

ТУРИЗМ І МОЛОДЬ - 2024

МАТЕРІАЛИ

Кафедрального круглого столу
студентів та аспірантів

(м. Полтава, 15 січня 2024 року)



Полтава
2024

**ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)
Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

ТУРИЗМ І МОЛОДЬ - 2024

МАТЕРІАЛИ

Кафедрального круглого столу
студентів та аспірантів

(м. Полтава, 15 січня 2024 року)

За загальною редакцією
д-ра екон. наук, професора **Г. П. Скляра**,
канд. екон. наук, доцента **Ю. В. Карпенка**

**Полтава
ПУЕТ
2024**

УДК 338.48-2-053.6(062.552)
Т86

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Полтавського університету економіки і торгівлі заборонено

Редакційна колегія:

Г. П. Скляр, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу ПУЕТ;

Ю. В. Карпенко, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу ПУЕТ.

Туризм і молодь – 2024 : матеріали Кафедрального круглого столу студентів та аспірантів (м. Полтава, 15 січня 2024 року) / за заг. ред. Г. П. Скляра, Ю. В. Карпенка. – Полтава : ПУЕТ, 2024. – 83 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM).

ISBN 978-966-184-469-7

У збірнику подано матеріали круглого столу, проведеного в межах науково-дослідної роботи «Проблеми функціонування та розвитку сфери туризму в умовах модернізації економіки» (держ. реєстр. номер 0117U004715), який відбувся у Полтавському університеті економіки і торгівлі.

Для науковців, викладачів, студентів закладів вищої освіти, усіх, хто цікавиться питаннями теорії та практики туризму.

УДК 338.48-2-053.6(062.552)

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.

ISBN 978-966-184-469-7

© Полтавський університет
економіки і торгівлі, 2024

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Розвиток івентивного (подієвого) туризму є одним із найефективніших механізмів створення та підтримки позитивного іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації, тобто території, на якій пропонується певний набір послуг, що відповідають туристичному попиту [1].

Івентивний (подієвий) туризм – вид туризму із метою відвідання та участі у відзначенні якоїсь видатної або цікавої події. До видів івенту (event) можна віднести: фестивалі, карнавали, паради, святкування; конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи; освітні заходи; концерти; ділові події: виставки, ярмарки, торговельні шоу, презентації, відкриття підприємств тощо [2].

У сучасному світі сформувалася ціла індустрія з організації подій, яка поділяється за характером заходу та кінцевою метою. Значення івентивного (подієвого) туризму зводиться до відвідин подій, які відбуваються в інших країнах, тобто основна ціль подорожі присвячена події, у якій турист прийматиме пасивну (спостерігача) або активну (учасника) участь. Це є унікальний вид туризму, оскільки за характером невичерпний.

Одним із видів івентивного (подієвого) туризму є фестивальний. Фестивальний туризм все більше охоплює все більшу кількість відвідувачів. Однак це загалом відображає світову тенденцію людей до культурно-пізнавальної та розважальної форми відпочинку. Фестивальний туризм – унікальний вид туризму, оскільки він є фактично невичерпним за своїм змістом.

До основних переваг фестивального туризму належать:

- 1) масштабний і цікавий захід, який здатний привернути в регіон великий потік туристів різних цільових груп;
- 2) фестивалі сприяють збільшенню часу перебування туристів у тій чи іншій місцевості, оскільки найчастіше люди затримуються ще на кілька днів, щоби ближче познайомитися з новим місцем;
- 3) вид туризму, який відрізняється невичерпністю ресурсної бази в результаті розроблення різноманітних програм, заходів,

запрошення різних хедлайнерів, додавання нових розважальних елементів, зміни місця проведення тощо;

4) організатори завдяки залученню спонсорів і партнерів мають можливість скоротити витрати на проведення заходу [3].

В Україні з потужним креативним потенціалом та національними традиціями за дієвого державно-приватного партнерства будь-який фестивальний захід може стати точкою розвитку фестивального туризму в країні і виходу національного фестивального туризму на міжнародний рівень. Фестивальний туризм є перспективним ресурсом підвищення іміджу України та джерелом підвищення її економічного добробуту, чинником зростання зайнятості, підвищення культурного рівня населення регіонів країни та розвитку суміжних галузей економіки в умовах її повоєнного відновлення.

Вплив фестивального туризму на туристично-рекреаційний комплекс Львівської області досить значний і має позитивний ефект, адже цей вид туризму доволі стрімко розвивається, область відвідують все більше туристів, до місцевого бюджету надходять кошти. В області щорічно проводиться понад 150 фестивалів, однак не всі мають підтримку на державному рівні. Організаторами все частіше виступають громадські організації та підприємці. Для потреб туристів в області розроблено календар фестивалів і подій. Для розвитку фестивального туризму на Львівщині необхідно робити акцент на максимально цікавих і найбільш відвідуваних подіях, а також створювати нові туристичні продукти задля зміцнення туристичного потенціалу регіону.

Список використаних джерел

1. Шурик М. В. Фестивальний рух як один із перспективних напрямів розвитку event-туризму в регіоні / М. В. Шурик, Б. С. Бринзей // Причорноморські економічні студії. – 2019. – Вип. 39-2. – С. 57–60.
2. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу : навч. посіб. / І. В. Смаль. – Ніжин : Ніжинський державний університет ім. М. Гоголя, 2010. – 336 с.
3. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М. П. Мальська. – Київ : Знання, 2008. – 661 с.

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ «МЕДИЧНИЙ ТУРИЗМ»

Залежно від цілей туристичних подорожей законодавцем у ст. 4 Закону України «Про туризм» виокремлено культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, екологічний (зелений), сільський, підводний, гірський, пригодницький, мисливський, автомобільний, самодіяльний туризм [1].

Лікувально-оздоровчий туризм тлумачать як масовий і популярний напрямок медичного туризму. Лікувально-оздоровчий туризм – це подорож до курортних місцевостей з метою оздоровлення та лікування. Мета лікувально-оздоровчого туризму – комплексне використання природних лікувальних факторів і рухової діяльності в лікувально-профілактичних цілях [2].

Лікувально-оздоровчий туризм поділяється на лікувальний, метою якого є власне лікування, терапія, реабілітація після захворювань, і профілактичний (велнес-туризм), спрямований на підтримку організму у здоровому стані та збереження балансу між фізичним і психологічним здоров'ям людини [3].

Лікувальний туризм здійснюється з метою зміцнення здоров'я та передбачає перебування в санаторно-курортних установах. Метою такого туризму є профілактика захворювань і відпочинок. Він характеризується більшою тривалістю подорожі, відвідуванням меншої кількості міст і більшою тривалістю перебування в одному місці, тобто поряд із проведенням дозвілля передбачає відпочинок [4].

Серед дослідників існує думка що лікувально-оздоровчий туризм є складовою медичного туризму, головною метою якого є лікування чи перебування у медичних закладах за межами своєї країни та який складається з лікувального, «оздоровчого» та «пологового» туризму [5], який поєднує лікувально-оздоровчі та рекреаційні функції для задоволення потреб споживачів у відновленні здоров'я [6].

Термін «медичний туризм» часто ототожнюють із оздоровчим туризмом. Однак між цими поняттями є суттєва різниця. Медичний туризм передбачає передусім отримання медичної

допомоги для подолання цілком визначеної конкретної проблеми зі здоров'ям. У цьому контексті він тісно інтегрований із системою медичних закладів [7].

Дослідники вважають, що медичний туризм є видом господарської діяльності, спрямованої на надання послуг із діагностики, лікування та профілактики захворювань за межами країни проживання [8]. Деякі тлумачать його як вид туризму, що передбачає виїзд індивіда за межі населеного пункту, де той постійно проживає, задля отримання медичних послуг лікувального, діагностичного, реабілітаційного та профілактичного характеру [9]. Ознаками медичного туризму є: отримання медичної допомоги за межами місця проживання; спрямування на отримання визначеної медичної допомоги; неекстрене лікування гострих і хронічних захворювань або проведення медичних маніпуляцій.

Отже, медичний туризм – це вид туристичної діяльності, який має спільні риси з лікувально-оздоровчим, курортно-рекреаційним туризмом, але й має певні відмінності та особливості і становить самостійний напрям туризму. Загалом, даний вид туризму визначається, як тимчасова міграція людей з метою лікування.

Список використаних джерел

1. Про туризм [Електронний ресурс] : Закон України від 11.02.2015 р. № 324/95-вр. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> (дата звернення: 11.01.2024).
2. Рутинський М. Й. Лікувально-оздоровчий туризм: актуальні цілі та сучасні підходи до організації / М. Й. Рутинський // Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини. – 2012. – Вип. 29. – Ч. 1. – С. 178–188.
3. Поладі З. В. Сутність та характерні риси лікувально-оздоровчого туризму / З. В. Поладі // Теорія і практика сучасної науки : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Чернівці, 24–25 листопада 2017 р.) : у 2 ч. – Херсон : Гельветика, 2017. – Ч. 1. – С. 113–116.
4. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – Київ : Знання, 2008. – 661 с.
5. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. – Київ : Знання, 2011. 334 с.
6. Кифяк В. Ф. Розвиток медичного туризму в регіонах України / В. Ф. Кифяк // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2013. – № 1. – С. 30–33.

7. Подзіров А. О. Теоретико-правові підходи до визначення змісту поняття «медичний туризм» / А. О. Подзіров // Вісник ХНУВС. – 2020. – № 4 (91). – С. 147–157.
8. Діденко К. Д. Медичний туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку / К. Д. Діденко, В. Г. Жученко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. – 2016. – Вип 16. – Ч. 4. – С. 101–105.
9. Удовиченко Н. М. Медичний туризм: сутність і види / Н. М. Удовиченко, О. А. Мельниченко // Соціально-економічний і гуманітарний виміри розвитку торгівлі, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу : зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. молодих учених, магістрантів і студентів (Харків, 23–24 березня 2017 р.) / Харків. торговельно-економ. ін-т Київ. нац. торговельно-економ. ун-ту. – Харків : РВВ ХТЕІ КНТЕУ, 2017. – С. 185–186.

СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ПОНЯТТЯ «ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ»

Поняття «дестинація» широко застосовується у різних сферах життя, а не тільки при позначенні терміну «туризм». Категорія «дестинація» походить з англійської як «destination», і в перекладі несе такий зміст як пункт прибуття, місцезнаходження, місце призначення, мета поїздки, походу, подорожі тощо.

Всесвітня туристична організація запропонувала таке визначення: «дестинація – це фізичний простір, в якому відвідувач проводить не менше однієї доби. Він включає туристичні продукти, такі як послуги та атракції, а також туристичні ресурси в межах однієї доби подорожування. Цей простір має фізичні й адміністративні кордони, які визначають форму його управління, імідж і репутацію, що впливають на його конкурентоспроможність на туристичному ринку» [1].

Європейська комісія визначила дестинацію як «територію, яка окремо ідентифікується і підтримується для туристів як місце відвідування й у межах якої туристичний продукт виробляється одним чи декількома закладами або організаціями» [2].

Дослідники визначають туристичну дестинацію, як територію, що є привабливою для туристів, має необхідну інфраструктуру, щоб забезпечити проживання, харчування, транспортне обслуговування (включаючи прибуття та від'їзд), розваги туристів, пам'ятки та визначні місця, що цікавлять туристів, інформаційні та комунікаційні системи [3]. Також науковці пропонують визначення туристичної дестинації як місцевості певного масштабу з конкурентоспроможними туристичними ресурсами і підприємницькою інфраструктурою, в якій створюється і реалізується привабливий для мандрівників туристичний продукт, доповненою такою складовою, як незаподіяння шкоди туристичним ресурсам і довкіллю [4].

Ключовою особливістю даного поняття є його трактування дослідниками з маркетингової позиції – туристичний продукт певної місцевості, запропонований для продажу у формі

комплексу матеріальних і нематеріальних атракцій. Ними можуть бути: пам'ятки історії, архітектури, народна творчість, природа, події тощо [5]. Також, відповідно до даного підходу туристська дестинація «розглядається відвідувачами як єдина територія, з певним політичним і правовим статусом, що дозволяє організаціям пов'язаних з менеджментом дестинації здійснювати свої функції і вирішувати стратегічні завдання, в тому числі раціонально управляти ресурсами і забезпечувати інтереси всіх стейкхолдерів (туристів; туроператорів; великих, середніх і малих туристських підприємств; державного сектора і органів влади; місцевого населення)» [6].

Для максимального задоволення потреб туриста територія може називатися дестинацією, якщо вона має такі характеристики:

- атракційність – має туристичні ресурси природного або штучного походження, які приваблюють туристів;

- доступність – географічна віддаленість дестинації від точок формування попиту робить їх уразливими до знижень туристичного попиту;

- зручність – наявність підприємств інфраструктури туризму, що пропонують якісні послуги і товари. З іншого боку, відсутність туристичної інфраструктури сьогодні не вважається перешкодою для розвитку туризму, а іноді має велику привабливість для людей, яким необхідний тісний контакт з природою [7].

Отже, туристична дестинація – це територія, що пропонує певний набір послуг, які відповідають потребам туристів і вдовольняють його попит на зручну рекреацію, додаткові рекреаційні послуги та атрактивні заходи.

Список використаних джерел

1. World Tourism Organization (UNWTO) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/>.
2. European Commission [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://commission.europa.eu/index_en (дата звернення: 11.01.2024).
3. Божук Т. І. Рекреаційно-туристична дестинація для потреб історико-культурного пізнання / Т. І. Божук // Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Географія. – 2012. – Вип. 32. – С. 70–74.

4. Головчан А. І. Туристичні дестинації: теоретико-методичні основи формування та механізми оптимізації : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / А. І. Головчан; Донец. нац. ун-т екон. і торг. ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2012. – 20 с.
5. Музиченко-Козловська О. В. Methodika оцінювання туристичного брендингу дестинацій / О. В. Музиченко-Козловська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – 2016. – № 846. – С. 120–125.
6. Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future / D. Buhalis // *Tourism Management*. – 2000. – № 21 (1). – P. 97–116.
7. Корж Н. В. Управління туристичними дестинаціями : підручник / Н. В. Корж, Д. І. Басюк. – Вінниця : ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. – 322 с.

*К. А. Вітров, студентка гр. Тм-21;
Б. І. Нікольченко, студент гр. Тм-21
Науковий керівник – Ю. В. Карпенко,
канд. екон. наук, доцент
ПУЕТ*

ЗМІСТ ТА СТРУКТУРА ПОНЯТТЯ «ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНУ»

У сучасному трактуванні часто використовуються терміни «ресурс», «резерв», при цьому сукупність усіх ресурсів характеризується як потенціал: «Потенціал – це сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи різних ресурсів, головним чином, економічних, безпосередньо пов'язаних із функціонуванням виробництва й прискоренням науково-технічного прогресу» [1].

Тобто, «потенціал» означає наявність прихованих можливостей або спроможність діяти та розвиватися у певних сферах. Відповідно до тлумачення поняття «туристичний потенціал», його визначають як сукупність наявних природних та створених людиною явищ, умов, можливостей та засобів, придатних до формування туристичного продукту та здійснення відповідних турів, екскурсій та програм [2].

Туристичний потенціал підкреслює приналежність потенціалу до сфери туризму, а рекреаційний потенціал сприяє відновленню сил людини в процесі відпочинку. Під рекреаційним потенціалом слід розуміти сукупність рекреаційних ресурсів конкретної території на визначену дату, які використовуються або можуть використовуватися для рекреації [3].

Як зазначають дослідники, на сучасному етапі розвитку наукової думки між поняттями «туризм» і «рекреація» відмінностей майже не прослідковується. Ще більшою мірою це стосується понять «рекреаційні ресурси» та «туристичні ресурси» [4].

Багато авторів наукових праць вважають туристично-рекреаційний потенціал сукупністю взаємопов'язаних ресурсів, необхідних для досягнення певних цілей. Туристично-рекреаційний потенціал дійсно досить ємне поняття, яке містить численні умови, що визначають туристично-рекреаційну привабливість країни (регіону). До основних таких умов належать: культурно-історичні, морально-психологічні, соціально-демографічні, природно-екологічні, політичні, фінансово-економічні, інженерно-технічні та ін. [3].

Принциповою відмінністю між поняттями «ресурси» і «потенціал» є те, що ресурси існують незалежно від суб'єктів економічної діяльності, а потенціал окремого підприємства, суспільства в цілому невіддільний від суб'єктів діяльності. Тобто «потенціал», окрім матеріальних і нематеріальних засобів, включає здібності працівника, колективу, підприємства, суспільства в цілому до ефективного використання наявних коштів або ресурсів [5].

У структурному плані туристський потенціал регіону дослідники представляють як сукупність природно-ресурсного, історико-культурного, економічного і соціального.

Природно-ресурсний потенціал сфери туризму – здатність природних систем без шкоди для себе (а, отже, і для людей) віддавати необхідну людству продукцію або робити корисну для нього роботу в рамках господарства даного історичного типу; можливості регіону по використанню сукупних природних багатств в туристичній діяльності.

Історико-культурний потенціал висловлює можливості для розвитку туризму, закладені історико-культурними цінностями, що знаходяться в регіоні.

Економічний потенціал сфери туризму – це складова частина економічного (господарського) потенціалу регіону, що характеризує здатність регіону в області відтворення туристичного продукту, тобто потенційно придатні сили і засоби, необхідні для відтворення туристичного продукту на регіональному рівні (матеріальні, природні, трудові та ін.).

Соціальний потенціал сфери туризму – можливості регіону по відтворенню необхідної для здійснення туристської діяльності робочої сили, тому що використовуючи тільки матеріальні ресурси туризму, неможливо зробити, розподілити, обміняти і спожити регіональний туристичний продукт. Включає спеціально підготовлені кваліфіковані кадри, здатні здійснювати туристську діяльність для досягнення її функціональних цілей [6].

Отже, туристично-рекреаційний потенціал регіону – це сукупність спроможностей матеріального виробництва і невиробничої сфери економіки та туристично-рекреаційних ресурсів, які є в розпорядженні регіону й можуть бути використані за певних обставин у процесі розвитку його туристично-рекреаційної діяльності.

