки та впровадження сучасної класифікації засобів розміщення з урахуванням передового іноземного досвіду;

- створення сучасної системи навчання, перекваліфікації та постійного підвищення кваліфікації кадрів, включаючи розробку та впровадження сучасних галузевих навчальних стандартів, які базуються на існуючих кваліфікаційних вимогах до працівників туристичної галузі;

- створення та впровадження навчальних програм, які відповідають потребам галузі та передбачають практичну підготовку персоналу, включаючи внутрішньогостинний та внутрішньо-фірмовий тренінг (практику);

- реалізацію спеціалізованих програм підвищення кваліфікації менеджерів вищої ланки управління в туристичному бізнесі, включаючи організацію стажування за кордоном [3].

Важливо визначити компоненти туристичного продукту, який слід розробити. Туристичний продукт складається з чотирьох компонентів (проживання, транспорт, додаткові послуги, благоустрій курортних міст та якісного обслуговування). Сьогодні неможливо стверджувати, що будь-які окремі елементи туристичного продукту на території нашої країни відповідають світовому рівню – для досягнення конкурентоспроможності

потрібні якісні структурні зміни по всіх компонентах. У той же час, конкретні завдання розвитку туристичного продукту залежать від цільового позиціонування кожної із туристичних територій. Таким чином, другим важливим напрямком – це розвиток всіх компонентів туристичного продукту та підвищення їх конкурентоспроможності. Важливо визначити, як здійснити маркетинг і дистрибуцію туристичного продукту. З одного боку, держава традиційно відіграє важливу роль у просуванні туристичного напрямку.

Як показує досвід розвитку туристичних напрямків, усі успішні програми розвитку туризму розпочалися з вибору найбільш перспективних для розвитку туристичної території та концентрації державних зусиль та приватного сектору щодо його розвитку. Концентрація зусиль дозволяє досягти збалансованого розвитку основних елементів туристичної пропозиції і тим самим максимізує рентабельність туристичних напрямків, призводить до збільшення ролі маркетингу та дистрибуції в боротьбі за клієнта. Маркетинг дозволяє нам диференціювати туристичний продукт, підвищити лояльність споживачів та попит. Важливим елементом маркетингу є створення та розвиток брендів [5].

Як показує досвід розвитку туристичних напрямків, усі успішні програми розвитку туризму розпочалися з вибору найбільш перспективних для розвитку туристичної території та концентрації зусиль держави та приватного сектору щодо його розвитку. Концентрація зусиль дозволяє досягти збалансованого розвитку основних елементів туристичної пропозиції і тим самим максимізувати прибутковість від державних та приватних інвестицій. Вибраний мікрорегіон стає прецедентом, моделлю нової пропозиції, який стимулює привабливість приватних інвестицій та подальше зростання, таким чином, першим кроком у впровадженні стратегії розвитку туризму є визначення точок росту – тих туристичних територій, які повинні стати локомотивом подальшого розвитку.

Мікрорегіон – це велика територіальна зона, здатна забезпечити комплексний розвиток туристичної пропозиції та залучити критичну масу ресурсів. Туристична територія може бути як неосвоєним участком, так і розвиненою територією. Для зміцнення позицій тієї чи іншої області необхідно сконцентрувати зусилля на кількох туристичних територіях, при цьому пріо-

ритет повинен бути наданий територіям, що характеризуються наступними критеріями:

- максимальним потенціалом для залучення цільового сегмента – туристів із середнім та високим доходом, які найбільше піддаються ризику переключення своєї уваги на іноземні курорти;

- мінімальними фінансовими та тимчасовими витрати під час продажу;

- наявністю інфраструктурних проектів;

- максимальними можливостями для створення нової пропозиції. Ці можливості складаються із наявності площадок, доступних для розвитку (землі чи об'єкти у державній власності або приватних партнерах, готові співпрацювати щодо розвитку нових пропозицій) та привабливості території для потенційних інвесторів та партнерів. Найважливішими умовами для успішного розвитку туристичних територій є: залучення кращої міжнародної та вітчизняної практики щодо планування та розвитку території (девелоперів, фахівців з будівництва міст та архітектури); державні інвестиції в базову інфраструктуру; створення багатостороннього партнерства між державою та приватним бізнесом для розділення ризиків та спільного управління проектом розвитку території [2, 5].

У концепції слід зазначити, що головним завданням ефективності функціонування є розробка брендів окремих територій – створення унікального, неповторного іміджу кожного із курортів шляхом донесення до цільового споживача основної тематичної спеціалізації та переваг курорту. Вибір брендів обумовлений низкою факторів, включаючи прив'язку до курортів, історичного визнання та нинішньої репутації. Бренд – це зображення, сформоване у свідомості споживача на основі різних асоціацій. Ці асоціації спричинені як об'єктивними (або раціональними) характеристиками продукту чи послуги та сприймаємими (асоціативними та емоційними) перевагами для цільового сегменту споживачів. В основні головних положень бренду знаходяться три компоненти:

- розрізнення характеристик бренду, які виділяють його серед конкурентів (наприклад, цільовий сегмент, ключові напрямки спеціалізації території);

– раціональні переваги бренду для споживачів (наприклад, знайоме культурне середовище, мова, географічна близькість, унікальна природа);

– емоційні переваги – сприйняття бренду споживачем. У той же час, як показала діагностика туристичної пропозиції, ці два інструменти – маркетинг та дистрибуція – на сьогодні слабо розвинені. Тому важливим завданням є створення ефективної системи для просування продукту за допомогою маркетингу та дистрибуції [2].

У структурі концепції відображена задача підвищення кваліфікації за різними програмами, орієнтованими на керівників організацій та структурних підрозділів, які не мають освіти в цій галузі, резерв провідних працівників та осіб, які хочуть змінити професію для роботи в індустрії туризму. Що стосується туризму та технічного обслуговування, спеціальні програми перепідготовки і підвищення кваліфікації необхідні для спеціалістів служби харчування, адміністративно-господарської служби, а також інженерно-технічної служби, тобто насправді для працівників підприємств туристичного комплексу [2].

Туристична галузь, яка набирає цивілізовані високотехнічні особливості, потребує зміцнення кваліфікованими фахівцями, які можуть і повинні прискорити процес розвитку. У концепції інтегрованого розвитку курортів та туризму пропонується зробити головний акцент на професіоналізмі та кваліфікації фахівців підприємств туристичного комплексу. Беззаперечно, що людські ресурси, які належать до соціально-економічної категорії, є одним з найважливіших аспектів практики управління організаціями туристичної індустрії. Основою системи підвищення ефективності туристичних підприємств є професіоналізм персоналу туристичної галузі, шляхом вдосконалення базової туристичної освіти шляхом адаптації стандартів навчання до регіональних та галузевих спеціалізацій, створення навчально-методичних центрів, консалтингових організацій для перепідготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів та розробки положень щодо атестації персоналу підприємств туризму. Зміст туристичної освіти передбачає набір навчальних стандартів, включаючих перелік спеціальностей, комплекс предметів та дисциплін, обраних на основі принципів професійної освіти та специфіки туризму. З метою максимізації розвитку особистості, доступності культурної та історичної спадщини, формування

туристичного ринку, необхідно переглянути поточні стандарти спеціальностей у напрямку туризму для збільшення обсягу мовної, фахової та соціально-психологічної спеціалізації та адаптувати освітньо-професійні програми щодо специфіки регіону та туристичної галузі [5].

Завданням перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів сприяють створення навчального методичного центру, для функціонування якого необхідно мати ліцензію на освітню діяльність, нормативну-правову базу відповідно до положення про ліцензування і реєстр спеціальних кваліфікаційних вимог для професійної підготовки керівників, екскурсоводів, гідів-перекладачів і очільників туристичних груп.

Проблема екскурсоводів, яка полягає у старінні фахівців цієї категорії, є домінуючою яка вимагає спрямованого рішення, тому туристичний центр, розташований на нейтральних позиціях, може працювати над підвищенням кваліфікації екскурсоводів, а їх підготовку доцільною починати на базі вищої освіти. Різноманітність підходів до туризму формує вимогу відображення в змісті освіти різні суперечності туристичної діяльності, ця вимога призводить до необхідності її диференціації. Основний напрямок запропонованої системи підвищення ефективності підприємств туристичного комплексу орієнтовано на розвиток людського капіталу, що сприяє підвищенню інвестиційної привабливості території, спрямованої: на оновлення основного капіталу; на покращення інфраструктуру туристичних підприємств; на підвищення якості наданих туристичних послуг; на збільшення прибутковості діяльності туристичних підприємств. Діяльність конкурентоздатного та високотехнологічного туристичного комплексу дозволить збільшити потік іноземних туристів та потоку валютних прибутків до економіки країни, а також забезпечить, з одного боку зростання податкових відрахувань до бюджетів усіх рівнів, а з іншого боку, враховуючи вплив туризму на всі аспекти життя суспільства – розвиток споріднених секторів економіки та збільшення зайнятості населення.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Гордієнко В. Туризм – рушій соціально-економічного розвитку країни [Електронний ресурс] / В. Гордієнко // XIII Міжнародний економічний форум. – 2013. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/gordienko.pdf](http://tourlib.net/statti_ukr/gordienko.pdf).

2. Лебедев І. В. Сталий розвиток туризму: досвід Європейського Союзу і завдання для України / І. В. Лебедев // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2018. – № 3 (67). – С. 162–173.
3. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [Електронний ресурс]. – URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Кубів С. Кабмін ухвалив стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року [Електронний ресурс] / С. Кубів // Прес-служба Мінекономрозвитку. – 2020. URL: <https://me.gov.ua/News/Detal>.
5. Заячківська Г. Моніторинг євроінтеграції України у сфері туризму / Г. Заячківська // Журнал європейської економіки. – 2017. – Т. 16. – № 2 (61). – С. 241–255.

**П. В. Шуканов**, *д. геогр. н., доцент*  
*Вищий навчальний заклад Укоопспілки*  
*«Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава*  
*parus2133@gmail.com*

## **МЕТОДОЛОГІЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Глобальна стратегія сталого розвитку передбачає перехід від домінування національних суспільно-географічних систем до міжнародно-макрорегіональної (наднаціональної) моделі розвитку природи і антропосфери. Тому застосування концепції сталого розвитку у сфері туристичної діяльності доцільно здійснювати з точки зору геостратегічного підходу і всепланетарного перерозподілу доступних людству ресурсів. У червні 2013 року під егідою Генерального секретаря ООН Пан Гі Муна випущена спеціальна програма дій на підтримку глобальних зусиль для досягнення сталого розвитку на період з 2015 по 2030 роки. На основі даної програми були розроблені Цілі сталого розвитку (ЦСР, Sustainable Development Goals), офіційно відомі, як «Перетворення нашого світу: порядок денний в галузі сталого розвитку на період до 2030 року». Концепція ЦСР на період з 2016 по 2030 рр. офіційно затверджена на засіданні Генеральної Асамблеї ООН 25 вересня 2015 р. (м. Нью-Йорк) як стратегія розвитку світу, яка містить 17 глобальних цілей і 169 відповідних завдань трансформації суспільства та геосфери в цілому.