Список використаних джерел

1. Потенціал і розвиток підприємства : навч.й посіб. / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблудська, О. О. Решетняк. – Київ : Центр учбової лугури, 2009. – 400 с.
2. Стеченко Д. М. Теоретичні аспекти дослідження природно-рекреаційного потенціалу регіону / Д. М. Стеченко // Національний вісник ЧДЕУ. – 2009. – № 2. – С. 65–76.
3. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. – Одеса : ОНЕУ, 2016. – 262 с.
4. Вірченко П. Класифікація туристсько-рекреаційного потенціалу територій локального рівня та проблеми його залучення до господарської / П. Вірченко // Часопис соціально-економічної географії ХНУ імені В. Н. Каразіна. – 2013. – Вип. 13 (2). – С. 120–125.
5. Про туризм [Електронний ресурс] : Закон України від 11.02.2015 р. № 324/95-вр. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.
6. Юхновська Ю. О. Теоретичні підходи до визначення сутності туристичного потенціалу регіону / Ю. О. Юхновська // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. – 2019. – Т. 30 (69). – № 1. – С. 42–46.

*А. С. Гайдар, студентка гр. Тб-41
Науковий керівник – М. М. Логвин,
канд. геогр. наук, доцент
ПУЕТ*

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ

Одеський регіон має у своєму розпорядженні значну та різноманітну кількість ресурсних можливостей для використання та подальшого розвитку туризму. Аналіз даних дозволяє сформулювати систему їх переваг та недоліків (слабких та сильних сторін) та перспектив розвитку туризму в області.

Область є частиною морського фасаду України та розташована на перехресті найважливіших міжнародних шляхів (поромні переправи Одеса-Варна, Іллічівськ – Поті – Батумі, Рені-Галац, Рені-Тулча). Має 8 портів, залізничне, повітряне та автомобільне сполучення з іншими регіонами України та зарубіжними державами [1; 2].

Найбільш численні народи (болгари, молдавани, гагаузи) проживають компактно, що дає можливості для збереження та розвитку самобутньої культури народів та народних промислів. Враховуючи компактне проживання народностей та національностей Одеської області – організація турів для діаспори.

Наявність найбагатших рекреаційних ресурсів (м'який морський клімат, лікувальні грязі та ріпа лиманів, мінеральні води, наявність піщаних пляжів). Наявність історичних пам'яток та архітектурних об'єктів. Наявність досвіду прийому гостей та різноманітна база туристичних послуг. Відсутність міжнаціональних, релігійних конфліктів, привітність та гостинність населення.

Варто зауважити, що недостатньо розвинені туристична та загальна інфраструктура за межами обласного центру. Міста та селища області не можуть забезпечити у достатній кількості готельне обслуговування туристів, їх якісне харчування, що наш погляд пов'язане з відсутністю чітко розробленої програми розвитку на місцях, відсутність достатніх інвестиційних вкладень у цю сферу.

Занедбаність низки об'єктів – пам'яток історії, архітектури та культури, невідповідність пляжів вимогам світових стандартів. Нестача кваліфікованих кадрів та досвіду роботи у районних центрах Одеської області.

Слабка маркетингова та рекламна діяльність з розробки та популяризації туристських ресурсів, віддалених від обласного центру.

Міське населення перебуває під тиском урбанізованого середовища (шумове забруднення, інтенсивні темпи життя, які породжують втомлюваність, стреси, апатію). Тому воно прагне відпочити від подібних умов проживання «втікаючи», в першу чергу, до сільської місцевості і займаючись сільським зеленим туризмом, агротуризмом, екотуризмом або поєднуючи ці види відпочинку [3].

Одеський регіон має широкі можливості для розвитку сільського туризму, оскільки низка сіл області мають давню історію, у них відроджуються народні промисли, надається можливість спілкування з природою та придбання екологічно чистих сільськогосподарських продуктів.

Використання світового досвіду зі створення комплексів екзотичного та пригодницького туризму (прикладом можуть бути підводний туристичний комплекс під водою на Багамах, крижаний готель у Швеції та ін.). Загалом регіон дуже багатий на туристично-рекреаційні ресурси.

Таким чином, туристична галузь у післявоєнному періоді є стратегічним вектором розвитку Одеської області, яка має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного розміщення, сприятливий клімат, найбільший морський порт України, курортно-рекреаційний комплекс, транспортна, фінансова та соціально-культурна інфраструктура.

Список використаних джерел

1. Екологічний паспорт. Одеська область [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ecology.od.gov.ua/wp-content/uploads/old-files/ecology_portal/doc/zviti/ekolog_chnij_pasport_2019_roku.pdf.
2. Європейський зелений курс і кліматична політика України : аналіт. доп. / [С. П. Іванюта, Л. М. Якушенко] ; за заг. ред. А. Ю. Сменковського. – Київ : НІСД, 2022. – 95 с.
3. Логвин М. М. Соціально-економічні умови розвитку сільського зеленого туризму Полтавщини / М. М. Логвин // Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку : матеріали I Міжнарод. наук.-практ. конф. (1–2 листопада 2012 р., м. Черкаси). – Черкаси : Брама-Україна, 2012. – С. 229–234.

ОСНОВНІ РИСИ ТА ВІДМІННІ ОЗНАКИ ПОНЯТЬ «ОСВІТНІЙ ТУРИЗМ» ТА «ОСВІТНЯ МІГРАЦІЯ»

Відповідно до законодавства України, під туризмом розуміють «тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає». Основні умови туризму – термін перебування від 24 годин до одного року; заборона здійснювати оплачувану роботу; зобов'язання залишити країну або місце перебування в зазначений термін [1].

Розглядаючи існуючі наукові підходи до визначення економічної сутності поняття «освітній туризм» слід відмітити його широке та вузьке трактування. У широкому розумінні, освітній туризм присутній в будь-якій подорожі, адже передбачає отримання нових знань та розвиток навиків, що є частиною туристичного досвіду. У вузькому розумінні, освітній туризм асоціюється з університетським або шкільним, що передбачає первинно навчання (наприклад, участь у мовних школах, програмах обміну студентів, екскурсіях, програмах підвищення кваліфікації тощо), а вже вторинно – туристичного досвіду [2].

Відповідно до роз'яснення основних дефініцій туризму Всесвітньої туристичної організації, освітній туризм охоплює ті види туризму, в яких основною мотивацією є залучення туристичного досвіду в процеси навчання, самовдосконалення, інтелектуального зростання та розвитку навичок [3].

За своєю суттю, освітня міграція є просторовим переміщенням людей, що передбачає зміну їх постійного місця проживання на місце, де надаються бажані освітні послуги для підвищення рівня їх знань та вмінь [4]. При дослідженні питань освітньої міграції в науковій літературі зустрічається суміжне поняття транскордонна освіта – «це усі види програм вищої освіти чи інших типів освітніх послуг, при наданні яких їх споживачі (учні, студенти, слухачі) перебувають за межами країни походження освітньої організації, що надає диплом» [5]. На думку окремих науковців [6], однією з умов освітньої міграції є

повернення після отримання освіти до місця колишнього проживання. Проте достатньо часто зустрічаються випадки, коли освітні мігранти працевлаштовуються та залишаються жити за кордоном.

Серед науковців поширеною є думка, згідно якої характерними рисами освітньої міграції є короткотерміновість, більш-менш чітко окреслений часовий проміжок перебування, а також мета переїзду – здобуття освіти за кордоном. До освітніх мігрантів належать особи, які здобувають за кордоном вищу, післядипломну та іншу освіту [7].

Освітній туризм будучи невід’ємною частиною сучасності неминуче потрапляє під вплив зовнішніх факторів (політичних, соціальних, економічних, екологічних, технологічних, юридичних тощо). Саме тому зміни зовнішньої кон’юнктури у процесі глобалізації мають безпосередній вплив на стан та розвиток послуг освітнього туризму, які притаманно приймають міжнародний вимір [8].

Отже, як освітній туризм, так і освітня міграція полягає в переміщенні людей за межі країни з метою отримання освітніх послуг. Спільними ознаками є запланованість такої поїздки, повернення в країну проживання та можливість отримання підтверджуючого документа про навчання, відсутня можливість працевлаштування на період поїздки та добровільний характер. Відмінною ознакою – характер масовості процесів.

Список використаних джерел

1. Про туризм [Електронний ресурс] : Закон України від 11.02.2015 р. № 324/95-вр. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>. (дата звернення: 05.01.2024).
2. Ritchie B. Managing Educational Tourism / B. Ritchie, N. Carr, C. Coore. – Clevedon, United Kingdom: Channel View Publications, 2003. – 283 p.
3. World Tourism Organization (UNWTO). UNWTO Tourism Definitions. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/>. (дата звернення: 05.01.2024).
4. Гринькевич О. С. Освітня міграція в Україні та світі: інституційне середовище та напрями державного регулювання. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України / О. С. Гринькевич. – 2013. – Вип. 3. – С. 254–264.
5. Каленюк І. Вища освіта в сучасному глобальному середовищі / І. Каленюк // Вища школа. – 2008. – № 9. – С. 55–62.

6. Філатов В. М. Специфічні ознаки освітньої міграції та її місце в структурі міграційних потоків [Електронний ресурс] / В. М. Філатов, Я. В. Ромашова // Ефективна економіка. – 2014. – № 2. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2785>. (дата звернення: 05.01.2024).
7. Гірник А. М. Особливості адаптації українських освітніх мігрантів до умов життя за кордоном / А. М. Гірник, Г. А. Гірник // Наукові записки. – 2014. – № 162. – С. 51–55.
8. Zima O. Essence of category of educational / O. Zima, O. Klok // Proc. of the 5rd International Conference On Application Of Information And Communication Technology And Statistics In Economy And Education (ICAICTSEE-2015). – Sofia : University Of National and World Economy, 2015. – P. 340–347.

*Д. М. Дашевська, студентка гр. Тб-41
Науковий керівник – Ю. В. Карпенко,
канд. екон. наук, доцент
ПУЕТ*

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ХМЕЛЬНИЧЧИНІ

Гастрономічний туризм, форма спеціалізованого туризму, є одним із найперспективніших напрямків, пов'язаних із ознайомленням і пізнанням національних кулінарних традицій у світі – синтезу гастрономічних уподобань, кулінарної майстерності та культури [1].

У гастрономічному туризмі є кілька напрямків, які сформувалися з урахуванням побажань туристів. Існують класифікації гастрономічних і кулінарних турів, засновані на специфіці місцевості, мета туру або бажання спробувати певний напій або їжу. При підготовці гастрономічної подорожі необхідно враховувати всі ці особливості, щоб вона якнайкраще відповідала очікуванням цільової групи [2].

Основним завданням при розробці гастрономічного туру є поєднання в одному турі кулінарної та культурно-пізнавальної програми. Перевага гастрономічного туризму порівняно з іншими підвидами пізнавального туризму полягає в тому, що тільки гастрономічний туризм включає, крім зору і слуху, інші органи чуття людини, особливо смак і нюх [3].

Важливо поєднувати гастрономічний туризм з екологічним туризмом, зеленим сільським туризмом. Адже останній має великий запас культурних, кулінарних та оригінальних традицій. Гастроподорожі формують новий погляд на туризм в контексті розвитку дестинації, оскільки дослідження традиційної їжі дозволить забезпечити її соціальний, культурний, комерційний, технологічний та економічний розвиток [3].

Унікальна відмінна риса гастрономічного туризму, це те що для його розвитку умови мають абсолютно всі регіони та країни, він не має сезонного характеру, а знайомство з місцевою кухнею, прямо чи опосередковано є у кожному турі. Усі інші сприятливі умови, як клімат, водні та лісові ресурси, мальовничі ландшафти, екологічно чисте повітря, географічне розташування, транспортна доступність, культурна спадщина лише допомагають привабити ще більше туристів.

Основними напрямками розвитку та популяризації гастрономічного туризму на Хмельниччині є:

- формування державно-приватного партнерства підтримки туризму у Хмельницькій області;
- ефективна реалізація наявних регіональних програм розвитку туризму що буде сприяти підвищенню ефективності діяльності суб'єктів господарювання туристичного бізнесу;
- забезпечення проведення якісної маркетингової політики та інформаційно-рекламної діяльності туризму регіону в Україні;
- збільшення чисельності гастрономічних заходів (ярмарки та фестивалі) з метою популяризація локальної кухні та продуктів;
- просування нестандартних та потенційно успішних форматів гастрономічного туризму, наприклад винного;
- формування кластерної моделі організації розвитку туристичної сфери, яка зумовлює зростання економіки регіону шляхом створення робочих місць та розвиток інфраструктури.

У контексті відновлення туристичного діяльності та відбудови туристичної галузі в Україні, варто спиратися на досвід країн, які ефективно відбудовували туристичну сферу після війн (наприклад, Хорватія, Чорногорія), у плані забезпечення безпеки для відновлення довіри мандрівників (наприклад, Ізраїль, Єгипет).

Список використаних джерел

1. Бойко Н. О. Гастрономічний туризм і його роль у туристичній спеціалізації Закарпаття / Н. О. Бойко, М. О. Висоцька // *Débats scientifiques et orientations prospectives du développement scientifique: collection de papiers scientifiques «ΛΟΓΟΣ» avec des matériaux de la Conférence scientifique et pratique internationale, Paris, 21 juillet 2023.* – Paris-Vinnytsia: La Fedeltà & Plateforme scientifique européenne, 2023. – P. 217–223.
2. Вишневська Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму / Г. Г. Вишневська // *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури.* – 2013. – Вип. 31. – С. 112–118.
3. Самко О. О. Оцінка туристичного потенціалу регіону та рівня його використання / О. О. Самко // *Економічні науки. Серія: Регіональна економіка.* – 2010. – № 7 (27). – Ч. 4. – С. 30–36.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ: СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ

Державне управління галуззю туризму – це різновид діяльності держави, що передбачає цілеспрямований довгостроковий вплив на туристичну галузь шляхом використання спеціального механізму з метою досягнення визначених стратегічних завдань.

Одним із передових підходів до управління в умовах всезагального динамізму, непередбачуваності та мінливості бізнес-середовища визнане стратегічне управління. Але в наукових колах залишилось невирішеним питання про те, наскільки концепція стратегічного управління здатна забезпечити сучасним господарським системам ефективний розвиток, кращі шанси на виживання, комерційний успіх та фінансову стабільність [1].

Існують багато визначень терміну стратегічне управління. Всі вони зводяться до розуміння того, що стратегічне управління – це багатоплановий управлінський процес, який допомагає формулювати та реалізовувати ефективні стратегії, що сприяють взаємодії організації з її оточенням для досягнення довготермінових цілей. Мета стратегічного управління – це визначення місії, цілей та стратегій, розробка і забезпечення виконання системи планів як інструментів реалізації стратегічних орієнтирів з удосконалення підприємства та його окремих підсистем, що є основою його конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі [2].

Мета стратегічного управління – це визначення місії, цілей та стратегій, розробка і забезпечення виконання системи планів як інструментів реалізації стратегічних орієнтирів із удосконалення підприємства та його окремих підсистем, що є основою для забезпечення його конкурентоспроможного існування в довгостроковій перспективі.

Виділяють такі основні особливості стратегічного управління:

– стратегічне управління не може дати точного і детального опису стану підприємства та його положення у бізнес-середовищі – це сукупність якісних характеристик підприємства, що

стосується майбутнього стану, його положення в конкурентному середовищі, потенціалу необхідного для виживання;

– система стратегічного управління – це певна філософія чи ідеологія бізнесу і менеджменту, що не повинна зводитися до набору формалізованих правил, процедур і схем. При розробці стратегії необхідне поєднання інтуїції і мистецтва, високого професіоналізму і творчості менеджерів і залучення всіх працівників до реалізації стратегії;

– для впровадження системи стратегічного управління необхідні великі витрати часу і ресурсів, потрібно також створити спеціальний підрозділ, що буде відповідати на всі питання, пов'язані зі стратегічним аналізом і постійним моніторингом зовнішнього середовища, розробкою і виконанням стратегії;

– у ринкових умовах помилки при виборі стратегії не можна виправити жодними ефективними прийомами оперативного менеджменту, що призводить до поразки в конкурентній боротьбі [3].

У сучасній літературі можна також виокремити дві основних концепції стратегії – філософську та організаційно-управлінську. Філософська концепція наголошує на загальному значенні стратегії для підприємства. Організаційно-управлінська концепція стратегії пов'язана з конкурентними діями, заходами та методами здійснення стратегічної діяльності на підприємстві.

Загалом, стратегічне управління дослідники характеризують як реалізацію концепції, в якій поєднуються цільовий, системний, ситуаційний та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає змогу встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) підприємства та приводити їх у відповідність із останніми, розробляючи та реалізуючи систему стратегій («стратегічний набір»). Дивлячись на зміни які відбуваються в економічному середовищі країни постає нагальна потреба розробки і введення в діяльність підприємств концепції стратегічного управління, що не тільки допоможе у розв'язанні окремої проблеми, а й посприє підвищенню ефективності господарської діяльності [4].

Отже, стратегічне управління розвитком туризму дає змогу органам управління туризмом підтримувати зростання ефективності господарської діяльності, вивести сферу туризму на нові рівні розвитку ринку туристичних послуг. На рівні туристич-

ного підприємства стратегічне управління – це система управлінських рішень, що визначає перспективні напрямки розвитку підприємства. У сфері туризму стратегія включає три основні компоненти: потреби клієнтів, здатність компанії задовольнити ці потреби, довгостроковий прибуток підприємства.

Список використаних джерел

1. Масюк Ю. О. Стратегічне управління розвитком туризму в Україні: дис. ... канд. економ. Наук : 08.00.03 / Ю. О. Масюк; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка МОНУ. – Львів, 2017. – 318 с.
2. Ковтун О. І. Стратегія підприємства: навч. посібник / О. І. Ковтун. – Львів : Новий Світ – 2000, 2007. – 324 с.
3. Дмитренко Г. А. Стратегічний менеджмент: цільове управління персоналом організації : навч. посіб. / Г. А. Дмитренко. – Київ : МАУП, 1998. – 188 с.
4. Зарічна О. В. Роль стратегічного управління в діяльності підприємства в умовах сталого розвитку регіону / О. В. Зарічна // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2014. – Вип. 5 (109). – С. 295–302.