Для реалізації даної програми передбачається поступова заміна нині існуючої світової системи, яка функціонує на основі пріоритетів держави-нації, на макрорегіональну систему традиційно-культурного типу з пріоритетами держави-корпорації. У

2019 році Президент України своїм указом підтримав досягнення Цілей сталого розвитку та результатів їх адаптації з урахуванням специфіки розвитку України [4]. У грудні 2020 року Кабінет Міністрів України вніс зміни до Регламенту, яким відтепер встановлена необхідність врахування досягнення ЦСР у процесі формування та реалізації державної політики України. Таким чином на державному рівні ЦСР закріплено у якості орієнтирів для розроблення програмних та прогнозних документів [5]. У липні 2020 року Україна на Політичному форумі високого рівня зі сталого розвитку, під егідою Економічної та соціальної ради ООН, представила світовій спільноті перший Добровільний національний огляд стану досягнення Цілей сталого розвитку [1]. В Україні також запроваджено постійний моніторинг індикаторів досягнення ЦСР. Досягнення Цілей сталого розвитку вимагає залучення широкого кола зацікавлених сторін на різних рівнях влади, а також суттєвих фінансових ресурсів. Тому у 2021 році ПРООН, ВООЗ, ЮНІСЕФ разом з Європейською економічною комісією ООН у рамках Спільної програми зі сприяння процесам стратегічного планування та фінансування сталого розвитку в Україні разом з Урядом розпочали роботу над удосконаленням державного фінансування реалізації ЦСР в Україні [3]. Програма фінансується Спільним фондом ЦСР ООН – інноваційним механізмом підтримки стратегічного фінансування та інтегрованої політики. Вона підтримує програми стимулювання змін, що охоплюють всі 17 ЦСР та міжсекторальні сфери, а також допомагає країнам, де впроваджуються програми ООН, прискорити прогрес у напрямку досягнення ЦСР і Порядку денного у сфері сталого розвитку до 2030 року. Її суть полягає у пошуку шляхів та розбудову партнерств, які б спрямували державний та приватний капітал на реалізацію ЦСР у широких масштабах.

Застосування концепції сталого розвитку у сфері туризму передбачає вивчення глобальної та національної стратегії сталого розвитку туристичних дестинацій з врахуванням наступних принципів:

1. Принцип концептуально-стратегічного планування розвитку та модернізації туристичних дестинацій.
2. Принцип оперативного-тактичного моніторингу глобальної, національної трансформації та регіонального розвитку туристичних дестинацій.

3. Принцип індивідуальної та колективної адаптації людини і бізнесу в умовах формування локальних туристичних дестинацій нового постіндустріального типу.

За результатами проведених нами досліджень приходимо до висновку про існування безпосереднього взаємозв'язку між глобальною стратегією сталого розвитку та трансформацією світового ринку туристичних послуг з метою формування туристично-цивілізаційного простору. При цьому глобальні Цілі сталого розвитку ООН фактично є своєрідним уособленням основних методологічних підходів щодо розуміння та дослідження реальної трансформації туристичних дестинацій на всіх рівнях геопросторової організації суспільства. Тому вивчення даних питань у вищій школі для майбутніх фахівців у сфері туризму є методологічно обґрунтованим і відповідає Резолюції ООН, прийнятою Генеральною Асамблеєю 25 вересня 2015 року «Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development» («Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року»).

Для узгодження туристичної діяльності з Цілями сталого розвитку ООН функціонує Глобальна рада сталого туризму (Global Sustainable Tourism Council – GSTC). Її діяльність базується на чотирьох стовпах сталого розвитку: 1) управління для сталого розвитку; 2) соціальна основа; 3) культура та спільнота; 4) навколишнє середовище. При цьому існують Галузеві критерії GSTC [6] і Критерії призначення GSTC [7], на основі яких формується визначення екологічних подорожей і сталого туризму. Критерії GSTC були створені з метою досягнення спільного розуміння сталості дестинацій. Критерії GSTC є мінімальними зобов'язаннями, які будь-яка організація з управління туризмом повинна прагнути при розгляді сталого розвитку на практиці. Для відповідності поняттю сталого туризму, дестинації повинні застосовувати міждисциплінарний, цілісний (холістичний) та інтегрований підхід, який включає чотири головні цілі: (i) продемонструвати стале управління дестинацією, (ii) максимізувати соціальні та економічні вигоди для приймаючої громади та мінімізувати негативний вплив, (iii) максимізувати вигоди громадам, відвідувачам та культурній спадщині при мінімальному впливі на навколишнє середовище, (iv) максимізувати вигоди для навколишнього середовища та мінімізувати негативні наслідки. Критерії GSTC призначені для використання

у DESTИНАЦІЯХ ВСІХ ТИПІВ І МАСШТАБІВ. КРИТЕРІЇ GSTC БУЛИ СТВОРЕНІ ТУРИСТИЧНОЮ СПІЛЬНОЮ ЧАСТКОВО ЯК ВІДПОВІДЬ НА ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ, ЩО ВИПЛИВАЮТЬ З ЦІЛЕЙ РОЗВИТКУ ТИСЯЧОЛІТТЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБ'ЄДНАНИХ НАЦІЙ. ЗМЕНШЕННЯ БІДНОСТІ, РІВНІСТЬ МІЖ ЧОЛОВІКАМИ ТА ЖІНКАМИ ТА ЕКОЛОГІЧНА СТАБІЛЬНІСТЬ (ВКЛЮЧАЮЧИ ЗМІНУ КЛІМАТУ) Є ОСНОВНИМИ КОМПЛЕКСНИМИ ПИТАННЯМИ, ЯКІ РОЗГЛЯДАЮТЬСЯ В КРИТЕРІЯХ GSTC. КРИТЕРІЇ ТА ІНДИКАТОРИ GSTC БУЛИ РОЗРОБЛЕНІ НА ОСНОВІ ВЖЕ ВИЗНАНИХ КРИТЕРІЇВ ТА ПІДХОДІВ, ВКЛЮЧАЮЧИ ІНДИКАТОРИ ДЛЯ ДЕСТИНАЦІЙ ВІД ЮНВТО, КРИТЕРІЇ GSTC ДЛЯ ГОТЕЛІВ ТА ТУРОПЕРАТОРІВ ТА ІНШІ ЗАГАЛЬНОПРИЙНЯТІ ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИКИ, КРИТЕРІЇ ТА ІНДИКАТОРИ СЕРТИФІКАЦІЇ. ВОНИ ВІДОБРАЖАЮТЬ СТАНДАРТИ, ІНДИКАТОРИ, КРИТЕРІЇ ТА НАЙКРАЩІ ПРАКТИКИ СЕРТИФІКАЦІЇ З ТОЧКИ ЗОРУ СТАЛОГО ТУРИЗМУ З РІЗНИХ КУЛЬТУРНИХ ТА ГЕОПОЛІТИЧНИХ КОНТЕКСТІВ З УСЬОГО СВІТУ. ПОТЕНЦІЙНІ ІНДИКАТОРИ БУЛИ ПЕРЕВІРЕНІ НА РЕЛЕВАНТНІСТЬ ТА ПРАКТИЧНІСТЬ, А ТАКОЖ ЇХ ЗАСТОСОВНІСТЬ ДО ШИРОКОГО КОЛА ТИПІВ ДЕСТИНАЦІЙ [2].

КРИТЕРІЇ GSTC АДМІНІСТРУЮТЬСЯ ГЛОБАЛЬНОЮ РАДОЮ ЗІ СТАЛОГО ТУРИЗМУ. ДЕЯКІ З ОЧІКУВАНИХ ВИДІВ ВИКОРИСТАННЯ КРИТЕРІЇВ ОРГАНІЗАЦІЯМИ З УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ ВКЛЮЧАЮТЬ НАСТУПНЕ:

- слугують як основні правила для DESTИНАЦІЙ, ЯКІ ХОЧУТЬ СТАТИ БІЛЬШ СТАЛИМИ;
- допомагають СПОЖИВАЧАМ ВИЗНАЧАТИ СТАЛІ ТУРИСТИЧНІ ДЕСТИНАЦІЇ;
- слугують СПІЛЬНИМ ЗНАМЕННИКОМ ДЛЯ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ, ЩОБ ВИЗНАЧИТИ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ДЕСТИНАЦІЙ ТА ІНФОРМУВАТИ ГРОМАДСЬКІСТЬ ПРО ЇХ ЗУСИЛЛЯ З ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОСТІ;
- слугують для СЕРТИФІКАЦІЙНИХ ТА ІНШИХ ДОБРОВОЛІЙНИХ ПРОГРАМ ДЕСТИНАЦІЙ ПІДТВЕРДЖЕННЯМ ТОГО, ЩО ЇХНІ СТАНДАРТИ ВІДПОВІДАЮТЬ ЗАГАЛЬНОПРИЙНЯТОМУ БАЗИСУ;
- слугують як ВІДПРАВНА ТОЧКА ДЛЯ РОЗРОБКИ ВИМОГ ЩОДО ПРОГРАМ СТАЛОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ ДЕРЖАВНИХ, НЕУРЯДОВИХ УСТАНОВ ТА ПРИВАТНОГО СЕКТОРУ;
- слугують як базові керівні принципи для освітніх та тренінгових закладів, наприклад, для готельних шкіл та університетів.

КРИТЕРІЇ ВКАЗУЮТЬ, ЩО ТРЕБА РОБИТИ, А НЕ ЯК ЦЕ РОБИТИ АБО ЧИ БУДЕ ДОСЯГНУТО ЦІЛІ. ЦЮ РОЛЬ ВИКОНУЮТЬ ІНДИКАТОРИ ЕФЕКТИВНОСТІ, НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ ТА ДОСТУП ДО ВІДПОВІДНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ГРОМАДСЬКІСТЮ, НЕУРЯДОВИМИ ТА ПРИВАТНИ-

ми постачальниками послуг, є невід'ємним доповненням до критеріїв GSTC для DESTИНАЦІЙ. Критерії GSTC для DESTИНАЦІЙ були задумані як початок процесу, щоб сталий розвиток (принципи сталості) став стандартною практикою у всіх формах туризму.

Рекомендується, щоб всі критерії в більшій мірі практично застосовувалися, за винятком випадків, коли для конкретної ситуації цей критерій не застосовується, а обґрунтування надає. Можуть бути обставини, за яких критерій не застосовується до конкретної туристичної організації чи організації з управління DESTИНАЦІЄЮ. Це може бути пов'язано з місцевими нормативними, екологічними, соціальними, економічними або культурними умовами. У випадку невеликих DESTИНАЦІЙ та громад, визначено, що обмежені ресурси можуть перешкоджати комплексному застосуванню всіх критеріїв. Оскільки DESTИНАЦІЇ являють собою сукупність великої кількості різних підприємств, організацій та приватних осіб, застосування цих критеріїв повинно включати ретельний розгляд сукупних наслідків діяльності. Вимірювання в масштабі DESTИНАЦІЇ, як правило, фіксує чистий результат кумулятивних ефектів в індивідуальному масштабі окремих суб'єктів. Проте моніторинг впливу не є самоціллю, його слід розглядати як інструмент для підвищення сталості DESTИНАЦІЇ. Подальші вказівки щодо цих критеріїв можна буде знайти в допоміжних індикаторах та глосарію, який опублікований Глобальною радою сталого туризму.