*Н. О. Коваль, студентка гр. Тб-41;
І. Г. Барановська, студентка гр. Тб-41
Науковий керівник – О. О. Тараненко, канд. екон. наук
ПУЕТ*

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Сфера туризму в багатьох країнах світу є важливою складовою національних економік. Конкуренція на світовому туристичному ринку змушує країни розвивати нові перспективні види туризму, до яких належить подієвий туризм.

Подієвий туризм передбачає задоволення потреб людини у відвідуванні будь-якого конкретного заходу. Він викликає все більший інтерес у потенційних туристів, а також дає необмежений простір для творчості організаторам цього виду туризму. Подієвий туризм приваблює туристів різноформатними громадськими заходами культурного чи спортивного життя, які сприяють розвитку інфраструктури туризму, інтеграції різних верств суспільства та формуванню позитивного іміджу територій.

Подієвий туризм – вид туризму, при якому люди стають живими свідками, або беруть персонально активну участь у найцікавіших подіях в світі культури, спорту, мистецтва чи інших сферах. Такі поїздки залишаються в пам'яті як одні з найяскравіших моментів в житті. Можна побачити те, що більше ніколи не відбудеться: концерти світових зірок, фестивалі, карнавали, шоу і багато іншого. Є декілька варіантів такої подорожі. Можна поїхати на конкретну подію і бути на ній весь час її проходження, а після закінчення повернутися додому. Або ж можна приурочити свою відпустку до якої-небудь події, і після закінчення останньої продовжити відпочинок в даній країні. Кожен вибирає зручніший, вигідніший і цікавіший варіант відпочинку.

Подієва туристична діяльність здатна змінюватись, пристосовуючись до сучасних вимог туристичного ринку, створювати нові форми міжкультурного спілкування, удосконалювати соціокультурні проєкти, урізноманітнювати тематику, місце проведення, тривалість заходів [1].

Подієві тури мають всі ознаки, притаманні для туризму (тимчасовий виїзд туриста з місця постійного проживання з

рекреаційною, пізнавальною, діловою або іншою метою без здійснення оплачуваної діяльності у місці перебування). Цей вид туризму формується на поєднанні властивостей пізнавального, розважального та етнографічного туризму. До специфічних ознак подієвого туризму належать:

- подорожі є нетривалими (в середньому 3-5-7 днів);
- мають чітку локалізацію (місця проведення фестивалів);
- підвищений попит на участь у святкових подіях;
- тенденція до урізноманітнення подієвих заходів;
- чітка спрямованість на соціалізацію івентів;
- оригінальність поєднання різних властивостей та специфічних особливостей видів туризму [2; 3].

Сьогодні серед найпопулярніших подієвих турів можна виділити поїздки на карнавали, музичні фестивалі, національні свята, спортивні події, модні покази, гастрономічні тури, відвідування виставок, концерти зірок естради, сафари, відвідування унікальних природних місць, спортивні заходи, заходи різних субкультур.

Таким чином, подієвий туризм є відносно молодим та перспективним напрямком туристичної галузі. Унікальність та привабливість подієвого туру у поєднанні традиційного відпочинку та участі у найбільш видовищних подієвих заходах забезпечує його популярність серед туристів.

Список використаних джерел

1. Вовк К. М. Теоретична сутність поняття «подієвий туризм» та прикладні аспекти його використання / К. М. Вовк // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2019. – № 3 (19). – С. 184–193.
2. Мальська М. П. Фестивальний туризм: теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, А. Т. Грицишин, С. В. Білоус, М. Я. Топорницька. – Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. – 232 с.
3. Власова Т. І. Подієвий туризм – ефективний антикризовий інструмент залучення туристичних потоків в регіоні / Т. І. Власова, А. В. Алейников // Вісник НАТ. – 2015. – № 1. – С. 38–40.

ФУНКЦІЇ, ОЗНАКИ ТА РИСИ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ

У сучасних економічних умовах України, крім пошуку нових шляхів, методів і технологій виробництва, проводиться аналіз поточного стану та намічаються перспективи на майбутнє. Ці процеси характерні і для туристичної сфери, яка спрямована на заробіток шляхом задоволення туристичних потреб населення та пропозиції йому різноманітних туристичних послуг. В Україні реформується та диверсифікується ринок молодіжного туризму. Розвиток молодіжного туризму в Україні сьогодні є особливо актуальним, адже цей вид туризму має історико-патріотичне та виховне значення, не тільки дає змогу з раннього віку пізнавати власну країну та весь світ, а й широка відкритість. надає можливості для розвитку та оздоровлення дітей та молоді.

Молодіжний туризм – вид туризму, який відрізняються за соціально-демографічними ознаками, спрямованими на задоволення рекреаційних потреб людей віком від 18 до 35 років, осіб поза межами їхнього постійного місця проживання та навчання, пов'язані із використанням позаурочного часу для оздоровчої, виховної, культурно-пізнавальної, краєзнавчої та спортивної діяльності.

До функцій молодіжного туризму входять:

- зміцнення економіки дестинації за рахунок внутрішніх та в'їзних молодіжних туристів;
- ознайомлення з історичною та культурною спадщиною країни та інших держав;
- актуалізація в молодих людях почуття національної самосвідомості та патріотизму, але водночас виховання поваги і терпимості до побуту та звичаїв інших національностей і народів;
- забезпечення багатостороннього розвитку особистості [1].

За віковою ознакою молодіжний туризм можна поділити на три основні категорії: студентський туризм; туризм міленіалів та туризм «покоління Z».

Міленіали – останнім часом це визначення широко використовується для ідентифікації подорожуючих, які відносяться до

молоді. За визначенням Всесвітньої туристської організації, це покоління, що народилося в 1980–1995 рр. [2].

Характерні риси міленіалів:

- вирости в глобалізованому світі, з Інтернетом, активно користуються мобільними пристроями та соціальними мережами;

- проживають переважно в містах;

- мають різне ставлення до роботи та відпочинку;

- прагнуть взаємодії та комунікації;

- шукають реальних вражень;

- прагнуть ділитися враженнями (переважно віртуально в Інтернеті);

- здійснюють 4–5 подорожей на рік;

- здійснюють витрати вибірково;

- прагнуть під час подорожі вивчити життя та побут місцевого населення;

- готові до експериментів, надають перевагу видам туризму, пов'язаним з індустрією вражень;

- щиро вірять, що можуть змінити світ, у подорожах воліють не зашкодити навколишньому середовищу.

«Покоління Z» – молоді люди, народжені після середини 90-х, які становлять майже 30 % населення світу, що становить 29 млн міжнародних мандрівників.

Особливості молодіжної туристичної індустрії:

- 40 % усіх витрат на подорожі припадають на їжу та напої;

- найбільше активностей протягом туристичної поїздки припадає на відвідування кафе та ресторанів, на шопінг, а відвідування музеїв відійшло на останнє місце [3].

- набирає популярності гастрономічний та винний види туризму (41 % представників молоді відвідують виноградники, якщо є така нагода).

Станом на 2016 р., в Україні проживало близько 11,5 млн молодих людей віком від 14 до 35 років, що становило більше 27 % населення [4]. Згідно з дослідженням Київського міжнародного інституту соціології, що проводилося наприкінці травня 2017 р., 44 % українців від 18 до 29 років не планували взагалі кудись виїжджати з метою подорожей та відпочинку. За кордон планували подорожувати лише 6 % молодих людей. Також дуже великий відсоток молодих людей взагалі ніколи не виїжджали за

межі України. А серед тих, хто виїжджає – більшість, на жаль, не з метою подорожей, а для працевлаштування [5].

Як зазначають дослідники основні причини ситуації слабкої туристичної активності української молоді:

– низький рівень соціально-економічного забезпечення молоді;

– нестача сформованого для української молоді туристичного продукту та інформації про нього;

– відсутність культури подорожування, яка формується з дитинства [6].

Ураховуючи глобальні тенденції збільшення частки молодіжного туризму, з одного боку, та навпаки, низької активності у сфері туризму та подорожей української молоді, виникає гостра необхідність у державних та місцевих бюджетних програмах для співфінансування внутрішніх подорожей Україною для дітей та молоді, а також виокремлення на державному рівні молодіжного та дитячого внутрішнього.

Список використаних джерел

1. Виступ народного депутата України Романової А. А. Формування та реалізація молодіжної політики в Україні в умовах децентралізації: матеріали парламентських слухань у Верховній Раді України 15 листопада 2017 року / Верховна Рада України, Комітет з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму. – Київ : Парламентське видавництво, 2017. – 208 с. (Серія «Парламентські слухання»).
2. World Tourism Organization (UNWTO) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 04.01.2024).
3. Session 3: Change and Innovation: The Digital Revolution and the Millennial Traveller. 5th Global Summit UNWTO on City Tourism «Cities: Local Culture for Global Travellers». Luxor, Egypt, 1-2 November, 2016.
4. Державна служба статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Пяковська Т. Як планують відпочивати українці [Електронний ресурс] / Т. Пяковська. – Режим доступу: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=700&page=5>.
6. Романова А. Молодіжний туризм як тренд сучасної туристичної індустрії / А. Романова // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2018. – № 1 (13). – С. 47–54.

НАПРЯМИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Етнографічний туризм іноді ще називають етнографічним, оскільки етнографія («фольклористика») – це наука, яка вивчає культурно-побутові особливості різних народів світу, і в цьому випадку турист безпосередньо знайомиться з цими особливостями і, певною мірою, вона вчиться. Етнічний туризм став інструментом, який використовується в багатьох країнах для підтримки економічного та культурного розвитку сільських територій і для збереження культурної спадщини [1].

Зміст етнографічного туризму полягає у відвідуванні туристичного регіону, міста з метою задоволення матеріальних і духовних потреб. Для цього мають бути наявні відповідні об'єкти туристичного інтересу, які можуть запропонувати послуги відповідної якості для задоволення потреб туристів [2].

Деякі дослідники, окрім поняття етнографічний туризм, виокремлюють схожий за змістом інший вид туризму, як ностальгічний, який розглядається як форма культурного, етнічного і навіть рекреаційного туризму. Під час таких турів туристи знайомляться не тільки з місцевою етнокультурою, а й з побутом місцевих жителів. Ностальгійний туризм дає можливість туристам отримати інформацію про своє походження, дізнатися про історичні факти та минулі події, пов'язані з історією їхніх пращурів [28].

Отже, етнографічний туризм – це різновид культурно-пізнавального туризму спрямований на вивчення історико-культурної спадщини, який здійснюється туристами на місця свого історичного походження, чи в регіони де проживають інші етнічні групи, які володіють унікальними культурними надбаннями.

Обмежена популярність даного виду туризму в Україні обумовлена, тим що він зазвичай користується попитом серед осіб третього віку, які зазвичай подорожують менше, ніж представники інших вікових груп.

З метою популяризації та післявоєнного розвитку етнографічного туризму у Львівській області необхідно здійснити наступні заходи:

– науковцям провести етнографічне районування, яке є інформаційною передумовою організації етнографічного туризму у Львівській області;

– зосередити увагу фахівців під час розробки етнографічних турів, не тільки на сільській місцевості, де зазвичай розповсюджений даний вид туризму, але й містах області, де наявна історико-культурна спадщина пов'язана з проживанням у минулому на цій території представників національних меншин, що може мати туристичний інтерес серед їх земляків;

– під час розробки етнографічних турів, бізнесу доцільно поєднувати різні види туризму враховуючи їх сезонність, наприклад, у літній період із лікувально-оздоровчим, у зимовий – з гірськолижним;

– розробити нові чи диверсифікувати наявні етнографічні тури, споживачами яких можуть стати іноземні туристи з урахуванням країни їхнього прибуття, з відповідним мовним супроводом за потребою;

– інструментами популяризації етнографічного туризму, залучення туристів до української етнічної культури регіону можуть стати фольклорні свята та фестивалі, оскільки вони мають широкі аудиторії, які зорієнтовані не тільки на його художню, культурну та етнічну концепції.

Зазначені заходи можуть бути здійснені лише за умов державно-приватного партнерства – об'єднання зусиль туристичних підприємств, громадських організацій, закладів науки, культури та освіти, місцевих громад та органів влади державної влади та місцевого самоврядування.

Список використаних джерел

1. Плетос С. В. Етнічний туризм Одеської області: стан, проблеми та перспективи розвитку / С. В. Плетос // Економічні студії. – 2019. – Вип 2 (24). – С. 176–180.
2. Пахолок І. Р. Етнографічний туризм як один із чинників економічного розвитку міста Львова / І. Р. Пахолок // Інноваційна економіка. – 2021. – Вип. 1–2 (86). – С. 102–107.
3. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму: підручник / М. П. Кляп, С. Ф. Шандор. – Київ: Знання, 2013. – 334 с.

РОЗРОБКА ЕКСКУРСІЙНОГО КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ДЛЯ ШКОЛЯРІВ ПО ВОЛИНСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Соціально-економічні перетворення в українському суспільстві відчутно вплинули на систему освіти, загостривши низку проблем у сфері виховання учнівської молоді. У той же час демократичні перетворення у суспільному житті розкривають перед системою освіти широкі можливості у вихованні людини, здатної самостійно розпоряджатися своїм життям. Провідну роль у виконанні цієї стратегічної задачі повинна виконувати позакласна і позашкільна діяльність учнів. Деякі традиційні у минулому засоби виховання використовуються не у повній мірі, тому що потребують значних матеріальних інвестицій з державного бюджету. На цьому фоні проявляються переваги дитячо-юнацького туризму та краєзнавства, туристсько-краєзнавчої діяльності дітей і молоді [1].

З метою популяризації культурної спадщини Волинської області ми пропонуємо екскурсійний культурно-пізнавальний «Поетична Волинь для школярів». Тут буде вдосталь можливостей для того, аби закохатися, здивуватися, жахнутися й усміхнутися. Вам буде весело, пізнавально і цікаво. Ви відвідаєте: місто Володимир, Зимненський жіночий монастир с. Зимове, с. Колодяжне (музей Лесі Українки).

Основні дані для проектування туру.

1. Тривалість туру – 1 день.
2. Розміщення – не передбачено.
3. Чисельність групи туристів становить 20 осіб, вік не менше 7 років, керівник групи – безкоштовно.
4. Супровід гідом. Група забезпечена супроводом гід-екскурсовода.
5. Транспортне забезпечення.

До м. Луцьк туристи добираються самостійно. За програмою даного туру, група є трансфер за маршрутом туру і назад комфортабельним автобусом.

5. Основні локації туру:

– місто Володимир-Волинський. Вперше Володимир згадується в літописах 988 р., коли київський князь Володимир Святославич, прозваний за свої діла «Великим» здійснив похід на Захід. Тут на землях волинян та бужан, на правому березі річки Луги підпорядкував язичне місто під назвою Ладомир. І у 988 р. нари́к його своїм іменем – Володимир. У цей період Ладомир стає значним культурним, торгівельним та військовим центром. Місто знаходилось у прикордонні і в центрі Волинської землі, на перетині важливих шляхів. По утворенню єдиної держави з центром в Києві роль Володимира зростає. Його вигідне стратегічне положення зумовлювало розміщення тут великих торгівельних осередків та місій, в тому числі зарубіжних [2];

– Зимненський жіночий монастир. Перша літописна згадка про Святогірський монастир в селі Зимне з'явилася приблизно в кінці XI століття в відомої всім «Повісті минулих літ». Однак інші джерела стверджують, що перша документальна згадка про Зимненський Святогірський монастир з'явилися в 1458 р., за часів правління Феодора Чарторийського, за указом якого в 1495 р. на місці дерев'яної церкви князя Володимира Великого був споруджений кам'яний Свято-Успенський храм. Він дуже гармонійно вписався в існуючий ансамбль монастиря. Разом з храмом були споруджені також дзвіниця (вага дзвону становить 720 кг, його так і називають «дзвін Чарторийських») і башти, які суттєво зміцнили оборонну здатність фортеці [3];

– музей-садиба Лесі Українки в Колодяжному доводить, що справжнім геніям не важливі умови, щоб творити, адже натхнення приходить до них і в галасливих містах, і в сільській місцевості. Тому такий інтерес у туристів, які цікавляться творчістю великої поетеси, викликає цей музей. Бо ж саме тут провела своє дитинство та юність і надихалася красою природи, а також волинських легенд, пісень Леся Українка, саме тут сформувалося її світовідчуття та прокинувся її письменницький талант [36].

7. Програма обслуговування туристів у турі «Поетична Волинь для школярів» наведена у табл. 1.

За нашими підрахунками, вартість 1 путівки на січень 2024 року складе 415 грн.

Таблиця 1 – Програма туру «Поетична Волинь для школярів» [складено автором]

День	Дні та локації походу
1-й день	
8:00–9:30	Вийзд із м. Луцьк. Прибуття у м. Володимир
9:30–11:00	Оглядова екскурсія м. Володимир
11:00–12:00	Обід в кафе-бар «Lakotka», вул. Ковельська, 12, м. Володимир
12:00–12:30	Переїзд до с. Зимне
12:30–14:00	Екскурсія – Святогірський монастир в с. Зимне
14:00–15:30	Переїзд до с. Колодяжне
15.30–16.30	Екскурсія – Літературно-меморіальний музей-садиба Лесі Українки в с. Колодяжне
16:30–17:30	Повернення у м. Луцьк

У вартість входить: переїзд комфортабельними автобусом; супровід-гіда-екскурсовода; екскурсійне обслуговування; страхування туристів; страхування; вхід – монастир у с. Зимне.

У вартість туру не входить: доїзд до місця початку екскурсії (м. Луцьк) та особисті витрати.

Під час туру обов'язковою наявність 1 педагога-організатора на 20 учнів.