З метою надання гарантій для сталого туризму GSTC надає послуги з акредитації для органів сертифікації, які сертифікують готелі/об'єкти розміщення та туроператорів. GSTC також надає послуги з акредитації для органів сертифікації, які сертифікують екологічні напрямки в туризмі. Це забезпечує ринок надійним засобом вибору органів сертифікації, які були перевірені неупередженим, надійним постачальником гарантій. GSTC також надає офіційну вказівку на інші стандарти, які відповідають критеріям GSTC. GSTC-Recognized означає, що стандарт сталого туризму вважається еквівалентним Критеріям GSTC для сталого туризму. Це визначення зроблено експертом GSTC, незалежною комісією з надання гарантій. GSTC-Recognized і відноситься до стандарту або системи і не означає, що орган сертифікації, який використовує стандарт, акредитований. Організації проходять сертифікацію в органі сертифікації, а органи сертифікації отри-

мують акредитацію в органі акредитації. Обидва рівні, сертифікація та акредитація, існують, щоб забезпечити докази нейтральності та компетентності в процесі сертифікації.

Очікувані впливи та результати:

✓ Акредитація стимулює орієнтоване на ринок екомаркування, яке підтримує відповідальне споживання та виробництво, надаючи покупцям туристичних послуг як на роздрібному, так і на оптовому рівнях надійний засіб вибору послуг і постачальників, які сертифіковані як екологічні.

✓ GSTC вплинула на впровадження сертифікації, підвищивши довіру до неї на ринку, який страждає від плутанини з понад 250 стандартами. Наприклад, туристична компанія TUI сертифікувала майже 400 своїх готелів з 2014 по 2020 роки з вимогою, щоб органи сертифікації, обрані кожним готелем, використовували стандарт, визнаний GSTC [8].

✓ Посібник з акредитації GSTC вплинув на неакредитовані програми сертифікації в туризмі, підвищивши обізнаність щодо вимог неупередженості та інших аспектів надійної сертифікації відповідно до Кодексу забезпечення ISEAL Alliance Assurance Code та відповідних стандартів ISO, таких як ISO 17065. GSTC має докази такого впливу через пряме спілкування з керівниками кількох програм.

✓ Сталість визначається аналогічно програмами-учасниками, включаючи 4 стовпи критеріїв GSTC. Крім того, визнані стандарти та системи включають принципи, виведені з інтенсивних інклюзивних процесів встановлення стандартів GSTC. На сьогодні близько 48 стандартів та 2 стійкі системи визнані GSTC, поширені по всьому світу, включаючи багато національних програм.

✓ Деякі зі стандартів, що використовуються в туризмі, включаючи деякі з найвідоміших і широкомасштабних програм, переглянули свої стандарти лише з питань навколишнього середовища, щоб включити соціальні та інші елементи з метою отримання статусу визнаного GSTC. Яскравим прикладом є Green Key FEE, який за дорученням TUI Group і GSTC переглянув свій стандарт таким чином у 2015–2016 роках. Вони є найбільшим за обсягом сертифікатором в Європі.

Таким чином Цілі сталого розвитку є методологічною основою як для теоретичного вивчення питань сталого туризму так і практичного управління туристичною дестинацією. Взаємозв'я-

зок глобальної стратегії сталого розвитку та її впровадження у сфері туристичної діяльності передбачає розвиток туристичної дестинації як процес, за допомогою якого місцеві громади, урядові установи, неурядові організації та індустрія туризму використовують багатосторонній підхід до підтримки культурної, екологічної, економічної та естетичної цілісності своєї країни, регіону чи міста. Іншими словами, збільшується можливість гарантувати, що місце призначення зберігає та посилює відмітні атрибути, які роблять його привабливим з погляду корисного туризму для всіх зацікавлених сторін у сфері туристичної діяльності.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Добровільний національний огляд стану досягнення Цілей сталого розвитку [Електронний ресурс]. URL: <https://ukraine.un.org/sites/default/files/2021-10/VNR%20SDG%20Ukraine%202020.pdf>.
2. Критерії Глобальної ради зі сталого розвитку туризму [Електронний ресурс]. URL: <https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-Indicators-UKRAINIAN.pdf>.
3. Спільна програма Організації Об'єднаних Націй з фінансування Цілей сталого розвитку в Україні [Електронний ресурс]. URL: [https://jointsdgfund.org/sites/default/files/2020-10/Brief%20SDG%20Financing\\_ukr.pdf](https://jointsdgfund.org/sites/default/files/2020-10/Brief%20SDG%20Financing_ukr.pdf).
4. Указ президента України № 722/2019 «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» [Електронний ресурс]. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/7222019-29825>.
5. Урядовий портал. Цілі сталого розвитку та Україна [Електронний ресурс]. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/cili-stalogo-rozvitku-ta-ukrayina>.
6. GSTC Industry Criteria for Hotels & Tour Operators [Електронний ресурс]. URL: <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-industry-criteria>.
7. GSTC Destination Criteria [Електронний ресурс]. URL: <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-destination-criteria>.
8. TUI 2018 Sustainability Report [Електронний ресурс]. URL: <https://www.gstcouncil.org/9-2-million-tui-customers-stayed-in-sustainable-hotels-certified-to-a-gstc-recognized-standard-in-2018>.

## **РОЗДІЛ III**

### **НАУКОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ УЧАСНИКІВ СЕМІНАРУ**

---

*Л. В. Дробиш, к. е. н., доцент*  
*Вищий навчальний заклад Укоопспілки*  
*«Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава*  
*puet.drobysh@gmail.com*

#### **ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА БЕЗПЕКОЮ В ТУРИЗМІ» ДЛЯ СТУДЕНТІВ-МАГІСТРІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 242 «ТУРИЗМ»**

Інформація сьогодні є важливим стратегічним ресурсом, від ступеню розвитку і доступності якого залежать практично всі області життя. Нині інформаційні ресурси є важливим чинником у підготовці фахівців для різних галузей економіки. Їх наявність та доступність до них необхідні для набуття певних професійних знань та умінь для виконання виробничих завдань в тій чи іншій сфері діяльності. Зокрема, підготовка фахівців для сфери туризму потребує отримання знань з питань управління якістю послуг, що надаються туристичними підприємствами. Відповідно, фахівці, що працюють у сфері туризму, мають володіти як теоретичними, так і практичними знаннями з питань сутності і значення управління якістю в контексті розроблення та впровадження систем якості, які визначають перспективні орієнтири діяльності підприємств у сфері туризму. З огляду цього у ОПП «Туризм» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 24 «Сфера обслуговування» зі спеціальності 242 «Туризм» передбачено вивчення навчальної дисципліни «Управління якістю та безпекою в туризмі».

Вивчення даної навчальної дисципліни сприяє формуванню у студентів-магістрів системи теоретичних знань із застосування інструментарію управління якістю та безпекою в туризмі, теоретико-методичних основ стандартизації, сертифікації, оцінки результативності та ефективності систем управління якістю на підприємствах у сфері туризму, а також набуття практичних навичок оцінки рівня якості туристичних послуг, розроблення та впровадження систем управління якістю та безпекою в туризмі, адекватних впливу підприємницького середовища. Відповідно,

зміст навчальної дисциплін та вимоги до результатів навчання мають узгоджуватися з вимогами освітньої програми та потребами здобувачів вищої освіти та ринку праці. Важливим також є те, що критерії оцінювання результатів навчання спрямовані не на запам'ятовування інформації, а на оцінювання здатності здобувачів вищої освіти використовувати набуті знання у практичних ситуаціях. Отже, встановлені критерії оцінювання (відвідування занять, виступів на семінарах тощо) пов'язані з очікуваними результатами навчання.

Так, з метою надання здобувачам магістерського рівня вищої освіти всієї необхідної інформації та матеріалів вивчення навчальної дисципліни «Управління якістю та безпекою в туризмі» провідний викладач та кафедра самостійно визначають форми навчально-методичного забезпечення. Це можуть бути як підручники та навчальні посібники, так і авторські матеріали, розроблені викладачем (рис. 1).

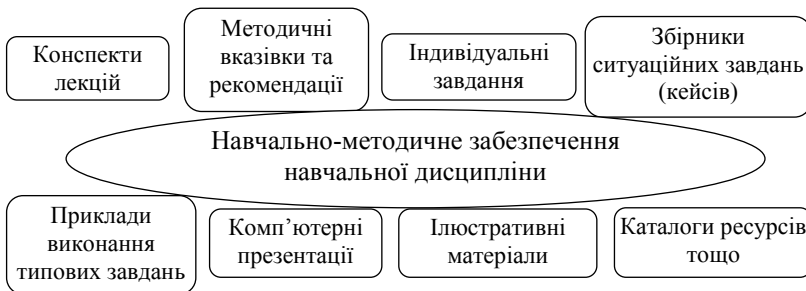


Рисунок 1 – Навчально-методичне забезпечення викладання навчальної дисципліни [авторська розробка]

Як видно з рис. 1, викладач має надавати здобувачам вищої освіти посилання на доступну для них наукову, навчальну та методичну літературу, а також на електронні ресурси та інші джерела інформації, зокрема іноземні та міжнародні, які мають дозвіл власника авторських прав на вільне використання в освітньому процесі. З огляду цього, для студентів-магістрів з туризму доступними джерелами інформації є:

- друквані наукові, навчально-методичні [1–6], науково-популярні та інші видання;
- електронні видання [7];

- відкриті державні реєстри;
- оприлюднені документи та офіційні сайти органів статистики, інших установ та організацій;
- відкриті бази даних;
- аудіо- та відеозаписи;
- інші матеріали та джерела інформації [8];

У процесі викладання навчальної дисципліни «Управління якістю та безпекою в туризмі» передбачене застосування як традиційних, так і проблемно-орієнтованих, інноваційних інтерактивних навчальних технологій. Зокрема, у процесі самостійної роботи студента щодо вивчення навчальної дисципліни перевага надається ініціативному самонавчанню, що дозволяє в межах загальних тем обирати і досліджувати проблемні питання за інтересами. Самостійна робота є основним засобом засвоєння студентом навчального матеріалу в поза аудиторний час без участі викладача. Її зміст визначається навчальною програмою дисципліни та методичними рекомендаціями викладача і передбачає:

- опрацювання та конспектування додаткової літератури, рекомендованої викладачем під час викладу лекцій;
- підготовку термінологічного словника з базовими категоріями та поняттями;
- самостійний пошук інформації в бібліотеках та в мережі Інтернет для підготовки до практичних занять.

Опанувати основи стандартизації та сертифікації туристичних послуг дає можливість вивчення законодавчої бази чинної в Україні та вимог міжнародних стандартів. Норми міжнародної стандартизації відображені в стандартах серії ISO 9000.

Так, основними нормативно-правовими актами, які регулюють ліцензування, є: Закон України № 222-VIII «Про ліцензування видів господарської діяльності» від 02.03.2015 р. [9], Постанова КМУ № 991 «Ліцензійні умови провадження туроператорської діяльності» від 11 листопада 2015 р., Постанова КМУ № 420 «Про внесення змін до ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності» від 22 травня 2019 р.

Крім того, студенти-магістри використовують мережу Інтернет для вивчення стандартів, де викладені основні вимоги до якості туристичних послуг і туристично-екскурсійного обслуговування, системи управління якістю, сертифікації систем якості тощо.

Специфіка викладання навчальної дисципліни «Управління якістю та безпекою в туризмі» полягає у використанні трьох видів контролю: поточного, модульного і підсумкового. При цьому оцінюються:

- усні відповіді на семінарських заняттях;
- активність у дискусіях, вміння аргументувати власну позицію;
- виконання практичних завдань;
- контрольні тестування;
- підготовка усних доповідей;
- підготовка презентації та її захист.

Закріпленню знань з навчальної дисципліни сприяє виконання практичних завдань та тестування за кожною темою. Проміжним контролем вивчення навчальної дисципліни є виконання модульних контрольних робіт, а підсумковим контролем – складання екзамену. Оцінювання знань студентів-магістрів здійснюється відповідно до Положення «Про організацію освітнього процесу в ПУЕТ (ДПСЯ ПД – 9-8.1-46-54-20)». Академічні успіхи здобувача визначаються за допомогою системи оцінювання, що використовується в університеті, реєструється прийнятим у ПУЕТ чином з обов'язковим переведенням оцінок до національної шкали та шкали ЄКТС.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Методичні рекомендації з навчальної дисципліни «Управління якістю туристичних послуг» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 24 Сфера обслуговування зі спеціальності 242 Туризм освітньо-професійної програми Туризм / Укладач: В. В. Левкуліч – Ужгород : ДВНЗ УжНУ, 2021. – 28 с.
2. Управління якістю туристичних послуг : навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення навчальної дисципліни студентами спеціальності 2472 «Туризм» ПУЕТ / Л. В. Дробиш. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – 145 с.
3. Зоріна Г. П. Управління якістю туристичних послуг : практикум / Г. П. Зоріна, Я. С. Коробейникова. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. – 36 с.
4. Кондель В. М. Методичні рекомендації до практичних занять з дисципліни «Безпека туризму» / В. М. Кондель ; Полтав. нац. пед. ун-т імені В. Г. Короленка. – Полтава : ПП «Астроя», 2020. – 162 с.
5. Опорний конспект лекцій з дисципліни Управління якістю та проектами в туризмі для студентів спеціальності: 242 Туризм, спе-

- ціалізація Туризмознавство, освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» (всіх форм навчання) / Укладач Сахно Є. Ю. – Чернігів : ЧНТУ. – 2016. – 98 с.
6. Чорненька Н. В. Безпека туризму : навч. посіб. / Н. В. Чорненька. – Київ : Вид. дім «Кондор», 2019. – С. 7–19.
  7. Дробиш Л. В. Управління якістю та безпекою в туризмі: дистанційний курс з навчальної дисципліни «Управління якістю та безпекою в туризмі» для студентів денної та заочної (дистанційної) форм навчання спеціальності 242 «Туризм» ступеня магістр / Л. В. Дробиш [Електронний ресурс]. URL: <http://www2.el.puet.edu.ua/st/course/view.php?id=3454>.
  8. Голод А. П. Безпека туризму як об'єкт регіональних економічних досліджень // А. П. Голод // Інноваційна економіка. – 2014. – № 4 (53). – С. 190–194.
  9. Закон України № 222-VIII «Про ліцензування видів господарської діяльності» 02.03.2015 [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/222-19>.

**Н. М. Карпенко**, доцент  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава  
[karpenko\\_1nm@ukr.net](mailto:karpenko_1nm@ukr.net)

## **РЕКРЕАЛОГІЧНІ ТА КУРОРТОЛОГІЧНІ ЗНАННЯ У СТРУКТУРІ КОМПЕТЕНТІСНОЇ ПІДГОТОВКИ МАГІСТРІВ З ТУРИЗМУ**

У джерелах науково-педагогічної літератури можна виявити три концепції трактування терміну «освіта». Перша розглядає освіту як процес, друга – як результат, а третя – як процес і результат засвоєння знань, умінь і навичок [2]. Їх існування пояснюється складністю та багатоаспектністю освіти як суспільного феномену. Варто зазначити, що перша й друга концепції відображають процес формування освіченості людини, а в третій концепції простежується компетентнісний підхід до підготовки майбутнього фахівця, здатного вирішувати різноманітні завдання, які пов'язані з функціонуванням окремих сфер людської життєдіяльності, що вимагає не лише оволодіння певним навчальним контентом, але й розвитку таких суспільно важливих якостей, як сила волі, відповідальність за свої дії, долю країни та суспільства. Саме компетентність у професійній справі дає людині впевненість та відчуття своєї суспільної значущості,

а, відтак, і справжнього щастя. *«Коли твердо йдеши шляхом, яким почав іти, то, на мою думку, ти щасливий»* – так свого часу зазначав великий мислитель Григорій Сковорода [1].

Як відомо, основними передумовами ефективного розвитку будь-якої галузі є формування дієвої системи підготовки фахівців. Не виключенням є й туристична галузь, яка стала у 21 столітті вагомим сегментом не лише національних, а й світової економік. Не викликає сумнівів той факт, що на сучасному етапі розвитку суспільства рекреаційно-туристична діяльність перетворилася в один з найважливіших соціально-економічних чинників. Автори статті «Інноваційні методи та технології викладання в процесі підготовки магістрів з туризму» слушно зазначають, що економічний та соціально-культурний потенціал будь-якої країни нерозривно пов'язаний з належним станом індустрії туризму [5]. Таким чином, можна впевнено стверджувати, що якісне кадрове та наукове забезпечення туристичної сфери продиктоване вимогами сьогодення, оскільки постійна диверсифікація рекреаційно-туристичних потреб зумовлює й значну динаміку вимог до фахівців на ринку праці. Сучасність вимагає працівників, які не просто мають фахову освіту, а компетентних особистостей, здатних формувати та реалізовувати професійні рішення, вирішувати типові і нетипові проблеми, тим самим забезпечувати високу якість обслуговування й задоволення потреб споживачів.

Згідно Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня за галуззю знань 24 Сфера обслуговування, спеціальність 242 Туризм (затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 21.02.2022 р. № 209) основною метою реалізації освітньої діяльності для магістрів спеціальності 242 Туризм є набуття здатності розв'язувати задачі дослідницького та/або інноваційного та/або управлінського характеру у сфері туризму і рекреації [6]. Відповідно до цього стандарту у Полтавському університеті економіки та торгівлі розроблено освітню програму підготовки магістрів з туризму, у змісті якої основний акцент зроблено на здобутті знань та умінь у сфері рекреації і туризму, необхідних для професійної діяльності на туристичних підприємствах в Україні і за кордоном, на профільних посадах в органах державної влади/місцевого самоврядування, відкриття і ведення власної справи в сфері туризму та рекреації або можливості продовження освіти (наукові програми).

Освітні компоненти, що наповнюють програму підготовки магістрів, розділені на дві категорії: обов'язкові та вибіркові (дозволяють кожному магістранту сформувати свою індивідуальну освітню траєкторію). До категорії обов'язкових включено навчальну дисципліну «Рекреалогія та курортологія», мета якої – формування у студентів цілісного уявлення про рекреацію як специфічну сферу соціально-економічної діяльності, що спрямована на відновлення здоров'я людини, її фізичний і духовний розвиток та про курортні чинники, як ресурсну базу розвитку лікувально-оздоровчого туризму й санаторно-курортного обслуговування, що є важливим сегментом рекреаційних комплексів у багатьох країнах світу. У процесі її вивчення у студентів формується комплекс професійно необхідних науково-прикладних знань і вмінь з оцінювання рекреаційного потенціалу території, її курортних чинників й забезпечення ефективного функціонування санаторно-курортних та інших підприємств, які належать до сфери рекреації та туризму.

Як відомо рекреалогія (яку часто називають наукою про відпочинок) сформувалася наприкінці ХХ століття. За визначенням О. О. Бейдика «це галузь знань про причини та способи здійснення рекреаційної діяльності як невід'ємної складової життя кожної людини та суспільства, соціально-культурні, економічні, антропо-екологічні механізми організації цієї діяльності та її наслідки» [3]. На її формування вплинули наукові дослідження географії, соціології, медицини, валеології, які вивчали окремі аспекти рекреаційної діяльності, що у ХХ ст. стала міждисциплінарним об'єктом пізнання. Проте зростання ролі рекреації в житті сучасної людини та формування її як специфічної сфери людської діяльності, пов'язаної з відновленням фізичних та психофізіологічних сил людини, потребували ґрунтовного наукового осмислення цих процесів, формування дієвого дослідницького інструментарію, який дозволяв би вирішувати важливі практичні завдання, пов'язані з відновленням життєвих сил людини. Це вже виходило за межі вищезазначених наук. Таким чином, можна констатувати, що рекреалогія є міждисциплінарною галуззю знання, що досліджує як теоретичні аспекти (закономірності, чинники, механізми) відновлення життєвих сил людини, так і прикладні питання його організації та забезпечення.

Автори навчального посібника «Основи рекреалогії (економіко-екологічний та маркетинговий аспект)» виокремлюють у рекреалогії три групи концепцій – гуманоцентровану, економіоцентровану та натуроцентровану. [4]. У структурі гуманоцентрованої концепції однією з найбільш ранніх і стійко створених виступає підгрупа медико-біологічних концепцій. Найважливішим стимулятором її розвитку стали: виокремлення так званого «третього стану» людського організму, що можна охарактеризувати як «ще й не хвороба, але вже й не здоров'я» та нагальність одного з найважливіших завдань проведення вільного часу, що спрямоване на попередження ослаблення імунітету й переходу «третього стану» у хворобу.

Медико-біологічна концепція знайшла своє найбільше відображення в курортології – науці про природні лікувальні курортні фактори й механізми їх використання та стимулювала появу нових прикладних напрямів – «керування здоров'ям», «виробництва здоров'я», що знайшли своє практичне втілення в широкому спектрі програм лікувально-оздоровчої рекреації й туризму (санаторно-курортне лікування, SPA-програми, wellness-тури, тощо).

Таким чином, навчальна дисципліна «Рекреалогія та курортологія» займає важливе місце в компетентнісній підготовці магістрів з туризму, оскільки у поєднанні з іншими дисциплінами обов'язкового блоку надає спеціалізовані концептуальні знання, які включають сучасні наукові здобутки та забезпечує здатність застосовувати у своїй професійній діяльності увесь концептуально-методичний інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму й рекреації.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Афоризми Григорія Сковороди [Електронний ресурс]. URL: <https://osvita.ua/school/literature/s/63970> (дата звернення: 16.11.2022).
2. Бацуровська І. В. Теоретичні і методичні засади освітньо-наукової підготовки магістрів в умовах масових відкритих дистанційних курсів [Електронний ресурс] / І. В. Бацуровська. URL: [http://eprints.zu.edu.ua/27974/1/dys\\_Batsurovska.pdf](http://eprints.zu.edu.ua/27974/1/dys_Batsurovska.pdf) (дата звернення: 16.11.2022).
3. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреалогії та рекреаційної географії / О. О. Бейдик. – Київ : Палітра, 1997. – 130 с.
4. Основи рекреалогії (економіко-екологічний та маркетинговий аспект) : навч. посіб. / І. О. Гродзинська, С. Г. Нездоймінов, О. В. Гусева, А. В. Замкова. – Київ : Центр учбової л-ри, 2014. – 264 с.

5. Скляр Г. П. Інноваційні методи та технології викладання в процесі підготовки магістрів з туризму / Г. П. Скляр, Ю. В. Карпенко, Д. А. Миронов // Актуальні питання у сучасній науці. – 2022. – № 2 (2).
6. Стандарт вищої освіти України другого (магістерського) рівня за галуззю знань 24 Сфера обслуговування, спеціальність 242 Туризм (затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 21.02.2022 р. № 209). – Київ : МОН України, 2022. – 16 с.