Список використаних джерел

1. Шипко А. Л. Дитячо-юнацький туризм в Україні як засіб виховання особистості / А. Л. Шипко // Педагогічні науки : зб. наук. пр. – 2007. – № 45. – С. 193–198.
2. Історія міста Володимир / Офіційний сайт міста [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://volodymyrrada.gov.ua/istoriya-mista/> (дата звернення: 02.01.2024).
3. Зимненський жіночий монастир [Електронний ресурс] / Anga Travel. – Режим доступу: https://anga.ua/sights/zymnenskyi_zhinochy_i_monastyr.html (дата звернення: 02.01.2024).
4. Музей-садиба Лесі Українки, Колодяжне [Електронний ресурс] / IGotoWorld.com. – Режим доступу: https://ua.igotoworld.com/ua/poi_object/66217_lesya-ukrainka-museum-estate.htm (дата звернення: 02.01.2024).

*А. В. Курочка, студентка гр. Тб-41
Науковий керівник – Ю. В. Карпенко,
канд. екон. наук, доцент
ПУЕТ*

ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ

З метою з'ясування сутності поняття релігійний (сакральний) туризм наведемо та проаналізуємо визначення, які наводять науковці.

Т. Божук, вважає, що релігійний туризм можна охарактеризувати як відпочинок душі та тіла і виокремлює такі поняття як паломництво і релігійний туризм [1]. Колектив авторів на чолі М. Мальською розглядаючи дане питання виокремлюють види поїздок, які пов'язані з релігійним туризмом: паломництво, тобто відвідування святих місць та участь у відправленні релігійних обрядів; пізнавальний, науковий екскурсійний туризм релігійної тематики [2]. Схожий погляд на проблему має колектив авторів під керівництвом І. Школи [3] який зазначає, що релігійний туризм – історично найдавніший вид міжнародного туризму і виокремлюють паломництво, пізнавальні поїздки з метою ознайомлення з сакральними пам'ятниками, історією і культурою релігії та наукові поїздки фахівців які досліджують питання релігії. А. Ковальчук також, розрізняє паломництво і релігійний туризм і стверджує, що «подорож до релігійного об'єкта не лише як до атрактивно-рекреаційного явища, що несе значну культурно-пізнавальну інформацію, а подорож з метою поклоніння святості релігійного об'єкта, що є одним із виявів віри такого подорожного у догмати своєї релігії, свідченням його належності до певної релігії чи конфесії» [4].

Д. Мошура та Л. Гірняк стверджують, що «ідея паломництва має на увазі дії в умовах певних труднощів та добровільно узяті на себе зобов'язання. Люди відправляються в паломництва, коли відчувають духовний занепад в місцях звичного середовища їхнього проживання, адже одним з важливих аспектів паломницьких поїздок є їх духовно-просвітницька спрямованість» [5].

І. Мініч розширює це поняття і вважає, що релігійний туризм, представлений паломництвом, пізнавальними подорожами та науковими поїздками [6]. С. Юрченко також виділяє три напрями релігійного туризму: релігійний, поєднаний з участю в заходах релігійного життя, який здійснюється за допомогою

екскурсії; паломництво, тобто подорож до святинь і святих місць; наукові з релігійною метою [7].

Отже, релігійний (сакральний) туризм – це подорож (тимчасовий виїзд) осіб з постійного місця проживання, головною метою є мультирелігійні пізнавально-культурологічні аспекти діяльності людини. На сьогодні паломництво є перспективним напрямом даного виду туризму державах які володіють потужним сакральнo-туристичним потенціалом та коли взаємодія держави та релігійних інститутів знаходиться на високому рівні, має сильний вплив на суспільство.

Список використаних джерел

1. Божук Т. І. Перспективи розвитку релігійного туризму в Закарпатті / Т. І. Божук // Сталій розвиток Карпат: сучасний стан та стратегія дій : Тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф. – Львів, 2006. – С. 115–118.
2. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М. П. Мальська. – Київ : Знання, 2008. –661 с.
3. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. / за ред. проф. І. М. Школи. – Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. – 662 с.
4. Ковальчук А. С. Географія релігії в Україні : монографія / А. С. Ковальчук. – Львів : ВЦ ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – 308 с.
5. Мошура Д. А. Специфіка релігійного туризму / Д. А. Мошура, Л. І. Гірняк // Сталій розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика : матер. І Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 31 жовтня – 1 листопада 2018 р.). – Львів : ЛТЕУ, 2018. – С. 108–111.
6. Мініч І. М. Технологія (туристської) галузі : навч.-метод. посіб. вивчення дисципліни для студентів вищих навчальних закладів економічних спеціальностей / І. М. Мініч. – Київ : КУТЕП, 2006. – 163 с.
7. Юрченко С. О. Релігійний туризм у християнстві на сучасному етапі / С. О. Юрченко, О. Є. Юрченко // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». – 2017. – Вип. 6. – С. 216–220.

*Д. М. Логвин, аспірант
Науковий керівник – Ю. В. Карпенко,
канд. екон. наук, доцент
ПУЕТ*

ТУРИЗМ – ВАЖЛИВА ЛАНКА НАЦІОНАЛЬНО-ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ

В останні роки в Україні як і раніше спостерігається тенденція до зниження стану здоров'я молоді, що обумовлено негативними факторами соціально-економічного, екологічного та психоемоційного характеру. Конвенція ООН про права дитини, ратифікована Верховна Рада України заявила, що діти мають не тільки особливі потреби, а й соціальні, політичні, соціальні, культурні та економічні права. Одним з найважливіших стратегічних завдань нашої держави щодо забезпечення соціального захисту дитинства є реалізація їх прав на оздоровлення та відпочинок [3].

Слід зазначити, що завдання подальшої розбудови Української держави в ХХІ ст. істотно посилюють роль і значення спілки в новітніх історичних умовах. У розгортанні краєзнавчої роботи остання має добрих побратимів і однодумців в особі багатьох органів державної влади, наукових і освітніх установ, громадських організацій, які усвідомлюють, що розвиток краєзнавчого руху є справою величезної державної ваги, стосується всіх ентузіастів, хто не може спокійно спостерігати за тим, як знищується рідна природа, як гинуть або руйнуються пам'ятники національної культури, а безцінні часто виявляються стерпими сторінками народної пам'яті.

Поміж основних цілей державного регулювання у сфері туризму – забезпечення доступності туризму та екскурсій для дітей та молоді, людей похилого віку, інвалідів та громадян з низькими доходами шляхом введення пільг по відношенню до цих категорій [1].

У цілях поліпшення організації повноцінного відпочинку, оздоровлення дітей, а також стимулювання діяльності дитячих оздоровчих закладів Кабінету Міністрів Україна визначає, що турбота про здоров'я дітей є одним з головних показників ставлення держави до проблем підростаючого покоління [4].

Важливою подією, спрямованою на розвиток внутрішнього та в'їзного молодіжного та дитячого туризму в Україні, є ство-

рення мережі об'єктів розміщення, які забезпечували б проживання дітей та школярів за низькою ціною, а також студентів під час мандрівок історичними і рекреаційними центрами країни.

Існує об'єктивна необхідність скористатися досвідом зарубіжних країн в області функціонування популярних і відносно дешевих закладів для мандрівників-хостелів (молодіжних готелів).

Зрештою, сьогодні більш ніж в 60 країнах світу діє більш 4,5 мільйона хостелів, якими користуються близько 35 мільйонів мандрівників, і їх число постійно збільшується [2, с. 24].

Але що стосується дитячого та юнацького туризму, то тут за останні роки не було прийнято жодного законодавчого документа. Потреба, як мінімум, постанови Кабінету Міністрів, Верховної Ради або спільний документ цих вищих органів влади вже давно назріла. У ньому повинні бути чітко визначені завдання туристичних компаній і державних структур у цій сфері, необхідні нові ідеї та рішення для розвитку молодіжного та дитячого туризму в регіоні незалежної України. Адже молодіжні та дитячі екскурсії вітчизняними історичними місцями допоможуть зміцнити у підростаючого покоління українців почуття патріотизму і гордості за свою країну.

Список використаних джерел

4. Долгова К. Кластерна модель територіального комплексу дитячого туризму та рекреації / К. Долгова // Економічна та соціальна географія. – 2017. – Вип. 78. – С. 47–52.
5. Кашуба Я. М. Формування системи дитячого оздоровлення і туризму : монографія / Я. М. Кашуба. – Львів : ПАІС, 2007. – 293 с.
6. Корпач Н. Основні напрями реалізації державної молодіжної політики в Україні: соціально-педагогічний аспект / Н. Корпач // Педагогічний часопис Волині. – 2016. – № 2. – С. 30–34.
7. Логвин М. М. Організація молодіжного туризму в Україні / М. М. Логвин, М. В. Мороз // Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації : матеріали XIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 27–28 квітня 2023 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2023. – С. 35–39.

*І. М. Лук'янчиков, студент гр. Тб-41
Науковий керівник – Ю. В. Карпенко,
канд. екон. наук, доцент
ПУЕТ*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ У ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Дослідники визначають релігійний туризм, як форму туризму, пов'язана з наданням послуг і задоволенням потреб туристів, які відвідують святі місця та релігійні центри поза звичним обмеженим середовищем, і виокремлюють його наступні види:

1) паломницький туризм – це серія подорожей представників різних релігій з метою паломництва;

2) езотеричний туризм – метою якого є розширення традиційного релігійного світогляду, відповідно з цією метою під час подорожі здійснюється філософський пошук;

3) релігійний туризм екскурсійно-пізнавального спрямування – відвідування місць, пов'язаних з історією релігії;

4) сакральний – коли турист, відвідуючи певні місця, створює, відновлює або підкреслює зв'язок з уявним потойбічним світом [11].

Н. Панченко виокремлює, ще один вид туризму пов'язаний з вищим розвитком духовної сфери особистості – духовний туризм. Як зазначає дослідниця: «Релігійний туризм, здавна розвиваючись у формах паломництва чи пілігримства, передбачав духовне збагачення учасників релігійних турів і досить часто був обов'язковим елементом загальнокультурного саморозвиток віруючої людини. На відміну від паломницького туризму, духовний туризм – це подорожі, які здійснюються людиною задля з'ясування трансцендентних засад свого буття, особистого визначення щодо релігії, етичної та філософської культури» а релігійний туризм є засобом соціалізації людини [2].

На наш погляд, релігійний туризм, це складне явище, яке відіграє важливу роль у сучасному культурному житті суспільства, його невід'ємна ознака релігійності, засіб толерантності та духовного розвитку. З практичної точки зору, це подорож з метою виконання релігійних процедур, місій і обітниць, яка обумовлена ступенем віри особистості.

Розвиток релігійного туризму залежить від сакральних і туристичних ресурсів території, їх стану та ефективного вико-

ристання. Тому на територіях які планують розвивати даний вид туризму мають бути сакральні об'єкти, які туристи матимуть можливість відвідувати цілорічно незалежно віросповідання, при цьому не спричиняючи незручностей місцевим вірянам. Україна має потужний потенціал для розвитку релігійного туризму.

Тернопільська область має природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал для розвитку туризму. У межах області знаходиться понад сотні сакральних пам'яток – споруди (церкви, костели, синагоги) та артефакти (ікони, мощі), які є вагомю частиною історико-культурних туристичних ресурсів. Регіон посідає чільне місце в Україні кількістю оборонних споруд та замків. В області розташована п'ята частина всіх природних пам'яток України. Переважна культових споруд охороняються державою як пам'ятки архітектури та містобудування.

Тернопільська область має значні перспективи для розвитку релігійного туризму, оскільки у неї наявний потужний ресурсний потенціал для залучення постійних та приваблення нових туристичних потоків. Це у свою чергу зумовлює необхідність вдосконалення туристичної інфраструктури та підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств які здійснюють діяльність у сфері релігійного туризму та паломницьких відділів релігійних установ.

Список використаних джерел

1. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : підручник / Ф. Ф. Шандор, М. П. Кляп. – Київ : Знання, 2013. – 334 с.
2. Панченко С. Релігійний туризм в Україні: стан, потенціал, перспективи : монографія / С. Панченко. – Київ : Автограф, 2019. – 163 с.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Термін «культурний туризм» об'єднує дві тісно пов'язані та доповнюючі соціальні сфери: культуру та туризм.

Метою культурного туризму є ознайомлення та популяризація серед населення важливих історико-архітектурних, мистецьких пам'яток і географічних місць, що становлять культурну спадщину жителів регіону чи країни, а також етнічних особливостей життя людей. Сьогодні культурний туризм розвивається в трьох напрямках:

1) знання культури та культурної спадщини (культурно-пізнавальна та виховна функція);

2) охорона та відродження культури (функція охорони та збереження культури);

3) діалог культур (комунікаційна функція) [1; 34].

До видів пізнавального туризму відносяться:

– міський туризм (ознайомлення з містом як об'єктом туризму);

– етнографічний туризм (пізнання культури, традицій, народних промислів, побуту населення певної місцевості);

– історичний туризм (пізнання місць історичних подій на даній території, особистостей, пов'язаних з певними історичними подіями або які відіграли важливу роль в історії даного регіону) [24].

На нашу думку, культурно-пізнавальний туризм слід розглядати як вид подорожі з метою отримання нових знань у сфері культури, історії, релігії, традицій, особливостей способу життя та побуту та відвідування об'єктів культурної спадщини регіону чи країни, яку відвідується. Сьогодні набуває популярності креативний туризм, як сучасний тренд культурно-пізнавального туризму, який окрім відвідування туристичних об'єктів також передбачає спостереження, занурення в історію, ознайомлення з культурними та мистецькими традиціями.

Сприятливі природно-кліматичні умови, географічне положення Черкаської області, багатий культурно-історичний спектр

туристичної атрактивності, наявна архітектурно-красна спадщина, унікальність трипільської культури, літературно-мистецькі надбання є чудовим фундаментом для розвитку культурно-пізнавального туризму в регіоні. Культурно-пізнавальні регіону зосереджені в природних зонах, які дозволяють різноманітні форми активного відпочинку в природних ландшафтах.

Розвиток туристично-рекреаційної галузі в області в передвоєнні роки характеризувався позитивною та стабільною динамікою, тобто туристично-рекреаційна галузь відіграла значну роль у соціально-економічному розвитку регіону.

В умовах повоєнного відновлення економіки України залученню туристів в область сприятиме розвиток туристичної, торговельно-побутової та транспортної інфраструктури, покращення сервісу для вимогливих іноземних мандрівників, а також державно-приватне партнерство у сфері туризму. Це забезпечить не тільки розвиток туристичної галузі в області, але й сприятиме формуванню фінансових ресурсів для збереження, реставрації та популяризації культурно-історичних пам'яток та об'єктів.

З метою привернення уваги відвідувачів до культурно-історичних цінностей Черкаської, доцільно продовжувати розробляти нові тури з урахуванням потреб і побажань шанувальників культурно-пізнавального туризму з урахуванням креативного аспекту. Для їх промоції доцільно здійснювати організацію та проведення ознайомлювальних турів для представників туристичних фірм, засобів масової інформації.

Список використаних джерел

1. Алдошина М. В. Крос-культурні комунікації в галузі туризму в умовах глобалізації / М. В. Алдошина, Г. М. Брусільцева // Бізнес Інформ. – 2014. – № 3. – С. 197–202.
2. Кулиняк І. Я. Європейський досвід популяризації історичної спадщини та культурного туризму : навч. посіб. / І. Я. Кулиняк, О. І. Карий, Л. М. Прокопишин-Рашкевич, С. В. Огінок. – Львів : Растр-7, 2023. – 254 с.
3. Дутчак С. В., Деякі аспекти виділення сегментів спеціалізованого туризму та їх стан на території Чернівецької області / С. В. Дутчак, М. В. Дутчак // Туристсько-красна дослідження. – 1999. – Вип. 2. – С. 123–136.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНСЕНТИВ-ТУРІВ

Інсенітв-туризм є глобальним і мультикультурним інструментом управління, грамотне використання якого допомагає підвищити ефективність функціонування підприємства. Інсенітв-туризм успішно використовується багатьма компаніями для формування згуртованого колективу, підвищення мотивації співробітників, і відповідно, підвищення продуктивності та якості роботи. Програми інсенітв-туризму створюються згідно вимог організації і найчастіше передбачають високоякісне обслуговування за системою «все включено». Організацією інсенітв-турів займаються спеціалізовані компанії, що з'явилися на ринку з ростом популярності даного виду туризму. Інсенітв-тур має структурований і ексклюзивний характер, розробляється індивідуально під конкретного корпоративного замовника [11].

Мотив замовлення інсенітв-туру – стимулювання продуктивності праці співробітників, збільшення обсягів продаж за допомогою туристських подорожей. Звичайно, стимулом може виступати і грошова премія, але як показує практика не грошовий стимул – подарунок, медична страховка і, особливо, туристська поїздка є набагато більш сильним мотиватором до кращої роботи. Таке заохочення праці добре зарекомендувало себе й особливо практикується в страхових, банківських компаніях, у торговельних підприємствах із широкою дилерською мережею.

Як правило, практикують два види інсенітв турів:

- індивідуальні тури – найчастіше ними нагороджують співробітників компанії, хоча деякі дарують путівки і своїм партнерам;

- виїзні семінари, конференції, дилерські школи тощо – даний формат використовується для навчання партнерів, просування нових продуктів, спілкування і об'єднання партнерів навколо компанії-організатора туру.

Розглянемо особливості побудови програм інсенітв-турів. Основні специфічні вимоги для інсенітв-турів об'єднують в наступні групи: унікальність, фантазія й екзотика, винятковість оригінальність.

Також особливість організації інсенітв-турів полягає в тім, що їхніми замовниками виступають не окремі туристи, а великі корпоративні клієнти. На відміну від масових інсенітв-тури роз-

робляються винятково індивідуально під конкретного замовника і, як правило, припускають комфортне розміщення й обслуговування на маршруті. В усім світі існують особливі оператори, що спеціалізуються на цьому виді туризму.

При виборі місцевості організатори інсентив-турів повинні звернути особливу увагу на наступні критерії:

- розміщення з високими стандартами обслуговування і пропозицією розважальних послуг;
- якісне обслуговування в ресторанах;
- наявність конференц-залів для проведення зустрічей;
- ексклюзивний імідж;
- транспортна доступність, що має на увазі можливість прибуття в місце призначення різними транспортними засобами;
- визначні пам'ятки повинні бути різними в міру можливості, тому що бачення і відчуття чогось нового і різного є важливими елементами інсентив-турів.