***М. М. Логвин**, к. геогр. н., доцент  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава  
lllepta777@gmail.com*

### **«ТУРИСТИЧНЕ КРАЄЗНАВСТВО» У СТРУКТУРІ ФОРМУВАННЯ МОРАЛЬНО-ЕТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ**

Туристично-краєзнавча діяльність є одним з ефективних засобів комплексного впливу на формування їх особистості. У ній при правильному постановці питання формуються всі основні сторони виховання: ідейно-політичне, моральне, трудове, естетичне, фізичне, значно розширюється світогляд.

У час, коли загострилися глобальні проблеми людства, а нове, прийдешнє тисячоліття ставить нам питання, не бачені раніше; коли Україна переживає грандіозну гуманітарну трагедію, – в цей час необхідна інноваційна парадигма й виховання свідомості громадян. Особливо це стосується сучасної молоді, коли у неї формується власна й усвідомлена потреба у знаннях, виявляється й розвивається особистість та патріотизм. Розуміння культури та її практичне застосування кожного дня життя й у кожному вчинку – основоположний підхід до створення гуманної особистості, яка здатна вирішити сучасні та майбутні проблеми людства.

Краєзнавчий рух в Україні багатий на цікаві традиції, плідні пошуки і відкриття. Знання рідного краю не просто збагачує і звеличує людину, воно служить поєднанням минулих поколінь з майбутніми. Пошана до традицій давньої культури та славного минулого творить основи теперішності, є запорукою майбутнього.

Я. Жупанський і В. Круль [1] розглядають національне краєзнавство як цілісну, нерозривну і відкриту систему, яка функціонує у світі тримірних системних моделей, складених з:

- простору (географічне краєзнавство);
- часу (історичне краєзнавство);
- соціуму (соціальне краєзнавство).

Аналіз теоретичних засад національного краєзнавства дає підстави виокремити три основні функції краєзнавства:

Педагогічна – визначає краєзнавство як дидактичний принцип, за допомогою якого можна домогтися підвищення ефективності навчально-виховного процесу в освітніх закладах, успішно опановувати знання про природу й життя людини, допомагати формувати практичні вміння і навички.

Навчальна – визначає краєзнавство як окремий базовий курс елементарної шкільної географії.

Наукова – визначає краєзнавство як структурну складову географічної науки з усіма притаманними їй методами дослідження.

Туристично-краєзнавчі дослідження є важливим джерелом формування наукової фактологічної бази географії, історії, етнографії, дидактики, методики викладання шкільних курсів і курсів ЗВО, поповнення музейних експозицій, змістовного насичення наукових і популярних видань. У процесі краєзнавчої діяльності учні та студенти на основі безпосереднього вивчення компонентів природи, природних комплексів і ресурсів, результатів господарської діяльності поселень формують географічні і суспільно-економічні поняття, накопичують дані для узагальнень, розвитку уявлень про систему складових географічного та туристичного простору рідного краю.

Туристичне краєзнавство стимулює набуття навичок, умінь, самостійності, що задовольняє пізнавальні потреби, освоєння прийомів наукових досліджень майбутніми краєзнавцями. Саме воно здатне репрезентувати всьому світові багатство національної історико-етнокультурної спадщини, зацікавити нею широкі верстви населення держави, насамперед, молодь, здатне відродити «з руїни» унікальні занедбані об'єкти старовини [4].

Необхідною умовою розвитку краєзнавства є сучасні соціально-політичні зміни, що відбуваються в суспільстві, коли зростає інтерес людей до історії свого краю, народних звичаїв і традицій, проблем регіонального розвитку. Практика показує, що для

вирішення навчальних та виховних завдань освітніми установами недостатньо повно використовуються соціокультурні та рекреаційні ресурси регіону. Спостерігається недостатній розвиток системи роботи, матеріали краєзнавчої роботи практично не використовуються в освітньому процесі закладів освіти.

Туристичне краєзнавство спрямоване на всебічне пізнання локальної території. Краєзнавчий принцип дає можливість будувати викладання туризму згідно дидактичного правила: «від відомого до невідомого», «від близького до далекого». Туризм за своєю природою неможливий без елементів пізнання краю. Неможливо, подорожуючи, нічого не дізнаватися. Справедливий афоризм: «Туризм – це краєзнавство, але краєзнавство – це не туризм». Через багаточільовий характер, різноманітність форм туристичне краєзнавство називають найбільш комплексним видом позааудиторної роботи.

Важливо не забувати, що участь в польових дослідженнях вимагає оволодіння туристської технікою і тактикою, тому туризм стає нерозривною складовою частиною краєзнавства. Таким чином, в цій зв'язці краєзнавство забезпечує пізнавальну діяльність та інтелектуальний розвиток населення, а туризм – техніко-тактичну підготовку, безпеку і комфорт в польових умовах. У навчально-виховному процесі туризм і краєзнавство виступають як єдине ціле – туристично-краєзнавча діяльність.

Головною метою краєзнавства є виховання моральних і етичних цінностей особистості і громадянина, який любить, знає свій край і піклується про нього. Регулярні заняття туризмом і краєзнавством формують духовне обличчя людини, його характер, життєві орієнтири, ставлення до інших людей, до природи, до праці, до Батьківщини. Одночасно відбувається пробудження естетичного почуття прекрасного, естетичного ставлення до навколишнього світу. Для виховання таких почуттів потрібні яскраві враження, які в достатку дає туризм.

Туристичне краєзнавство є дієвим профілактичним засобом девіантної поведінки молоді, яка в сучасних соціально-економічних умовах проявляється в масових асоціальних явищах.

Будь-яка туристично-краєзнавча діяльність також передбачає серйозну рухову активність. Оптимальний режим фізичних навантажень, благотворний вплив природи, дотримання правил гігієни, раціональне харчування – все це сприяє фізичному розвитку молодого покоління.

Не дивлячись на величезне виховне та освітнє значення, туристичне краєзнавство все рідше використовується у вищих закладах освіти. Хоч, окремі її компоненти і розглядаються в змісті навчальних курсів, цього явно не достатньо. Виникає потреба в розробці цілісної концепції туристсько-краєзнавчої підготовки студентів, наповненою сучасним змістом, що відбиває нові наукові підходи та вимоги життя.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Жупанський Я. І. Про об'єкт і предмет вивчення національного краєзнавства / Я. І. Жупанський, В. В. Круль // Краєзнавство. – 1994. – № 1–2. – С. 3–6.
2. Логвин М. М. Туристично-краєзнавча діяльність як важлива складова розвитку внутрішнього туризму / М. М. Логвин, П. В. Шуканов, О. І. Куртов // Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспективи : матер. V Міжнар. наук.-практ. конф. (21 жовтня 2020 р., м. Черкаси). – Черкаси : Вид-ць Юлія Чабаненко, 2020. – С. 41–43.
3. Любіцева О. Туристичне краєзнавство: сутність, методи, значення / О. Любіцева, І. Кочеткова // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм: – 2021. – № 4 (2). – С. 138–148.
4. Петранівський В. Л. Туристичне краєзнавство : навч. посіб. / В. Л. Петранівський, М. Й. Рутинський ; за ред. проф. Ф. Д. Заставного. – Київ : Знання, 2006. – 575 с.
5. Смирнов І. Відкладений попит на туристичні послуги як чинник розвитку туризму в постпандемічний час у світі та в Україні / І. Смирнов, О. Любіцева // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. – 2022. – Т. 5. – № 1. – С. 6–26.

*Г. П. Скляр, д. е. н., професор  
turizm@puet.edu.ua;*

*М. М. Логвин, к. геогр. н., доцент  
l1lepta777@gmail.com*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава*

### **ОСОБИСТІСНИЙ ПІДХІД У ФОРМУВАННІ ТУРИСТСЬКОЇ РЕНТИ: КЕЙС Г. С. СКОВОРОДИ**

Творчість і життєвий шлях мандрівного філософа Г. С. Сковороди характеризується плідними пошуками справжнього

призначення людини, цінностей і смислу життя. Тому філософська спадщина мислителя, на погляд В. Кременя, відзначається людиноцентризмом [6].

Досягнення і віднаходження вищої духовності – головна мета людської життєдіяльності. Духовність це внутрішній стан людини, яка прагне до постійного вдосконалення та до переважання нематеріальних (духовних, моральних, етичних) цінностей над матеріальними. Нами сформульований і використовується в наших туризмологічних роботах концепт «особистості – пасіонарії – бренди». До таких особистостей ми з повним правом відносимо і нашого видатного земляка Г. С. Сковороду.

У цьому контексті доцільним, на наш погляд, є застосування інструментарію постнекласичної туристичної науки про людину, що формує особистісну методологію пізнання світу-господарства цілісною людиною-туристом з її біо-соціально-духовною природою та ціннісно-орієнтованою раціональністю. Такий методологічний підхід до оцінки проблем розвитку туристичних дестинацій дозволяє, на наш погляд, об'єднати теоретичну соціогуманітарну і прикладну бізнес-орієнтовану гілки науки, наприклад, у пошуку інвестиційних ресурсів, зокрема, формуванні туристської ренти. Тому заявлена тема дослідження, є, на наш погляд, актуальною.

Наукові дослідження, пов'язані з пошуком фінансових ресурсів розвитку сфери туризму, формують погляд на туристську ренту як форму отримання додаткового прибутку у туризмі [2]. Питанням туристської ренти приділили увагу у своїх ґрунтовних монографіях відомі вітчизняні дослідниці О. О. Любіцева [8] і Т. І. Ткаченко [11]. В останніх наукових публікаціях вітчизняні учені продовжують досліджувати певні аспекти розвитку рентних відносин у сфері туризму. На рівні економічної теорії М. Г. Бойко системно розглянула особливості утворення ренти в туризмі [2], а Г. В. Козачковська – проблемні питання впровадження механізму рентних платежів у практику туристичного господарювання [4]. П. В. Кись і А. П. Кись присвятили дослідження механізму формування і розподілу туристичної ренти [5]. А. В. Печенюк і А. П. Печенюк акцентували увагу на проблемі формування регіональної ренти сільського зеленого туризму [7]. Інший науковець, К. І. Гайдай, приділив увагу питанню соціальної туристичної ренти [3]. І. Я. Антоненко та І. Л. Мельник проблему туристичної ренти висвітлюють у процесі форму-

вання методики розрахунку економічної оцінки регіонального рекреаційно-туристичного природокористування [1].

Нами були розглянуті питання, пов'язані з використанням імені визначних особистостей у туристичному господарстві. На наш погляд, відбувається своєрідна ринкова сакралізація, зокрема, особистості Г. С. Сковороди [9], у процесі якої можна виділити два етапи. У класичному розумінні сакралізація – означає залучення до релігійного, надання Божественної благодаті, освячення. У даному випадку перший етап розвитку передбачає сакралізацію як увіковічення пам'яті творчих особистостей, що проявляється у топоніміці, назвах вулиць, парків, випуску монет, марок, листівок і т. д. Другий етап – це власне ринкова сакралізація, що фактично є комерціалізацією імені-бренду творчої особистості. Продаються квитки в музеї, надаються додаткові послуги, реалізується сувенірна продукція. Тим самим підтверджується, що туризм – це вид економічної діяльності.

Наша гіпотеза щодо визнання поняття ринкової сакралізації особистості різновидом туристської ренти була обговорена з відомим ученим. Доктор економічних наук, професор Г. В. Задорожний, з позиції економічної теорії, запропонував визнати ринкову сакралізацію особистості перетвореною формою туристської ренти. Нами погоджено такий підхід до ідентифікації означеного явища. Крім того, доцільним, на наш погляд, є продовження дослідження соціально-економічної сутності туристської ренти, зокрема, її відповідності класичним формам і видам ренти.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Антоненко І. Я. Економічна оцінка регіонального рекреаційно-туристичного природокористування / І. Я. Антоненко // Економіка та держава. – 2018. – № 3. – С. 10–13.
2. Бойко М. Г. Особливості утворення ренти в туризмі [Електронний ресурс] / М. Г. Бойко // Ефективна економіка. – 2013. – № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2448>.
3. Гайдай К. І. Проблеми розвитку соціального туризму в Україні / К. І. Гайдай // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2013. – № 6. – С. 72–76.
4. Казачковська Г. В. Туристична рента як інструмент економічного регулювання розвитку туризму / Г. В. Казачковська // Управління економікою: теорія та практика : зб. наук. пр. – Донецьк : ІЕП НАНУ, 2009. – С. 245–246.

5. Кись П. В. Механизм формирования и проблемы распределения туристской ренты / П. В. Кись, А. П. Кись // Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку : монографія / під ред. д-ра екон. наук, проф. Кизима М. О., канд. екон. наук, проф. Єрмаченка В. Є. – Харків : ВД «Інжек», 2012. – С. 443–447.
6. Кремень В. Філософія Григорія Сковороди в контексті людиноцентризму / В. Кремень // Вісник НАПН України. – 2022. – № 4. – С. 1–8.
7. Печенюк А. В. Формування регіональної ренти сільського зеленого туризму / А. В. Печенюк // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2017. – Вип. 23-1. – С. 101–104.
8. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг / О. О. Любіцева. – Київ : Альтерпрес, 2003. – 436 с.
9. Скляр Г. П. Сакралізація особистості мандрівного філософа-богослова Г. С. Сковороди в умовах секуляризованого суспільства / Г. П. Скляр, М. М. Логвин // Проблема людини у філософії : матеріали XXVII Харківських міжнародних сквородинівських читань (ОКЗ «Національний літературно-меморіальний музей Г. С. Сковороди», 27–28 вересня 2019 року). – Харків : Майдан, 2019. – С. 365–370.
10. Скляр Г. П. Феномен ринкової сакралізації особистості Г. С. Сковороди у топохроні туристичної дестинації / Г. П. Скляр, М. М. Логвин // Щастя у подорожах: реактуалізація духовно-творчої спадщини і дозвілєвих практик мандрівного філософа-богослова Г. С. Сковороди : матеріали методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару до 45 річчя факультету харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу (м. Полтава, 3 грудня 2019 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 44–52.
11. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – Київ : КНТЕУ, 2006. – 537 с.

**В. А. Худавердієва**, к. е. н., доцент

*viki75807@gmail.com*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0100-5079>;

**А. О. Галауз**, асистент

*Державний біотехнологічний університет, м. Харків*

## **ОСНОВНИЙ НАПРЯМОК СИСТЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ**

Сучасна індустрія туризму – одна з найбільших секторів світової економіки з високим рівнем доходу. Кількість робочих місць у галузі туризму становила 192 мільйони, або 8 % від

загальних показників зайнятості у світі. Концепція ефективної діяльності підприємств туризму повинна бути спрямована на забезпечення економічного, організаційного та юридичного середовища для створення сучасного туристичного комплексу. Основний характер функціонування та взаємодії об'єктів господарювання, що забезпечують виробництво, реалізацію туристичних пропозицій, безсумнівно, визначають сукупність економічних відносин на сучасному етапі економічного розвитку країни. Таким чином, враховуючи думку провідних економістів, туристичний комплекс представляє собою організаційно-господарське та територіальне об'єднання, категорії туристичних підприємств – готелів, ресторанів, турбаз, кемпінгів та інших. Ознаки становлення туристичного комплексу значно випереджають показники розвитку інших секторів економіки [1].

Формування прогресивної ринкової моделі формування сучасного туристичного комплексу передбачає підвищення ефективності діючої системи управління. При цьому особливого значення набуває проблема удосконалення управління туризмом в регіонах, які мають багатий ресурсний потенціал. Представники туристичного ринку несуть відповідальність не лише власну, але й за всіх учасників процесу реалізації туристичних продуктів. У зв'язку з вищевикладеним, необхідно звернутися до джерел формування туристичного комплексу як сукупності елементів: засобів розміщення, транспортних засобів, об'єктів ресторанного бізнесу, розважального, пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначення, організацій надаючих екскурсійні послуги та пропозиції гідів – екскурсоводів.

У масштабах регіонального аспекту важливу роль відіграє така економічна функція туристичного комплексу – функція згладжування регіональних диспропорцій, що виявляються в тому, що сфера туристичних послуг сприятиме економічному розвитку відстаючих в структурному аспекті регіонів. Для місцевих жителів таких регіонів туристичний комплекс є важливим джерелом додаткового доходу: він допомагає вирівняти дохід, оскільки цей дохід найчастіше нижчий, ніж у місцях з розвиненим промисловим виробництвом. Максимальна ефективність функціонування туристичного комплексу можлива лише в тому випадку, якщо раціонально використовувати його ресурсний потенціал. Ця економічна функція тісно пов'язана з фінансо-

вими, матеріальними, технічними, природними та іншими ресурсами. Обґрунтування необхідності раціонального використання ресурсного потенціалу базується на основі вивчення сучасного стану туристичного ринку [2].

Слід зазначити, що фактори, які визначають економічний та соціальний розвиток туристичного комплексу в регіоні, можна згрупувати за ознакою характеру впливу на комплекс: трансформаційні (туристичні ресурси, інфраструктура регіону, кваліфікаційні кадри, демографічна ситуація в регіоні, зріст реальних доходів населення, перерозподіл власності в регіонах) та транзакційні (підвищення культурного та освітнього рівня населення в регіоні, зміна співвідношення кількості зайнятого та вільного часу населення в регіоні, зміна структури споживчого попиту, якісна зміна управлінських регіональних функцій, спеціалізація регіонів на відповідних видах діяльності) [3].

Таким чином, національні економічні знання туристичного комплексу визначаються його виробничою, розповсюджуючою та соціальною функціями. Реалізація цих функцій визначає місце туристичного комплексу в економічному комплексі регіону. Перетворюючись в галузь спеціалізації території, туристичний комплекс приваблює та заохочує для реалізації своїх головних функцій інші галузі.

Це призводить до зміцнення зв'язків між туристичною галуззю та галузями промислової та непромислової сферами території. На певному етапі свого розвитку вся сукупність галузей, підприємств, організацій, об'єднаних єдиним завданням задоволення туристичних потреб населення, формує територіальну і економічну цілісність, тобто формується туристичний комплекс цього регіону.

Структура туристичного комплексу також складається з секторів економіки регіону, які безпосередньо чи опосередковано беруть участь в організації туристичного обслуговування населення [2]. Це підприємства та організації, що спеціалізуються на випуску необхідної для споживача продовольчої та іншої продукції, надаючи їм медичні, транспортні, культурні та інші послуги. З усіх структурних об'єктів туристичного комплексу вважаються основними ті, які безпосередньо пов'язані з обслуговуванням туристів, яке на сьогодні залишається на низькому рівні, тому необхідно визначити основний фактор, що впливає на ефективність підприємств комплексу. Формування сучасної

економіки збільшує інтерес до форм та методів туристичного обслуговування населення. Розвиток цієї галузі прискореними темпами та збільшенням ролі конкуренції та ступеня комерціалізації туристичної діяльності призводять до розуміння необхідності державного регулювання туристичного бізнесу. Протягом декількох поколінь значна частина населення використовувала туристичні послуги, в результаті чого потреба в них була масовою, тобто увійшла до норми життя і саме турпослуги стали частиною національної культури [3].

Безперечно, в останні роки в Україні почали приділяти більше уваги розвитку туризму. На початку 2020 р. розпочало свою роботу Державне агентство з розвитку туризму України (ДАРТ), одне із завдань якого – видача ліцензій на право здійснення діяльності туроператорів та ведення ліцензійного реєстру. ДАРТ контролює дотримання компаніями умов здійснення туроператорської діяльності, приймає повідомлення про проблемні питання діяльності туроператорів [3]. Перспективи розвитку туристичного комплексу багато в чому залежить від зміцнення державного регулювання сфери туризму на загальнонаціональному рівні, котре повинно поєднуватися зі сучасною стратегією просування регіональних туристичних продуктів.

Основними стратегічними цілями розвитку сфери туризму та курортів з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України на період до 2026 року є: збільшення витрат туристів під час подорожей в Україні до 80 млрд гривень у 2026 році; збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму та курортів до 6,6 млрд гривень у 2026 році; забезпечення діяльності інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації та відповідних регіональних туристичних організацій); функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи, що містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни, придатні для використання в туризмі, у тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду; впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (UNWTO) системи сателітного рахунка; заснування десяти туристичних представництв за кордоном; лібералізація візового режиму з десятьма країнами світу, що є цільовими туристичними ринками для України [4].

Аналіз стану діяльності туристичних підприємств свідчить про їх неефективність як в якісних, так і в кількісних характеристиках. Основними факторами, що стримують розвиток та ефективні заходи туристичних підприємств, наразі є:

- воєнний конфлікт;
- нерозвинута туристична інфраструктура, значний моральний та фізичний знос відповідної матеріальної бази, невелика кількість готельних засобів розміщення туристичного класу (2–3 зірки) із сучасним рівнем комфорту та невідповідністю ціни та якості розміщення в готелях;
- відсутність практики створення сприятливих умов для інвестицій у засоби розміщення туристів та іншу туристичну інфраструктуру;
- низька якість обслуговування у всіх секторах туристичної галузі;
- низький рівень підготовки кадрів та відсутність досвіду роботи в умовах ринкової економіки.

Головною ціллю державної політики в області туризму є створення сучасного високоефективного та конкурентоспроможного туристичного комплексу, який надає достатньо можливостей для задоволення потреб вітчизняних та іноземних громадян у різних туристичних послугах. Концепція ефективної діяльності підприємств туризму передбачає створення конкурентоспроможного комплексу світового рівня для різних сегментів туристів із України та інших країн. Реалізація цієї концепції підвищить ефективність діяльності туристичних організацій на основі розвитку їх людського фактора, створити умови для інвестиційної привабливості туристичних організацій з кваліфікованим людським фактором, сприятиме розвитку інфраструктури, зберіганню екології, навколишнього середовища та культурної спадщини регіону, що в цілому буде сприяти підвищенню добробуту регіону в цілому. Концепція ефективної діяльності туризму передбачає створення конкурентноздатного туристичного комплексу світового рівня, який залучає різні сегменти туристів та збільшує благоустрій території, шляхом розвитку їх людського фактора, створюючи умови для інвестиційної привабливості туристичних організацій, які володіють кваліфікованим персоналом, розвиток інфраструктури у підтримці екології та культурної спадщини в регіоні. Ця концепція передбачає створення послідовного престижного туристичного

комплексу, здатного змагатися з основними європейськими напрямками (такими як Туреччина, Болгарія, Хорватія тощо), що передбачає наявність туристичної пропозиції та послуг європейського рівня якості [5]. Створення сучасного престижного туристичного комплексу – це складна, але досяжна мета. Для її реалізації необхідно розрізнити найважливіші, стратегічні напрямки розвитку, для впровадження яких необхідно вирішити ряд задач.