Програми можуть бути різної тривалості: від місяця до півроку і року, і завжди припускають регулярне підведення проміжних підсумків, заохочення переможців етапів невеликими подарунками. Середня тривалість європейських інсентив-турів складає 3–7 діб. Як правило, програма припускає повний пансіон, транспортне обслуговування і включає привітальний коктейль, широку екскурсійну програму і прощальну гала-вечерю. Нерідко в програму туру включаються заходи, спрямовані на професійний інтерес членів групи – семінари, зустрічі з колегами, відвідування підприємств, спеціалізованих виставок і ін. [1].

Отже, інсентив-туризм є сучасним інструментом управління персоналом, грамотне використання якого допомагає підвищити ефективність бізнесу.

Список використаних джерел

1. Гамкало М. З. Розвиток інсентив-туризму в західному регіоні України / М. З. Гамкало, Ю. О. Масюк // Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації : тези доп. VIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Київ, 8–9 квіт., 2021 р. / М-во освіти і науки України ; Інститут модернізації змісту освіти; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв ; Київ. ун-т культури ; Ф-т готельно-ресторанного і турист. бізнесу. – Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2021. – С. 133–136.
2. Андренко І. Б. Діловий туризм : навч. посіб. / І. Б. Андренко; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ, 2014. – 165 с.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АКТИВНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

У сучасних умовах активний туризм є одним з найдоступніших і масових форм відпочинку, пізнання та вивчення навколишнього світу. Він передбачає подолання маршруту активним способом, тобто без використання транспортних засобів, покладаючись на свої власні сили. Найпоширенішими видами активного туризму в Україні є: пішохідний, водний, велосипедний спелео- та гірськолижний туризм. Розвиток нових напрямів активного туризму – екстремального, пригодницького, вітрильних та інших подорожей, проведення комбінованих за видами туризму та подорожей з використання наявних природно-рекреаційних, історико-культурних та кадрових ресурсів країни створює умови для залучення до активних занять туризмом населення України.

Цей вид туризму полягає в оздоровленні, відновленні сил, поліпшенні медико-фізіологічних даних за допомогою зміни форм діяльності, дозованого руху, раціонального харчування, нервового розвантаження, підвищення адаптації до незвичних умов; вдосконаленні загальної і спеціальної фізичної підготовки, виробленні витривалості, спритності, сили, рівноваги; наданні практичних навичок у долатті перешкод, оволодінні технікою пересування пішки, на лижах, їзди на велосипеді, греблі; психічному вдосконаленні та емоційному збагаченні внутрішнього світу людини, вихованні рішучості, сміливості, впевненості в собі, відповідальності; розширенні краєзнавчого кругозору [1].

Туристичні регіони України мають високий потенціал для розвитку активного туризму. Так, наприклад, більш ніж двадцять річок у різних регіонах використовуються для рафтингу, а також сплавів на катамаранах, рафтах, байдарках і каяках. Ріки з порогами 2–3 категорії знаходяться у Карпатському регіоні, що дозволяє долучатися до відпочинку як сім'ями так і професіоналам.

Гірськолижний туризм, мабуть, найбільш розвинений зі всіх видів екстремального туризму в Україні. У нас є досить високого рівня гірськолижні курорти, хоча вони поступаються своїм

аналогам, для прикладу, в європейських країнах, наші туристи з середнім доходом із задоволенням відвідують українські курорти. Перспективними районами для розвитку активного туризму є Українські Карпати і Передкарпаття. Місцями розвитку даного туризму, можна вважати національний природний парк Гцульщина, а також Карпатський біосферний заповідник [2].

Протягом останніх років спостерігаються позитивні тенденції щодо розвитку активного туризму, з'являються спеціалізовані туроператори, що пропонують активний відпочинок, відкриваються нові об'єкти активного відпочинку. Попит на активні види туризму в Івано-Франківській області з кожним роком зростає, однак, доцільним буде урізноманітнення туристичних послуг і їхньої промоції для заохочення більшої кількості туристів [3].

Загалом, розвиток активного туризму в Івано-Франківській області сприяє працевлаштуванню населення, розвитку ринкових відносин, міжнародному співробітництву, збереженню екологічної рівноваги, покращує інвестиційне середовище та стає джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів.

Список використаних джерел

1. Мальська М. П. Активний туризм: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, М. З. Гамкало, П. В. Романів. – Київ : Видавець ФОП Піча Ю.В., 2022. – 252 с.
2. Лівак П. Є. Активний відпочинок: види і різновиди активного туризму, їх сутність / П. Є. Лівак, Ю. В. Полухін, А. В. Стешиц // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. – 2022. – Вип. 7 (152). – С. 79–83.
3. Колотуха О. В. Теоретико-методичні засади активного туризму / О. В. Колотуха // Науковий вісник Льотної академії. Серія: Педагогічні науки. – 2018. – Вип. 4. – С. 104–108.

СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ПОНЯТТЯ «ФЕСТИВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ»

Термін «фестивальний туризм» тісно пов'язаний із поняттям «фестиваль». У найбільш загальному розумінні фестиваль (фр. festival – свято, лат. festivus – святковий, веселий) – масове святкове дійство, що включає огляд чи демонстрацію досягнень у певних видах мистецтва (музика, театр, кіно, естрада) [1]. Тобто всюди, де відбувається фестиваль є незвичайні локації і там стається спеціальна подія.

На думку окремих науковців, фестивальний туризм може розглядатися як різновид культурного, подієвого чи культурно-пізнавального туризму [2; 3].

Так, О. Бейдик виокремлює фестивально-видовищий і спортивно-видовищний підвиди культурно-розважального туризму [4]. І. Школа виділяє пізнавальні тури, метою яких є відвідування святкових заходів, концертів, виставок. М. Крачило виділяє культурно-розважальний туризм, до складу якого входять розважальні подорожі з метою відвідання фестивалів і спортивних змагань [5]. Однак, на думку П. Доана, найпоширенішим видом подієвого туризму за тематикою є саме фестивалі [3].

Обґрунтування виділення фестивального туризму в окрему систему із властивою їй класифікацією фестивальних турів було здійснено у дослідженнях Ю. Грицку-Андрієш та Ж. Бучко. Фестивальний туризм, на думку авторів, є окремим самостійним видом туризму і визначається як організація короткотривалих пізнавальних подорожей терміном на п'ять-сім днів для відвідування певних подій (від концертів сучасної західної музики до релігійних святкувань, від етнічних карнавалів до парадів сучасних субкультур) із періодичністю один раз на рік [2].

Як зазначає Г. Бернадська, фестивальний туризм – бюджетний вид відпочинку, основна мета якого полягає у культурно-емоційному збагаченні учасників [6], адже основними споживачами продукції фестивального туризму є особи вікової категорії 18–25 років, які віддають перевагу недорогому виду відпочинку в режимі відпочинку вихідного дня з метою змістовного та цікавого проведення вільного часу [7].

Однією з перших вітчизняних класифікацій фестивального туризму є класифікація, яку запропонували Ю. Грицку-Андрієш та Ж. Бучко. Серед основних типів фестивального туризму автори виділяють фестивалі: етнічні, релігійні, музичні, сучасних субкультур, гастрономічні, спортивні [2].

За класифікацією А. Молодецького та А. Пташнік виділяється 12 типів фестивального туризму, серед яких, окрім етнічних, релігійних, музичних, гастрономічних, спортивних та фестивалів сучасних субкультур, було запропоновано виокремлювати фестивалі кіно та театру, військові та історичні фестивалі, модні покази, виставки квітів тощо [8].

Фестивальний туризм можна розглядати як форму соціо-економічної діяльності, яка є одним з удалих прикладів поєднання економіки, технологій, культури, творчого потенціалу, традицій [7].

Фестивальний туризм є перспективним видом туристичної галузі з невичерпним ресурсним потенціалом, що сприяє соціально-економічному розвитку регіону, популяризації потенційних туристичних ресурсів серед населення. Урахування і відповідне розроблення системи заходів щодо розвитку фестивального туризму із забезпеченням відповідного фінансування мистецько-фестивальних проєктів, належного рівня організації, програми заходів для популяризації фестивального руху, правильної рекламної та соціальної політики значно сприятимуть розвитку туристичної галузі та економіки України загалом [9].

Отже, фестивальний туризм – це різновид туризму, основна мета якого присвячена якій-небудь події, а роль полягає у підвищенні туристичної привабливості території.

Список використаних джерел

1. Медвідь Л. Фестивальний туризм Закарпаття: сучасний стан та перспективи розвитку / Л. Медвідь // Науковий вісник Чернівецького університету. – 2011. – Вип. 614-615. Географія. – С. 86–89.
2. Грицку-Андрієш Ю. П. Фестивальний туризм в системі рекреаційно-туристської діяльності / Ю. П. Грицку-Андрієш, Ж. І. Бучко // Науковий вісник Чернівецького університету. – 2010. – Вип. 519–520. – С. 56–60.
3. Доан П. В. Світові перспективи фестивального туризму України [Електронний ресурс] / П. В. Доан. – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis (дата звернення: 04.01.2024).
4. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України : монографія / О. О. Бейдик. – Київ : Альтерпрес, 2002. – 320 с.

5. Дутчак О. І. Окремі аспекти розвитку етнофестивального туризму Карпатського регіону України (на прикладі Львівської області) [Електронний ресурс] / О. І. Дутчак. – Режим доступу: <http://int-konf.org/konf092014/874-kandidat-storichnih-nauk-dutchako-okrem-aspekti-rozvitku-etnofestivalnogo-turizmutkarpatського-regonu-ukrayini-na-priklad-lvvskoyi-oblast.html> (дата звернення: 05.01.2024).
6. Бернадська Г. О. Тенденції розвитку фестивального туризму на території Рівненської області / Г. О. Бернадська // Науковий вісник Херсонського державного університету. Географічні науки. – 2018. № 9. – С. 219–226.
7. Проскуріна М. О. Культурологічні та економічні аспекти фестивального руху Угорщини та України [Електронний ресурс] / М. О. Проскуріна. – Режим доступу: http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/proskurina_maria_o._cultural_and_economic_aspects_of_the_festival_movement_in_hungary_and_ukraine_maria.pdf (дата звернення: 05.01.2024).
8. Молодецький А. Значення фестивального туризму у розвитку міст та регіонів / А. Молодецький, А. Пташник // Історія української географії. – 2012. – Вип. 26. – С. 113–118.
9. Феленчак Ю. Б. Розвиток фестивального туризму як напрям реалізації соціальної доктрини туризму в Україні / Ю. Б. Феленчак // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2019. – № 3 (108). – С. 193–197.

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОЇ МІСЦЕВОСТІ

Сільський зелений туризм є одним із пріоритетних напрямів відродження сільських територій України та забезпечення їх сталого розвитку, оскільки його становлення та функціонування сприяють системному вирішенню соціальних, економічних та екологічних проблем.

Розвиток сільського зеленого туризму в контексті сучасних пріоритетів розвитку сільських територій України має важливе соціально-економічне значення:

- стимулювання розвитку селянських господарств;
- активізація розвитку місцевої інфраструктури;
- сприяння збуту надлишків сільськогосподарської продукції, збільшення додаткових прибутків селян і відрахувань до місцевих бюджетів;
- активізація місцевого ринку праці, підвищення зайнятості;
- збереження етнокультурної самобутності українців і усіх громад етнічних меншин;
- створення можливостей для повноцінного змістовного відпочинку незаможної верстви людей;
- позитивний вплив на підвищення культурного рівня й екологічної свідомості мешканців села [1].

На сьогодні цей вид туристичної діяльності функціонує винятково за рахунок особистої ініціативи сільського населення, виступаючи одним із засобів подолання бідності в сільській місцевості. З метою активізації підприємництва у сфері сільського зеленого туризму необхідна тісна співпраця сільського населення, громадських організацій, органів державної влади та місцевого самоврядування.

Визначальними факторами розвитку сільського зеленого туризму в Україні є: вигідне географічне положення; наявність різноманітних ландшафтів; сприятливі кліматичні умови; потужний природно-рекреаційний, культурно-історичний потенціал; значний наявний потенціал земельних та трудових ресурсів. Слід зазначити, що сільські території нашої держави мають

багату культурно-історичну, етнографічну спадщину, значний природно-заповідний фонд, продовольчі ресурси.

Проблеми розвитку підприємництва у сфері сільського зеленого туризму в Україні можна сформувати у наступні блоки:

– інституційний (відсутність нормативно-законодавчої бази, що регулює туристичну галузь; відсутність механізму раціонального та екологічно збалансованого використання природного та історико-культурного потенціалу для потреб сільського туризму);

– організаційний (недостатній рівень рекламно-інформаційного забезпечення; незнання власниками агроосель іноземних мов; нерозвинена система просування турпродуктів на внутрішньому і зовнішньому туристичних ринках);

– фінансовий (недостатній рівень державної підтримки; незначний обсяг інвестицій в туристичну галузь);

– економічний (економічна нестабільність; відсутність досвіду підприємницької діяльності у сфері сільського зеленого туризму; відсутність кредитного та тарифного регулювання);

– соціальний (недостатній рівень кадрового забезпечення; низький рівень розвитку туристичної інфраструктури в сільській місцевості);

– політичний (політична нестабільність) [2].

Таким чином, туристична сфера відіграє надзвичайно важливу роль на селі та розглядається як невід’ємна складова комплексного соціально-економічного розвитку сільської місцевості, виступаючи одним із перспективних напрямів структурної перебудови сільської економіки.

Список використаних джерел

1. Калмикова І. С. Сільський туризм в стратегічному плануванні сталого розвитку сільських територій / І. С. Калмикова // Економіка харчової промисловості. – 2021. – Вип. 2. – Т. 13. – С. 112–122.
2. Жибак М. М. Сільський зелений туризм як інноваційна форма підприємництва / М. М. Жибак, Г. М. Христенко // Агросвіт. – 2021. – № 3. – С. 3–8.

НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Туристично-рекреаційний потенціал як сукупність туристсько-рекреаційних ресурсів, їх територіальних поєднань і умов, що сприяють задоволенню потреб населення в туристично-рекреаційній діяльності [1].

Для класифікації туристично-рекреаційного потенціалу можна використовувати такі підходи: сутнісний (за об'єктивною сутністю ресурсів); експлуатаційний (за характером використання в туризмі); атрактивний (за ступенем і формою залучення до туристичної діяльності); ціннісний (унікальність ресурсів); функціональний (унікальність туристичних умов і ресурсів у поєднанні з комплексністю використання); еколого-економічний (за споживчою цінністю ресурсу) [2].

Дослідники наголошують, що концентрація туристично-рекреаційних ресурсів неоднорідна за територіями. Існують території з потенційними туристично-рекреаційними можливостями, але які не є туристично привабливими через відсутність або неефективність використання первинних ресурсів за наявності додаткових ресурсів. У сучасних умовах все більшого значення набуває створення та організація подієвих туристичних ресурсів для заходів, значення яких зростає [3].

Чинники впливу на формування та використання туристично-рекреаційного потенціалу регіонів є індикаторами рівня формування конкурентоспроможного туристичного продукту, тенденцій на ринку туристичних послуг, територіальної організації та регіонального розвитку туризму.

Кіровоградська область має туристично-рекреаційні ресурси, які представлені комплексом природних, архітектурно-історичних, мистецьких, літературних пам'яток, що дає змогу задовольнити пізнавальні інтереси туристів, сприяти підвищенню підприємницької активності, збільшенню надходжень до бюджету, створенню робочих місць та покращенню інвестиційної привабливості регіону.

Основними напрямками використання туристично-рекреаційного потенціалу Кіровоградської області є:

- промоція туристичного потенціалу області;
- розвиток наявних, популяризація нових видів туризму з формуванням та просування відповідних туристичних продуктів;
- розвиток інфраструктури для туризму;
- поліпшення якості послуг, кадрового забезпечення та комунікацій в туризмі регіону.

Оскільки Кіровоградська область є аграрною, наявний відповідний природний та історико-культурний потенціал та мережа садиб для відпочинку на селі, вважаємо що в регіоні є всі передумови для розвитку сільського зеленого туризму. Одним і засобів ефективного використання туристично-рекреаційного потенціалу за даним напрямом є організація сільських зелених турів із проживанням і харчуванням туристів у сільських або фермерських господарствах; ознайомленням з традиціями, побутом і ремеслами, дегустаціями крафтових продуктів, участь у сільськогосподарських роботах (наприклад, збирання овочів та фруктів).

Список використаних джерел

1. Шабаліна Н. В. Еволюція уявлень про туристично-рекреаційний потенціал як основу формування і розвитку туристично-рекреаційних систем / Н. В. Шабаліна, В. С. Власов // Туризм і рекреація: фундаментальні та прикладні дослідження : зб. пр. міжн. наук. конф. – Харків, 2008. – 399 с.
2. Симочко Г. В. Поняттєво-термінологічний апарат та підходи до класифікації туристично-рекреаційних ресурсів / Г. В. Симочко // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія «Географія». – 2012. – № 2. – С. 78–84.
3. Огієнко А. В. Регіональний туристично-рекреаційний потенціал: теоретичні аспекти / А. В. Огієнко, М. М. Огієнко, О. В. Яковунік // Причорноморські економічні студії. – 2020. – Вип. 50-1. – С. 80–85.

*Д. В. Потапенко, студентка гр. Тб-51;
А. Ю. Каган, студентка гр. Тб-41;
Д. В. Чучко, студент гр. Тб-41
Науковий керівник – М. М. Логвин,
канд. геогр. наук, доцент
ПУЕТ*

МИСЛИВСЬКО-РИБАЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК ЕЛЕМЕНТ СПОРТИВНОГО ТА ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

Згідно з чинним законодавством вітчизняне мисливське господарство як галузь розуміється як сфера суспільного виробництва, основними завданнями якої є охорона, регулювання чисельності диких тварин, використання та відтворення мисливських тварин, надання послуг мисливцям щодо здійснення полювання, розвиток мисливського собаківництва [2].

Теоретично мисливські господарства можуть займатися й іншими промислами, пов'язаними із заготівлею грибів, ягід, лікарських трав, лози, кори, кленового та березового соку. Але низькі ціни та попит на такі види продукції, а також необхідність отримання спеціальних дозволів на їх заготівлю не дають можливості господарствам за рахунок цього значно збільшити фінансові надходження [1].

Мисливський туризм – різновид туризму, метою якого є пошук, вистежування, переслідування та здобич деяких видів диких тварин.

Мисливсько-рибальський туризм сьогодні є дуже важливим і перспективним видом рекреаційно-туристичної діяльності. З початку 90-х років ХХ століття в Україні існує міжнародний мисливський туризм, який сьогодні пропонує потужні мисливські програми. Більшість мисливських господарств великі, розміром від 5 до 100 тис. гектарів.

У залежності від цілей ведення полювання умовно розрізняють промислове, спортивно-аматорське і наукове полювання. Промислове полювання має на меті здобич тварин для одержання хутра, м'яса й іншої продукції для нестатків населення і промисловості, а також для експорту. Цим полюванням добувають коштовних хутрових і копитних звірів (крім тимчасово чи постійно заборонених), лісову і водоплавну дичину.

Спортивно-аматорське полювання поряд з основною метою – здобиччю дичини (частина якої стає товарною продукцією)

розвивають фізичну підготовку і спеціальні навички в спортсменів; на її основі розвивається мисливський туризм. Об'єктами спортивного полювання є лісова, степова, водоплавна і болотна дичина, заєць, лисиця, вовк, копитні звірі.

Спортивне рибальство – вид любительського рибальства з установленням певних вимог за умовами проведення спортивних змагань або кваліфікаційних нормативів. Рибальський спорт, або спортивне рибальство – ловля риби спортивними снастями (вудками, спінінгами), вид активного відпочинку, що практикується, як спорт або хобі. Спортивні рибалки мають об'єднання та клуби, які проводять регулярні змагання.

Спортивне рибальство є екологічно виправленою похідною рибальства, як виду розваги. Філософія цього виду спорту полягає в популяризації принципу «спіймав-відпустив».

Таким чином, мисливське і рибне господарство України має всі необхідні умови для успішного розвитку: природні, географічні, кліматичні, нормативно-правові та економічні. Водночас функціонування мисливсько-рибальського туризму відбувається під дією багатьох негативних факторів, серед яких: нестабільність економічного середовища (до воєнного стану), бойові дії на території нашої країни, високий рівень браконьєрства, недосконалість нормативно-правової бази та механізмів державного управління, скорочення площі мисливських угідь, недостатня кількість спеціалістів.

Список використаних джерел

1. Музика В. Оцінювання сучасного стану розвитку мисливського господарства України / В. Музика, О. Гонта // Галицький економічний вісник. – 2020. – № 6 (67). – С. 18–31.
2. Про мисливське господарство та полювання [Електронний ресурс] : Закон України від 22.02.2000 № 1478-III. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1478-14>.

*К. С. Потапова, студентка гр. Тб-41;
Я. Р. Скрипаль, студентка гр. Тб-41
Науковий керівник – М. М. Логвин,
канд. геогр. наук, доцент
ПУЕТ*

СУЧАСНІ ТРЕНДИ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ

Кількість відвідувачів сакральних і релігійних об'єктів як у світі, так і в Україні помітно зростає за останні десятиліття. Існує реальна потреба з підготовки і реалізації сучасної сакрально-туристичної продукції: вражаючий картографічний матеріал, буклети, книг, сувеніри, відеоматеріали і т. п. Для цього необхідні ґрунтовні дослідження для збору первинної інформації про сакральні і релігійні об'єкти, святі місця.

Головною умовою реалізації релігійного туризму чи паломництва є наявність у туристів чи паломників вільного часу. У релігійному туризмі першочерговими потребами є духовні (необхідність відвідування сакральних чи релігійних об'єктів для отримання Божої благодаті) та культурно-пізнавальні (ознайомлення із культурно-мистецькими, архітектурними та сакральними цінностями) [1].

З давніх часів у суспільстві існували подорожі заради запопадливості та релігійної відданості. Таким чином, релігійний туризм починається з того моменту, як люди розпочинають подорож з питання змісту віри [2].

Воно починається з релігійного прояву – паломництва, де паломника вважають туристом з релігійною мотивацією. У широкому значенні релігійний туризм – це будь-яка поїздка, мотивована виключно чи частково релігійними причинами. Проте релігійні питання не єдині, які хвилюють відвідувачів релігійних об'єктів чи заходів, і їх мотивація складається з релігійних, культурних, традиційних, духовних та ландшафтних моделей, які часто взаємодіють у намірі та рішенні вирушити у подорож. Це означає, що за останні десятиліття традиційні місця паломництва також стали туристичними об'єктами багатофункціонального характеру, які вітають тих, хто керується релігійними переконаннями та тих, хто цікавиться їхньою історичною спадщиною чи архітектурною, культурною чи художньою цінністю. Загальновизнано, що туристська мотивація багатогранна. Незважаючи на світову тенденцію до секуляризації, останніми

роками відбулося повторне відкриття місць та маршрутів релігійного характеру.

За оцінками, від 300 до 330 мільйонів людей щорічно подорожують з релігійних причин, що приносить економічний ефект у розмірі близько 18 мільярдів доларів (ЮНВТО), що є чудовою нагодою для розвитку багатьох напрямків. Будучи зростаючим явищем і завдяки динаміці, яку він породжує у співтовариствах, релігійний туризм викликав інтерес серед вчених і бізнесменів. Для перших інтерес полягає у вивченні мотивів, інтересів та духовних чи культурних потреб, які, мабуть, викликають релігійні центри, у той час як для інших – це відкриває можливості для отримання додаткового доходу та збільшення зайнятості [3].

Основною метою теперішніх туристичних подорожей все ще залишається відпочинок. хоч під час пандемії 2020 та 2021 рр. частка туристичних поїздок дещо знизилася з 57 % у 2019 р. до 53 % у 2021 р. Поїздки заради відвідування друзів і родичів (VFR), або для оздоровлення або з релігійною метою збільшилися з 27 % у 2019 році до 34 % у 2021 р.

Ринок релігійного туризму оцінювався в 181,6 мільярда доларів США в 2023 році та, як очікується, досягне 321,6 мільярда доларів США в 2031 році, що відповідає середньорічному зростанню на 8,4 % між 2024 і 2031 роками.

Оскільки все більше туристів прагнуть духовного збагачення та культурних зустрічей, ринок релігійного туризму розширюється швидкими темпами. Щороку мільйони людей беруть участь у релігійних святах, паломництвах до святих місць і культурних заходах, сприяючи зростанню цієї ніші ринку. Крім того, завдяки розвинутій транспортній інфраструктурі та зручності подорожей за кордон паломники з усього світу мають легший доступ до релігійних місць. Релігійний туризм пропонує унікальний досвід у поєднанні з прагненням мандрівників до душевних подорожей, щоб створити ринок, готовий до сталого зростання в найближчі роки. Ринок релігійних подорожей розширюється завдяки кільком важливим факторам. По-перше, попит на паломництва та релігійні подорожі зумовлений зростаючим глобальним інтересом до духовності та культурної спадщини. По-друге, державні програми та рекламні кампанії, які висвітлюють релігійні місця та свята, приваблюють туристів і збільшують кількість відвідувачів. По-третє, кращі транспортні та інфраструктурні мережі полегшують відвідування віддалених

святих місць, спрощуючи паломництва. І останнє, але не менш важливе, попит на релігійний туризм збільшується завдяки зростанню тенденції емпіричних подорожей, коли туристи прагнуть справжніх і значущих вражень. Релігійний туризм пропонує можливості для самоаналізу, особистого розвитку та взаємодії з різними культурами та традиціями.

Рушіями та мотивацією релігійного туризму у світі є [3]:

1. Тенденції духовного пробудження: зростаючий глобальний інтерес до духовності та особистісного зростання збільшує попит на досвід релігійного туризму, який надає можливості для роздумів, просвітлення та культурного занурення.

2. Сприяння уряду: урядові ініціативи та рекламні кампанії з популяризації релігійних місць і фестивалів залучають туристів, сприяють економічному зростанню та підтримують сектор релігійного туризму.

3. Краща доступність. Розвиток транспортної інфраструктури та зв'язку зробив віддалені релігійні місця більш доступними для паломників і туристів, сприяючи паломництву та збільшуючи кількість відвідувачів.

4. Залучення територіальної громади: активна участь громади та її підтримка в організації релігійних заходів і фестивалів створює автентичний та привабливий досвід, приваблює відвідувачів і сприяє зростанню локацій релігійного туризму.

Екскурсійні тури релігійної тематики є достатньо популярними серед туристів і паломників, які цікавляться культурою та історією різних релігій. Релігійні тури можуть стати цікавим досвідом для віруючих і невіруючих, які хочуть більше дізнатися про релігійну культуру і традиції різних народів і країн.

Список використаних джерел

1. Божук Т. І. Застосування інформаційних технологій в релігійному туризмі / Т. І. Божук // Актуальні проблеми економіки. –2017. – № 1. – С. 326–333.
2. Логвин М. М. Духовно-релігійні аспекти розвитку туризму у секуляризованому суспільстві / М. М. Логвин // Туристичний бізнес та екзистенційний пошук особистості : матер. міжнар. наук.-практ. конф. 3–4 квітня 2019 р. / під ред. Аніщенко А. П., Яріко М. О. – Харків : ХДАК, 2019. – С. 35–38.
3. Religious Tourism Market Size and Projectionsю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.marketresearchintellect.com/product/global-religious-tourism-market-size-and-forecast/>.

*В. І. Прокопенко, студентка гр. Тб-41
Науковий керівник – Ю. В. Карпенко,
канд. екон. наук, доцент
ПУЕТ*

ПЕРСПЕКТИВИ ПІСЛЯВОЄННОГО РОЗВИТКУ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМУ У ЖИТОМИРСЬКІЙ ОБЛАСТІ

«Музейний туризм являє собою специфічний різновид туризму, особливості якого полягають у використанні туристського потенціалу музеїв і територій, які до них прилягають в освітніх, навчальних, інформаційних, виховних, розважальних, популяризаційних (пропагандистських), оздоровчих, екологічних цілях. Співпраця музеїв і туризму ґрунтується переважно на формуванні складної системи історико-культурних, суспільно-цивілізаційних, господарсько-економічних, техніко-технологічних, креативно-творчих, природно-екологічних зв'язків між виокремленими елементами певних територіально-суспільних формацій. Розвиток цих систем забезпечується акумульованою в музеях природною і цивілізаційною спадщиною, що виступає як фактор туристичного розвитку окремих регіонів» [20].

«Музейний туризм можна визначити як певну геопросторову систему, оскільки він пов'язаний з відвідуванням туристами музеїв та інших культурних об'єктів, розташованих у конкретних географічних місцях. Музеї та інші культурні об'єкти є туристичними ресурсами, які можуть бути використані для залучення туристів до певного регіону чи території. У цьому випадку музеї стають елементом туристичного продукту, а їхня відвідуваність може визначати економічний розвиток певної території. Таким чином, музейний туризм можна розглядати як складову частину туристичного простору, де туристичні ресурси, зокрема музеї, становлять основну привабливість для туристів».

Житомирщина унікальна територія з своїм історико-культурним, та природнім потенціалом та потужною музейною інфраструктурою, що формує конкурентні переваги, які розкривають можливість території у формуванні та розвитку музейного туризму. Проведене дослідження засвідчило, що пріоритетними туристичними напрямками Житомирської області є фестивальний, медичний, культурний, релігійний, спортивний, автентичний та місе-туризм, а сільській (зелений) та музейний види

туризму, які при ефективній організації можуть зайняти гідне місце у туристичній пропозиції регіону.

Музеї як туристичний ресурс, об'єкти краєзнавчо-туристичної діяльності, культурно-просвітницькі проєкти сприяють залученню відвідувачів до дестинації, зростанню грошових надходжень у бюджет та позитивно відображається на розвитку конкурентоспроможності регіону загалом. Їх відвідування туристами створює позитивний імідж громади та дозволяє диверсифікувати місцевий туристичний продукт. Огляд найбільш популярних музейних об'єктів Житомирщини засвідчив, що область має туристичні ресурси, достатні для залучення потенційних музейних туристів. В регіоні можуть бути реалізовані наступні напрямки музейного туризму: історичний, військовий, науково-технічний, культурно-пізнавальний та літературний.

Розвиток управління індустрією музейного туризму у Житомирській області потребує підтримки щодо узгодження розвитку цієї сфери усєї України. Позитивних зрушень можна досягти завдяки ефективному використанню музейної інфраструктури, державно-приватного партнерства у сфері популяризації туристичного потенціалу регіону. Організація співпраці музеїв із туристичними фірмами має ґрунтуватися на рівноправному партнерстві, спільній меті розвитку напрямів діяльності та видів послуг, які музеї можуть розвивати для туристів, базуючись на знаннях про потреби і бажання цієї категорії відвідувачів музеїв для успішного розвитку культурно-пізнавального туризму. Сприяючись розвитку музейного туристичного продукту та ефективній реалізації державної та регіональної політики в галузі туризму в умовах повоєнного відновлення економіки України.

Список використаних джерел

1. Любіцева О. О. Музейний туризм : навч. посіб. / О. О. Любіцева, Т. І. Шпарага. – Київ, 2021. – 150 с.
2. Сайчук В. С. Проблеми визначення об'єкта музейного туризмуознавства [Електронний ресурс] / В. С. Сайчук, І. М. Дудник, В. Ю. Пестушко // Економіка та суспільство. – 2023. – Вип. 50. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2349> (дата звернення: 05.01.2024).

*О. В. Радзімовська, здобувачка
Науковий керівник – М. З. Паска, д-р вет. наук, професор
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського, м. Львів*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ТУРИЗМУ ЛЬВІВЩИНИ

Інфраструктура гастротуризму в Україні потребує розширення, тобто необхідно збільшувати кількість національних кафе та ресторанів, доречно створення гастрономічних музеїв та дегустаційних залів, які б були зосереджені не тільки на певних територіях України, але і у будь-якому містечку, селі нашої держави. Такі фундаментальні кроки у розвитку гастрономічного туризму можливі завдяки підтримці зі сторони держави, створенні сприятливого інвестиційного клімату та залученні іноземних інвесторів. Разом з розвитком туристичної інфраструктури гастрономічного туризму потрібно підтримувати національні звичаї та традиції кожного регіону в країні. Завдяки сталому розвитку такого виду туризму, ми можемо стверджувати про подальше життя української культури. Гастрономічний туризм є важливою складовою сталого розвитку туристичної сфери України, що здатен генерувати істотні економічні і соціальні блага для учасників туристичного ринку [1].

Львівщина має значний потенціал для розвитку туристичної сфери. Ресторанний брендинг сприятливо впливає на широке залучення споживачів та має тенденції до динамічного розвитку. Дослідження автентичних рецептур страв із використанням локальних продуктів, широке впровадження їх у меню закладів ресторанного господарства, а також розширення асортименту даної продукції за рахунок упровадження сучасних інновацій є перспективою подальших досліджень [2].

Аналізуючи літературні джерела, можна побачити, як традиційні ресторани відіграють важливу роль у створенні та поширенні гастрономічної пропозиції регіону, проте наявні у літературі дані не дають відповіді на питання, що таке ресторанний туризм, власне це є і новизною у даній роботі.

Результатом власних досліджень, є вивчення роботи закладів ресторанного і готельного господарства (концепція, меню, форми обслуговування) і розробка інноваційної моделі розвитку ресторанного туризму Львівщини.

Розглядаючи питання харчування туристичних груп, ми проаналізували, певні пропозиції ресторанів. Вартує відзначити, у цьому напрямку Львів і Львівська область зокрема, дуже розвинені. Вибір розпочинається із звичайних українських народних страв і закінчується екзотичними та вишуканими делікатесами із різними видами кухонь.

Проаналізовано потенціал закладів ресторанного господарства, а також виділено окремі сегменти тих, які спеціалізуються на національній та етнічній кухні: «Кумпель», «Голодний Микола», «Ресторація Бачевських», «Підпільний Кіндрат», «Трапезна ідей», «Бойківська гостина», та інші).

В умовах сьогодення є цікавою пропозиція індивідуальних турів для внутрішнього та іноземного туристів. На нашу думку, популярності набуває споживання різноманітних сирів, що зумовлює актуальність розробки туру «Сирними стежками Львова».

Основні об'єкти показу туру «Сирними стежками Львова» хронологічній послідовності: ресторація гастро-простору «Сирний»; ресторація «Доктор Фауст»; тематична екскурсія на сироварню «Наші кізоньки» (с. Малі Грибовичі, Львівська область), ресторація «Сироварня» (вул. Шевченка, 21).

Нами розроблено ще один ресторанний тур за відповідною м'ясною концепцією закладу, зокрема ресторани «Вино і м'ясо», «Жаровня на замку», «Marinad meat bar & butcher shop». Кожен заклад має концепцію, рівень та організації ресторанного господарства, кухні, сомельє. Спеціалізація ресторанів – це страви на мангалі, але це не лише м'ясо та риба, а й великий вибір овочів та неймовірні хачапурі з хрусткою скоринкою та тягучим розплавленим сиром сулугуні, і як комплімент – вино.

Отже, нами розроблено та запропоновано гостям три ресторани маршрути, які мають відповідну концепцію та організацію, вирізняються креативною спрямованістю високою якістю кухні, ексклюзивністю та бездоганним обслуговуванням.

Список використаних джерел

1. Богущ Х. Я. Сучасний стан та напрями розвитку гастрономічного туризму / Х. Я. Богущ // Матеріали наукової конференції студентів «Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення» (м. Львів, 2 червня 2022 р.). – Львів : Вид-во ЛТЄУ, 2022. – С. 156–157.