Стратегічним завданням підвищення ефективності діяльності туризму є досягнення конкурентоспроможності всіх компонентів туристичного продукту. Цей напрямок передбачає якісне та кількісне вдосконалення туристичної пропозиції до рівня провідних курортів світу, зберігаючи при цьому привабливе для туристів співвідношення цін і якості. Конкурентоздатна пропозиція сприятиме зростанню доходу від туризму за рахунок одночасного збільшення витрат на одного туриста, тривалості відпочинку на одного туриста та загальної кількості туристів. Туристичний продукт включає чотири компоненти: готельний комплекс, додаткові послуги (культурно-розважальний та лікувально-спортивні комплекси), транспортну інфраструктуру та благоустрій курортних міст [3]. Проблеми туристичної галузі в даний час, значною мірою пояснюються проблемами в підготовці, перекваліфікації та підвищенні кваліфікації кадрів, оскільки основною організованою за масштабами національної економіки є праця спеціалістів невиробничої сфери. Персонал підприємств туристичної індустрії, хоча і не має прямої участі в матеріальному виробництві, однак сприяє у його здійсненні і формуванні національного доходу країни. Проблема підвищення конкурентоспроможності персоналу підприємств туристичної індустрії є актуальною і вимагає рішення, яке визначатиме основний напрямок концепції ефективної діяльності підприємств туристичного комплексу.

Специфіка роботи команд підприємств цієї сфери полягає в тому, що результат роботи є не продукт, а послуга. Використовуючи в своїй виробничо-експлуатаційній діяльності продукти матеріального виробництва, працівники туристичних підприємств створюють та реалізують різні види послуг. Процес обслуговування вимагає спеціальної ясності та високої організації праці, яка забезпечує високий рівень культури обслуговування та максимальне задоволення потреб замовника [4].

Індивідуальний характер туристичних послуг обумовлює тривалий контакт із споживачем. У той же час виробничі процеси та надання послуг співпадають за часом, а клієнти є прямими свідками, а в деяких випадках – учасниками обслуговування.

Відрізняють особисті та професійні вимоги до персоналу підприємств туристичної індустрії: перша група вимог включає особисті характеристики, які важко піддаються змінам. Більшості професій туристичної індустрії притаманні природна презентабельність та доброзичливість, творчий підхід до виконання службових обов'язків, швидка реакція, відмінна пам'ять, пристойність тощо. Друга група включає вимоги, які стосуються професійних знань та навичок, набутих в процесі навчання та практичного досвіду, які включають: рівень кваліфікації, здатність спілкуватися, володіння іноземними мовами, ефективність роботи, трудова дисципліна, якість роботи тощо [5].

Рівень кваліфікації характеризує фізичні та психічні здібності людини, які вона використовує в процесі праці під час виконання конкретного завдання. Властивості персоналу, які забезпечують відповідний рівень кваліфікації, є ерудованість, професійна компетентність працівників, знань, навичок, звичок тощо. Для персоналу підприємства туристичного комплексу, невідповідність займаній посаді призводить до помилок при здійсненні певних дій, маніпуляцій та операцій, що збільшує час їх виконання (при організації трансферів, екскурсій, подорожей всередині країни та за кордоном у туристичному бізнесі, а також при наданні послуг гостинності на підприємствах готельного комплексу). Ефективне прийняття рішень вимагає дотримання відповідних процедур, обґрунтування та чітке формулювання проблем; правильність поставлених цілей та задач, забезпечення ресурсів щодо їх рішення: розробки моделі, визначення альтернатив, вибору найефективнішого варіанту рішення та його реалізація.

Для управлінського персоналу підприємств туризму професійні вимоги мають більш специфічний характер, це в першу чергу:

- розуміння природи управлінських робіт та процесів управління; знання посадових та функціональних обов'язків менеджера;
- шляхи досягнення цілей та підвищення ефективності роботи підприємства;

- здатність використовувати сучасні інформаційні технології та засоби комунікації;
- володіння мистецтвом управління людськими ресурсами та налагодження зовнішніх відносин;
- здатність до самооцінки, уміння робити правильні висновки та вдосконалювати кваліфікацію. Дотримання вищезгаданих вимог забезпечує високу конкурентоспроможність персоналу, під якою розуміють сукупність особистих та професійних властивостей, які дозволяють швидко сприймати та аналізувати ситуацію, приймати оптимальні рішення та ефективно виконувати функціональні обов'язки, а також ефективно реалізуватися на ринку праці. Визначивши концепцію конкурентоспроможності персоналу, пропонуються такі сфери підвищення рівня обслуговування на підприємствах туристичного комплексу:

1. Підвищення вимог до персоналу під час прийняття на роботу.

2. Підвищення кваліфікації персоналу, що включає: первинна підготовка відповідно до завдань підприємства та специфіки роботи; навчання для усунення розриву між вимогами до професії та особистими якостями; навчання для поліпшення загальної кваліфікації; навчання для роботи за новими напрямками розвитку організації, навчання для засвоєння нових прийомів та методів виконання трудової діяльності.

3. Введення нових технологій в обслуговуванні туристів.

4. Скорочення випадків порушення трудової дисципліни завдяки проведенню роботи з персоналом.

5. Впровадження заходів наукової організації праці: розміщення кадрів відповідно до кваліфікації, освіти, віку, темпераменту тощо. Всі спеціалісти туристичної індустрії повинні підвищувати свою кваліфікацію кожні три роки, а менеджери – раз на п'ять років, тому на підприємствах туризму необхідно вести облік освітнього рівня персоналу, створювати тимчасові творчі групи по оцінці діяльності спеціалістів різних рівнів та розробити програму атестації персоналу. Розвиток туризму має велике значення для держави в цілому, її областей, регіонів і міст. Україна має величезний потенціал для розвитку внутрішнього та в'їзного туризму. Розробка та максимальна реалізація такого туризму є основним завданням стратегії [4].

Стратегія визначає підхід державної туристичної політики у таких напрямках: безпека туристів; нормативно-правова забез-

печення; розвиток туристичної інфраструктури; розвиток людських ресурсів; маркетингова політика розвитку туризму та курортів. Стратегія передбачає, що до 2026 року в Україні: кількість іноземних туристів збільшиться у 2,5 разів, кількість внутрішніх туристів збільшиться в 5 разів, кількості робочих місць у сфері туризму збільшиться в 5 разів, наповнення бюджетів усіх рівнів від провадження туристичної діяльності збільшиться в 10 разів, кількість суб'єктів туристичної діяльності зросте в 5 разів, туристи витратять під час подорожей в Україні до 80 млрд грн, буде створено позитивний імідж України як країни, привабливої для туризму [4, 5].

На закінчення слід зазначити, що необхідно подумати про майбутній розвиток туристичного бізнесу. Нинішній економічний спад може бути однією із змін в історії розвитку туризму. Для керівника підприємства необхідно бути впевненим, що бізнес забезпечується конкурентною стратегією розвитку компанії та якісно орієнтованою системою взаємовідносин з клієнтами.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Зубкова А. Н. Особливості проведення маркетингових досліджень в туризмі / А. Н. Зубкова // Актуальні проблеми економіки і управління. – 2016. – № 2 (10). – С. 47–49.
2. Яценко Б. П. Індустрія національного туризму: проблеми формування та сучасний стан / Б. П. Яценко, О. О. Любіцева, О. О. Бейдик // Економічна і соціальна географія. – 2018. – Вип. 46. – С. 42–46.
3. Особливості туropolерейтингу як виду діяльності [Електронний ресурс]. URL: <https://www.travel.rbk.ua/piligrim.ua/osoblyvostituroperejtynhuia>.
4. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. – URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.
5. Кубів С. Кабмін ухвалив стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року [Електронний ресурс] / С. Кубів // Прес-служба Міністерства економічного розвитку. – 2020. URL: <https://me.gov.ua/News/Detail>.

**О. О. Тараненко**, к. е. н.  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава  
[oltar23@gmail.com](mailto:oltar23@gmail.com)

### **КОМПЕТЕНТІСНІ ВИМОГИ ДО ВИКОРИСТАННЯ ПРОЕКТНОГО ПІДХОДУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ**

Сфера туризму та рекреації характеризується високим рівнем конкуренції. Це актуалізує доцільність використання проектного

підходу як для ведення бізнесу загалом, так і для реалізації окремих проектів зокрема.

Важливою складовою підготовки фахівців сфери туризму є формування компетенцій, пов'язаних з умінням впроваджувати проектний підхід в практичну діяльність суб'єктів туристичної сфери. Дані компетенції повинні ґрунтуватися на сучасних дослідженнях різних аспектів реалізації проектного підходу в бізнесі.

Використання проектного підходу на сучасному рівні економічного розвитку (інтернаціоналізація економічних процесів; поширення інформаційно-комунікаційних технологій) потребує від фахівців уміння вирішувати актуальні проблеми в управлінні проектами. Серед найсуттєвіших науковці виділяють наступні:

- управління обмеженими ресурсами для досягнення цілей;
- фінансування та зважена оцінка потенційних критеріїв;
- інтеграція завдань за основними бізнес-процесами;
- розподіл ролей та відповідальності всіх виконавців та зацікавлених сторін;
- управління портфелем проектів;
- програмне забезпечення для управління проектами;
- забезпечення ефективності проектною діяльністю у різних сферах економіки [1–4].

Для вирішення сучасних проблем управління проектами у процесі підготовки магістрів у сфері туризму необхідно акцентувати увагу на формуванні вмінь і навичок використання інноваційних методів управління проектами. До таких методів належать Scrum, Agile, Lean, Kanban [5]. Також перспективною виглядає можливість застосування синергетичного підходу до управління проектами в туризмі [4]. Дані методи використовуються для управління проектами у різних галузях економіки, зокрема у сфері туризму, враховуючи її багатогалузевий характер.

Важливим сучасним інструментом реалізації проектів у сфері туризму на макроекономічному рівні є державно-приватне партнерство. Його реалізація забезпечує: підвищення інвестиційної привабливості сфери туризму та залучення до реалізації проектів приватного інвестиційного капіталу; сприяння у використанні інноваційних технологій в проєктах у сфері туризму; гармонізація інтересів держави, приватних інвесторів, суспільства та інше [6; 7].

У процесі підготовки фахівців з туризму важливим є формування конфліктологічної компетенції. Реалізація проектів передбачає співпрацю як між стейкхолдерами (власники бізнесу, менеджери, інвестори, споживачі, постачальники, посередники і т. д.), так і між учасниками команди реалізації проекту. У зв'язку з цим існує висока ймовірність виникнення різних конфліктів. Це зумовлено проявом наслідків відмінностей цілей, прагнень та інтересів різних учасників проекту коли зачіпаються матеріальні інтереси, особиста гідність чи соціальний статус людини [8]. Конфліктна ситуація в проектній команді ускладнює реалізацію проекту. Для мінімізації негативних наслідків конфлікту відповідальні за управління реалізацією проекту повинні володіти низкою поведінкових компетенцій, що разом із формуванням командного духу та демократизацією міжособистісних взаємовідносин забезпечить досягнення цілей проекту [8; 9].