2. Паска М. З. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму Львівщини в контексті формування ресторанних брендів / М. З. Паска // Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. – 2022. – № 5. – С. 98–103.
3. Голод А. П. Основні чинники розвитку гастрономічного туризму / А. П. Голод, О. В. Никига // Молода спортивна наука України. – 2020. – Вип. 24. – Т. 4. – С. 110–111.
4. Paska M. Current development trends of raw-smoked sausages in the context of gastronomic tourism / M. Paska, O. Korkuna, O. Kulyk // Trends in the development of international tourism in the current context of globalization: Collective scientific monograph. – Opole, 2020. – P. 152–158.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ В'ІЗНОГО ТУРИЗМУ

Законодавство в галузі туризму носить комплексний характер. Тому до систематизації нормативно-правових актів в галузі туризму може бути застосовано декілька підходів. За юридичною силою нормативно-правових актів законодавство, що регулює туризм, представляє собою вертикальну ієрархічну систему, структура якої обумовлена структурою органів законодавчої та виконавчої влади, що мають нормотворчі повноваження з регулювання питань у сфері туризму. Відповідно до цього може бути виділено три рівні нормативно-правових актів: конституційні, законодавчі та підзаконні.

Для регулювання в'їзного туризму особливе значення має дотримання міжнародно-правових актів в галузі туризму, якими керується більшість країн світу. Основними з них є [1]:

1. Загальна декларація прав людини, прийнята Генеральною Асамблеєю ООН у 1948 р.
2. Статут Всесвітньої Туристичної Організації (ЮНВТО).
3. Манільська декларація по світовому туризму
4. Гаазька декларація по туризму
5. Балійська декларація по туризму.
6. Сеульська декларація «Мир і туризм
7. Міжнародна готельна конвенція стосовно укладання контрактів власниками готелів та турагентами від 15.06.1979 р.
8. Директива ЄС від 13.05.1995 р. щодо підписання турагентом та клієнтом типового контракту.
9. «Розвиток туризму» – резолюція конференції ООН по міжнародному туризму і подорожам.

Відкриття руху на регулярних міжнародних маршрутах регламентується двосторонніми урядовими угодами, а транзит через треті країни вимагає дозволу Комітету з транспорту при Європейській економічній комісії ООН (ЄЕК). Для спрощення договорів на міжнародні перевезення в рамках Женевської конвенції від 1 березня 1973 р. прийнята Конвенція про договір міжнародного автомобільного перевезення пасажирів і багажу.

Подальші спрощення міжнародних перевезень зафіксовані Гаазькою (1989 р.) декларацією по туризму і Шенгенською угодою для членів Європейського союзу. Відповідно до Європейської угоди про нерегулярні міжнародні перевезення пасажирів автобусами (АСОР), прийнятої у Дубліні 26 травня 1982 р., для нерегулярних міжнародних пасажирських перевезень у країнах Східної і Західної Європи використовується контрольний документ (листи поїздок), що повинен знаходитися на борту автобусу.

Вищевказані документи закладають основоположні принципи розвитку міжнародного туризму в країнах-членах міжнародних організацій. Керується ними у своїй законотворчій діяльності і Україна, для якої міжнародні договори та декларації становлять правову основу міжнародного співробітництва в галузі туризму.

Правову базу розвитку туризму країни, у тому числі, і в'їзною, закладено Законом України «Про туризм», а також розширення міжнародного співробітництва та утвердження України на світовому туристичному ринку проголошуються одними з основних пріоритетних напрямів державної політики у цій сфері [2]. Закон декларує наміри щодо створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання, приведення законодавчої бази розвитку туризму у відповідність міжнародним стандартам.

До нормативно-правових актів загального характеру, що регулюють відносини в галузі туризму, можна віднести Закони України: «Про рекламу», «Про державний кордон України», «Про охорону навколишнього природного середовища», «Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства», «Про підприємництво», «Про охорону культурної спадщини», а також Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Правил оформлення іноземцям віз для в'їзду в Україну, виїзду з України та транзитного проїзду через її територію» та інші.

Майнові відносини в галузі туризму, засновані на рівності, автономії свободи і майновій самостійності їх учасників, регулюються Цивільним та Господарським кодексами України з урахуванням особливостей, встановлених Законом України «Про туризм».

До норм спеціального законодавства, котрі регулюють туристичну діяльність в Україні, належать:

Закон України від 5.10.2000 р. № 2026-III «Про курорти»;

Указ Президента України від 21.09.1998 р. № 1047/98 «Про день туризму»;

Указ Президента України від 02.03.2001 р. № 127/2001 «Про підтримку розвитку туризму в Україні»;

Указ Президента України від 14.12.2001 р. № 1213/2001 «Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму»;

Постанова КМУ від 21.12.2005 р. № 1251 «Про затвердження Порядку організації виїзду дітей за кордон на відпочинок та оздоровлення» [3];

Постанова КМУ від № 995 від 4 грудня 2019 р. «Питання утворення деяких центральних органів виконавчої влади» згідно якої було утворено Державне агентство розвитку туризму України.

Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ) є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра інфраструктури і який реалізує державну політику у сфері туризму та курортів (крім здійснення державного нагляду (контролю) у сфері туризму та курортів).

Отже, нормативно-правове регулювання національної туристичної діяльності здійснюється на підставі законів України, наказів Президента, наказів Міністерства економічного розвитку і торгівлі, актів Кабінету Міністрів України, галузевих стандартів, міжнародних й інших нормативно-правових актів, які відіграють визначальну роль в організації та наданні туристичних послуг.

Список використаних джерел

1. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні : збірник нормативно-правових актів / під заг. ред. проф. В. К. Федорченка. – Київ : Юрінком Інтер, 2002. – 640 с.
2. Про туризм [Електронний ресурс] : Закон України від 11.02.2015 р. № 324/95-вр. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>. (дата звернення: 11.01.2024).
3. В'їзний туризм : навч. посіб. / П. Ф. Коваль, Н. О. Алешугіна, Г. П. Андреева, О. О. Зеленська, Т. В. Григор'єва, О. Г. Пархоменко, В. Б. Дудко, М. О. Михайловський, С. І. Бондар ; ред. П. Ф. Коваля, Н. О. Алешугіної. – Ніжин : Вид-во Лук'яненко В. В., 2010. – 304 с.

ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

Питання класифікації чинників, що впливають на туристичну сферу, розглядається багатьма авторами наукових публікацій.

Основні чинники, що впливають на розвиток туризму, зазвичай поділяють на дві групи: статичні (природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні фактори) та динамічні (демографічні, соціальні, економічні, культурні, науково-технічний прогрес та міжнародні чинники).

Аналізуючи гастрономічний туризм, науковці визначають чинники, які впливають на його розвиток:

1) соціально-економічні, зокрема нормативно-правова база в галузі туристичної та готельно-ресторанної справи; стан розвитку АПК, харчової переробної промисловості; національний склад, розвиток культури та народних традицій; розвиток місць тимчасового розміщення, закладів харчування тощо;

2) політичні;

3) релігійні [1].

На думку дослідників сприяння в організації гастрономічних подорожей може стати ключовим чинником підтримки туристичного інтересу, що забезпечує збільшення тривалості перебування туристів; додатковим напрямом бізнесу для домашніх господарств, невеликих виробництв продуктів харчування. Цього можливо досягти шляхом:

1. Сприяння розвитку об'єктів, що складають інтерес для туристів і поціновувачів української гастрономічної культури, – відомих підприємств харчової промисловості, ресторанного господарства, домашніх господарств.

2. Підтримки діючих та ініціювання створення нових об'єктів гастрономічного туризму: дегустаційних залів, музеїв гастрономії, етнічних селищ та містечок, а також спеціалізованих атракційних заходів та туристично-екскурсійних маршрутів.

3. Розвитку туристичної інфраструктури – закладів розміщення, харчування, розваг, а також підприємств роздрібною торгівлі та сфери послуг.

4. Розвитку інформаційних комунікаційних систем, які забезпечуватимуть інформування туристичного ринку про

гастрономічний мікрокластер та виступатимуть важливим маркетинговим інструментом формування туристичного попиту.

5. Спрямування зусиль влади, бізнесу та місцевої громади на підтримку об'єктів гастротуризму, формування гастрономічних атракцій і подій.

6. Розроблення програм кулінарних турів тематичної спрямованості з використанням місцевої сировини, продуктів харчування та напоїв, знакових закладів ресторанного господарства.

7. Розширення географії та популяризація проведення тематичних кулінарних фестивалів, свят, відвідування міжнародних професійних виставок та конференцій тощо [2].

Отже, сучасні науковці виділяють туристично-рекреаційні ресурси як один з основних чинників функціонування й розвитку туризму. Основними чинниками функціонування й розвитку туристичної сфери країни є природні, соціально-демографічні та соціально-економічні, ступінь освоєності різних туристично-рекреаційних ресурсів. І наразі, чинник що набув неабиякої актуальності, який буде впливати на туризм і після перемоги України у війні – безпека (острах туристів щодо подорожей).

Список використаних джерел

1. Саркісян Г. О. Роль і значення стимулювання гастрономічного туризму в структурі розвитку регіональних туристичних ринків України / Г. О. Саркісян // Український журнал прикладної економіки. – 2020. – Т. 5. – № 1. – С. 312–320.
2. Годя І. М. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи / І. М. Годя // Географія та туризм : наук. зб. – 2018. – Вип. 45. – С. 78–83.

ЗМІСТ ПОНЯТТЯ «ВІЙСЬКОВИЙ ТУРИЗМ»

Військовий туризм має давню історію. Так, в історії людства існували різні місця і заходи пов'язані із відвідуванням місць поховань та смерті, наприклад Колізей в Римі, гробниці фараонів у Єгипті, Лондонський Тауер. 1839 р. у Великій Британії відбулася перша залізнична екскурсія в Корнуолл – у місце проведення страти засуджених убивць. Згодом під час Громадянської війни у США Томас Кук організував тур до зон бойових дій. У на початку ХХ ст. турагенції активно продавали тури до місця аварії дирижабля «Гінденбург» тощо [1].

Суспільство протягом усього свого існування боролось за ресурси, що стало причиною виникнення низки воєн, які описані або не описані в історії. З давніх-давен на всіх територіях, де існувало суспільство, в тому числі і в Україні, було багато оборонних споруд, полів битв і різних видів зброї різних часів. У світлі вищезазначеного туризм, пов'язаний з відвідуванням таких об'єктів, на сьогодні вже набув певної популярності [2].

Відвідування історичних пам'яток, різних воєнних об'єктів, фортифікаційних споруд, місць поховань загиблих воїнів, місць відомих битв – це не повний список об'єктів військового туризму, які цікавлять туристів, з метою відвідування, а саме місця, пов'язані з битвами, подіями, що змінили хід історії, місця великих випробувань і горя, що залишилися в людській пам'яті навіки й постійно надихають повернутися туди знову і знову, щоб віддати шану історії та її героям.

На сьогодні існують різноманітні підходи до визначення поняття військового туризму. На думку, М. Кляпа та Ф. Шандора військовий туризм – це туризм на місцях боїв та історичних битв для всіх зацікавлених, відвідання існуючих та історичних військових об'єктів і полігонів, дослідження бойової техніки, участь у військових навчаннях та маневрах, тури на відвідання воєнних концтаборів та в'язниць. Науковці виокремлюють такі види даного туризму: військово-історичний, зброярський, мілітарі-туризм, воєнний туризм є підвидами військового туризму [3].

О. Колотуха вважає, що військовий туризм – різновид туризму, метою якого є відвідування місцевості, пов’язаної з армією (полігони) і військовими діями [4].

М. Лущик та Я. Москвяк вважають, що військовий туризм – це відвідування військових об’єктів, установ, локацій, подій, заходів, фестивалів та залучення туристів до військового побуту тощо. Даний вид туризму має різну мету та ціннісні орієнтири, емоційний контекст подорожі, поділяється на: військово-історичний туризм, мілітарітуризм та військово-подієвий туризм [5].

Аналогічний погляд на проблему мають, С. Батиченко та Л. Мельник стверджують, що військовий туризм передбачає відвідування військових локацій, залучення туристів до військового побуту, участь у безпечних військових заходах, навчаннях та маневрах. Даний вид туризму здатний виховати патріотизм та національну самосвідомість, створити підґрунтя для осмислення сутності військових подій та конфліктів. В Україні є досить сформована ресурсна база для розвитку військового туризму, який на сьогодні ще не став популярним серед туристичних підприємств та туристів зокрема [6].

В. Кушнар'єв та О. Поліщук уточнюють зміст окремих видів військового туризму, відповідно до місць та об’єктів відвідування:

- військово-пізнавальний туризм – музеї, виставки, конференції;
- військово-пригодницький туризм – активний відпочинок з використанням військової техніки та спорядження, військові навчання, тури у військові частині;
- військово-історичні реконструкції – екскурсійні тури з елементами анімації, імерсійні, квести;
- нелегальні тури – зони військового конфлікту [32].

Отже, військовий туризм пов’язаний відвідуванням автентичних та рукотворних локацій пов’язаних з військовими діями (наприклад, поля битв та сучасні військові фестивали); набуттям певного досвіду військової справи (наприклад, скаутський рух, курс «молодого бійця»); рекреації та відпочинком у військовому середовищі з використанням, чи без військового обладнання та техніки; екстремальними відчуттями – відвідування місць бойових дій.

Список використаних джерел

1. Wikipedia. Вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/> (дата звернення: 10.01.2024).
2. Барвінок Н. В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни / Н. В. Барвінок // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2022. – Вип. 18 (2). – С. 206–217.
3. Кляп М. Сучасні різновиди туризму / М. Кляп, Ф. Шандор. – Київ : Знання, 2011. – 334 с.
4. Колотуха О. В. Спортивний туризм та активна рекреація: географія, систематизація, практика (словник-довідник) [Електронний ресурс] / О. В. Колотуха. – Режим доступу: <https://geohub.org.ua/node/803> (дата звернення: 10.01.2024).
5. Лущик М. Можливості розвитку військового туризму в Україні [Електронний ресурс] / М. Лущик, Я. Москвяк // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Сер.: Економічні науки. – 2021. – № 9. – Режим доступу: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/16333489757957.pdf>. (дата звернення: 10.01.2024).
6. Батиченко С. Особливості розвитку військового туризму в Україні / С. Батиченко, Л. Мельник, П. Савков, О. Сторубльов // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Військово-спеціальні науки. – 2021. – № 4 (48). – С. 66–69.
7. Кушнар'єв В. Мілітарі-туризм як інноваційний напрямок екстремального та пізнавально-розважального туризму / В. Кушнар'єв, О. Поліщук // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. – 2018. – Вип. 1. – С. 107–118.

*О. С. Слободяник, студент гр. Тб-41
Науковий керівник – М. М. Логвин,
канд. геогр. наук, доцент
ПУЕТ*

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕТНІЧНОГО ТУРИЗМУ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Перші згадки про етнотуризм з'явилися у 1977 р. у праці В. Сміта, де зазначено, що «Етнічний туризм – це подорож з метою вивчення культури, способу життя [1] і глибоких традицій екзотичних народностей і передбачає відвідування їхніх осель і поселень, дотримання ритуалів. На думку С. Хьолднера і Р. Макінтоша: «Етнічний туризм – це подорож, спрямована на спостереження за культурою та побутом справді екзотичних народів» [2].

Синонімом терміну етнічний туризм є етнокультурний туризм, оскільки невід'ємною характеристикою етнічної групи є специфічний тип культури: етнічна культура, єдиний критерій, що відрізняє етнічні групи від неетнічних [3].

У вітчизняній науковій та науково-популярній літературі поряд із визначеннями етнічного, етноксеногенного, діаспорного та сентиментального вживається термін етнографічний туризм.

Етнографічний туризм дослідники визнають як форму наукового туризму, яка передбачає безпосереднє спостереження та опис звичаїв, побуту та світогляду етносу (народу, етнографічної групи тощо), вивчення місцевих особливостей життя різних людських суспільств. Відмінність етнографічного туризму від етнічного туризму, на нашу думку, полягає в тому, що в етнографічному туризмі об'єктами туристичного інтересу можуть бути, наприклад, самі по собі пам'ятки культури, тоді як етнографічного туриста цікавлять не окремо культурні об'єкти та побут, а їх ставлення до людей [91].

На нашу думку, етнічний туризм – це подорожі з відвідуванням метою якого ознайомлення з мовою, побутом, культурою та історією власного народу та чужоземців.

Вагомою підставою розвитку етнографічного туризму Івано-Франківській області є його етнографічна різноманітність, зумовлена різними чинниками, але насамперед природно-географічними особливостями та дещо відмінними передумовами заселення гірських й передгірських районів області. В регіоні виділяють чотири етнографічні райони, або, іншими словами,

територія включає чотири історично сформовані етнографічні регіони: Бойківщина, Гуцульщина, Опілля, Покуття. Кожен з них характеризується своєю історією, культурою, традиціями, природно-географічними особливостями, по-своєму вражає різноманітністю рекреаційних можливостей.

Перспективи розвитку туризму в Івано-Франківській області є одними з найкращих у контексті повоєнного відновлення туристичної діяльності в Україні. Вигідне географічне положення та геополітичне розташування, розвинена туристична інфраструктура, наявність великої кількості природно-рекреаційних ресурсів та історико-культурних пам'яток, працелюбне і гостинне населення сприяють туристичній привабливості регіону. Проте існує низка проблем, а тому необхідний системний підхід до їх розв'язання, розроблення та впровадження комплексу заходів щодо забезпечення сталого розвитку регіону:

- раціональне використання туристично-рекреаційних ресурсів регіону та об'єктів історико-культурної спадщини;
- модернізація туристичної та транспортної інфраструктури;
- удосконалення системи управління туристичними підприємствами та підвищення професійного рівня працівників туристичної сфери;
- створення безпечних умов для туристів;
- транскордонне співробітництво та обмін досвідом у сфері етнічного туризму через створення туристичних кластерів.

Список використаних джерел

1. Рожнова В. Проблеми та перспективи розвитку етнотуризму: зарубіжний та український досвід / В. Рожнова, Н. Терес // Етнічна історія народів Європи. – 2013. – Вип. 39. – С. 35–44.
2. Дутчак О. Теоретико-методологічні проблеми українського етнотуризму в контроверсійному баченні науковців / О. Дутчак, І. Калущий // Гілея. – 2013. – № 6. – С. 64–66.
3. Балановський Я. М. Етносоціокультурний аспект кризового стану суспільства (проблеми поняттєвого забезпечення) / Я. М. Балановський // Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. – 2011. – Вип. 5. – С. 93–104.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Діловий туризм є самостійним повноцінним видом туризму. Його ключова особливість полягає в обслуговуванні туристичними фірмами не фізичних осіб, а корпоративних клієнтів. Організуючи корпоративні заходи або обслуговуючи відрядження співробітників, підприємства ділового туризму впливають на економічну активність компаній, галузей та економіки в цілому.

Діловий туризм в Україні перебуває на початкових етапах становлення. Залежність від рівня економічної активності зумовила повільні темпи розвитку цього виду туризму в останні роки. Основними чинниками, що зумовили дану тенденцію є соціально-економічна та політична нестабільність, поширення пандемії коронавірусу та бойові дії. Разом з тим, дослідники відзначають низку галузевих організаційних чинників, що негативно впливають на розвиток ділового туризму:

- недостатня кількість регіональних міжнародних аеропортів;
- територіальна нерівномірність розвитку ділового туризму;
- недостатнє забезпечення засобами розміщення вищих категорій;
- недостатня кількість конгрес-центрів в регіонах;
- невідповідність якості обслуговування міжнародних клієнтів світовим стандартам;
- недостатнє фінансування з боку держави та інвесторів;
- нестача кваліфікованого персоналу;
- недостатнє використання новітніх методів підготовки працівників туристичної сфери та відсутність сприятливих умов для міжнародного стажування та залучення іноземних фахівців для проведення майстер-класів [2; 3].

Подальший розвиток ділового туризму в Україні потребує організаційних заходів, що мають вирішувати наступні завдання:

- створення мережі крупних національних готелів, включаючи готелі високої категорії;
- впровадження та визначення пріоритетів інвестиційної політики (пошук джерел фінансування);

- підвищення рівня інвестиційної привабливості (в т. ч. шляхом впровадження податкового стимулювання);
 - розробка програм підготовки висококваліфікованих працівників конференц-сервісу (організація та обслуговування форумів, конференцій, семінарів, конгресів, презентацій, корпоративних культурно-розважальних заходів тощо);
 - розвиток сучасної, потужної інфраструктури для організації різноманітних заходів як у великих містах, так й в регіонах;
 - розвиток транспортного сполучення;
 - встановлення ділових контактів з іноземними партнерами з ділового туризму (вивчення досвіду розробки нових програм проведення заходів);
 - співпраця зі всіма суб'єктами ринку ділових подорожей і послуг, вдосконалення технологій в'їзного бізнес-туризму [1–3].
- Таким чином, діловий туризм є специфічним перспективним видом туризму, що є важливим інструментом економічного розвитку дестинацій. В Україні існує низка проблем організаційного характеру, вирішення яких дозволить сформувати та розвивати національний ринок ділового туризму.

Список використаних джерел

1. Музичка Є. О. Стан і тенденції розвитку ділового туризму в Україні / Є. О. Музичка, В. А. Петренко // Економіка та держава. – 2018. – № 1. – С. 55–60.
2. Сливенко В. А. Аналіз сучасного стану та пріоритетів розвитку ділового туризму в Україні [Електронний ресурс] / В. А. Сливенко, Т. О. Подорожко, В. Б. Шишкіна // Ефективна економіка. – 2019. – № 6. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7115> (дата звернення: 09.01.2024).
3. Марусей Т. В. Діловий туризм в Україні: основні аспекти розвитку / Т. В. Марусей // Science, research, development. – 2020. – № 25. – С. 26–30.

ЧИННИКИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Основні чинники, що впливають на розвиток міжнародного туризму поділяють на статичні і динамічні.

Статичні фактори є незмінними у часі (природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні фактори тощо).

До динамічних факторів відносяться: демографічні, соціальні, економічні, культурні, науково-технічний прогрес, (зумовлює швидкий розвиток матеріально-технічної бази міжнародні чинники (пом'якшення міжнародного клімату, перехід від конфронтації між окремими державами до співробітництва і взаєморозуміння, процеси глобалізації, розв'язання спірних міжнародних питань шляхом переговорного процесу).

Дослідники зосереджують увагу на таких динамічних чинниках, тобто тих які сприяють розвитку міжнародного туризму і активно використовуються туристичними організаціями в своїй діяльності:

- підвищення кваліфікації працівників галузі туризму;
- раціональне використання туристичних об'єктів і ресурсів;
- цінова політика в регіоні;
- безпека туристичного напрямку;
- сегментація туристичного ринку;
- формування позитивного іміджу країни у світові спільноті [1].

Наявність сприятливих чинників забезпечує лідерство окремих регіонів і країн у міжнародному туризмі, і, навпаки, небажані чинники зменшують привабливість туристичної галузі [2].

Важливою умовою розвитку індустрії міжнародного туризму є політико-правове середовище, що передбачає наявність певної правової основи, гарантування екологічної стійкості та охорони навколишнього середовища, забезпечення належного рівня безпеки та охорони, розвиток системи охорони здоров'я та гігієни, визнані на державному рівні пріоритети розвитку сфери туризму.

У світлі підвищення терористичних загроз, дестабілізації політичної обстановки у світі, виникнення військових конфліктів забезпечення безпеки та охорони туристів вимагає посилення

ролі держави й удосконалення системи забезпечення безпеки туристів, що також перебуває в полі правового забезпечення сфери міжнародного туризму.

Необхідною умовою розвитку міжнародного туризму в країні є державне регулювання та наявність програм, які б визначали пріоритети розвитку галузі. Від їх забезпеченості належними ресурсами, зокрема людськими, фінансовими, матеріальними, залежить ефективність функціонування сфери туризму.

Своєрідним прискорювачем розвитку міжнародного туризму стали процеси інформатизації суспільства та розвиток інформаційно-комунікаційних технологій. Окремим чинником розвитку міжнародного туризму є відкритість кордонів.

У сукупності наявність і забезпечення окреслених умов є необхідними для розвитку та функціонування міжнародного туризму в країні й сприяють реалізації його основних функцій, серед яких виділяють економічну, соціальну, гуманітарну, оздоровчу, пізнавальну, просвітню, комунікативну, розподільчу, творчу, екологічну тощо. Проаналізувавши основні з них, перш за все – економічну, соціальну, пізнавальну, комунікативну та екологічну, можна дійти висновку, що міжнародний туризм – складне, багатоаспектне та комплексне явище, яке має велике значення для світу, країн і людини [3].

Отже, розвиток міжнародного туризму став можливим завдяки науково-технічному та соціально-економічному прогресу суспільства, тобто створенню інфраструктури туризму, гальмування можуть спричинити особливі динамічні чинники, пов'язані з суспільними загрозами.

Список використаних джерел

1. Разінькова М. Ю. Міжнародний туризм і його вплив на розвиток міжнародної економіки / М. Ю. Разінькова // Інвестиції: практика та досвід. 2020. – № 3. – С. 32–36.
2. Миронов Ю. Б. Маркетинг в туризмі: Опорний конспект лекцій / Ю. Б. Миронов. – Дрогобич : ДДПУ, 2005. – 168 с.
3. Темник О. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму [Електронний ресурс] / І. О. Темник // Ефективна економіка. – 2011. – № 3. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=499> (дата звернення: 08.01.2024).

ЗНАЧЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ

Міста завжди є своєрідними точками тяжіння туристів і стають туристичними центрами, накопичуючи в собі велику кількість ресурсів для перетворення міського простору та залучення все більшої кількості людей, які бажають подивитися на розвиток міст та їхнього середовища. Міський туризм допомагає ознайомитися з великими населеними пунктами в різних цілях – пізнавальних, ділових, лікувальних, паломницьких тощо. Саме міста стають точками для туристів, у яких концентрується велика кількість архітектурних, промислових пам'яток та об'єктів, які формують культурно-історичну спадщину поколінь. Для цього міське середовище має неодмінно володіти якостями, що можуть підтримувати інтерес туристів, бути атрактивним, унікальним, експресивним, що зумовлює основні характеристики міського туризму: атрактивність, унікальність, концентрованість, диверсифікація, індивідуальність, концептуальність та масовість [1].

Міський туризм є складною соціально-економічною категорією, що інтегрує в себе елементи та напрямки різних видів туристичної діяльності та відображає цільові установки міської подорожі. Серед основних видів туризму, що входять до міського туризму, особливу роль відіграють культурно-пізнавальний, гастрономічний та подієвий туризм [2].

Концепція міського туризму ґрунтується на привабливості міст як напрямків для відпочинку, бізнесу та культурних. Міста з їхніми щільними населеними пунктами є центрами культурного розмаїття, історичного значення та економічної активності. Привабливість міського туризму полягає в розмаїтті вражень, доступних у цих місцях – від історичних пам'яток і музеїв до різноманітних кулінарних сцен, від яскравих мистецьких і розважальних районів до ділових і конференц-центрів. Міський туристичний досвід характеризується бажанням долучитися до унікальних атрибутів міста – його архітектури, історії, культури та людей.

Розвиток міського туризму сприяє поглибленню та розвитку культурних зв'язків між містами та регіонами. Міський туризм дає можливість краще зрозуміти місцевих жителів, відчутти характер, темп і стиль життя городян, з'ясувати національні особливості та мотиви поведінки жителів.

Велику роль у розвитку міського туризму має ресурсний потенціал міст, які спеціалізуються на прийомі туристів, які подорожують з метою отримання нових знань та залучення до культурних цінностей. Наприклад, музеї як соціокультурні інститути, що акумулюють історичну пам'ять і формують територіальну унікальність, можуть відігравати ключову роль у створенні унікальної територіальної пропозиції та залучення туристів. Туристів все більше приваблює спосіб життя міського населення та атмосфера міст. Поступово відбувається усвідомлення те, що і збереження історико-культурного потенціалу має значення у розвитку туристських міст. Особлива увага при просуванні міста як туристської території приділяється наявній у дестинації інфраструктурі, і зокрема – наявності чи відсутності готельного фонду.

Таким чином, міський туризм є відносно новим перспективним видом туризму, що дозволяє задовольняти культурно-рекреаційні потреби мандрівників, пов'язані із бажанням вивчити місто, ознайомитися з його архітектурною, етнічною та культурно-релігійною спадщиною.

Список використаних джерел

1. Гаталяк О. Теоретичні підходи до розуміння сутності дефініції «Туризм у містах» / О. Гаталяк, Н. Ганич // Географічна освіта і наука: виклики і поступ : матеріали Міжнар. наук.-практ. конфер., присвяченої 140-річчю географії у Львівському університеті, 18–20 травня 2023 р. – Львів, 2023. – С. 166–169.
2. Фастовець О. О. Міста як центри розвитку міського (урбан) туризму / О. О. Фастовець // Молодий вчений. – 2018. – № 4.2 (56.2). – С. 167–170.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

Туризм є важливим сектором української економіки і має великий потенціал, але існує низка внутрішніх і геополітичних чинників, які стримують його розвиток. Протягом останніх років Україна пережила події, які мали безпосередній вплив на внутрішній та міжнародний туризм. Вони зумовили необхідність підвищення ефективності використання туристичного потенціалу, в тому числі за рахунок розвитку нових видів туризму.

Збільшення ролі їжі й харчування як форми споживання разом з глобальними процесами на світовому ринку призвели до того, що кухні світу разом з асортиментом продуктів харчування стали більш доступними. Такий стрімкий розвиток зумовив збільшення інтересу до корінної й унікальної їжі, харчових продуктів і кулінарних традицій, і це, у свою чергу, породило гастрономічний туризм.

Гастрономічний туризм – вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв та напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу. Під час таких турів споживач відвідує ресторани з національною кухнею, бере участь в гастрономічних заходах і приготуванні місцевих страв, знайомиться з історією та рецептурою національної їжі та напоїв, дегустує напої й подорожує по місцях вирощування, збору й виробництва продуктів, які його цікавлять.

Гастрономічний туризм має свої особливості: абсолютно у всіх країнах є умови для розвитку даного виду туризму і це унікальна риса, яка вирізняє цей вид туризму; гастрономічний туризм не є сезонним відпочинком, можна вибрати відповідну подорож для будь-якої пори року; гастрономічний туризм в тій чи іншій мірі є складовою всіх турів (проте, на відміну від інших видів туризму, пізнання національної кухні стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі); невід'ємною частиною кожного гастрономічного туру є популяризація місцевих господарств та виробників продуктів харчування [1].

До організаційних форм гастрономічного туризму відносять гастротури, гастрономічні фестивалі, гастрономічні заходи, інші форми туризму, в яких гастрономічний туризм буде супутнім (або складовою частиною) [2].

Гастрономічний тур як послуга – це більше, ніж просто подорож, це продуманий набір атракцій, що дозволяє скуштувати традиційні страви чи окремі продукти з певної місцевості.

Гастрономічний туризм має особливе значення для розвитку місцевих дестинацій, які в умовах децентралізації стають факторами конкурентоспроможності територіальних громад. В сучасних умовах окремі територіальні громади, що володіють значними туристичними ресурсами, завдяки останнім законодавчим змінам отримали можливість більш ефективно управляти їх використанням, зокрема, через організацію сільського, екологічного та гастрономічного туризму [3].

У процесі організації гастрономічних турів повинні робити акцент на їхню якість. Адже спеціалізовані, немасові види туризму акцентують увагу не на ціні, а саме на якості, бо тут турист є вибагливішим на відміну від масового сегменту.

Таким чином, гастрономічний туризм є перспективним видом туризму, що ґрунтується на традиціях національної кухні та потребує врахування низки особливостей при організації відповідних турів.

Список використаних джерел

1. Глушко В. О. Гастрономічний туризм як окремий вид у туризмі: поняття, сутність, класифікація / В. О. Глушко // Торгівля і ринок України. – 2016. – № 39–40. – С. 166–175.
2. Дишкантюк О. В. Гастрономічний туризм : підручник / О. В. Дишкантюк, К. В. Власюк. – Одеса : ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. – 136 с.
3. Коркуна О. І. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад / О. І. Коркун, О. В. Никига, О. Г. Підвальна // Економічний простір. – 2020. – № 155. – С. 40–43.

ЗМІСТ

Береза Ф. О., Карпенко Ю. В. Перспективи розвитку фестивального туризму у Львівській області.....	3
Бехтер Д. С., Карпенко Ю. В. Підходи до визначення термінів «медичний туризм»	5
Білоус А. О., Шуканов П. В. Сутність та зміст поняття «туристична дестинація».....	8
Вітров К. А., Нікольченко Б. І., Карпенко Ю. В. Зміст та структура поняття «туристично- рекреаційний потенціал регіону».....	11
Гайдар А. С., Логвин М. М. Передумови розвитку сільського туризму в Одеському регіоні.....	14
Голик А. В., Карпенко Ю. В. Основні риси та відмінні ознаки понять «освітній туризм» та «освітня міграція»	16
Дашевська Д. М., Карпенко Ю. В. Напрями розвитку та популяризації гастрономічного туризму на Хмельниччині	19
Дідківська Д. П., Карпенко Н. М. Туризм: сутність та зміст	21
Коваль Н. О., Барановська І. Г., Тараненко О. О. Подієвий туризм як перспективний напрямок розвитку сфери туризму	24
Конопльов П. Д., Карпенко Н. М. Функції, ознаки та риси молодіжного туризму	26
Костенко В. В., Карпенко Н. М. Напрями популяризації етнографічного туризму у Львівській області.....	29
Кувеньов Д. Ю., Карпенко Ю. В. Розробка екскурсійного культурно-пізнавального туру для школярів по Волинській області	31

Курочка А. В., Карпенко Ю. В. Поняття та сутність релігійного туризму.....	34
Логвин Д. М., Карпенко Ю. В. Туризм – важлива ланка національно-патріотичного виховання.....	36
Лук'янчиков І. М., Карпенко Ю. В. Перспективи розвитку релігійного туризму у Тернопільській області.....	38
Луцкевич Є. О., Карпенко Ю. В. Перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму у Черкаській області.....	40
Питомець Т. Ю., Карпенко Н. М. Особливості організації інсентив-турів.....	42
Пікуль А. О., Тараненко О. О. Перспективи розвитку активних видів туризму в Івано-Франківській області.....	44
Пініч В. А., Тараненко О. О. Сутність та зміст поняття «фестивальний туризм».....	46
Погорєлов О. О., Тараненко О. О. Сільський зелений туризм як інструмент розвитку сільської місцевості.....	49
Погоріла В. О., Карпенко Н. М. Напрями використання туристично-рекреаційного потенціалу Кіровоградської області.....	51
Потапенко Д. В., Каган А. Ю., Чучко Д. В., Логвин М. М. Мисливсько-рибальський туризм як елемент спортивного та екологічного туризму.....	53
Потапова К. С., Скрипаль Я. Р., Логвин М. М. Сучасні тренди релігійного туризму.....	55
Прокопенко В. І., Карпенко Ю. В. Перспективи післявоєнного розвитку музейного туризму у Житомирській області.....	58
Радзімовська О. В., Паска М. З. Перспективи розвитку ресторанного туризму Львівщини.....	60

Рекман М. С., Карпенко Ю. В. Нормативно-правове забезпечення та регулювання в'їзного туризму	63
Скрипник Я. В., Карпенко Н. М. Чинники розвитку гастрономічного туризму	66
Скок П. В., Карпенко Ю. В. Зміст поняття «військовий туризм»	68
Слободяник О. С., Логвин М. М. Напрями розвитку етнічного туризму в Івано-Франківській області.....	71
Товстоніжко В. Д., Тараненко О. О. Проблеми розвитку ділового туризму в Україні	73
Туз Д. В., Карпенко Н. М. Чинники розвитку міжнародного туризму.....	75
Шевченко Д. К., Тараненко О. О. Значення та перспективи розвитку міського туризму	77
Янчукова Є. О., Тараненко О. О. Особливості організації гастрономічного туризму	79

Наукове видання

ТУРИЗМ І МОЛОДЬ - 2024

МАТЕРІАЛИ

Кафедрального круглого столу
студентів та аспірантів

Дизайн обкладинки *П. В. Кійченко*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 4,8.
Зам. № 350/2149.

Видавець і виготовлювач
Полтавський університет економіки і торгівлі
к. 48, вул. Івана Банка, 3, м. Полтава, 36003.
E-mail: pvv.puet@gmail.com.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 8076 від 28.02.2024 р.