Таким чином, реалізація проектного підходу у сфері туризму потребує фахівців, що володіють низкою компетенцій для вирішення актуальних проблем управління проектами з використанням сучасних методів та інструментів.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Лінькова О. Проблеми управління проектами на підприємстві / О. Лінькова, Ю. Пікалова // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). – 2021. – № 4. – С. 60–64.
2. Овеська О. В. Управління проектами: стан та перспективи розвитку підприємства / О. В. Овеська, Н. В. Кукудяк // Економіка і організація управління. – 2022. – № 2 (46). – С. 139–147.
3. Безкоровайна Л. Управління проектами у сфері гостинності [Електронний ресурс] / Л. Безкоровайна // Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка. – 2021. – № 11 (22). URL: [https://doi.org/10.33296/2707-0654-11\(22\)-02](https://doi.org/10.33296/2707-0654-11(22)-02).
4. Данченко О. Б. Аналіз синергетичного підходу до управління проектами / О. Б. Данченко, А. З. Корейба // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Стратегічне управління, управління портфелями, програмами та проектами. – 2022. – № 2 (6). – С. 30–34.
5. Смолич Д. В. Інноваційні методи управління проектами / Д. В. Смолич // Економічний форум. – 2019. – Т. 1. – № 4. – С. 50–53.
6. Козловський Є. В. Особливості управління проектами в сфері туризму на основі застосування механізмів державно-приватного

- партнерства / Є. В. Козловський, Т. І. Ткаченко // Інвестиції: практика та досвід. – 2019. – № 9. – С. 78–82.
7. Скляр Г. П. Формування механізмів державно-комунально-приватного партнерства як умова сталого розвитку туристичної дестинації / Г. П. Скляр, Н. М. Карпенко // Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика : матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф., 31 жовт. – 1 лист. 2018 р. / [відповід. за вип. : М. Ю. Барна]. – Львів : ЛТЕУ, 2018. – С. 127–129.
  8. Гринченко М. А. Конфлікти в управлінні проектами / М. А. Гринченко, О. С. Пономарьов, О. В. Лобач, А. О. Харченко // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Стратегічне управління, управління портфелями, програмами та проектами. – 2022. – № 1 (5). – С. 50–55.
  9. Розвиток креативності фахівців з управління проектами : навч.-метод. посіб. / О. С. Пономарьов [та ін.] ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». – Харків : Смугаста типографія, 2020. – 52 с.

**О. О. Тараненко, к. е. н.**

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки*

*«Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава*

*oltar23@gmail.com*

## **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ У СФЕРІ ТУРИЗМУ**

Туризм протягом багатьох років є важливою перспективною складовою економік багатьох країн світу. Національні туристичні ринки характеризуються високим рівнем конкуренції, динамічності та залежності від багатьох соціально-економічних факторів різного рівня. В таких умовах інноваційна діяльність є дієвим інструментом існування та розвитку для суб'єктів туристичного ринку. Управління цією діяльністю має здійснюватися комплексно на різних рівнях з урахуванням особливостей сфери туризму.

Інноваційна діяльність суб'єктів сфери туризму має зосереджуватися на реалізації інноваційних рішень в туристичних продуктах та управлінських бізнес-процесах.

Важливим критерієм реалізації інновацій в туристичному продукті є забезпечення його конкурентоспроможності [1]. В цьому процесі задіяні усі суб'єкти сфери туризму, що безпосередньо обслуговують туристів. Туристичний продукт як комплекс туристичних послуг є дуже чутливим до змін якісного

стану кожної з цих послуг. Тому в туроператорській діяльності у процесі вибору партнерів-постачальників туристичних послуг важливо враховувати активність інноваційної діяльності потенційних партнерів.

Необхідність забезпечення конкурентоспроможності туристичних послуг актуалізує потребу до постійного вдосконалення внутрішніх і зовнішніх операційних процесів суб'єкта туристичної діяльності. У зв'язку з цим від фахівця сфери туризму вимагається розвиток навичок продукування нових творчих рішень для підвищення відповідних процесів на якісно новий рівень.

Для забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів туристичної сфери необхідна порівняльна оцінка застосовуваних рішень у власних бізнес-процесах відносно рішень конкурентів. Її результати повинні стати основою рекомендацій про доцільність та джерела якісних покращень відповідних бізнес-процесів за рахунок впровадження інноваційних рішень. При цьому мають враховуватися стан внутрішнього середовища суб'єкта, його потенціал та стратегічні цілі. А також, поточний стан, перспективи та прогнози розвитку зовнішнього середовища діяльності суб'єкта. При цьому слід враховувати особливість туризму як багатогалузевої сфери діяльності, в якій тісно взаємопов'язані матеріальне виробництво та сфера послуг. І якщо сфера послуг є більш мінливою, динамічною та швидше пристосовується до змін зовнішнього середовища, то виробнича сфера має менше можливостей для оперативних змін бізнес-процесів. Це в кінцевому рахунку може вплинути на туристичний продукт як кінцевий інтегрований результат діяльності усіх суб'єктів сфери туризму. Тому вміння прогнозувати та передбачати потенційні зміни туристичного ринку є важливими для оперативної реалізації управлінських рішень.

Важливим рівнем управління інноваційною діяльністю у сфері туризму є регіональний. На ньому відбувається співпраця приватних суб'єктів туристичної діяльності із центральними та регіональними органами державної влади, державними організаціями та регіональними осередками, які є провідниками державної інноваційної політики. Управління інноваційною діяльністю сфери туризму на цьому рівні передбачає управління інтелектуальними ресурсами, інноваційною інфраструктурою, науковою діяльністю та інформатизацією [2]. Дане управління має

здійснюватися на основі державно-приватного партнерства, що зумовить наступні позитивні наслідки для державного та приватного сектору: легалізація значної кількості бізнес-суб'єктів та повніше використання їх інноваційного потенціалу, збільшення обсягів податкових надходжень до бюджетів всіх рівнів, підвищення ефективності діяльності суб'єктів туристичної сфери, повніше використання регіонального туристичного потенціалу та ін. [2–4]. Фахівці сфери туризму, що здійснюватимуть управління інноваційною діяльністю у сфері туризму на регіональному рівні мають враховувати необхідність забезпечення досягнення інтересів усіх учасників даного процесу.

Таким чином, інноваційна діяльність у сфері туризму має здійснюватися комплексно на рівнях туристичного продукту, бізнес-процесу, міжпартнерської взаємодії та державно-приватного партнерства з урахуванням специфіки туристичної сфери. Це забезпечить підвищення повноти та ефективності використання туристичного та інноваційного потенціалу суб'єктів і сфери загалом.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Колотюк О. І. Підвищення конкурентного потенціалу підприємств, працюючих у галузі туризму, за рахунок оптимізації логістичних процесів / О. І. Колотюк, М. В. Маслак // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Економічні науки. – 2020. – № 2 (4). – С. 35–38.
2. Огієнко М. М. Формування інноваційної стратегії розвитку туристичного бізнесу в регіоні / М. М. Огієнко, А. В. Огієнко, Г. О. Саркісян, Ю. Й. Любаров // Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки. – 2020. – № 4. – Т 2. – С. 62–78.
3. Тараненко О. О. Методичний підхід до оцінки ефективності використання інноваційного потенціалу туристичного підприємства / О. О. Тараненко // Економічний форум. – 2016. – № 4. – С. 186–190.
4. Шацька З. Я. Проблеми та перспективи розвитку туризму в контексті переходу до інноваційних технологій [Електронний ресурс] / З. Я. Шацька, К. С. Пушкар // Приазовський економічний вісник. – 2020. – Вип. 3 (20). – URL: <http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/320ukr/27.pdf>.

## ЗМІСТ

### РОЗДІЛ І.

#### ДОПОВІДІ І СПІВДОПОВІДІ

#### УЧАСНИКІВ СЕМІНАРУ ..... 3

*Любіцева О. О., Мальська М. П., Зінько Ю. В.*

Проблематика становлення туризмології як науки ..... 3

*Голод А. П., Феленчак Ю. Б.*

Пріоритети розвитку туристичних дестинацій  
в умовах глобальної нестабільності ..... 8

*Лиман С. І., Парфіненко А. Ю.*

Листи магістра К. Ф. Радченка професору  
Т. Д. Флоринському від 1899 року з балканських  
країн як джерело для історії міжнародного туризму ..... 13

*Мізюк Б. М., Миронов Ю. Б.*

Інтерактивні технології в педагогіці туризму ..... 22

*Скляр Г. П.*

Методологічне значення гуманістичних  
ідей Г. С. Сковороди для розвитку туризмології ..... 29

### РОЗДІЛ ІІ.

#### ВИСТУПИ У ДИСКУСІЇ УЧАСНИКІВ СЕМІНАРУ ..... 44

*Звягольська І. М.*

Медична мікробіологія як складова  
біо-соціальної місії туризму ..... 44

*Животенко В. О.*

Практичний аспект організації прогнозування розвитку  
туризму у м. Полтава при вивченні дисципліни студентами  
магістрами спеціальності 242 «Туризм» ..... 51

*Паска М. З., Кравченко О. О.*

Функціональні елементи системи управління  
закладом ресторанного господарства та їх  
удосконалення в контексті сучасних вимог ..... 57

<i>Худавердієва В. А.</i> Аспекти розвитку стратегічної концепції розвитку туристичних послуг і територій.....	62
<i>Шуканов П. В.</i> Методологічне застосування Цілей сталого розвитку у сфері туристичної діяльності .....	70
<b>РОЗДІЛ III.</b> <b>НАУКОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ</b> <b>УЧАСНИКІВ СЕМІНАРУ</b> .....	77
<i>Дробин Л. В.</i> Інформаційне забезпечення вивчення навчальної дисципліни «Управління якістю та безпекою в туризмі» для студентів-магістрів спеціальності 242 «Туризм» .....	77
<i>Карпенко Н. М.</i> Рекреалогічні та курортологічні знання у структурі компетентнісної підготовки магістрів з туризму .....	81
<i>Логвин М. М.</i> «Туристичне краєзнавство» у структурі формування морально-етичних цінностей особистості.....	85
<i>Скляр Г. П., Логвин М. М.</i> Особистісний підхід у формуванні туристської ренти: кейс Г. С. Сковороди .....	88
<i>Худавердієва В. А., Галауз А. О.</i> Основний напрямок системи підвищення ефективності підприємств туристичного комплексу.....	91
<i>Тараненко О. О.</i> Компетентнісні вимоги до використання проектного підходу у сфері туризму .....	99
<i>Тараненко О. О.</i> Особливості управління інноваційною діяльністю у сфері туризму .....	102

Наукове видання

**ТУРИСТИЧНЕ  
ГОСПОДАРСТВО  
У СВІТЛІ ГУМАНІСТИЧНИХ  
ІДЕЙ Г. С. СКОВОРОДИ  
(до 300-річчя з дня народження  
мислителя)**

**МАТЕРІАЛИ  
методологічного міждисциплінарного  
інтернет-семінару**

*(м. Полтава, 3 грудня 2022 року)*

Дизайн обкладинки *Т. А. Маслак*  
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 6,3.  
Зам. № 252/2055.

Видавець і виготовлювач  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,  
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ☎(0532) 50-24-81

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників і  
розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.